



Profª. Dra. Rosângela Florczak
Doutora em Comunicação e decana da
Escola de Comunicação da PUCRS.

Realização:



CRB NACIONAL
Conferência dos Religiosos do Brasil

GESTÃO DE CRISE: DESAFIOS DA COMUNICAÇÃO DIGITAL NAS INSTITUIÇÕES RELIGIOSAS



- Jornalista (UFSM), doutora e mestre em Comunicação (PUCRS).
- Professora de Prevenção e Gestão de Crise, em cursos de Graduação e de Pós-Graduação da PUCRS.
- Pesquisadora do PPGCOM e do PPG Teologia da PUCRS.
- Decana da Escola de Comunicação, Artes e Design da PUCRS.
- Sócia-Diretora da Verity Consultoria
- roflorczak.com



Por que estamos aqui?

Para reconhecer:

1. Os desafios do nosso tempo - **crises como o novo comum** no ambiente digital;
2. Como nosso pertencimento à Igreja nos diferencia no enfrentamento das crises;
3. **A comunicação como cuidado:** quando nos preparamos, escutamos e falamos com empatia, protegemos a missão e acolhemos com mais amor.

Os desafios do nosso tempo - crises como o novo comum

RECONHECER QUE O MUNDO NO QUAL VIVEMOS E CONVIVEMOS ESTÁ EM METAMORFOSE

2ª EDIÇÃO
CONGRESSO DE
COMUNICAÇÃO



Do grego

Meta – mudança + **Morphe** – Forma.

Sinônimo: **TRANSFIGURAÇÃO**



Transformação completa, uma realidade diferente, um modo diferente de estar no mundo, ver o mundo e fazer política.

Transformação radical, em que as velhas certezas da sociedade moderna estão desaparecendo e algo inteiramente novo emerge.

TEMPOS DE INCERTEZAS E FRAGILIDADE DA CONFIANÇA NAS RELAÇÕES SOCIAIS

INDIGNAÇÃO E ESPERANÇA – A VIDA NAS REDES SOCIAIS

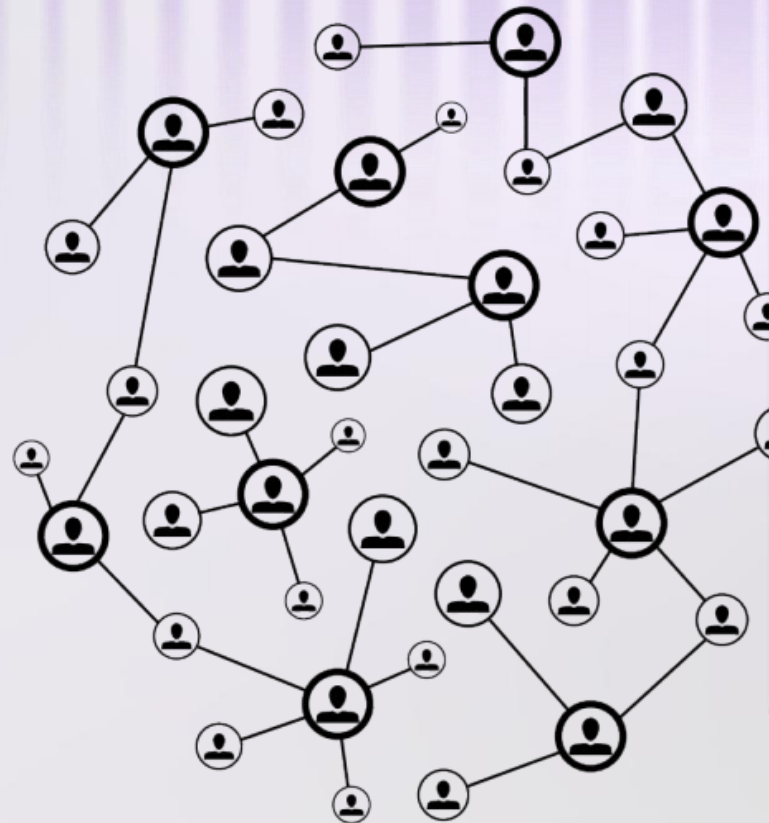


NOVO AMBIENTE MIDIÁTICO - MÍDIA NA PALMA DA MÃO DOS CIDADÃOS

(Santaella, 2018)

