

A PARTICIPAÇÃO DA IMPRENSA NA GESTÃO DE RISCO DE DESASTRES

Fillipi Thiago Pamplona¹
Aldo Baptista Neto²

RESUMO

Este artigo científico promove uma pesquisa bibliográfica acerca das motivações que influenciam os veículos de comunicação a enfatizarem a cobertura jornalística de desastres na fase de resposta do Ciclo de Gestão de Defesa Civil em detrimento das demais quatro etapas do processo. O estudo também discute maneiras de transformar a gestão de risco de desastres em uma pauta interessante para a mídia. As publicações consultadas guiaram o trabalho no sentido de contextualizar o processo de comunicação, trazer informações sobre as responsabilidades e o papel social da imprensa, abordar a mercantilização da notícia, expor a atual participação da imprensa em ocorrências de desastres, enfatizar a importância da gestão de risco de desastres e ressaltar aspectos que fundamentam a pertinência de se profissionalizar a assessoria de imprensa na Defesa Civil. Na conclusão, relaciona o processo de seleção de notícias ao principal objetivo das empresas de comunicação – a lucratividade –, evidencia o esforço que a Defesa Civil deve fazer para estimular a criação de uma cultura voltada para a redução dos riscos de desastres e exemplifica a importância de estreitar os laços do órgão com a imprensa a fim de tornar suas pautas mais interessantes.

Palavras-chave: Jornalismo. Imprensa. Desastre. Defesa Civil. Gestão de Risco de Desastres.

1 INTRODUÇÃO

A história de Santa Catarina é repleta de exemplos de luta e superação. Ao longo dos anos, o estado tem sido afetado por eventos naturais adversos em todas as suas regiões. Os registros de inundações – desastre mais comum no território catarinense – em Blumenau remontam há mais de 150 anos. Desde 1852, o município foi atingido 77 vezes pelo fenômeno (FRANK; PINHEIRO, 2003 apud REFOSCO, 2013). Mas não é apenas a elevação do nível das águas fluviais que aflige os cidadãos catarinenses: secas, estiagens, granizos, movimentos de massa e até tornados são registrados frequentemente no território estadual.

Em razão da magnitude desses eventos, a imprensa catarinense sempre se faz presente na cobertura dos desastres ocorridos no estado. Muitos certamente se lembram com clareza das imagens da inundação de 1983 em Blumenau, em especial daquela emblemática casa de madeira caindo sobre a água. Também em Blumenau, do morro que deslizou e destruiu uma residência em 2008, enquanto vizinhos gritavam desesperados em seus apartamentos.

Esses fragmentos de memória visual evidenciam a forma como a imprensa tem noticiado os desastres ao longo da história: cobertura televisiva intensa na fase de resposta e pouca ou quase nenhuma atenção às demais etapas do Ciclo de Gestão de Defesa Civil – recuperação, prevenção, mitigação e preparação. Os objetivos deste artigo são apresentar os motivos que levam os veículos a priorizarem a produção jornalística durante a fase de

¹ Autor do artigo. Cadete do Centro de Ensino Bombeiro Militar do Corpo de Bombeiros Militar de Santa Catarina. Bacharel em Comunicação Social com Habilitação em Jornalismo pela Universidade do Vale do Itajaí (2008). Especialista em Marketing pela Fundação Getúlio Vargas (2012). Especialista em Gestão de Riscos e Eventos Críticos pelo Centro de Ensino Bombeiro Militar (2015).

² Coautor do artigo. Tenente-Coronel comandante do Centro de Ensino Bombeiro Militar do Corpo de Bombeiros Militar de Santa Catarina. Bacharel em Gestão da Segurança Pública pelo Centro de Ensino da Polícia Militar de Santa Catarina (1992). Pós-Graduado em Psicopedagogia pelo Centro Universitário Leonardo da Vinci (2004).

resposta aos desastres e discutir formas de tornar a gestão de risco de desastres uma pauta atrativa para as redações.

O trabalho está apresentado em forma de artigo científico, que utiliza como método a pesquisa bibliográfica. Segundo Marconi e Lakatos (2010, p. 166), essa metodologia tem como finalidade “colocar o pesquisador em contato direto com tudo o que foi escrito, dito ou filmado sobre determinado assunto”. A pesquisa bibliográfica permitiu ao autor cobrir uma ampla gama de publicações, como livros, monografias, artigos científicos e artigos jornalísticos que tratam sobre as atividades de imprensa e de Defesa Civil. Gil (2007, p. 45) a ressalta que “essa vantagem torna-se particularmente importante quando o problema de pesquisa requer dados muito dispersos pelo espaço”, como é o caso dos textos localizados em sistemas online de busca.

