

O PAPEL DA IMPRENSA NA GESTÃO DE RISCOS DE DESASTRES

THE ROLE OF THE PRESS IN DISASTER RISK MANAGEMENT

Gilvan Amorim da Silva¹

Fabiano de Souza²

RESUMO

Este artigo é uma revisão/pesquisa bibliográfica sobre "O Papel da Imprensa na Gestão de Riscos de Desastres", propondo utilizar de forma benéfica o poder que a imprensa possui para transformar conceitos e formar opinião da queles que consomem os seus serviços acerca da responsabilidade de cada um dentro do sistema de Defesa Civil. A intenção é pontuar o papel da população enquanto parte do sistema, bem como a importância da imprensa na gestão deste processo, de modo a contribuir para a minimização dos impactos causados pelos eventuais desastres, e assim criar a ótica que o instituto da Defesa Civil é mais que um braço eficaz do Estado, restando formada pela comunidade de interesse, posto que todos possuem responsabilidade indireta em auxiliar no restabelecimento de serviços básicos, bem como de auxiliar aqueles se encontram em situação de vulnerabilidade, em ocorrendo réplica ou agravamento da situação atípica, de modo a integrar, tanto profilaticamente quanto na iminência dos fatos. O papel da imprensa é o de criar nas comunidades a percepção de risco, para que atuem de forma preventiva em seus lares e comunidades, para mitigar ao máximo o impacto de possíveis desastres ou, ainda, prepará-los para que saibam de que forma atuar, caso surja necessidade, bem como provocar a reflexão acerca da hipótese de situações de desastres, visando a sugestão de práticas e medidas efetivas, ágeis e de baixo custo, que possam atenuar o efeito causado frente aos desastres que virão doravante.

Palavras-chave: Defesa-Civil. Redes Sociais. Imprensa. Gestão de Riscos. Desastres.

ABSTRACT

This article is a bibliographic review / research on "The Role of the Press in Disaster Risk Management", proposing to use in a beneficial way the power that the press has to transform concepts and form the opinion of those who consume their services regarding the responsibility of each within the Civil Defense system. The intention is to highlight the role of the population as part of the system, as well as the importance of the press in this process, in order to contribute to minimizing the impacts caused by possible disasters, and thus create the perspective that the Civil Defense Institute isn't only done by the State, remaining formed by the community of interest, since everyone has indirect responsibility to assist in the restoration of basic services, as well as to assist those who are in a situation of vulnerability, in which a replication or aggravation of the atypical situation occurs, in order to integrate, both prophylactically and in the imminence of the facts. The role of the press is to create risk perception in communities, so that they act preventively in their homes and communities, to mitigate as much as possible the impact of possible disasters, or even to prepare them so that they know how to act, as well as provoking reflection on the hypothesis of disaster situations, aiming at suggesting effective, agile and low cost practices and measures that can mitigate the effect caused in the face of disasters that will come from now on.

Keywords: Civil defense. Social networks. Press. Risk management. Disasters

1 Capitão do Corpo de Bombeiros Militar de Santa Catarina. Licenciatura Educação Física Licenciatura Plena; e Tecnólogo Análise e Desenvolvimento de Sistemas. E-mail: gilvan@cbm.sc.gov.br

2 Orientador. Tenente Coronel do Corpo de Bombeiros Militar de Santa Catarina. Mestrado em Planejamento Territorial e Desenvolvimento Socioambiental – 2017. E-mail: fabiano.souza1977@gmail.com

1 INTRODUÇÃO

A Defesa Civil de Santa Catarina desenvolveu-se com o passar dos anos, mediante o uso de tecnologia e novos estudos, tornando o Estado numa referência para outros estados do Brasil. Com a criação do Centro Integrado de Gerenciamento de Riscos e Desastres (CIGERD), inaugurado no ano de 2018 (JÚNIOR, 2018), essa referência ultrapassou as barreiras e hoje o Estado de Santa Catarina é também uma referência internacional.

Neste novo sistema de proteção, implantado no Estado catarinense, a comunicação é um recurso importante para atuação em situações críticas, indiferente de quais naturezas a constituam. Com a estrutura de Monitoramento e Alerta, além de Meteorologia, é possível que o cidadão catarinense seja alertado com horas de antecedência para muitas situações, podendo se precaver dos eventos climáticos na região em que mora. Essa precisão é possível graças aos recursos tecnológicos. Um cidadão catarinense ao informar o CEP de sua residência, passa a receber alertas por meio de uma mensagem de texto (SMS) em seu aparelho móvel, assim que detectada a possibilidade de qualquer intempérie. Na atividade de Gestão de Risco de Desastre, a população local também pode contar com avisos da imprensa local, realizando seu papel, divulgando as informações necessárias.

A autossuficiência da Defesa Civil do Estado, deixa Santa Catarina preparada para enfrentar situações adversas e traz mais segurança aos cidadãos, especialmente considerando a quantidade de ocorrências de desastres que o Estado está sujeito. De acordo com as informações disponíveis para consulta no Sistema Integrado de Informações Sobre Desastres (S2iD), é possível consultar o número de ocorrências reconhecidas pelo Governo Federal, nele SC teve um total de 243 ocorrências entre os anos de 2015 à 2019 (BRASIL, 2021).