PROFUNDA MUDANÇA ESTRUTURAL NA ESFERA PÚBLICA

(Habermas, 2023)



2ª EDIÇÃO
CONGRESSO DE
COMUNICAÇÃO

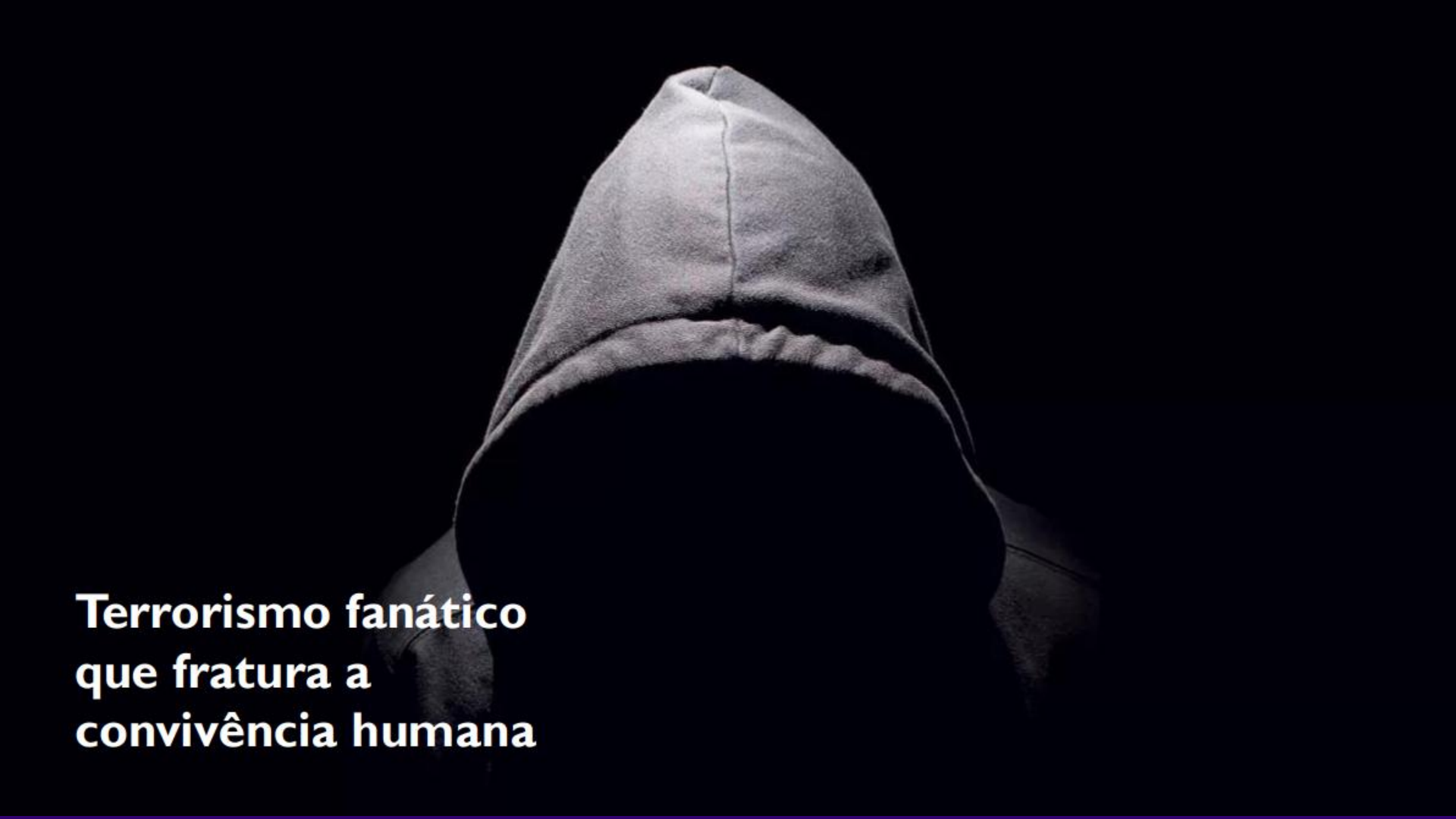
Realização:



