



**PLANO DE EMERGÊNCIA A  
DERRAMES DE HIDROCARBONETOS  
E OUTRAS SUBSTÂNCIAS NOCIVAS  
DO PORTO DO FORNO**

**ANEXO 02  
ASPECTOS RELACIONADOS COM A  
COMUNICAÇÃO SOCIAL**

## ÍNDICE

<b>1.</b>	<b>INTRODUÇÃO .....</b>	<b>3</b>
<b>2.</b>	<b>JORNALISTAS E MÍDIA EM PERÍODO NORMAL .....</b>	<b>4</b>
2.1.	O QUE É A INFORMAÇÃO .....	4
2.2.	IMPERATIVOS DO JORNALISTA E MODO DE FUNCIONAMENTO DE UMA REDAÇÃO .....	4
<b>3.</b>	<b>AS SITUAÇÕES PERTURBANTES. MUDIATIZAÇÃO DAS CRISES.....</b>	<b>5</b>
3.1.	O FATO MUDIÁTICO.....	5
3.2.	ARMAS DESIGUAIS .....	5
<b>4.</b>	<b>ALGUNS CONSELHOS PRÁTICOS.....</b>	<b>6</b>
<b>5.</b>	<b>OUTROS CONSELHOS SUCINTOS .....</b>	<b>8</b>
<b>6.</b>	<b>CONCLUSÃO .....</b>	<b>9</b>

## **1. INTRODUÇÃO**

O mundo da mídia intriga, fascina, irrita. O papel da mídia, considerável nas sociedades contemporâneas, torna-se crucial em período de crise. A comunicação nestas circunstâncias pode ter um efeito bumerangue.

Pode-se não gostar da mídia, mas tem que se viver com eles, em especial num período de crise.

## **2. JORNALISTAS E MÍDIA EM PERÍODO NORMAL**

### **2.1. O QUE É A INFORMAÇÃO**

O que interessa mais ao jornalista são situações de anormalidade ou sensacionais. Um fato torna-se "informação", segundo critérios que podem parecer subjetivos e/ou aleatórios, nomeadamente:

- O estado de espírito existente;
- A propensão à controvérsia;
- O número de vítimas;
- O imaginário coletivo;
- O espaço disponível na próxima edição do noticiário (radiofônico ou televisivo) ou no jornal;
- A existência de testemunhas e/ou imagens.

### **2.2. IMPERATIVOS DO JORNALISTA E MODO DE FUNCIONAMENTO DE UMA REDAÇÃO**

Os primeiros jornalistas a chegarem ao local de um incidente são normalmente jovens, muito motivados e poucos especializados. Para eles o fator essencial é a urgência.

Existe uma deontologia que a maior parte dos jornalistas respeitam: "pode falar-se abertamente ou privadamente". Em princípio, esforçam-se por verificar as informações, ao mesmo tempo em que escutam uns aos outros.

As diversas mídias trabalham em conjunto e em termos concorrenciais.

Assim:

- A televisão apoia-se, em primeiro lugar, com as imagens e são estas, sem dúvida, que têm maior impacto na opinião pública.
- A imprensa escrita tenta fazer inquéritos mais profundos, analisar as causas, denunciar situações, etc.
- A rádio pretende informar o mais rapidamente possível.
- Os jornalistas das agências noticiosas têm um papel mais indefinido, mas primordial.

### 3. AS SITUAÇÕES PERTURBANTES. MUDIATIZAÇÃO DAS CRISES

#### 3.1. O FATO MUDIÁTICO

A omnipresença da televisão, os progressos tecnológicos, a experiência ou falta de informação das fontes oficiais, contribuem para a mudiatização da crise. Esta mudiatização não se contenta em dar uma dimensão à crise; ela altera a sua natureza.

O efeito mudiático torna-se mais real que a própria realidade e adquire uma quase autonomia. O acontecimento constrói-se à volta da mídia e dos jornalistas. A estratégia de "sem comentários" dá, portanto, origem aos rumores.

Os comentadores mais ou menos imaginativos e fantasiosos ocupam o lugar vazio deixado pelos responsáveis. O amor próprio dos jornalistas e o gosto pelo sensacionalismo exacerbam-se.

Os jornalistas, envolvidos no turbilhão da crise, não perdem tempo em verificar as fontes de informação.

#### 3.2. ARMAS DESIGUAIS

Face a uma crise, os jornalistas e os responsáveis postos em causa, não se encontram em pé de igualdade. A crise é a oportunidade para projeção. Em sendo os jornalistas profissionais que usualmente absorvem informações de forma instantânea, permitindo uma divulgação imediata, estes momentos são extremamente convidativos.

Os responsáveis pela crise encontram-se no banco dos réus. Em geral estão mal preparados para enfrentar o mundo da mídia e, conseqüentemente, as circunstâncias não lhes são favoráveis. O jornalista, com sua capacidade de projeção, desfruta de uma credibilidade e por vezes de um verdadeiro prestígio. (Atenção, podem tanto manipular quanto serem manipulados.) Todo o passo em falso de é interpretado como uma prova de incompetência ou como uma intenção de enganar.

Por outro lado, ao jornalista é permitido fazer aproximações ou errar.