A Defesa Civil é constituída de um conjunto de atores, e é de extrema necessidade que a imprensa seja um ator com destaque, no sentido de auxiliar no gerenciamento dos riscos do desastre. Essa ação, inclusive, vai ao encontro do Código de Ética dos Jornalistas Brasileiros, em seu Capítulo I Art. 2º Inciso IV, que discorre o seguinte: "IV - a prestação de informações pelas organizações públicas e privadas, incluindo as não-governamentais, deve ser considerada uma obrigação social" (FENAJ, 2007, p. 1).

O presente artigo visa elencar a importância da imprensa em cada etapa da gestão de riscos de desastres, desde a chegada da informação precisa ao cidadão (para que ele possa se preparar), mas, sobretudo na preparação de moradores, utilizando táticas e técnicas que conscientizem a população, não só sobre seus direitos, mas sobre seus deveres dentro do sistema de Defesa Civil.

O intuito é que, juntamente com a imprensa, a população adquira o conceito constitutivo da criação do instituto de Defesa Civil – que é basilar ao efetivo exercício desse –, ou seja, que a composição e efetivo proveito da atividade proporcionada pelo órgão oficial só é possível quando se conscientiza a sociedade sobre a responsabilidade concorrente desta sobre a execução do conceito.

Com isto, é imprescindível que se desenvolva no indivíduo a capacidade de percepção de risco, em especial sobre as vulnerabilidades a que está exposto, e que agir de forma mitigatória às vulnerabilidades existentes é tão

importante, ou até mesmo mais importante do que a prestação de uma resposta adequada ao evento adverso. Neste trabalho será utilizado o entendimento de Percepção de Risco segundo Brasil (1998) "Percepção sobre a importância ou gravidade de um determinado risco, com base no repertório de conhecimento que o indivíduo acumulou, durante o seu desenvolvimento cultural, e sobre o juízo político e moral de sua significação"

E de vulnerabilidade será adotado a definição da Defesa Civil de SC.

Vulnerabilidade é a condição intrínseca ao corpo ou sistema receptor que, em interação com a magnitude do evento ou acidente, caracteriza os efeitos adversos, medidos em termos de intensidade dos danos prováveis. A intensidade do desastre depende muito mais do grau de vulnerabilidade ou de insegurança intrínseca dos cenários e das comunidades em risco do que da magnitude dos eventos adversos. Deste modo, as características da comunidade podem aumentar os danos provocados pelos desastres (SANTA CATARINA, 2016)

A comunicação da imprensa com a população deve ser capaz de nortear práticas eficazes, com a utilização dos meios midiáticos, desde a mídia impressa que nomeou a imprensa, a mídias mais atuais como a utilização de redes sociais para a promoção de capacitações e eventos que proporcionem esta consciência aos moradores de uma determinada localidade, aliando eficiência ao baixo custo.

Essa pesquisa caracteriza-se como bibliográfica, documental e utiliza-se dos conhecimentos empíricos analíticos dos autores. Segundo Prodanov e Freitas (2013) a pesquisa bibliográfica se caracteriza pela pesquisa elaborada a partir de material de publicidade já auferida, e tem como objetivo colocar o pesquisador em contato com as publicações disponíveis sobre o tema. Já a pesquisa documental, embora possa ser confundida com a bibliográfica por haver fortes semelhanças à pesquisa documental, foca em conteúdo que ainda não recebeu tratamento mais aprofundado ou analítico. As diferenças maiores entre as pesquisas bibliográfica e documental encontram-se na natureza das fontes de ambas as formas. Neste trabalho será realizada pesquisa bibliográfica para situar o leitor no tema e pesquisa documental para identificação da forma que a imprensa vem atuando nos casos de desastres no Brasil, e como ela atua na gestão de risco de desastres, através da leitura e análise de notícias públicas online. Os autores possuem conhecimentos práticos advindos de amostra significativa de atuação operacional frente às catástrofes que assolaram o Estado de Santa Catarina.

2 GESTÃO DE RISCO DE DESASTRES

O conceito de Gestão de Risco de Desastre é complexo por envolver vários termos com significados específicos, logo, para o bom entendimento desse conceito, optou-se em desmembrar cada termo dele com seus significados para posteriormente juntá-los, e então concluir o conceito para a função da Defesa Civil.

O termo Gestão é amplamente utilizado em diversas áreas de conhecimento, tais como gestão de projetos, gestão administrativa, gestão ambiental, gestão do conhecimento, entre tantos outros. Gestão é um substantivo que tem seu significado alterado dependendo do adjetivo que o

segue. A definição de gestão mais simples "é o ato de administrar, de gerir" (SIGNIFICADOS BR, 2019).

Partindo para o conceito de risco: assim como o conceito anterior, o de risco é muito utilizado em diversas áreas. "Risco é uma ameaça ou perigo de determinada ocorrência. Correr o risco é estar sujeito a passar por um episódio arriscado, ou seja, um episódio temerário que pode acarretar alguma consequência."(SIGNIFICADOS BR, 2019).

Para a UNISDR (2009) existe uma diferença entre Gestão de Risco e Gestão de Risco de Desastre. Após realizar uma breve abordagem dos termos Gestão e Risco é possível verificar o conceito de Gestão de Risco segundo a UNISDR (2009, p. 18): "*É o foco e prática sistemática de gerenciar as incertezas para minimizar os danos e as possíveis perdas.*"

Já o termo desastre é um pouco mais simples que os anteriores, embora existam também vários tipos de desastres como: naturais, humanos, entre tantos outros. Neste trabalho será abordado diretamente o conceito utilizado pela Defesa Civil de SC (2011):

Resultado de eventos adversos, naturais ou provocados pelo homem sobre um cenário vulnerável, causando grave perturbação ao funcionamento de uma comunidade ou sociedade envolvendo extensivas perdas e danos humanos, materiais, econômicos ou ambientais, que excede a sua capacidade de lidar com o problema usando meios próprios.