CRB NACIONAL
Conferência dos Religiosos do Brasil

**Crise econômica –
precariedade do trabalho e
baixos salários**



A dark, hooded figure, possibly a person wearing a hoodie, is centered in the frame against a black background. The hood is pulled up, and the figure's face is obscured by deep shadow. The lighting highlights the texture of the fabric of the hood.

**Terrorismo fanático
que fratura a
convivência humana**

LINHA DO TEMPO DE AQUISIÇÕES BILIONÁRIAS DAS GIGANTES DA TECNOLOGIA

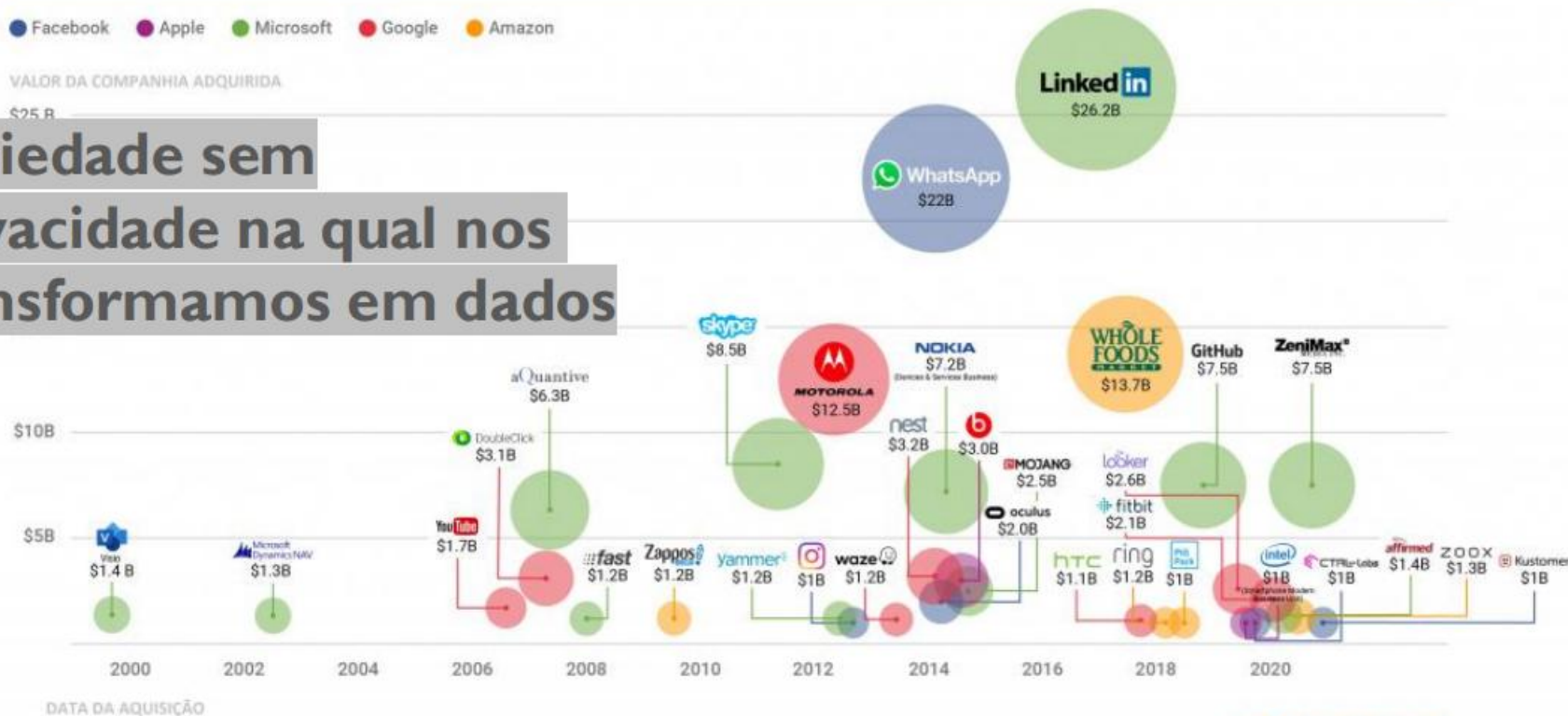
Cada aquisição de mais de US\$ 1 bilhão feita por Facebook, Amazon, Microsoft, Google e Apple. Tamanho da bolha representa a valorização máxima

