
GLOSSÁRIO DE CRISE

UMA PERSPECTIVA
COMUNICACIONAL

UNIVERSIDADE FEDERAL DE SANTA MARIA

Reitor: Luciano Schuch
Vice-reitora: Martha Bohrer Adaime
Diretora do Centro de Ciências Sociais e Humanas: Sheila Kocourek
Chefe do Departamento de Ciências da Comunicação: Cristina Marques Gomes

FACOS-UFSM

Coordenação Editorial: Ada Cristina Machado Silveira
Editora Executiva: Sandra Depexe

Comissão Editorial

Profa. Dra. Ada Cristina Machado Silveira (UFSM)	Profa. Dra. Monica Marona (UDELAR)
Prof. Dr. Eduardo Andrés Vizer (UBA)	Prof. Dr. Paulo Cesar Castro (UFRJ)
Prof. Dr. Flavi Ferreira Lisboa Filho (UFSM)	Profa. Dra. Sonia Rosa Tedeschi (UEL)
Profa. Dra. Gisela Cramer (UNAL)	Profa. Dra. Suzana Bleil de Souza (UFRGS)
Prof. Dr. Jairo Getulio Ferreira (UFSM)	Prof. Dr. Valdir José Morigi (UFRGS)
Profa. Dra. Maria Ivete Trevisan Fossá (UFSM)	Profa. Dra. Valentina Ayrolo (UNMDP)
Profa. Dra. Marina Poggi (UNQ)	Profa. Dra. Veneza Mayora Ronsini (UFRGS)

Créditos da obra

Título: Glossário de Crise: uma perspectiva comunicacional	Revisão: Carolina Frazon Terra, Daiane Scheid, Patrícia Milano Pérsigo, Andréia Silveira Athaydes, Jean Felipe Rossato.
Capa, diagramação e projeto gráfico: Jones Machado	Imagem capa: Kevin Brine

G563

Glossário de crise [recurso eletrônico] : uma perspectiva comunicacional / organizadores: Jones Machado ... [et al.]. – Santa Maria, RS : FACOS-UFSM, 2025.

1 e-book : il.

ISBN 978-65-5773-103-1

1. Comunicação 2. Crise 3. Glossário 4. Risco 5. Gestão de crise I. Machado, Jones

CDU 316.77(038)

659.3(038)

Ficha catalográfica elaborada por Lizandra Veleda Arabidian - CRB-10/1492
Biblioteca Central - UFSM



Esta obra está licenciada com uma licença Creative Commons Atribuição - Não Comercial - Sem Derivações 4.0 Internacional
Os termos desta licença estão disponíveis em:
<http://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/4.0/>

O conteúdo dos artigos é de inteira responsabilidade de seus autores, não representando completa ou parcialmente a opinião da editora ou dos organizadores deste livro.

POLÍTICA DE CONDUCTA

Documento que reúne normas e diretrizes de conduta para públicos de interesse da organização, tais como funcionários, fornecedores, parceiros etc. A ideia de uma política de conduta é ajudar a nortear as ações de comunicação e visibilidade tanto da organização quando se expressa, quanto do ponto de vista dos indivíduos, quando postam em seus perfis de mídias sociais ou blogs, aplicativos, sites de opinião, entre outros. O caráter é mais de orientação e educação do que punitivo, embora possa trazer, em seu bojo, as sanções e penalidades a que todos estão sujeitos ao descumprir alguma norma de conduta. Em tempos de mídias digitais, contar com uma política de conduta pode ajudar a dirimir ou mitigar riscos e crises organizacionais.

Por **Carolina Frazon Terra**

Doutora em Ciências da Comunicação

Professora na USP