Ainda sobre o conceito de desastre existe o previsto na Instrução Normativa Nº 2, de 20 de dezembro de 2016, do Ministério da Integração Nacional, onde a definição de desastre leva em consideração intensidade do desastre, podendo ser classificado em: "nível I - desastres de pequena intensidade; nível II - desastres de média intensidade; e nível III - desastres de grande intensidade" (BRASIL, 2016), para saber:

[...] § 1º São desastres de nível I aqueles em que há somente danos humanos consideráveis e que a situação de normalidade pode ser restabelecida com os recursos mobilizados em nível local ou complementados com o aporte de recursos estaduais e federais.

§ 2º São desastres de nível II aqueles em que os danos e prejuízos são suportáveis e superáveis pelos governos locais e a situação de normalidade pode ser restabelecida com os recursos mobilizados em nível local ou complementados com o aporte de recursos estaduais e federais;

§ 3º São desastres de nível III aqueles em que os danos e prejuízos não são superáveis e suportáveis pelos governos locais e o restabelecimento da situação de normalidade depende da mobilização e da ação coordenada das três esferas de atuação do Sistema Nacional de Proteção e Defesa Civil (SINPDEC) e, em alguns casos, de ajuda internacional.

§ 4º Os desastres de nível I e II ensejam a decretação de situação de emergência, enquanto os desastres de nível III a de estado de calamidade pública.

Art. 3º. Os desastres de nível II são caracterizados pela ocorrência de ao menos dois danos, sendo um deles obrigatoriamente danos humanos que importem no prejuízo econômico público ou no prejuízo econômico privado que afetem a capacidade do poder público local em responder e gerenciar a crise instalada;

Art. 4º. Os desastres de nível III são caracterizados pela concomitância na existência de óbitos, isolamento de população, interrupção de serviços essenciais, interdição ou destruição de unidades habitacionais,

danificação ou destruição de instalações públicas prestadoras de serviços essenciais e obras de infraestrutura pública

E por fim, o conceito de Gestão de Risco de Desastre, segundo UNISDR, (2009, p. 19, tradução nossa) é:

O processo sistemático de uso das diretrizes administrativas, organizações, habilidades e recursos operacionais para executar políticas e fortalecer as capacidades de enfrentamento, a fim de reduzir o impacto adverso de ameaças naturais e a possibilidade de um desastre acontecer³.

Aqui é importante realçar que o conceito de Gestão de Risco de Desastre é muito semelhante ao conceito de Gestão de Risco, UNISDR (2009, p. 19, tradução nossa) comenta sobre tal semelhança:

Este termo é uma extensão do conceito mais geral de "gerenciamento de riscos" para abordar a questão específica do risco de desastre. O gerenciamento de riscos de desastres procura evitar, reduzir ou transferir os efeitos adversos de ameaças através de várias atividades e medidas de prevenção, mitigação e preparação.⁴

A Gestão de Risco de Desastre é um conceito complexo, que se transfigura em um processo de grande importância na Defesa Civil, que deve ser bem trabalhado com os seus agentes.

2.1 COMUNICAÇÃO TRANSPARENTE: DEVER MORAL DO ESTADO, OBRIGAÇÃO DO JORNALISTA.

A comunicação é um processo humano complexo. Para a finalidade desse artigo optou-se em focar na comunicação pública, para Matos (2012, p. 92) a comunicação pública:

é uma estratégia ou ação comunicativa que acontece quando o olhar é direcionado ao interesse público, a partir da responsabilidade que o agente tem (ou assume) de reconhecer e atender o direito dos cidadãos à informação e participação em assuntos relevantes à condição humana ou vida em sociedade. Ela tem como objetivos promover a cidadania e mobilizar o debate de questões afetas à coletividade, buscando alcançar, em estágios mais avançados, negociações e consensos.

No sentido desta interpretação, os órgãos de defesa civil possuem grande atuação, tanto em momentos de iminente risco de desastre, como durante a sua ocorrência e mesmo em momentos de normalidade, onde ainda se tem informações relevantes à condição humana para divulgar a sociedade.

Para a Cláudia Assis, Jornalista e Mestre em Comunicação o profissional jornalista:

[...]tem um papel formador e de conscientização da população. É responsabilidade do jornalista, ir a fundo na verdade e transmitir as

3 El proceso sistemático de utilizar directrices administrativas, organizaciones, destrezas y capacidades operativas para ejecutar políticas y fortalecer las capacidades de afrontamiento, con el fin de reducir el impacto adverso de las amenazas naturales y la posibilidad de que ocurra un desastre.