● Facebook ● Apple ● Microsoft ● Google ● Amazon

VALOR DA COMPANHIA ADQUIRIDA

\$25 B

Sociedade sem
privacidade na qual nos
transformamos em dados







**Medo crescente e restrição
da liberdade
em nome da segurança**

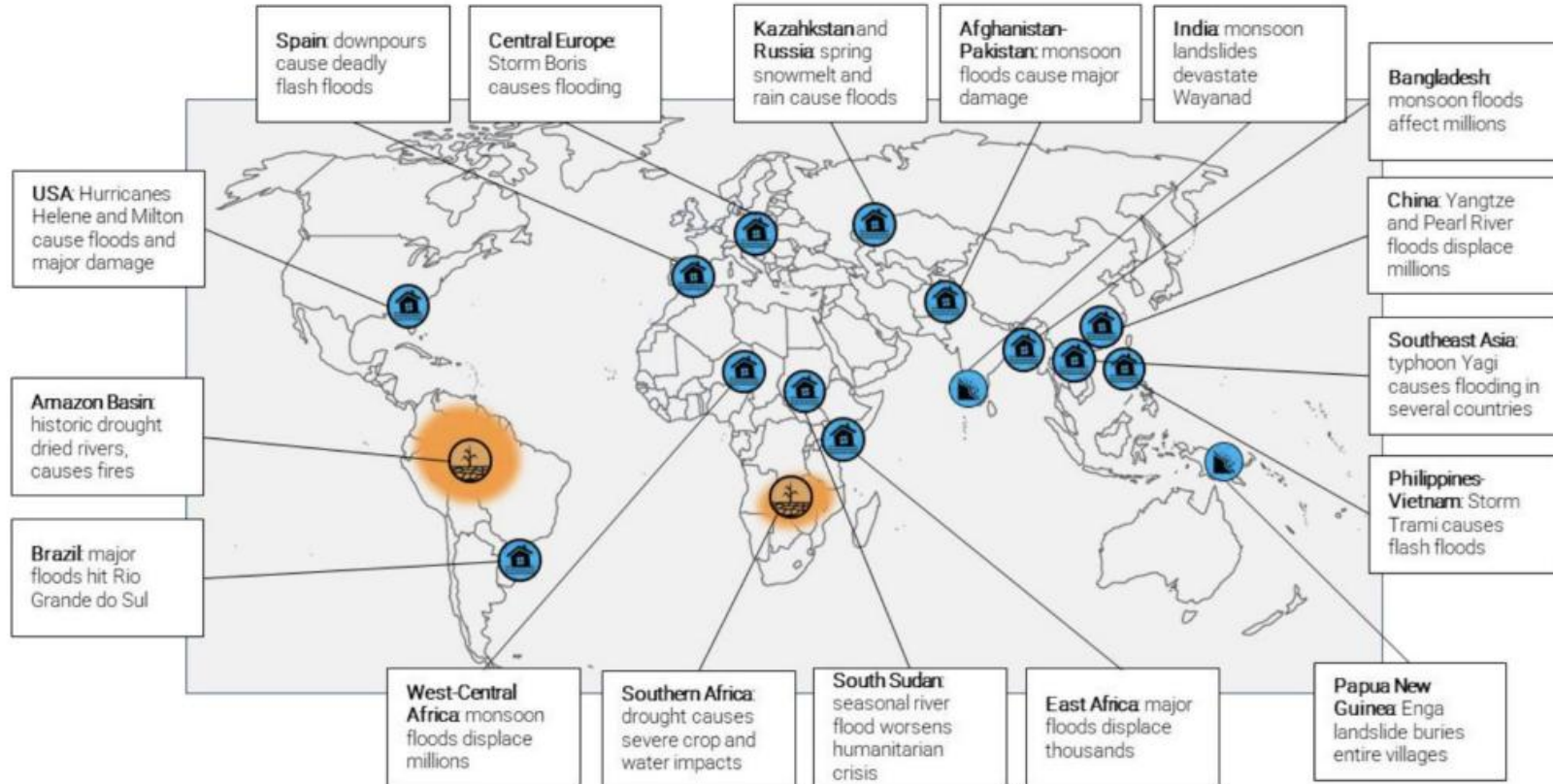
**Ameaça de guerras
atrozes como forma de
lidar com os conflitos**