O público-alvo deste estudo é composto por profissionais da imprensa e da segurança pública. Por isso, a apresentação traz propositadamente um excesso de aprofundamento em alguns conceitos básicos de jornalismo e de Defesa Civil, a fim de facilitar o entendimento de ambos acerca da área alheia. Afinal, o sucesso da gestão de risco de desastres depende de um trabalho conjunto entre esses profissionais.

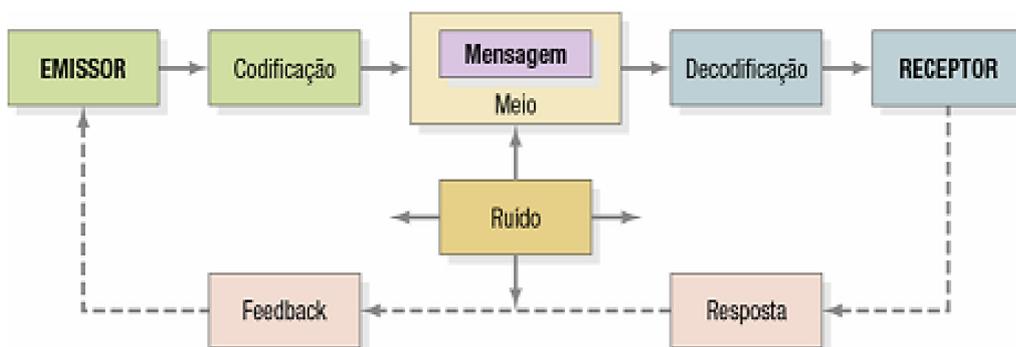
2 COMUNICAÇÃO RESPONSÁVEL: DEVER DA IMPRENSA

A informação está presente em todos os locais. As cores da natureza, os sons dos animais, os movimentos das máquinas, as pichações em muros, o silêncio da noite... enfim, tudo transmite informação. Sentir o vento sul no inverno, por exemplo, aponta que o tempo tende a esfriar, assim como um ruído mais elevado do *cooler* de um notebook pode indicar que o aquecimento interno da máquina está acima do normal.

Contudo, essas informações só poderão ser consideradas comunicação se o receptor da mensagem responder ao emissor sinalizando entendimento. Bratschi (2007) explica que “toda mensagem contém informação. Mas é comunicação somente quando, ao ser percebida, é corretamente compreendida, há retroalimentação. Assim, cada pessoa expressará essa compreensão em conduta, atitude, resposta e produtividade”.

A Figura 1 auxilia a entender esse conceito:

Figura 1 – Ciclo da Comunicação



Fonte: Bellotti (2012)

A informação, portanto, é uma mensagem que só pode ser considerada comunicada quando o emissor, após transmiti-la por intermédio de um meio – como a fala, por exemplo –, fizer essa mensagem chegar ao receptor de maneira que ele possa compreendê-la (decodificá-la) e gerar um *feedback* ao emissor. Ou seja, se o ruído do *cooler* não for entendido pelo

proprietário do notebook como aquecimento anormal da máquina, ele será apenas uma informação, não comunicação, e o computador poderá sofrer danos.

2.1 O papel social da imprensa

O trabalho da imprensa compreende justamente comunicar fatos relevantes ao interesse humano, ou seja, levar informações claras e precisas que vão resultar num *feedback* do público à mensagem transmitida. Esse retorno não necessariamente será uma resposta do espectador diretamente ao órgão que emitiu a informação, mas gestos variados, como discutir o assunto entre colegas de trabalho, se posicionar contra ou a favor da situação noticiada ou simplesmente ignorar a informação.

Em virtude dessa capacidade de influir diretamente no comportamento dos receptores, o processo de comunicação jornalístico possui uma série de responsabilidades. Kovach e Rosentiel (2004 apud SANTOS, 2012) listam nove elementos básicos para a produção de conteúdo jornalístico de qualidade:

1. A primeira obrigação do jornalismo é com a verdade.
2. Sua primeira lealdade é com os cidadãos.
3. Sua essência é a disciplina da verificação.
4. Seus praticantes devem manter independência daqueles a quem cobrem.
5. O jornalismo deve ser um monitor independente do poder.
6. O jornalismo deve abrir espaço para a crítica e o compromisso público.
7. O jornalismo deve empenhar-se em apresentar o que é significativo de forma interessante e relevante.
8. O jornalismo deve apresentar as notícias de forma compreensível e proporcional.
9. Os jornalistas devem trabalhar de acordo com sua consciência.