4 Este término es una ampliación del concepto más general de "gestión del riesgo" para abordar el tema específico del riesgo de desastres. La gestión del riesgo de desastres busca evitar, disminuir o transferir los efectos adversos de las amenazas mediante diversas actividades y medidas de prevención, mitigación y preparación.

informações de maneira clara e objetiva para que todos tomem conhecimento. Utilizando os veículos de comunicação, o jornalista manifesta seu pensamento e seu posicionamento em relação aos fatos, por isso, este profissional deve ser coerente com aquilo que acredita, e acima de tudo, deve ser atento a conduta ética que cercam os profissionais da comunicação. (ASSIS, 2019)

Neste sentido, o Código de Ética dos Jornalistas Brasileiros (FENAJ, 2007), em seu capítulo II, discorre sobre a conduta profissional do Jornalista, e em seu Art. 6º versa sobre os deveres do tal profissional, bem como, em seu Inciso "II - divulgar os fatos e as informações de interesse público" (FENAJ, p. 1, 2007). Fica evidente que o profissional do jornalismo deve atuar em conjunto com as ações de defesa civil, contudo muitas vezes o estado ou município não estabelecem uma comunicação formal e direta com a imprensa local e estadual, o que pode gerar ruídos de comunicação, que são contrários ao interesse do gestor da operação, pois eventualmente estes ruídos intentam causar pânico. No Sistema de Comando em Operações (SCO) ou do inglês ICS (Incident Command System), existe dentro de sua estrutura a previsão de delegar responsáveis pela comunicação com a imprensa bem como a destinação de um espaço seguro, para o atendimento e repasse de informações aos órgão de imprensa (OLIVEIRA, 2011).

Para que a boa comunicação entre os agentes de defesa civil e os diferentes membros da imprensa ocorra, é aconselhável que seja nomeado alguém que possua experiência na área de comunicação e que seja alguém a quem os membros da imprensa possuam confiança e passe credibilidade.

Em uma era de *fake news*⁵, o dever moral do Estado, neste caso a Defesa Civil, é criar um canal de comunicação com os profissionais de imprensa, fornecendo informações confiáveis, com previsões assertivas, ou deixar claro as possibilidades de confirmação ou não destas previsões. Um exemplo dessa forma de atuação foi em Santa Catarina, que juntamente com os demais estados Brasileiros, foi afetada em 2018 pela greve dos caminhoneiros, evento que prejudicou a manutenção de vários serviços essenciais; porém, com adoção de medidas de praxe jornalística, como coletivas de imprensa e boletins por períodos operacionais, a população se tornou ciente dos acontecimentos, e das medidas que foram tomadas para sanar o problema. (COMITÊ, 2018; VARGAS, 2018).

Estas medidas sufocaram práticas degradantes das *fake news*, que rotineiramente causam pânico naqueles que são carentes de acesso à informação ou possuem dificuldades em checar a procedência destas. Vale lembrar que a primeira grande crise gerenciada através do CIGERD foi a greve dos caminhoneiros. As ações tomadas foram objeto de elogio pela então Procuradora Geral da República Raquel Dodge (CAUDURO, 2018). Outro fator que prejudica na adoção de medidas punitivas aos indivíduos que incorrem neste ato malicioso é o fato de muitos não serem jornalistas, apenas blogueiros, o que pulveriza os nichos de criação, e proporciona que boatos maliciosamente espalhados não impliquem em danos ao criador. Também, a hospedagem de blogs fora do país com registro falso, dificulta atuação na repressão a este tipo de prática.

5 Notícia falsa, normalmente disseminada com o intuito de causar pânico. Prática comum no submundo da internet.

No desastre ocorrido no início do ano no estado mineiro, na Cidade de Brumadinho, o Corpo de Bombeiros Militar de Minas Gerais - CBMMG, atuou de tal maneira que suas ações devem servir de exemplo em atendimento a desastres, devendo ser estudada para emprego em desastres futuros. Maior operação bomberil do país, exigia uma grande demanda operacional, e o CBMMG através do Tenente Pedro Aihara manteve a unicidade de discurso, reprimindo pequenos boatos maldosos que divulgaram, incluindo os que versavam sobre a suposta morte de um Bombeiro Militar que estaria atuando na operação, rapidamente desmentido.

2.2 O MARKETING ASSOCIADO ÀS ESTRATÉGIAS JORNALÍSTICAS NA GESTÃO DE RISCOS DO DESASTRE

Segundo Kotler e Keller (2006), o Marketing envolve a identificação e a satisfação das necessidades humanas e sociais. Neste contexto, o autor vislumbra a correta utilização das ferramentas de Marketing, elucidadas em retorno financeiro a quem investir de maneira adequada com a ótica do escritor.

Dentro do Jornalismo, o Marketing pode ser associado, quando pensamos – grosso modo – em um *lead* clássico jornalístico, potencializando as perguntas que devem ser respondidas no começo de um texto: “o que; quem; quando; onde; como; por quê” (KOTLER; KELLER 2006).

O Marketing surge quando se respondem esses questionamentos, buscando respostas na área de atuação e também em quais ações devem ser apresentadas à sociedade.

O que – qual serviço gostaríamos de potencializar através das ações de Marketing dentro da área de atuação da Defesa Civil? Segundo a ótica dos autores, o que deve ser oferecido como *know-how* de Defesa Civil é situar o cidadão, seja ele vulnerável ou não, e onde ele deve se encaixar como parte do sistema. Criando essa consciência é possível fomentar práticas que contribuam para o efetivo gerenciamento do desastre e sensibilizar o cidadão da real importância de se fazer parte do sistema de Defesa Civil, enquanto cidadão.