Marcha para a
inabitabilidade
do planeta



Major water-related events in 2024



OPINIÃO PÚBLICA X EMOÇÃO PÚBLICA

2ª EDIÇÃO
CONGRESSO DE
COMUNICAÇÃO



FEB
2025

ESSENTIAL DIGITAL HEADLINES

OVERVIEW OF THE ADOPTION AND USE OF CONNECTED DEVICES AND SERVICES



TOTAL
POPULATION



we
are
social

8.20
BILLION

URBANISATION

58.1%

UNIQUE MOBILE
PHONE SUBSCRIBERS



Meltwater

5.78
BILLION

vs. POPULATION

70.5%

INDIVIDUALS USING
THE INTERNET



KEPIOS

5.56
BILLION

vs. POPULATION

67.9%

SOCIAL MEDIA
USER IDENTITIES



5.24
BILLION

vs. POPULATION

63.9%



A vida In-line | Digital First

- **Era da Hipertransparência, Capitalismo de vigilância e tantos outros nomes**
- A era digital abalou a forma de compreender a organização e suas relações com seus públicos.
- O ambiente relacional, que aos poucos vai se adaptando à comunicação, não está imune aos novos perigos do universo comunicativo digital.
- Os meios de desinformação são variadas: notícias falsas, boatos, meias verdades, superficialidade, astroturfing, redes de seguidores
- falsos, deepfakes, publicidade direcionada, trolling, memes visuais,
- censura cibernética.

O QUE É UMA CRISE?

Ou o que pode gerar uma crise em nosso cotidiano?

O que é uma crise?

- Acontece quando algo ameaça a confiança, a segurança ou a missão de nossas obras.
- Pode surgir de dentro (falhas, conflitos) ou de fora (violência, fake news, desinformação).
- Uma crise nos desafia a cuidar mais e melhor.

2. Como o nosso pertencimento à Igreja nos diferencia no enfrentamento das crises

Fé e anúncio para o tempo vivido

“Anunciar el Mensaje en el lenguaje, los tiempos, las dinámicas, la narrativa, la forma propia de esta cultura, para que el hombre y la mujer de hoy lo puedan comprender y vivir”

(Mons. Lucio Ruiz, na abertura do 8º Encontro Nacional da Pastoral da Comunicação - PASCUM Brasil, de 12 a 14 de julho de 2024, em Aparecida (SP))

- Secretário do Dicastério para a Comunicação da Santa Sé

Como nos preparamos?

- Prevenir é um ato de cuidado.
- Escutar com atenção quem vive e serve na missão.
- Criar espaços de confiança: conversas, combinados, formação.