A fim de contribuir com a qualidade da informação produzida no Brasil, a Federação Nacional dos Jornalistas (2007) desenvolveu o Código de Ética dos Jornalistas Brasileiros. São 17 artigos que versam sobre o direito à informação, a conduta e a responsabilidade profissional do jornalista. O documento não detém força de lei, mas serve para nortear as ações das redações dos veículos de imprensa. Logo no primeiro artigo, o texto aponta que “o acesso à informação pública é um direito inerente à condição de vida em sociedade, que não pode ser impedido por nenhum tipo de interesse”. Mais à frente, o documento cita que “o exercício da profissão de jornalista é uma atividade de natureza social e de finalidade pública”. Ou seja, o interesse do público deve ser a principal preocupação da imprensa.

Tanto Kovach e Rosentiel quanto a Federação Nacional dos Jornalistas têm como objetivo discutir o papel social do jornalismo, apontar as responsabilidades inerentes ao exercício jornalístico. As instituições de imprensa, de acordo com Mesquita (2006 apud BRUN, 2011), constituem “parte integrante dos sistemas de pesos e contrapesos característicos dos sistemas democráticos”, ou seja, seriam vigilantes da máquina pública, cães de guarda da sociedade.

2.2 Notícia como produto

Pereira (2004), entretanto, observa que essa concepção romântica do jornalismo tem perdido espaço para um serviço que vê o cidadão não como um ente a ser protegido, mas como consumidor: o jornalismo de mercado.

Nas últimas décadas, a pressão por lucros maiores forçou os conglomerados de mídia a profissionalizarem os departamentos de jornalismo. As empresas, então, passaram a cobrar desempenhos melhores e o cumprimento de metas mais rígidas, o que revolucionou o

processo de produção. “A submissão da imprensa à lógica empresarial alterou a pauta jornalística. As notícias sobre economia e política dão lugar à cobertura de assuntos mais vendáveis [...] e com alto conteúdo emocional” (PEREIRA, 2004).

O fator competitividade obrigou os veículos a lutarem por índices maiores de audiência. Afinal, o alcance de massa é um dos grandes diferenciais para a venda de espaços comerciais – principal fonte de receita das empresas de comunicação. Em razão desse contexto, influenciadas pelos departamentos de marketing, as redações passaram a priorizar aspectos como o extraordinário, o factual e o sensacional no conteúdo transmitido. O enfoque sensacionalista atua diretamente na fixação da atenção do público, pois apela para perspectivas exageradas e emocionantes (LUGÃO, 2010).

A informação se tornou de verdade e antes de tudo uma mercadoria. Não possui valor específico ligado, por exemplo, à verdade ou à eficácia cívica. Enquanto mercadoria, ela está em grande parte sujeita às leis de mercado: da oferta e da demanda em vez de estar sujeita a outras regras, cívicas e éticas, de modo especial, que deveriam, estas sim, ser as suas (RAMONET, 2001, p. 60 apud PEREIRA, 2004).

Desde o horário até a linguagem dos produtos jornalísticos passam por uma avaliação mercadológica que envolve técnicas como a segmentação de mercado e a análise do composto de marketing. O conteúdo de um jornal, por exemplo, é definido de acordo com os desejos do público-alvo a fim de criar necessidade de consumo e fidelizar o consumidor. Torres (2013) constata que “isso nada mais é do que entregar um valor diferenciado ao seu público”.

O que singulariza a grande corporação da mídia é que ela realiza limpidamente a metamorfose da mercadoria em ideologia, do mercado em democracia, do consumismo em cidadania. Realiza limpidamente as principais implicações da indústria cultural, combinando a produção e a reprodução cultural com a produção e reprodução de capital; e operando decisivamente na formação de mentes e corações, em escala global (IANNI, 2003, p.152, apud COAN, 2011, p.23).

3 PARTICIPAÇÃO ATUAL DA IMPRENSA EM DESASTRES

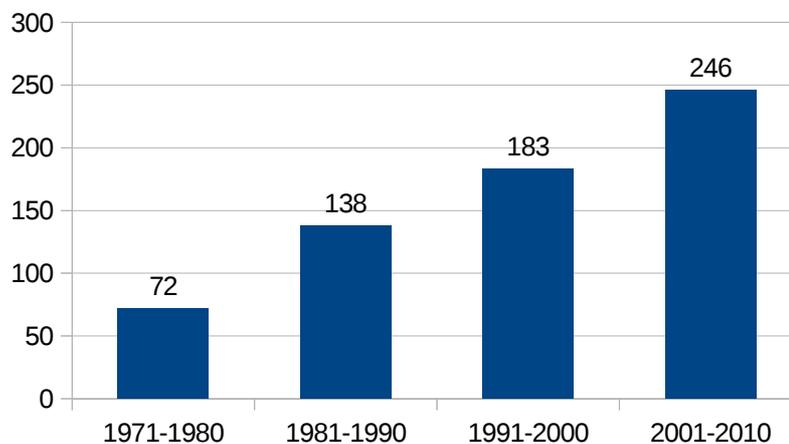
Antes de iniciar a análise da forma como a imprensa tem atuado na cobertura de desastres, é fundamental conhecer o atual conceito do termo “desastre”, definido pela Estratégia Internacional para Redução de Desastres da Organização das Nações Unidas (EIRD/ONU) como:

