



CARTILHA

COMUNICAÇÃO PARA O TURISMO: como preservar reputação em situações de crise?

GRAMADO



Prefeitura de
GRAMADO

SECRETARIA
DE TURISMO



FICHA TÉCNICA

Nestor Tissot

Prefeito Municipal de Gramado

Luia Barbacovi

Vice-Prefeito Municipal de Gramado

Ricardo Bertolucci

Secretário de Turismo de Gramado

Elaboração

Franciele Berti

Sabrina Santos

Colaboração

ANK Reputation

Diagramação

Gabriel Garcia



APRESENTAÇÃO

As crises podem ter diferentes origens, incluindo eventos climáticos, questões de saúde, incidentes operacionais, problemas de infraestrutura, situações de segurança ou outros acontecimentos, e a forma como nos comunicamos com a comunidade e os visitantes pode fazer toda a diferença.

A reputação de uma empresa e de um destino turístico é construída ao longo de anos, mas pode ser impactada em poucos dias por informações desencontradas, respostas inadequadas ou pela falta de comunicação.

Em momentos de crise, a percepção dos visitantes é influenciada não apenas pelos fatos, mas também pela forma como as informações são transmitidas. Uma comunicação responsável e baseada em fontes confiáveis contribui para reduzir incertezas, fortalecer a confiança e preservar a credibilidade das empresas, das instituições e do turismo de Gramado como um todo. Por isso, cada empresa, profissional e entidade do setor tem um papel fundamental na construção de uma resposta coordenada e alinhada.

Este guia reúne orientações práticas para apoiar o trade turístico na comunicação durante situações de crise. Seu objetivo é auxiliar empresas e profissionais a atuar com responsabilidade, transparência e coerência, contribuindo para a confiança dos visitantes, para a reputação dos negócios turísticos e para o fortalecimento da imagem de Gramado.

1

ANTES DA CRISE: *preparação estratégica e prevenção*

1

Antecipe cenários e possíveis respostas

Avalie previamente como sua empresa poderá manter operações essenciais, atender clientes e comunicar mudanças caso enfrente uma situação de crise.

2

Canais de comunicação

Estabeleça os meios para sua equipe se comunicar entre si e com os clientes, garantindo que as informações fluam de forma organizada.

3

Contatos-chave

Mantenha uma lista atualizada com telefones úteis, incluindo os da Secretaria de Turismo de Gramado e da entidade que representa o segmento da sua empresa. Em situações que impactem Gramado como um todo, a Setur Gramado será o principal elo de comunicação com a Defesa Civil e/ou outros órgãos e instituições responsáveis pela gestão da ocorrência, e reportará às entidades e ao trade sempre que houver novidades, notícias e atualizações.

4

Simulados de comunicação

Realize exercícios práticos para que todos os colaboradores saibam como comunicar-se de forma calma, clara e empática com os clientes, transmitindo segurança e orientações precisas.

5

Porta-voz preparado

Escolha quem falará em nome da empresa em caso de crise e garanta que esta pessoa se comunique com clareza, empatia e responsabilidade. Oriente sua equipe a não dar entrevistas a veículos de imprensa ou gravar declarações para redes sociais, direcionando formalmente qualquer solicitação ao time de marketing e comunicação do seu negócio.

6

Incentive o uso de canais oficiais

Incentive seus clientes a acompanhar os perfis oficiais da sua empresa e de Gramado para receber informações atualizadas e confiáveis.

7

Flexibilidade

Considere a implementação de políticas de tarifas flexíveis e condições de cancelamento/reagendamento especiais em períodos de incerteza. Isso demonstra empatia e compromisso com o cliente, protegendo sua reputação a longo prazo.

2

DURANTE A CRISE: ações imediatas e comunicação estratégica

Segurança e bem-estar

Em qualquer cenário de crise, a vida e a integridade física são inegociáveis. Garanta a segurança imediata de clientes e colaboradores. Mantenha a calma e transmita tranquilidade, pois sua postura influencia diretamente a percepção de segurança do destino.

Cuidado com golpes

Desconfie de links suspeitos e campanhas de arrecadação não oficiais. Sempre verifique antes de agir.

Fonte oficial

Consulte os canais da Secretaria de Turismo de Gramado (grupos de WhatsApp do trade e site oficial) para obter informações verificadas e comunicados oficiais. A informação correta é a sua melhor aliada para preservar a reputação. Em situações que impactem a atividade turística como um todo, a Secretaria de Turismo manterá contato com os órgãos e instituições responsáveis pela gestão da ocorrência, compartilhando informações atualizadas e orientações oficiais relevantes para o trade.

**Na dúvida,
não compartilhe!**

Mensagens sem autoria, com erros ou apelo emocional excessivo são sinais de desinformação. Na dúvida, não compartilhe.

Comunicação com o cliente

1

Comunique para informar, não para promover

Em situações de crise, o foco deve estar nas pessoas, nas orientações e nas informações relevantes. Evite mensagens que possam ser interpretadas como autopromoção ou oportunismo.

2

Conteúdos

Revise canais oficiais e reflita se eles estão adequados ao momento. Revise também cronograma e tom dos conteúdos previstos, pause anúncios que estavam planejados caso não sejam adequados. No momento de uma crise (como uma barreira que caiu ou uma forte chuva), postar um vídeo de turistas sorrindo no Lago Negro enquanto a cidade enfrenta problemas pode gerar uma percepção de falta de empatia.

3

Transparência e empatia

Informe a situação de forma clara, objetiva e empática. Reconheça a preocupação e ofereça suporte, mostrando que você está no controle da situação dentro do seu estabelecimento.