Quando – qual é o melhor momento de criar essa consciência? Como citado anteriormente, a confiança para momentos de crise é adquirida em momentos de paz e de normalidade. Partindo desta linha de raciocínio deve-se criar um contra condicionamento, com auxílio de ferramentas da psicologia Behaviorista no cidadão, afinal a cultura da prevenção – de provisão por órgãos oficiais – é *recente* na vida do catarinense. Hoje a realidade – traçando Santa Catarina como base – é dissonante do que ocorria há décadas. Com o fortalecimento da Defesa Civil, atualmente é possível agir de forma mitigatória antes do desastre acontecer, diferente do que anteriormente ocorria: os indivíduos utilizavam somente de conhecimento empírico para prever desastres e, assim, agir para que fossem atingidos minimamente durante o evento. Neste sentido percebe-se que a Defesa Civil não acontece somente com a participação do Estado, como único ente concentrado em atenuar os danos na vida dos cidadãos.

Os que vivem em situação de vulnerabilidade normalmente possuem uma rotina com uma grande demanda de atividades, que faz com que dificilmente dediquem parte do seu tempo para adquirir conhecimento e

procurar o desenvolvimento prático de ações preventivas no seu lar, por isso a necessidade de amplificar atividades que não sejam maçantes, ou em horários que obstruam os afazeres do cotidiano.

Onde e como – são estratégias a serem definidas pelos coordenadores de Defesa Civil, que deverão ser executadas da maneira mais objetiva e eficaz possível. No esteio desse entendimento, é preciso verificar as formas de abordagem e capacitação dos participantes, de modo a conferir ao conteúdo qualidade dinâmica, em um local lúdico, pautado nos princípios da andragogia.

Por que – a base da motivação para este artigo. Com o desenvolvimento tecnológico da Defesa Civil de SC, com sua capacidade de resposta rápida e de precaução através dos sistemas de monitoramento, é inconcebível, sob a ótica dos autores, que famílias vejam o fruto do trabalho de anos e a construção das histórias de vida devastadas devido a um evento que foi previsto, porém não se executou preparação adequada para a condição adversa de clima.

Conclamando-se um jargão do cenário bombeiril para dentro do contexto de Defesa Civil, constata-se a máxima: *"não há glória por atuar em um incêndio que poderia ser evitado"*. Leia-se: não há glória em responder a um desastre que poderia ser mitigado. Neste sentido a boa preparação de uma população para responder a uma possível situação de desastre é uma ferramenta de extrema importância no ciclo de Defesa Civil

Pautado nos critérios acima, utilizar o Marketing para as necessidades humanas e sociais, de acordo com o que Kotler e Keller (2006) preconizam, é criar a conscientização popular com ferramentas de fácil acesso e tornar isto público, criar a conscientização sobre as fases de uma situação crítica e elevar o nível de percepção de risco da população, transformando a ótica comum de que *"na minha casa, comigo, nada acontecerá"* para a de *"que ciência das fases e até em que momento eu devo resguardar ou permanecer em segurança no meu lar"*. Tirar a sensação de *imunidade* frente aos desastres de origem natural é fomentar boas práticas com intuito de atenuar o impacto ante ao desastre, em uma perspectiva não tão distante, quiçá conscientizar o domiciliado da necessidade de um seguro residencial outrossim, criando sensação de tranquilidade caso o seu lar porventura seja atingido. Por fim, promover o intercâmbio cultural é outro fator importante, utilizando-se como base a população japonesa, que é no âmbito de Defesa Civil modelo, porquanto um alerta emitido é motivo de cuidado e atenção redobrada de todos.

2.3 PRODUÇÃO DE CONTEÚDO DIGITAL

Com a pacificação do uso dos telefones móveis, além da popularização das redes sociais, a divulgação de informações ganhou agilidade e os meios digitais força. Porém, é preciso estratégia e pessoas capacitadas para a criação de conteúdos, principalmente quando se fala em gestão de crise.

Utilizar os canais a favor do trabalho de Defesa Civil é imprescindível, especialmente quando o intuito é envolver a sociedade nas ações. Assim como citado anteriormente, a população tem uma parcela grande de envolvimento para o sucesso das atividades. Além disso, é relevante salientar que a imprensa se pauta em materiais enviados em grupos de mensagens

instantâneas (WhatsApp, Telegram, entre outros) e publicações das instituições nas redes sociais.

Com este turbilhão de informações e em um mundo de *fake news*, ganha a instituição que sabe peneirar e se beneficiar com a entrega correta. Para isso é indispensável que se tenha conhecimento de Marketing Digital. De acordo com a ótica de Telles (2011), a base do Marketing de relacionamento nas mídias sociais consiste em prestar atenção nas opiniões das comunidades e comentários em redes sociais, blog e microbloggings, buscando satisfazer as necessidades desses usuários através da interação. A autora Martha Gabriel acredita que as ações de relacionamento atraem a população, já que é essencial o Marketing de relacionamento, ações que “engajam o público e não apenas o atingem”. (GABRIEL, 2010, p. 110). A estratégia será o ponto principal desta etapa. Alinhada com a identidade visual da instituição, além da linguagem adequada para cada tipo de mídia, é o fator a se considerar. Buscando referências de Marketing aplicado para as vendas e traduzindo para a gestão de crise, quando falamos em conteúdo, a originalidade do material faz com que as pessoas coloquem as práticas ou não as instruções. Para Adolpho (2011), “o consumidor, em sua busca por autenticidade, tem procurado se relacionar com suas marcas favoritas como forma de conhecê-las e analisar se deve colocá-las em sua vida ou não” (ADOLPHO, 2011, p 169), ou seja, as pessoas só irão se tocar da importância da prevenção quando aquilo for próximo da vida delas. Quando tiverem confiança na instituição para aderir aos procedimentos e puderem interagir, como defensoras do órgão.