Uma séria interrupção do funcionamento de uma comunidade ou sociedade que causa perdas humanas e/ou importantes perdas materiais, econômicas ou ambientais; que excedem a capacidade da comunidade ou sociedade afetada de lidar com a situação utilizando seus próprios recursos. [...] Desastres são frequentemente descritos como o resultado da combinação da exposição a condições de ameaças, vulnerabilidade e capacidade ou insuficiência para reduzir ou lidar com possíveis consequências negativas. Os impactos dos desastres podem incluir mortes, ferimentos, doenças e outros efeitos negativos sobre o bem-estar físico, mental e social humano, juntamente com danos à propriedade, destruição, perda de serviços, ruptura social e econômica e degradação ambiental (UNITED NATIONS INTERNATIONAL STRATEGY FOR DISASTER REDUCTION, 2009).

Nas últimas décadas, o número de desastres vem aumentando consideravelmente em nosso planeta. A figura abaixo demonstra o incremento específico na quantidade de desastres

ocorridos na América do Sul, conforme dados do Atlas da Mortalidade e Perdas Econômicas pelo Tempo, Clima e Extremos Hídricos de 1970 a 2012:

Gráfico 1 – Desastres documentados na América do Sul por década (1971-2010)



Fonte: World Meteorological Organization; Centre for Research on the Epidemiology of Disasters (2014, p. 21)³

Por serem fenômenos extraordinários, que geralmente provocam perdas humanas e causam danos severos à economia, os desastres recebem cobertura intensa dos veículos de comunicação. Essas ocorrências contemplam diversos critérios de noticiabilidade – preceitos que são levados em conta na escolha de quais acontecimentos devem ser transformados em notícia. Traquina (2005 apud ROSSIGNOLLI et al, 2013) elenca os seguintes critérios de noticiabilidade:

Morte – “onde há morte, há jornalistas”;

Notoriedade – importância pública do envolvido;

Proximidade – distância entre o fato e o receptor. Não apenas geográfica, mas também social;

Relevância – impacto que o acontecimento terá sobre a vida das pessoas;

Tempo – novidade, factualidade, relevância histórica ou repercussão do fato;

Notabilidade – capacidade que a notícia tem de ser visualizada;

Conflito – controvérsia, violência;

Infração – cometimento de um crime.

E é durante e logo após o desastre que esses critérios se convergem e atraem a atenção da mídia. Nesse momento, se contabilizam as perdas humanas, econômicas e ambientais, se avalia a relevância do fato para a região atingida e se divulgam imagens que impactam o espectador. No Ciclo de Gestão de Defesa Civil, esse período está inserido na fase de resposta, que é notabilizada por “medidas de socorro, assistência às populações vitimadas e reabilitação do cenário do desastre” (SANTA CATARINA, [2013?], p. 53).

³O atlas utiliza a base de dados do Emergency Events Database (EM-DAT), compilada pelo Centre for Research on the Epidemiology of Disasters (CRED) desde 1988. O EM-DAT contém informações de diversas fontes de dados, como agências das Nações Unidas, organizações não-governamentais, seguradoras, institutos de pesquisa e imprensa. É importante ressaltar que o CRED utiliza uma metodologia própria para busca, coleta e interpretação dos dados, ou seja, algumas catástrofes de menor impacto ou repercussão podem não ter sido catalogadas pelo centro de pesquisa em razão do seu padrão de catalogação. Ainda assim, o autor encontrou poucas bases de dados acerca de desastres e escolheu essa para a representação em gráfico porque ela aparenta ser a mais confiável dentre as encontradas.

Figura 2 – Ciclo de Gestão de Defesa Civil



Fonte: Santa Catarina (2013)

Como pode ser visto na Figura 3, o ciclo possui outras quatro etapas: recuperação, prevenção, mitigação e preparação. A recuperação envolve “medidas que restabelecem a plenitude da normalidade da comunidade, e que fundamentam a própria prevenção pela redução de vulnerabilidades” (SANTA CATARINA, [2013?], p. 53). Nesse estágio, ainda é possível perceber a atuação da imprensa, principalmente quando entende-se existir atrasos do poder público na entrega de obras, fator causador de comoção popular.

Já a prevenção, a mitigação e a preparação recebem pouca ou nenhuma atenção da mídia por não se enquadrarem nos critérios de noticiabilidade. As três trabalham apenas com o fator possibilidade, sem a certeza de que algo vai acontecer. A prevenção abrange “ações destinadas a reduzir a ocorrência e a intensidade de desastres [...], através da avaliação e redução das ameaças e/ou vulnerabilidades, minimizando os prejuízos socioeconômicos e os danos humanos, materiais e ambientais” (SANTA CATARINA, [2013?], p. 53). As ações de prevenção são não-estruturais, envolvem mudança cultural, como a realização de campanhas para a mudança de hábitos que tornam os desastres sejam mais intensos.

