

SUPERIOR TRIBUNAL MILITAR (STM)

CARGO 4: ANALISTA JUDICIÁRIO – ÁREA: APOIO ESPECIALIZADO ESPECIALIDADE: COMUNICAÇÃO SOCIAL

Prova Discursiva

Aplicação: 01/06/2025

PADRÃO DE RESPOSTA DEFINITIVO

1 A comunicação de crise é parte do processo de gestão e deve contemplar ações estratégicas para informar a opinião pública, com o principal objetivo de minimizar os impactos negativos da crise na instituição, de forma a garantir que a organização responda de maneira rápida, transparente e eficaz, o que pode reduzir danos e até fortalecer a imagem da instituição. Em suma, o objetivo da comunicação de crise é administrar efetivamente as informações sobre um evento negativo junto aos principais *stakeholders*. Um plano de comunicação de crise deve apresentar ações imediatas de comunicação a serem tomadas antes e durante o evento de crise. O trabalho de elaboração é coletivo e supervisionado pelo comitê de crise ou pela equipe encarregada de montar uma estratégia de prevenção. O comitê pode ser composto pelo diretor da instituição, pelos representantes do Jurídico e do RH, pelo assessor de imprensa ou comunicação, pelo porta-voz, e por representantes do setor operacional envolvido no incidente e outros. O roteiro deve ser simples e flexível, a fim de abranger as principais ações a serem tomadas. Não há consenso sobre como deve ser o plano de comunicação de crise, pois tudo depende do porte da organização, da sua localização e do seu faturamento.

2 A comunicação de crise se faz necessária junto aos *stakeholders*, para que sejam bem informados e tranquilizados. A mídia é um dos públicos decisivos na hora da crise, não cabendo falhas nesse item. A estratégia correta nas crises é a instituição assumir o comando da comunicação, ou seja, a empresa ou organização não pode ser surpreendida pela mídia. Muitas vezes é preferível que a informação negativa seja divulgada pela própria organização, como um pedido honesto de desculpas, a receber uma acusação prejudicial de seus críticos. Uma primeira tentativa válida sobre como informar a opinião pública é enviar um comunicado aos veículos de comunicação com informações básicas da crise, explorando perguntas como “quem fez o quê, quando e onde”. Em seguida, a organização deve demonstrar preocupação por qualquer vítima envolvida ou pelos danos causados. **Também é importante definir as demais estratégias de divulgação, desde o comunicado oficial até a organização de uma coletiva ou divulgação nas redes sociais sobre o evento ocorrido.** Dessa forma, a organização se apresenta como o agente que fornece rapidamente a maioria das informações e mostra-se disponível e presente, aberta para fornecer a atualização dos dados assim que forem apurados.

3 A comunicação interna da crise é item fundamental para a segurança e administração das informações. Tomar conhecimento pela mídia de fatos negativos sobre a própria corporação gera uma baixa autoestima nas equipes, além de ser uma falta de respeito aos colaboradores ou empregados, que são os primeiros afetados pelo evento. Os colaboradores são muitas vezes os primeiros porta-vozes de um evento de crise. O mais indicado é capacitá-los antecipadamente, com procedimentos e mensagens para serem usados adequadamente em eventual necessidade. Os empregados devem ser estimulados a se sentirem participantes ativos, não meros expectadores da crise. Mediante a distribuição de comunicados internos que orientem os funcionários sobre o que podem ou não dizer diante da mídia, é possível evitar que funcionários bem-intencionados forneçam informações imprecisas para a imprensa. **De qualquer forma, é fundamental indicar um único porta-voz para abordar a crise junto aos veículos ou às situações de comunicação da instituição, a fim de conferir unidade e consistência ao discurso público, divulgar informações verdadeiras, minimizar ruídos e fortalecer a credibilidade da mensagem.**

QUESITOS AVALIADOS

QUESITO 2.1 Objetivo principal do plano de comunicação de crise e responsáveis por sua elaboração

Conceito 0 – Não abordou o aspecto ou o fez de forma totalmente equivocada.

Conceito 1 – Abordou o aspecto de forma precária, tendo mencionado, de forma superficial, apenas o objetivo do plano ou os responsáveis por sua elaboração.

Conceito 2 – Abordou o aspecto de forma incompleta, tendo discorrido corretamente apenas sobre o objetivo do plano ou sobre os responsáveis por sua elaboração.

Conceito 3 – Abordou o aspecto de forma completa, porém com alguma inconsistência ao discorrer sobre o objetivo do plano e os responsáveis por sua elaboração.

Conceito 4 – Abordou o aspecto de forma completa e consistente, tendo discorrido adequadamente sobre o objetivo do plano e os responsáveis por sua elaboração.

QUESITO 2.2 Estratégia de divulgação da crise na mídia

Conceito 0 – Não abordou o aspecto ou o fez de forma totalmente equivocada.

Conceito 1 – Abordou o aspecto de forma precária, tendo mencionado, de forma superficial, uma estratégia, sem desenvolvimento.

Conceito 2 – Abordou o aspecto de forma mediana, com a descrição de uma estratégia parcialmente adequada.

Conceito 3 – Abordou o aspecto de forma correta e suficiente, com a descrição de ao menos uma estratégia totalmente adequada.

QUESITO 2.3 Comunicação interna na gestão da crise

Conceito 0 – Não abordou o aspecto ou o fez de forma totalmente equivocada.

Conceito 1 – Abordou o aspecto de forma precária, sem desenvolvimento.

Conceito 2 – Abordou o aspecto de forma mediana, desenvolvendo-o parcialmente ou com inconsistências.

Conceito 3 – Abordou o aspecto de forma correta e completa, desenvolvendo-o adequadamente, sem equívocos.