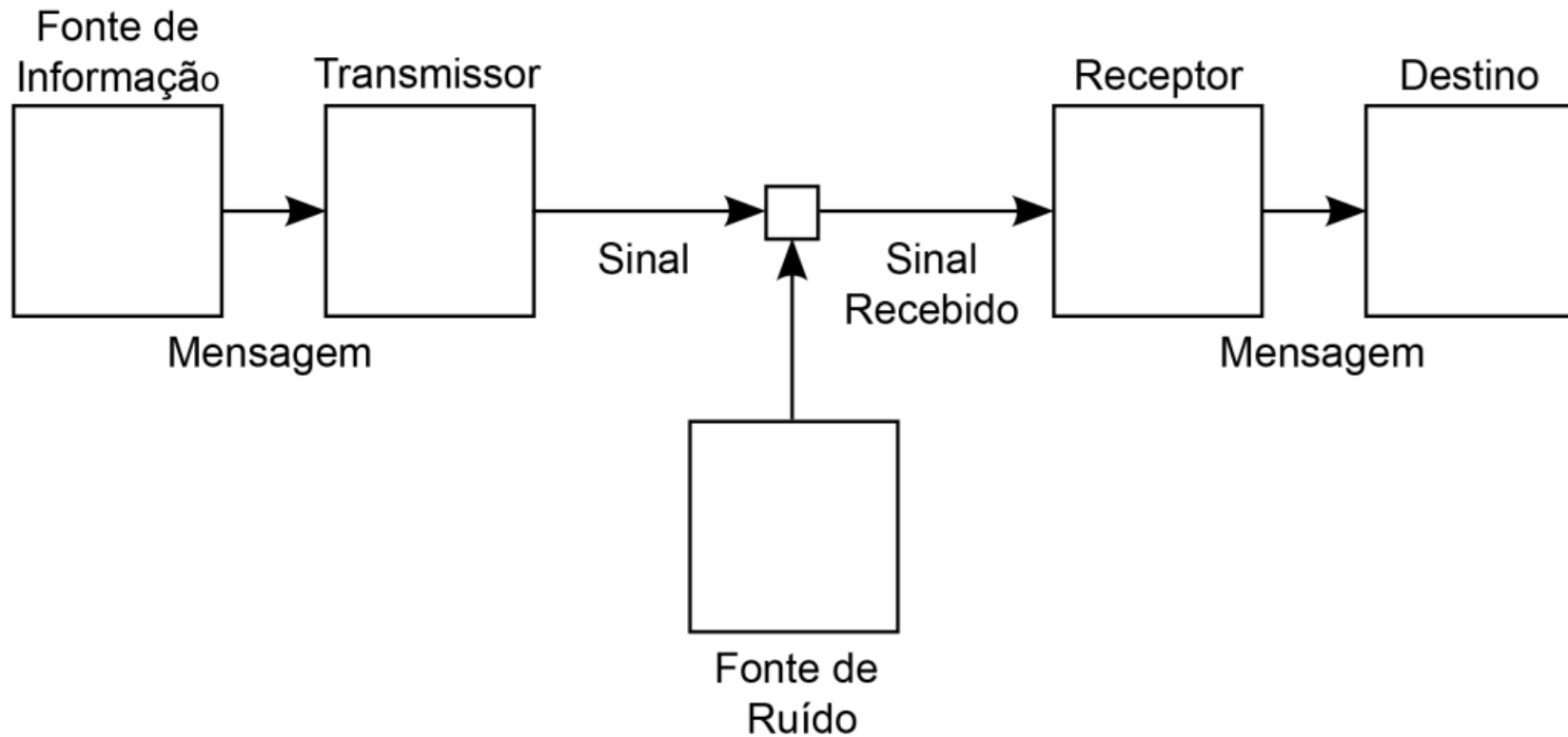
COMUNICAÇÃO DO RISCO OU PREVENTIVA

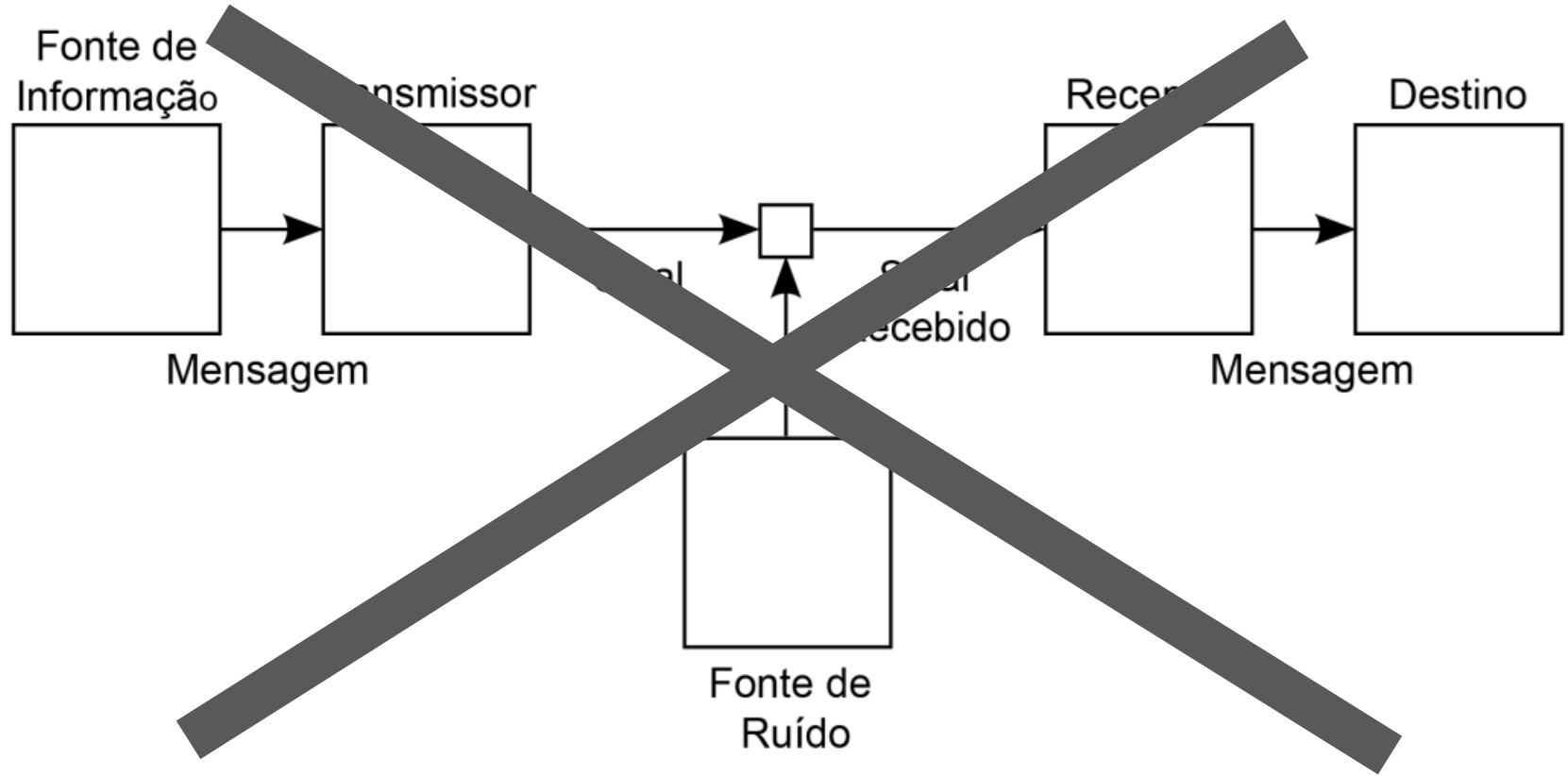
GESTÃO DA CRISE



Gestão da Reputação = criação, manutenção, proteção e recuperação da reserva de boa vontade