A mitigação “é a diminuição ou a limitação dos impactos adversos das ameaças e dos desastres afins” (SANTA CATARINA, [2013?], p. 53). São, geralmente, ações estruturais, como, por exemplo, a limpeza e açoramento de ribeirões para evitar que a água extravase a calha e atinja residências. A preparação, por sua vez, envolve medidas que objetivam “minimizar os efeitos dos desastres, através da difusão de conhecimentos científicos e tecnológicos e da formação e capacitação de recursos humanos”. Vale citar a capacitação de agências de resposta e o treinamento de comunidades para o enfrentamento de desastres.

4 GESTÃO DE RISCO DE DESASTES: CULTURA EM DESENVOLVIMENTO

Desde que a Organização das Nações Unidas (ONU) (2005) desenvolveu de maneira colaborativa o Marco de Ação de Hyogo, a maneira como os países encaram os desastres começou a mudar. O foco passou a ser a redução do risco de desastres, não apenas a resposta aos fenômenos. O marco possui cinco prioridades que visam a pautar a tomada de decisões dos governantes: 1) fazer com que a redução dos riscos de desastres seja uma prioridade; 2) conhecer o risco e tomar medidas; 3) desenvolver uma maior compreensão e conscientização; 4) reduzir o risco; 5) estar preparado e pronto para atuar.

Para alcançar os objetivos estabelecidos pela ONU, a gestão de risco de desastres atua em duas frentes: diminuir a probabilidade e a intensidade da ameaça e reduzir as

vulnerabilidades e fortalecer a capacidade de enfrentamento dos riscos (SANTA CATARINA, [2013?], p. 53). A ideia é tornar os municípios mais resilientes⁴ criando uma cultura mundial voltada para a redução dos riscos de desastres. E a imprensa é parte fundamental nessa transformação social.

Todo o trabalho de comunicação que antecede à ocorrência de um desastre é considerado estratégico, uma vez que permite o repasse de informações com foco na minimização dos riscos. A imprensa, nesta fase, será pautada nas questões relativas à prevenção e à preparação de desastres. O principal desafio é criar a consciência e a promoção de uma cultura de prevenção. (BRASIL, 2010).

No seu terceiro item, o Marco de Ação de Hyogo sugere “utilizar o conhecimento, a inovação e a educação para criar uma cultura de segurança e resiliência em todos os níveis” (ONU, 2005). De acordo com o documento, a comunicação é crucial para reduzir a vulnerabilidade e motivar as pessoas a atuar na redução dos riscos de desastres. Por isso, descreve alguns passos necessários para conscientizar a população:

Oferecer informação relevante sobre o risco de desastres e meios de proteção, em particular para aqueles cidadãos que habitam zonas de alto risco;
Fortalecer as redes e promover o diálogo e a cooperação entre os especialistas em desastres, os especialistas técnicos e científicos, os encarregados do planejamento e outros atores;
Incluir o tema da redução de riscos de desastres na educação formal e não formal, e igualmente nas atividades de capacitação;
Desenvolver ou fortalecer os programas de base para a gestão do risco de desastres;
Trabalhar conjuntamente com os meios de comunicação em atividades dirigidas à conscientização sobre a redução do risco de desastres (ONU, 2005).

Os veículos de comunicação têm papel fundamental nesse processo de formação de uma cultura de redução de desastres. Há uma série de atividades que a imprensa pode realizar no período pré-desastre a fim de fortalecer a resiliência dos municípios:

Conhecer as vulnerabilidades sociais, discutir e mostrar os riscos e contribuir com sua minimização, por meio do repasse de informações confiáveis, sobre o tema, para a população;
Ampliar a divulgação de temas que contribuam com o processo de redução de risco e que despertem o interesse social sobre o assunto;
Fiscalizar o trabalho das instituições responsáveis pelo gerenciamento de desastres;
Conhecer e organizar fontes para subsidiar a produção de informações relativas aos desastres, em suas diferentes fases;
Promover a discussão sobre o tema entre os comunicadores;
Profissionalizar jornalistas para atuar em situações de emergência (BRASIL, 2010).

Entretanto, Zenatti e Sousa (2010, p. 65) frisam que há um grande empecilho para o sucesso da estratégia promovida pela ONU: os veículos de comunicação ainda não se convenceram da relevância da redução de riscos de desastre. A geração de notícias referentes ao tema ainda é bastante incomum em razão dos critérios de noticiabilidade adotados pelas empresas. “Atualmente, os veículos dedicam muito mais espaço à divulgação das tragédias do que às possibilidades de evitá-las ou de lidar com elas”. Segundo as autoras, a mudança desse cenário deve partir de um esforço vindo de dentro dos órgãos de Defesa Civil: “cabe às assessorias de comunicação contribuir para mudar essa realidade”.