Os cientistas e os técnicos crêem-se freqüentemente detentores de um verdadeiro saber superior ao do repórter. Contudo, o seu impacto na opinião pública será nulo, por vezes contraproducente, se não souberem falar com simplicidade, sinceridade e calma.

#### **4. ALGUNS CONSELHOS PRÁTICOS**

**É importante conhecer e utilizar o modo dos jornalistas de redigir e de expressar.**

- É necessário, se possível, começar por dizer as novidades. Deve-se expressar de forma concisa, natural e simplista (frases constituídas por sujeito, verbo e complemento). Não deve-se apresentar mais que uma idéia por frase ou por entrevista.
- É necessário falar em imagens, sugerir imagens, ser pouco redundante, não procurar dizer muito, e esperar prudentemente as impertinências do jornalista.
- Ser informativo (contendo sempre que possível: quem - o quê - quando - onde - como - porquê), da mesma forma que os jornalistas, quando alunos, eram obrigados a redigir seus trabalhos.
- Lembrar sempre que na televisão, o que não se diz - os silêncios, os olhares e as atitudes - contam tanto quanto as palavras.
- Jogar com os fatos, o conceito e o emocional.
- Olhar sempre o entrevistador e não a camera.
- Saber a que público está se dirigindo.

**É necessário escolher o modo de comunicação, adaptado às circunstâncias excepcionais.**

- Ser humano, responsável, evitar frases dogmáticas, peremptórias ou tecnocráticas.
- Não negar as evidências, não mentir, não dramatizar em excesso, não inventar respostas.
- Redigir o mais rapidamente possível uma declaração e enviar à imprensa.
- Não fechar de imediato as "portas de saída" que poderão mais ser tarde muito úteis.
- Cooperar com os jornalistas; fornecer "cartão de visita"; disponibilizar sala de imprensa; não censurar o que relatam; estar no horário acordado para as entrevistas coletivas.
- Não estar na defensiva e não se mostrar agressivo; não ir muito depressa no fornecimento de explicações das causas, promessas de indenizações ou acusações.
- Deixar entender que a crise servirá de lição mesmo se o preço a pagar for elevado e indicar que já foram adotadas as primeiras medidas corretivas.

- Adotar um estilo direto, personalizado.
- Evitar rodeios administrativos, palavras grosseiras ou abreviaturas.
- Não prolongar nos cenários ou hipóteses que, colocados numa fonte oficial ou fora do contexto, podem ter tendência a deformar os fatos.
- Não deixar passar uma inexatidão ou um mal entendido que possam ser perigosos. Depois será tarde para corrigir.
- Dar-se conta que nem os jornalistas nem o público entendem as sutilezas de um organograma. Quem fala torna-se "ipso facto" o representante da organização.
- Atenção aos significados das palavras utilizadas, uma vez que podem ter conotações ou poder de evocação devastadora.
- Tentar colocar-se no lugar do jornalista; interrogar-se como agiria em seu lugar, que questões levantaria.

## 5. OUTROS CONSELHOS SUCINTOS

- Aceite que um incidente envolvendo hidrocarbonetos e outras substâncias perigosas é uma notícia justificável e não questione o direito do jornalista de estar na cena do incidente.
- Durante a sua viagem para o local do incidente reflita nas perguntas que lhe poderão ser feitas. No escritório, logo que tome conhecimento do incidente, espere a chamada de jornalistas e esteja preparado para responder às suas questões.
- Responda francamente sem ocultar nada.
- Responda com humildade e de forma compreensiva.
- Forneça os fatos mais importantes e não opiniões.
- Nunca inicie uma resposta por "E se ..."; jogue apenas com fatos.
- Fale sempre no interesse do público.
- Se não conhece uma resposta não a invente. Se prometer telefonar mais tarde e dar uma resposta faça-o.
- Não opte por uma posição defensiva ou antagonista.
- Não tente explicar a causa do incidente.
- Não tente esconder o perigo do(s) produto(s) derramado(s) ou a gravidade do incidente, correndo o risco de que ninguém acredite em você ou que a situação se complique.

**DESDE O PRINCÍPIO É VOCÊ QUE DEVE ESTABELECEER O TOM DA ENTREVISTA, NÃO SE CONTENTANDO EM RESPONDER SIMPLEMENTE ÀS PERGUNTAS.**



## **6. CONCLUSÃO**

Em nome do direito da informação - causa nobre ou simples pretexto - o jornalista em situação de crise varrerá todos os obstáculos que encontrar.

A rapidez e por vezes a ausência de escrúpulos do repórter, contrastará com a lentidão das hierarquias e burocracias das organizações.

Um plano de comunicações não se improvisa. Vale mais prevenir que remediar e manter informados, de modo preventivo, um núcleo de jornalistas. Mas atenção, em situações de crise estes jornalistas crédulos não serão necessariamente os que estarão diante de você.

Uma atitude de força não é a melhor solução num mundo onde as técnicas e os hábitos de comunicação se desenvolvem.

Convém tirar partido, da melhor forma possível, de uma situação de crise já que esta não é necessariamente má em si mesma. O Larousse define crise como "um momento decisivo ou perigoso na evolução das coisas".

Enfim, é necessário reconhecer que aquele que não domina a informação, também não dominará os aspectos estritamente operacionais da crise.