

Comunicación en situaciones de crisis y relaciones con los medios de comunicación

Escrito por: Carin Andersson, vicepresidente de comunicaciones del grupo Securitas

La seguridad suele medir el éxito por el silencio de un sistema: el perímetro seguro o el incidente que se contuvo discretamente. En el mundo actual, tan acelerado e interconectado, el silencio ya no es una estrategia viable cuando surge un desafío. Las líneas entre la seguridad física, la ciberseguridad y la reputación corporativa se están difuminando, y la capacidad de gestionar una crisis mediante una comunicación clara y rápida es tan fundamental como el hardware que se instala para proteger las instalaciones. Ya sea un problema de cumplimiento normativo, una filtración de datos o cualquier otra situación, la forma en que nos comunicamos durante una crisis puede marcar toda la diferencia. El éxito técnico de la respuesta a un incidente (como neutralizar una filtración) es solo la mitad de la batalla. La otra mitad se gana o se pierde ante la opinión pública; ahí es donde entra en juego una sólida estrategia de comunicación de crisis.

¿Qué es la comunicación de crisis y quién la necesita?

La comunicación de crisis consiste en la recopilación estratégica de información pertinente durante un evento crítico con el objetivo final de proteger la reputación de una organización y garantizar la seguridad de sus partes interesadas, proporcionando información precisa, oportuna y empática. Es importante minimizar el daño y mantener la confianza.

Cualquier empresa está a solo una publicación viral de sufrir un daño potencial a la reputación de su marca. La magnitud y la complejidad varían según el tamaño de la empresa y los recursos necesarios para planificar y capear la crisis. Mientras que una pequeña empresa local puede desarrollar un plan básico para una filtración de datos o un percance de relaciones públicas (RP), las corporaciones más grandes contarán con equipos internos o agencias globales de relaciones públicas que se encarguen de sus asuntos.

¿Por qué es importante?

La confianza es la piedra angular de cualquier éxito como organización. Durante una crisis, las partes interesadas (incluidos los clientes, los empleados, los inversionistas y el público) esperan que la organización les brinde información clara, transparente, auténtica y oportuna. Una estrategia de comunicación de crisis bien elaborada garantiza que la organización pueda mantener la confianza al abordar las inquietudes de manera directa y honesta.

Evita el pánico, planifica los protocolos.

- **Obligación moral:** velar por la seguridad de los empleados y del público es un deber fundamental de cuidado; esto nunca ha sido tan relevante en el ámbito de la seguridad como lo es hoy en día.
- **Continuidad:** una comunicación clara y concisa permite que la empresa se recupere más rápidamente.
- **Información:** si no cuentas tu versión de los hechos, los medios de comunicación y el público se inventarán una con menos datos y menos compromiso para ofrecer un camino a seguir.

Protagonistas y herramientas clave

El desarrollo de una estrategia requiere planificación y coordinación entre departamentos. La magnitud de la empresa y la gravedad de la crisis determinarán quiénes serán las personas involucradas en la estrategia. Este documento debe actualizarse periódicamente y revisarse después del incidente para recabar comentarios y realizar modificaciones.

Desarrollo de estrategias

<p>Comunicaciones Consultores en comunicaciones internas o externas, relaciones públicas, riesgos y resiliencia</p>	<p>Desarrollar plantillas para situaciones de tirador activo, emergencias climáticas, filtraciones de datos, acciones involuntarias, conductas poco éticas, rumores falsos, etc. Identificar categorías o niveles de crisis y los protocolos a seguir Elaborar comunicados provisionales y de prensa, y coordinar los canales de difusión (medios de comunicación, X, comunicaciones internas) Gestionar el estilo y el tono (interno frente a externo) e identificar cuándo es mejor adoptar un enfoque más técnico frente a uno más emocional, o viceversa.</p>
<p>Seguridad y TI</p>	<p>Llenar los detalles en las plantillas: cuáles son las acciones, quién es el responsable, cómo se maneja la documentación. Flujo de hardware y software para activar la automatización: trabajar con el fabricante o el integrador de seguridad. Coordinación del GSOC, ejecución de la comunicación masiva y seguimiento.</p>
<p>Asesoría jurídica</p>	<p>Supervisión Política de divulgación Implicaciones normativas</p>
<p>Alta dirección</p>	<p>Revisión y aprobación final.</p>

Estrategia en acción

<p>Alta dirección</p>	<p>La voz de los comunicados al público</p>	<p>Pila tecnológica para la gestión de crisis</p>
<p>Asesoría legal</p>	<p>Verificación de responsabilidad</p>	<p>Gestión de incidentes críticos: paneles de control de entrada para agregar inteligencia sobre amenazas y datos de seguridad. Sistemas de notificación masiva: comunicaciones de salida; plataformas para enviar alertas.</p>

Recursos humanos	Comunicaciones internas dirigidas a los empleados	Redes de comunicación y centros de colaboración Canales seguros dedicados a la colaboración constante durante un evento.
Seguridad y TI	Presenta los hechos sobre lo que ocurrió	Las herramientas de escucha social Detectan la desinformación y monitorean la opinión pública.

Dar forma a la narrativa

En la era de las redes sociales y las noticias instantáneas, la desinformación puede propagarse rápidamente. Sin un enfoque proactivo, corremos el riesgo de perder el control de la narrativa, lo que puede generar confusión y causar daños adicionales. Una estrategia de comunicación de crisis permite a la empresa gestionar la situación de manera eficaz, proporcionando información precisa y contrarrestando las falsedades.

Reducir el daño a la reputación y el perjuicio financiero

Las repercusiones de una crisis mal manejada pueden ser graves y afectar tanto a la reputación como a las finanzas. Una comunicación eficaz puede mitigar estos efectos al tranquilizar a las partes interesadas, aclarar la situación y explicar las medidas tomadas para resolver el problema. Este enfoque ayuda a proteger nuestra reputación y evita daños financieros a largo plazo.

La coherencia es fundamental durante una crisis. Los mensajes contradictorios pueden generar confusión y socavar la confianza. Una estrategia de comunicación de crisis garantiza que todas las comunicaciones estén en consonancia con nuestros valores y objetivos, lo que permite ofrecer una respuesta unificada y coherente en todos los canales.

Preparación y respuesta rápida

La preparación es esencial para afrontar las crisis sin contratiempos. Un plan de comunicación de crisis dota a la empresa de las herramientas y los protocolos necesarios para responder con rapidez y eficacia. Esta preparación puede reducir significativamente el impacto de la crisis, lo que permite centrarse en la resolución en lugar de en la reacción.

Contar con una estrategia y un plan claros de comunicación de crisis permite a las empresas afrontar las crisis con mayor facilidad y proteger su reputación. En tiempos de incertidumbre, la comunicación eficaz no es solo una necesidad, sino un salvavidas.