⁴ De acordo com a United Nations International Strategy For Disaster Reduction (2009), resiliência é “a habilidade de um sistema, comunidade ou sociedade exposta a ameaças de resistir, absorver, se adaptar e se recuperar dos efeitos de uma ameaça de maneira oportuna e eficiente, por intermédio da preservação e da restauração das suas estruturas e funções essenciais básicas”.

4.1 A profissionalização das assessorias de imprensa

O objetivo da assessoria de imprensa é “despertar o interesse da mídia para os assuntos relacionados ao cliente” (BELLA, 2011). Atualmente, órgãos de Defesa Civil já contam com assessores próprios ou emprestam do estado/município. Entretanto, existe uma clara necessidade de estreitamento dos laços com os jornalistas a fim de convencê-los sobre a importância da criação de uma cultura voltada à redução do risco de desastres. De acordo com a professora Cilene Victor da Silva, da Universidade Virtual de São Paulo (2015), um dos motivos pelos quais as assessorias de imprensa não conseguem pautar os veículos de comunicação nesse aspecto é o desconhecimento dos jornalistas acerca do assunto.

Por essa razão, a ONU lançou um livro chamado *Disasters through a different lens* (Desastre por uma ótica diferente, em tradução livre), para jornalistas entenderem melhor as características e qual o papel da imprensa na redução do risco de desastres. É um guia “produzido por jornalistas e especialistas em desastres que entendem que a redução de risco de desastres é um dever cívico, uma responsabilidade governamental, uma obrigação nacional e, claro, uma boa história” (LEONI et al, 2011). A publicação aconselha os profissionais de imprensa a levarem os desastres a sério, pois eles vão acontecer. “Há sempre algo a mais que poderia ter sido feito para salvar vidas e prevenir perdas trágicas. O grande desafio para a mídia é enxergar essa verdade antes que o próximo desastre aconteça e ajudar a preveni-lo”.

Contudo, não basta apenas que o jornalista conheça do assunto para que ele se interesse. Faz-se necessário convencê-lo de que a pauta relacionada à gestão de risco de desastres cumpre os critérios de noticiabilidade do seu veículo.

A criatividade ditará os assuntos a serem explorados pelas assessorias e encaminhados aos veículos de imprensa com o objetivo de alertar, prevenir e preparar a população para situações de emergência. Assuntos como o início de cada estação, dados sobre antigos desastres, riscos nas comunidades, ações para prevenir eventos adversos, iniciativas de sucesso, alertas de desastre, contextualizados corretamente, podem atrair a atenção da mídia e se transformarem em reportagens preventivas à população (ZENATTI & SOUSA, 2010, p. 65).

É também importante que a assessoria de imprensa profissional conheça as características de cada veículo de comunicação. Televisão, rádio, internet e jornal impresso são meios completamente diferentes, com públicos-alvo, horários de fechamento e linguagem distintas, abordagens particulares e necessidades próprias. Uma boa assessoria de imprensa precisa saber pautar individualmente com cada tipo de mídia, ofertando informações de modo a facilitar a cobertura jornalística e tornar seu cliente atrativo (BELLA, 2011).

5 CONCLUSÃO

O desenvolvimento de uma cultura voltada para a redução de risco de desastres é primordial para proteger comunidades vulneráveis e a economia dos municípios. Alterar a percepção de risco da população e dos governantes constitui um processo longo, porém urgente. Por isso, essa disseminação cultural precisa ter como aliados os veículos de comunicação, em razão do seu grande alcance e capacidade de persuasão. Contudo, as empresas jornalísticas necessitam de uma forte motivação para alterar sua visão voltada para a cobertura de desastres apenas nas fases de resposta e reconstrução – afinal, são os desastres em si que permitem a produção de material jornalístico mais chamativo ao público, e, por consequência, geram maior visibilidade ao jornal e seus anunciantes. E é esse importante

aspecto que a Defesa Civil precisa compreender: a mudança só vai ocorrer se partir de dentro do próprio órgão.

Cabe à Defesa Civil se aproximar dos veículos de comunicação, especialmente dos repórteres e editores, que são os responsáveis por redigir os textos e escolher os temas abordados em cada edição. A assessoria de imprensa deve realizar um esforço constante a fim de demonstrar a relevância da gestão de risco de desastres e seu encaixe em diferentes critérios de noticiabilidade. Por exemplo: o número de vidas que podem ser salvas em razão de uma medida governamental, a possível redução do impacto financeiro em comparação a um desastre de mesma magnitude e o aumento da resiliência de uma população contemplada por ações não-estruturantes. Uma parceria constante da Defesa Civil com a imprensa nas fases de prevenção, mitigação e preparação pode gerar resultados práticos na redução da vulnerabilidade e no aumento da capacidade de resposta das comunidades.