3. A comunicação como cuidado





Cuidado e comunicação sensível

Fases do Cuidado	Aplicação	Dimensão da comunicação sensível
Reconhecer necessidades	Escutar e validar as vozes das pessoas afetadas, reconhecendo sinais de sofrimento.	Impacto: considerar os efeitos sociais e individuais das situações vividas.
Assumir responsabilidades	Assumir publicamente a responsabilidade sem silenciar ou transferir culpas.	Emoção: reconhecer e acolher o sofrimento expresso pelas vítimas.
Oferecer cuidado	Adotar medidas concretas de reparação, apoio psicológico e mudanças estruturais.	Percepção: compreender como a sociedade interpreta as respostas institucionais.
Avaliar/receber o cuidado	Monitorar continuamente se a comunidade se sente acolhida e protegida.	Simbolismo: assegurar que a comunicação reafirme valores de dignidade, cuidado e justiça.

Fonte: Elaborado a partir de Tronto (2020), Brugère (2011) e Heiderich (2020)



A comunicação é a busca da relação e do compartilhamento com o outro.

A comunicação parece tão natural que, a priori, não há nada a ser dito a seu respeito. E, no entanto, tanto o seu êxito, como o seu recomeço não são fáceis.

(Wolton, 2006)



Em tempos de **METAMORFOSE**

Comunicação passa a ser a **negociação**
entre sujeitos com lógicas e
interesses distintos

Incomunicação
Acomunicação

(Wolton, 2010)

2ª EDIÇÃO
CONGRESSO DE
COMUNICAÇÃO





- O gesto
- O tempo investido
- O olhar
- A atenção
- O contexto
- A atitude
- O texto e as entrelinhas (Emails/ mensagens de WhatsApp que evocam sentimentos)
- As coerências e as incoerências

Diálogo e cuidado

2ª EDIÇÃO
CONGRESSO DE
COMUNICAÇÃO



Comunicação preventiva é dialógica



Comunicar antes
da crise
é zelar pela paz.



Escutar mais do
que falar.



Explicar com humildade,
clareza e repetição se
preciso.



Quando a crise acontece

Não fugir do diálogo: presença serena é sinal de fé e responsabilidade.

Ser transparente com os envolvidos, sem buscar culpados apressadamente.

Ter alguém preparado para falar com mansidão e verdade.

Depois da crise

Avaliar com a comunidade o que foi vivido.

Reparar com gestos concretos de escuta, mudança e transparência.

Reforçar os vínculos e demonstrar o aprendizado.

Exemplo: Após conflito entre jovens, regras são revisadas e novas rodas de diálogo são criadas.

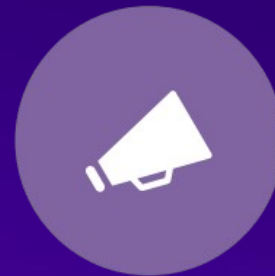
Comunicação preventiva é dialógica



COMUNICAR É
CUIDAR. É
EVANGELIZAR.



FAZ PARTE DA MISSÃO
CUIDAR COM PALAVRAS,
ATITUDES E PRESENÇA
AMOROSA. EM TODA CRISE,
DEUS TAMBÉM SE
COMUNICA CONOSCO.



O CUIDADO QUE NÃO SE
COMUNICA, NÃO
TRANSFORMA. E A PALAVRA
QUE NÃO NASCE DO
CUIDADO, NÃO TOCA O
CORAÇÃO.



A revolução do Cuidado no mundo em conflito

O cuidado não é apenas uma prática ou uma disposição moral; é, também, um marco conceitual através do qual podemos interpretar e transformar nossa relação com o mundo. O cuidado envolve atividades realizadas para manter, continuar e reparar o “mundo” que habitamos e que inclui nossos corpos, nós mesmo e nosso ambiente. Trata-se de uma prática situada e relacional, que pressupõe dependência e interdependência entre os indivíduos.

(Tronto, 2008)

Obrigado!

Prof. Dra. Rosângela Florczak

rosangela.florczak@pucrs.br

[linkedin.com/in/roflorczak](https://www.linkedin.com/in/roflorczak)

(51) 99779-1158