As grandes questões desta área são *saber como falar e para quem se está falando*. A tradução dos termos técnicos e a aproximação com o público final são os pontos chave deste tipo de comunicação. É preciso ter em mente que o público que receberá não é especializado no assunto e por isso quanto mais fácil e curta a informação, maior será a capacidade de absorção de conteúdo. Porém é necessário ter uma equipe responsável para essa função, pois não é apenas a criação de conteúdo o segredo do sucesso, é preciso, ainda, responder os questionamentos, já que estes canais são o ponto de interação da organização com o público final.

Em épocas de tranquilidade, nas quais não ocorrem desastres, os conteúdos devem focar em prevenção, com dicas para o dia a dia, que podem ser de extrema valia em uma situação emergencial. Portanto, a estratégia deve partir deste ponto: analisar quais dicas serão preciosas para a hora em que será preciso utilizá-las.

É de extrema importância que o conteúdo das redes sociais esteja alinhado com o *site* da instituição, orientações repassadas em instruções para comunidade e, principalmente, com a assessoria de imprensa, que divulgará *releases*⁶ e materiais para os veículos de comunicação e que também colocarão o assunto em voga, reforçando aquilo que deve ser fixado. A junção das estratégias de criação de conteúdo digital devem ser alinhadas com o site das organizações, uma vez que, segundo Torres (2009), é um dos elementos fundamentais na rede, já que a população se acostumou a procurar um site como fonte oficial. Para este autor “o conteúdo dentro de um site é a primeira e mais importante forma de comunicação com o consumidor conectado”, embora estes conceitos sejam direcionados para consumidores finais, falando

6 Comunicado de imprensa com intuito situar sobre determinado assunto ou evento.

de compra, nesta situação podemos citar como consumidor de conteúdo, que busca um site oficial como apoio para informações em momentos de desastres.

Além da produção de peças gráficas, vídeos e registro fotográfico. A utilização de *hashtags*⁷ também são importantes, principalmente se falando de redes de fotos (*Instagram*) e de informações rápidas (*Twitter*), já que categorizam o material, tornando fácil achar.

Mais um diferencial é contar em publicações e histórias os treinamentos e simulados, reforçando a questão de preparo, além de ocorrências menores, mostrando o que foi feito e como deve-se agir em cada caso.

Também é possível utilizar-se de um telefone funcional, específico, para a disseminação de conteúdos para a população através do aplicativo *WhatsApp* – seja em um grupo, seja nas listas de transmissão, nas quais a população pode se inscrever através de link para receber as mensagens –. Este canal deverá ser exclusivo para o envio de dicas de prevenção e conteúdos relevantes, com periodicidade pré-definida, evitando tornar-se inconveniente.

Já em momentos de desastre, as redes sociais oficiais das instituições devem se posicionar, contando o que está acontecendo, de forma rápida, mas principalmente responsável, já que serão procuradas como forma de consulta, inclusive pela mídia de outros estados. Também é ideal que sejam enviados boletins, com a certificação da assessoria de imprensa pelos aplicativos de mensagens, acrescentando data, hora e o nome da instituição no cabeçalho, além de um título referente ao que será dito, como *atualização da situação x*. Estes boletins devem ser enviados de acordo com a situação e pode conter um aviso no fim da mensagem: *"às 10h enviaremos uma atualização"*. É de extrema necessidade que se coloque na assinatura o nome do assessor de imprensa e o telefone de contato, já que pelos apps de mensagens é impossível mensurar de onde a mensagem veio. Embora deva sempre ser enviada inicialmente por um telefone funcional, as pessoas podem receber através de grupos e a identificação facilita o contato com a imprensa e também a oficialidade da nota.

Os recursos visuais, chamados de *emoticons* ou *emojis*⁸ devem ser utilizados para agregar ao conteúdo, trazendo sinalização e aproximação, porém devem ser utilizados com cuidado, já que se trata de um momento de crise e é uma mensagem oficial.

A organização de grupos de imprensa nestes aplicativos facilita a disseminação de informações, uma vez que os interessados estarão no mesmo local, porém não devem ser descartadas as listas de transmissão, apenas lembrando-se que nestas listas é preciso que o número oficial da instituição esteja salvo no celular da pessoa que receberá as mensagens.

Embora estes canais estejam no cotidiano dos profissionais, ainda é incontável o alcance das informações – por mais simples que pareça –, portanto é preciso ter muita atenção e cuidado com o que se envia ou se publica.

3 CONCLUSÃO

7 Palavra-chave antecedida do símbolo #.

8 Imagens utilizadas para expressar emoções em conversa virtual.

O desenvolvimento do ciclo de Defesa Civil é matéria complexa, de alto nível de dificuldade, que exige perícia nos procedimentos executados por parte dos envolvidos, em especial das diferentes equipes que compõem a estrutura do Estado responsável diretamente pelas atividades de Defesa Civil, além da população envolvida. Desta forma pode-se afirmar, que para o bom desempenho dos procedimentos emergenciais é necessário que as pessoas e entes envolvidos estejam muito bem entrosados.

Quando se trata de Defesa Civil, conforme exposto, a gerência é de responsabilidade do Estado, mas todos são corresponsáveis. Neste processo, a utilização dos veículos de comunicação, através da imprensa, é um dos recursos evidentes de abordar sutilmente ao morador que se encontra em situação de vulnerabilidade, habitando em áreas de risco e que possivelmente não conhece a proporção do impacto ou dano em potencial à sua vida e afetos, caso o pior aconteça.