Os desastres, porém, não vão deixar de acontecer. E esse é o momento em que a relação muda seu sentido: a mídia passa a procurar a assessoria de imprensa. A relevância jornalística do impacto de um evento adverso é incontavelmente superior aos momentos pré-evento, por isso a Defesa Civil também deve estar preparada para receber os veículos de comunicação da melhor maneira possível, a fim de estreitar ainda mais a parceria e auxiliar na produção de uma cobertura verídica, com acessos seguros aos repórteres presentes no local e livre de rumores. Um bom relacionamento na fase de resposta pode ser a chave para emplacar conteúdos voltados à gestão de riscos de desastres no futuro.

REFERÊNCIAS

BELLA, Priscilla Pompeu Piva di. **Jornalistas, relações públicas e assessoria de imprensa: um problema de comunicação.** 2011. 124 f. Dissertação (Mestrado) - Curso de Comunicação, Faculdade Cásper Líbero, São Paulo, 2011. Disponível em: <<http://casperlibero.edu.br/wp-content/uploads/2014/04/Jornalistas-Relações-Públicas.pdf>>. Acesso em: 20 mai. 2015.

BELLOTTI, Marcelo Alves. Comunicação e Feedback. **Reflexões e textos sobre o mundo corporativo.** Santo André, 28 ago. 2012. Disponível em: <<http://bellottiworl.blogspot.com.br/2012/07/comunicacao-e-feedback.html>>. Acesso em: 17 mai. 2015.

BRASIL. Ministério da Integração Nacional. Secretaria Nacional de Defesa Civil. Universidade Federal de Santa Catarina. Centro Universitário de Estudos e Pesquisas sobre Desastres. **Comunicação de riscos e de desastres.** Curso a distância / Centro Universitário de Estudos e Pesquisas sobre Desastres. Florianópolis: CEPED, 2010.

BRATSCHI, Gloria. Valor de la comunicación en la gestión del riesgo. **Prevención y Comunicación,** Mendoza, Argentina, 28 out. 2007. Disponível em: <<http://bratschienprevencion.blogspot.com.br/2007/10/valor-de-la-comunicacion-en-la-gestion.html>>. Acesso em: 18 mar. 2015.

BRUN, Eliamara Fontoura. O cão de guarda da sociedade. **Observatório da Imprensa.** São Paulo, 15 mar. 2011. Disponível em: <<http://observatoriodaimprensa.com.br/diretorio-academico/o-cao-de-guarda-da-sociedade/>>. Acesso em: 17 mai. 2015.

COAN, Emerson Ike. A informação como Mercadoria e a Estetização da Notícia na Sociedade Contemporânea. **Revista Estudos de Sociologia.** Araraquara, v.16, n.30, p.19-35, 2011. Disponível em: <<http://seer.fclar.unesp.br/estudos/article/viewFile/3885/3567>>. Acesso em: 20 mar. 2015.

FEDERAÇÃO NACIONAL DOS JORNALISTAS (Brasil). **Código de Ética dos Jornalistas Brasileiros.** 2007. Disponível em: <http://www.fenaj.org.br/federacao/cometica/codigo_de_etica_dos_jornalistas_brasileiros.pdf>. Acesso em: 17 mar. 2015.

GIL, Antonio Carlos. **Como elaborar projetos de pesquisa.** 4. ed. São Paulo: Atlas, 2007.

LEONI, Brigitte; RADFORD, Tim; SCHULMAN, Mark. **Disaster through a different lens: behind every effect, there is a cause.** Genebra, Suíça: Nações Unidas, 2011. Disponível em: <http://www.unisdr.org/files/20108_mediabook.pdf>. Acesso em: 19 mar. 2015.

LUGÃO, Ana Luiza. **Jornalismo sensacionalista: O programa Brasil Urgente em cena.** 2010. 30 f. Monografia (Graduação) - Curso de Comunicação Social Com Habilitação em Jornalismo, Uniceub, Brasília, 2010. Disponível em: <<repositorio.uniceub.br/bitstream/123456789/1846/2/20377680.pdf>>. Acesso em: 17 mai. 2015.

ORGANIZAÇÃO DAS NAÇÕES UNIDAS. **Marco de Ação de Hyogo**. Genebra, Suíça: Nações Unidas, 2005. Disponível em: <http://www.integracao.gov.br/cidadesresilientes/pdf/mah_ptb_brochura.pdf>. Acesso em: 19 mai. 2015.