4

Orientações claras

Forneça instruções precisas sobre o que fazer, onde ir, o que evitar e quais serviços estão disponíveis ou alterados. Utilize uma linguagem simples e direta, inclusive em espanhol e inglês.

5

Orientações para a equipe

Oriente seus colaboradores a serem agentes de informação correta e verdadeira, evitando a propagação de *fake news* em grupos de WhatsApp e redes sociais, comentários em posts duvidosos, etc. Manter a unicidade da informação fará a diferença na percepção de um destino que está agindo pela segurança de todos.

6

Atualizações constantes

Mantenha os canais de comunicação abertos e forneça atualizações regulares, mesmo que seja para dizer que a situação permanece sob monitoramento.

Gestão de cancelamentos e reagendamentos

Flexibilidade e transparência

Oriente bem sua equipe e comunique as políticas de tarifas flexíveis e condições especiais de cancelamento/reagendamento de forma clara e transparente, informando os clientes sobre remarcações, vouchers ou reembolsos.

Apoio a turistas afetados

Demonstre a hospitalidade gramadense mesmo na adversidade:

Suporte logístico e informacional

Ofereça apoio a turistas impossibilitados de deslocamento. Isso pode incluir auxílio na busca por novas acomodações, informações sobre rotas alternativas ou contato com familiares.

Contato com SETUR

Informe a Secretaria de Turismo sobre casos que necessitem de apoio mais amplo ou coordenação com outros órgãos.

Nas primeiras horas da crise

1. Garanta a segurança física da equipe e clientes.
2. Pause imediatamente todas as publicações agendadas e anúncios de tráfego pago em redes sociais até avaliação do cenário.
3. Acesse o canal oficial da Secretaria de Turismo de Gramado para alinhamento de narrativa e informações oficiais.
4. Informe com clareza e transparência as informações oficiais.

Comunicação digital e redes sociais

Em momentos de crise:

- ✓ *Revise conteúdos programados.*
- ✓ *Avalie se campanhas promocionais continuam adequadas.*
- ✓ *Priorize informações úteis e orientações ao público.*
- ✓ *Monitore comentários e mensagens.*
- ✓ *Responda dúvidas de forma cordial e objetiva.*
- ✓ *Corrija informações equivocadas com fatos e fontes oficiais.*

Evite

- ✗ Entrar em discussões públicas.
- ✗ Ironizar críticas.
- ✗ Apagar comentários legítimos.
- ✗ Responder de forma emocional.
- ✗ Compartilhar conteúdos não verificados ou alarmistas.

3

PÓS-CRISE: *recuperação da reputação e retomada*

Planeje a retomada

Antecipe possíveis cenários e defina estratégias para reduzir impactos e restabelecer a confiança de clientes, colaboradores e parceiros.

Avalie os aprendizados

Após a crise, identifique pontos fortes, oportunidades de melhoria e ajustes necessários para fortalecer a preparação da sua empresa.

Comunique a retomada com transparência

Informe as condições reais de funcionamento dos seus serviços, evitando criar expectativas que não possam ser atendidas. Se o destino está operando com restrições de acessos rodoviários, por exemplo, a comunicação deve ser transparente, informando o bloqueio e recomendando como chegar.

Reconstrua a confiança

Compartilhe informações verificadas, demonstre os aprendizados obtidos e destaque as ações adotadas para prevenir situações semelhantes no futuro.

Mantenha o relacionamento com seus públicos

Continue disponível para esclarecer dúvidas e acolher preocupações de clientes, colaboradores e parceiros.

Comunicação de retomada

Priorize:

- ✓ *Informar o que voltou a funcionar.*
- ✓ *Compartilhar melhorias implementadas.*
- ✓ *Mostrar condições reais de atendimento.*
- ✓ *Valorizar depoimentos e experiências reais.*
- ✓ *Reforçar a segurança e a preparação do destino.*

Evite

- ✗ Declarar que tudo voltou ao normal sem respaldo.
- ✗ Criar expectativas irreais.
- ✗ Ignorar impactos ainda existentes.

Em situações que impactem o destino como um todo:

Atue de forma colaborativa

Acompanhe as orientações da Secretaria de Turismo e participe das ações conjuntas de recuperação e promoção do destino.

Compartilhe informações oficiais

Ajude a disseminar mensagens alinhadas aos canais oficiais e contribua para a reconstrução da confiança dos visitantes.

Contribua com avaliações e levantamentos

Quando solicitado, participe de pesquisas e iniciativas que auxiliem no planejamento da recuperação do setor.

O QUE NÃO FAZER?

Evite comportamentos que possam ampliar os impactos da crise:

- X Compartilhar informações sem confirmação;
- X Repassar áudios, prints ou mensagens sem verificar a origem;
- X Criar especulações;
- X Divulgar opiniões como se fossem fatos;
- X Minimizar situações reais;
- X Responder de forma agressiva ou defensiva;
- X Ignorar dúvidas dos visitantes;
- X Utilizar uma situação de crise para fins promocionais.

Recursos úteis e contatos de emergência

SECRETARIA DE TURISMO

 turismo@gramado.rs.gov.br

 (54) 99639.4895

[Clique aqui e participe do grupo da Secretaria de Turismo + Trade no WhatsApp](#)

PREFEITURA DE GRAMADO

 [@prefeituradegramado](https://www.instagram.com/prefeituradegramado)

 (54) 3286.2500

[Clique aqui e participe do grupo GramadoZap](#)

GRAMADO



Prefeitura de
GRAMADO

SECRETARIA
DE TURISMO

ank
REPUTATION