As oportunidades de divulgação das ações de Defesa Civil na imprensa normalmente ocorrem nos momentos em que uma região passa por dificuldade, quando esta fica como responsável pela atuação. Aproveitar essas oportunidades para conscientizar à população, tanto do local afetado quanto geral, é o *timing*⁹ para enquadrá-la no sistema de Defesa Civil, de forma a pulverizar as boas práticas, criando senso de percepção de risco no meio em que este cidadão convive.

Não obstante, com o advento da Internet, de notável insurgência aos brasileiros, é facilmente perceptível o crescimento da era digital, destacando-se as redes sociais como *Facebook*, *Instagram* e *WhatsApp*, o que torna o conteúdo divulgado nestes meios de proporção imensurável. Portanto, estreitar o relacionamento com a população através das redes sociais é uma tática inteligente, que alia baixo custo com eficiência, tornando-se uma maneira de integrar a instituição à vida da população, de forma interativa e divulgando conteúdo que agrega de forma positiva ao tempo do internauta. Embora as mídias sociais possuem um potencial enorme para auxiliar as ações de defesa civil, a imprensa sempre terá um papel fundamental em especial para balizar as informações incorretas que tendem a ser espalhadas nas redes sociais,

Concomitantemente, é possível observar a descontinuidade e a redução da produção de jornais impressos, mesmo em grandes veículos, finalmente direcionando ou potencializando a produção de conteúdo para os meios digitais.

Nos momentos de crise é de extrema importância criar um canal direto de comunicação do Estado com os órgãos de imprensa, em uma era de *fake news*, ruídos de comunicação podem gerar uma crise desnecessária ou agravar pequenos infortúnios, portanto, a periodicidade no fornecimento de informações através de boletins ou coletivas de imprensa é uma estratégia importante a ser adotada pelo comandante do incidente. Criar uma periodicidade de postagens durante o evento é uma estratégia importante para atrair seguidores e em especial engajar a comunidade. Com isso, a informação sobre as atividades executadas durante o incidente ou a operação são difundidas ao grande público, afinal, tão importante quanto fazer é informar o que se está fazendo, com coerência e agilidade. O interesse em atrair seguidores não é uma prática inicialmente vista com bons olhos frente à

⁹ Senso de oportunidade, percepção do momento oportuno.

desastres de grandes proporções, mas quando se adquire a ótica de que posteriormente ao desastre estes seguidores poderão receber dicas de segurança ou até mesmo serem provocados a conhecer e participar do sistema de Defesa Civil, é possível extrair o lado positivo do momento de crise, já que esses seguidores serão não apenas acompanhantes, mas defensores do sistema e também divulgadores de informação.

Criar a unicidade da informação, através de um porta-voz alinhado com o comando da operação, mas que entenda, principalmente, as práticas da imprensa local, é outra estratégia de extrema importância para lograr êxito na comunicação, atuando de forma a reduzir a possibilidade de ruídos na comunicação, fazendo com que Estado e imprensa somem esforços na gestão do desastre.

Portanto, na ótica dos autores é perceptível e indispensável, a importância da imprensa na Gestão do Risco do Desastre, seja esta atuação de forma mitigatória com intuito de atrair membros da comunidade para capacitações e criem o senso e a noção dos riscos envolvidos em torno da sua comunidade. Atrair a comunidade e fazê-los "vestir a camisa" da Defesa Civil é o próximo grande passo para excelência da gestão do desastre, encurtando a necessidade de resposta através de ações preventivas realizadas nos momentos de normalidade.

REFERÊNCIAS

ADOLPHO, Conrado. **Os 8 Ps do marketing digital**: o seu guia estratégico de marketing digital. São Paulo, SP: Novatec, 2011. 904 p.

ASSIS, Claudia. **Responsabilidade social no jornalismo**. Disponível em <http://www.magrelacomunicacao.com.br/artigos/responsabilidade-social-jornalismo/>. Acesso em: 14 out. 2019.

BRASIL. Instrução Normativa Nº 2, de 20 de dezembro de 2016. Estabelece procedimentos e critérios para a decretação de situação de emergência ou estado de calamidade pública pelos Municípios, Estados e pelo Distrito Federal, e para o reconhecimento federal das situações de anormalidade decretadas pelos entes federativos e dá outras providências. **Diário Oficial da União**, Brasília, DF, 22 de dezembro de 2016. Disponível em: <https://pesquisa.in.gov.br/imprensa/jsp/visualiza/index.jsp?jornal=1&data=22/12/2016&pagina=60>. Acesso em: 21 dez. 2020.

BRASIL. Ministério da Integração Nacional. Secretaria Nacional de Defesa Civil. **Banco de dados e registros de desastres**: sistema integrado de informações sobre desastres - S2ID. 2021. Disponível em: <http://s2id.integracao.gov.br/>. Acesso em: 23 jan. 2021.

BRASIL. Ministério do Planejamento e Orçamento. Secretaria Especial de Políticas Regionais. Departamento de Defesa Civil. **Glossário De Defesa Civil Estudos De Riscos E Medicina De Desastres**. 2. ed. rev. ampl. Brasília, 1998. Disponível em: <http://www.dominiopublico.gov.br/download/texto/min000006.pdf>. Acesso em: 22 jan. 2021.

