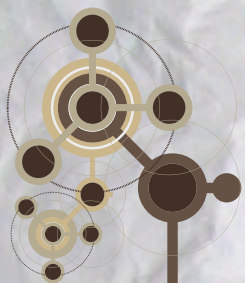


RESEARCH





Patrícia Brito Teixeira

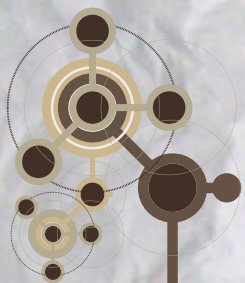
Caiu na rede. E agora? Gestão e gerenciamento de crise nas redes sociais

São Paulo
Editora Évora, 2013
E-book - 168 páginas

Resenhado por

Anaíle Terumi Moura

- Mestranda do Programa de Pós-Graduação em Ciências da Comunicação, da Escola de Comunicações e Artes da Universidade de São Paulo (ECA-USP)
- Graduada em Comunicação – Relações Públicas pela ECA-USP
- Tem experiência na área de comunicação, com ênfase em comunicação pública
- E-mail: anaile.moura@usp.br



Lidando com crises na era das redes sociais digitais

Dealing with crises in the era of digital social networks

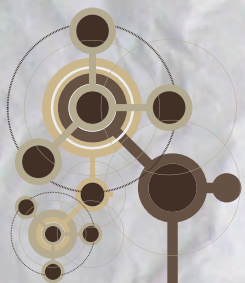
Lidiando con crisis en la era de las redes sociales digitales

A internet, com seu gigantesco *database*, constitui a memória da atual sociedade. Nela, quase tudo pode ser encontrado a qualquer momento, por meio de uma simples busca no Google. Ela possibilita, ainda, a criação de redes sociais que, por sua vez, permitem uma maior interação social, aproximando pessoas e organizações, viabilizando a construção de relacionamentos férteis e duradouros. Contudo, apesar dos inúmeros benefícios que traz, tanto para pessoas quanto para instituições, ela encerra também inúmeras desvantagens, que no caso das organizações, podem colocá-las em enorme risco. Hoje, uma crise nas redes sociais digitais envolvendo uma organização pode se dar antes mesmo que ela tome conhecimento dela.

Com as organizações cada vez mais expostas à opinião pública, surgem algumas perguntas. Como se prevenir dos riscos? O que fazer quando uma crise explode no ambiente *on-line*? Torna-se então fundamental um plano de gestão e gerenciamento de crises que cumpra um papel estratégico nas organizações.

Criado a partir desse contexto, o livro *Caiu na rede. E agora?*, de Patrícia Brito Teixeira, não é uma obra acadêmica, mas um amplo guia sobre um tema ainda pouco explorado: a crise nas redes sociais digitais. O livro apresenta, primeiramente, conceitos relacionados, para depois analisar alguns casos e a partir daí mostrar como se dá a criação de um plano de gestão e gerenciamento de crises no ambiente digital eficiente e sua aplicação. Um de seus principais méritos é sua didaticidade, que vai desde a divisão dos capítulos até sua parte mais teórica, que, embora não seja muito aprofundada, é capaz de esclarecer possíveis dúvidas de seus leitores.

Assim, a autora inicia o livro com dois capítulos de natureza elucidativa, nos quais se empenha em conceituar termos que serão indispensáveis para o bom entendimento do restante do livro, como opinião pública, redes sociais, mídias sociais e crise, além de fazer considerações a respeito deles. Há também o cuidado de prestar alguns esclarecimentos, como, por exemplo, sobre a diferença entre gestão e gerenciamento de crises.



O terceiro capítulo aborda conceitos recorrentes no campo da comunicação. Identidade, imagem e reputação são aliados da organização na hora de evitar e enfrentar crises. Sua leitura aqui, no entanto, volta-se para o ambiente digital.

O quarto capítulo é destinado a um ousado estudo de casos, ocorridos sobretudo no ano 2011. Patrícia mostra coragem ao analisar casos de crises – muitas vezes recentes – nos quais a imagem das organizações foi bastante abalada, correndo o risco de desagradá-las. Embora tenha lidado com lembranças dolorosas para as organizações ao longo desse capítulo, a autora mostra bastante tato ao enfatizar que sua intenção não foi expor erros, mas contribuir para um aprendizado conjunto.

Os dois últimos capítulos configuram um poderoso roteiro anticrises para aqueles interessados em evitar uma crise *on-line*, ou seja, todas as organizações públicas e privadas, bem como aqueles já imersos em uma. Nesse espaço, a autora apresenta detalhadamente sua pesquisa, que teve origem em um cruzamento de conceitos de gestão e gerenciamento de crise com as teorias de comunicação digital. Assim, tendo como base sua pesquisa, propõe um processo de gestão de crise, dividido em três etapas. A primeira, *issue management*, corresponde a um processo de mapeamento das condições da organização, prevenção e planejamento. De modo bastante didático, ela avança para a fase subsequente, o gerenciamento de crises, oferecendo um passo-a-passo sobre como agir durante uma crise, além de dar dicas valiosas para os gestores. Por fim, aborda um tema muitas vezes negligenciado, seja pelo mundo corporativo ou pelo acadêmico: o pós-crise. Essa importante parte do processo de gestão e gerenciamento de crises constitui-se em uma reflexão crítica sobre todo o processo, desde o início até seu suposto momento derradeiro. Nesse momento, a autora alerta os gestores de comunicação para que tomem muito cuidado, pois estabelecer o fim de uma crise pode ser mais difícil do que parece. A instabilidade que a internet proporciona pode pregar algumas peças em função dos sistemas de busca, como o Google, que registra permanentemente os fatos.

Diferentemente do que o título pode sugerir numa passada rápida de olhos, essa obra contempla processos que precedem a crise nas redes sociais digitais. Minimizar e prevenir riscos através de um bom planejamento, antecipando-se à crise, é a chave para o sucesso. No entanto, a autora não deixa seu leitor na mão e apresenta um roteiro de gerenciamento de crises bastante robusto. A lição que fica é: mais determinante do que a crise para a imagem de uma organização é a maneira como a organização lida com ela, admitindo seus erros e lidando com os problemas.