PEREIRA, Fábio Henrique. **Da responsabilidade social ao jornalismo de mercado: o jornalismo como profissão**. [S.l.: s.n.], 2004. Disponível em: <<http://www.bocc.ubi.pt/pag/pereira-fabio-responsabilidade-jornalista.html#SECTION00040000000000000000>>. Acesso em: 17 mai. 2015.

REFOSCO, Julio Cesar. et al. **Mapas de inundação a partir de geoprocessamento e georreferenciamento – o caso de Blumenau (SC)**. Blumenau: Universidade Regional de Blumenau, 2013. Disponível em: <<http://www.dsr.inpe.br/sbsr2013/files/p1372.pdf>>. Acesso em: 18 mai. 2015.

ROSSIGNOLLI, Carla; ASSÊNCIO, Claudia; CORDENONSI, Ana Maria. **Interesse público e Critérios de Noticiabilidade: Um estudo sobre o programa TV Folha**. Piracicaba: Unimep, 2013. Disponível em: <<http://portalintercom.org.br/anais/sudeste2013/resumos/R38-0617-1.pdf>>. Acesso em: 18 mai. 2015.

SANTOS, Juliana Frandalozo Alves dos. A importância do jornalismo de qualidade na redução de riscos e desastres. **Razón y Palabra**, Monterrey, México, v. 17, n. 79, p.2-17, jun. 2012. Disponível em: <http://www.razonypalabra.org.mx/N/N79/M79/11_Frandalozo_M79.pdf>. Acesso em: 10 mar. 2015.

TORRES, Cleyton Carlos. O marketing como ferramenta do jornalismo. **Observatório da Imprensa**. São Paulo, 26 mar. 2013. Disponível em: <http://observatoriодаimprensa.com.br/jornal-de-debates/_ed739_o_marketing_como_ferramenta_do_jornalismo/>. Acesso em: 17 mai. 2015.

SANTA CATARINA. Secretaria de Estado da Defesa Civil. **Gestão de risco de desastres**. Santa Catarina: Defesa Civil, [2013?].

SANTA CATARINA. Secretaria de Estado da Defesa Civil. Seminário Regional da Defesa Civil de Santa Catarina. **Gestão de desastres**. Santa Catarina: Defesa Civil, 2013.

UNITED NATIONS INTERNATIONAL STRATEGY FOR DISASTER REDUCTION. **Terminology on Disaster Risk Reduction**. Geneva, Switzerland: United Nations, 2009. Disponível em: <http://www.unisdr.org/files/7817_UNISDRTerminologyEnglish.pdf>. Acesso em: 17 mai. 2015.

UNIVERSIDADE VIRTUAL DO ESTADO DE SÃO PAULO. **Defesa Civil - Imprensa e Gestão de Risco**. São Paulo: Univesp TV, 2015. Son., color. Disponível em: <<https://youtu.be/LPCmTwXGqG4>>. Acesso em: 20 mai. 2015.

WORLD METEOROLOGICAL ORGANIZATION; CENTRE FOR RESEARCH ON THE EPIDEMIOLOGY OF DISASTERS. Université Catholique de Louvain. **Atlas of Mortality and Economic Losses from Weather, Climate and Water Extremes (1979-2012)**. Genebra,

Suíça: World Meteorological Organization, 2014. Disponível em:
<http://www.wmo.int/pages/prog/drr/transfer/2014.06.12-WMO1123_Atlas_120614.pdf>.
Acesso em: 12 abr. 2015.

ZENATTI, Ana Paula; SOUSA, Soledad Y.Urrutia. **Comunicação em Desastres: a Atuação da Imprensa e o Papel da Assessoria Governamental**. Florianópolis: Governo do Estado de SC - SJC/DEDC; CEPED UFSC, 2010.

PRESS PARTICIPATION IN DISASTER RISK MANAGEMENT

ABSTRACT

This article promotes scientific literature about the motivations that influence the media to emphasize the news coverage of the disaster response phase of the Civil Defense Management Cycle at the expense of the remaining four stages of the process. The study also discusses ways to turn disaster risk management in an interesting agenda to the media. The analyzed publications have guided the work to contextualize the process of communication, to provide information on the responsibilities and the social role of the press, to address the commodification of news, to display the current participation of the media in disaster occurrences, to emphasize the importance of management disaster risk and to highlight aspects that underlie the relevance of professionalizing the press office at the Civil Defense. The conclusion relates the process of selecting news to the main goal of communication companies – profitability –, shows the effort that the Civil Defence must do to stimulate the creation of a culture geared to reducing disaster risk and exemplifies the importance to strengthen the organ's ties with the press in order to make their most interesting agendas.

Keywords: Journalism. Press. Disaster. Civil Defense. Disaster Risk Management.