CAUDURO, Melina. **Reunião encerra operações do comitê de crise no Cigerd**. [2018] Disponível em <https://www.sc.gov.br/noticias/temas/defesa-civil-e-bombeiros/reuniao-encerra-operacoes-do-comite-de-crise-no-cigerd>. Acesso em: 14 out. 2019.

COMITÊ de crise formado pelo governo do Estado monitora efeitos da greve dos caminhoneiros. **Notícias do Dia**, Florianópolis. 2018. Disponível em: <https://ndmais.com.br/noticias/comite-de-crise-formado-pelo-governo-do-estado-monitora-efeitos-da-greve-dos-caminhoneiros/>. Acesso em: 14 out. 2019.

SANTA CATARINA. Defesa Civil. **Glossário** [2011?]. Disponível em: <https://www.defesacivil.sc.gov.br/educacao/glossario/>. Acesso em: 14 out. 2019.

SANTA CATARINA. Defesa Civil. **Gestão de Risco de Desastres** [2016?]. Disponível em: https://www.defesacivil.sc.gov.br/images/doctos/seminarios/Gestao_de_RISCO_de_desastres_BAIXA.PDF. Acesso em: 20 jan. 2021.

FENAJ, **Código de Ética dos Jornalistas Brasileiros**. [2007]. Disponível em: https://fenaj.org.br/wp-content/uploads/2014/06/04-codigo_de_etica_dos_jornalistas_brasileiros.pdf. Acesso em: 14 out. 2019.

GABRIEL, Martha. **Marketing na era digital**. São Paulo, SP: Novatec, 2010. 424 p.

GARCIA, Ricardo; **O conceito de Marketing**. [2012]. Disponível em: <https://administradores.com.br/artigos/o-conceito-de-marketing>. Acesso em: 17 out. 2019..

INSARAG, **Minimum Operational Levels, Training Standards, Performance Criteria, And Equipment Used for USAR Teams**. [2012]. Disponível em: https://www.insarag.org/images/stories/INSARAG_OPS_Trng_Performance_and_Equip_Standard_April_2012_V2.doc. Acesso em: 10 out. 2019..

JÚNIOR, Flávio Vieira. **Governador inaugura nesta sexta-feira o Centro Integrado de Gerenciamento de Riscos e Desastres de Florianópolis**, 2018. Disponível em: <https://www.sc.gov.br/index.php/noticias/temas/defesa-civil-e-bombeiros/governador-inaugura-nesta-sexta-feira-o-centro-integrado-de-gerenciamento-de-riscos-e-desastres-de-florianopolisg>. Acesso em: 17 out. 2019.

KOTLER, P. KELLER, K. L., **Administração de marketing**. 12. Ed. São Paulo: Pearson Hall, 2006.

MATOS, Heloiza. **Comunicação pública : interlocuções, interlocutores e perspectivas**. São Paulo : ECA/USP, 2012. Disponível em: <http://www3.eca.usp.br/sites/default/files/form/ata/pos/ppgcom/ciencias%20da%20comunicacao.%20e-books.%20%20comunica%C3%A7%C3%A3o%20publica.pdf>. Acesso em: 14 out. 2019.

OLIVEIRA, Marcos de. **Manual de gerenciamento de desastres: Sistema de Comando em Operações**. Florianópolis: Ministério da Integração Nacional, Secretaria Nacional de Defesa Civil, Universidade Federal de Santa Catarina, Centro Universitário de Estudos e Pesquisas sobre Desastres, 2010.

PRODANOV, Cleber Cristiano; **FREITAS, Ernani Cesar de. Metodologia do Trabalho Científico: Métodos e Técnicas da Pesquisa e do Trabalho Acadêmico**. 2. ed. Novo Hamburgo: Feevale, 2013. 277 p.

SIGNIFICADOS BR. **O que significa (significados)**, conceitos e definições ao seu alcance. Disponível em: <https://www.significadosbr.com.br/>. Acesso em: 14 out. 2019.

TELLES, Andre. **A Revolução Das Mídias Sociais: Cases, Conceitos, Dicas e ferramentas**. 2a Ed. São Paulo, SP: M. Books do Brasil Editora Ltda., 2011

TORRES, Claudio. **A bíblia do marketing digital**: tudo que você queria saber sobre marketing e publicidade na internet e não tinha a quem perguntar . São Paulo, SP: Novatec, 2009. 399 p.

UFSC. Centro de Estudos e Pesquisa sobre Desastres. **Atlas brasileiro de desastres naturais: 1991 a 2012**: volume Santa Catarina. Santa Catarina: UFSC/CEPED, 2013a.

UFSC. Centro de Estudos e Pesquisa sobre Desastres. **Atlas brasileiro de desastres naturais: 1991 a 2012**: volume Brasil. Santa Catarina: UFSC/CEPED, 2013b.

UNISDR. **Terminología sobre Reducción del Riesgo de Desastre**, ISDR Estrategia Internacional para la Reducción del Riesgo de Desastres, 2009. Disponível em:
https://www.unisdr.org/files/7817_UNISDRTerminologySpanish.pdf. Acesso em: 17 out. 2019.

VARGAS, Diogo. **Governo monta comitê de crise para gerenciar efeitos da greve em SC**. [2018]. Disponível em:
<https://www.nsctotal.com.br/colunistas/diogo-vargas/governo-monta-comite-de-crise-para-gerenciar-efeitos-da-greve-em-sc>. Acesso em: 14 out. 2019.