

A divulgação dos Sistemas de Alerta Hidrológico: informação geocientífica para prevenção dos impactos de cheias e estiagens

Morais, J.L.L.^{1,2}; Sander, A.¹; Gripp, L.¹

E-mail para contato: janisloureiro@gmail.com

Resumo: A comunicação dos Sistemas de Alerta Hidrológico tem levado informações hidrológicas para imprensa e sociedade, pautando a importância das geociências para prevenir os impactos de eventos extremos e para o debate sobre mudanças climáticas.

Palavras-chaves: alerta hidrológico, mudanças climáticas, geociências

Introdução

Os Sistemas de Alerta Hidrológico (SAHs) consistem na geração e divulgação de informações hidrológicas, essenciais à minimização dos impactos causados pela ocorrência de eventos hidrológicos extremos. Os dados subsidiam a tomada de decisão por parte dos órgãos governamentais relacionados à Redução de Riscos de Desastres. São operados pelo Serviço Geológico do Brasil, empresa pública vinculada ao Ministério de Minas e Energia, que tem a missão de gerar e disseminar conhecimento geocientífico no país. As ações de comunicação têm como públicos-alvo: os governos, órgãos de defesa civil, pesquisadores, população geograficamente atingida, imprensa, sociedade e buscam pautar as geociências como tema de interesse público na mídia.

Análise do desenvolvimento do projeto

Os sistemas de alerta são operados pelo governo federal desde a década de 1980, sendo que os pioneiros foram os de Manaus e do Pantanal, seguidos pela bacia do rio Doce na década de 1990. As informações geradas são encaminhadas para os gestores públicos e órgãos de Defesa Civil. Desde 2017, o papel da comunicação na divulgação dessas geoinformações, voltado à imprensa, tem sido intensificado para atingir de forma ampla a sociedade e a população geograficamente afetada por um evento extremo. Dessa forma, o trabalho da comunicação busca traduzir as informações científicas publicadas pelos pesquisadores nos Boletins de Monitoramento e Previsão e na Plataforma de Visualização de Dados (SACE) e, por meio da Assessoria de Imprensa, explica para os jornalistas como são desenvolvidos os estudos e prognósticos. Sendo assim, a cada atingimento de cota de alerta e inundação são elaborados releases à imprensa, principalmente para as editorias de climatempo, que são complementados com o uso de recursos multimídia, tais como mapas, fotografias, infográficos e vídeos, e a disponibilização de banco de dados de séries históricas, manchas de inundação e sobre os tipos de impactos registrados nas regiões hidrográficas monitoradas. Dentro dos SAHs, o papel do pesquisador em geociências é informar com antecedência a ocorrência de uma cheia ou seca e qual será a sua magnitude. Aos assessores de comunicação cabe demonstrar o alcance social, científico e ambiental, e levar essa informação em tempo real para os jornalistas, garantindo o caráter de notícia à informação geocientífica gerada. Conforme Traquina (2004), quando o jornalismo valoriza as notícias de importância social está atuando como serviço público, oferecendo ao leitor aquilo que o leitor precisa saber. O trabalho da assessoria considera os critérios de noticiabilidade usados pelos jornalistas para estabelecer requisitos para acontecimentos tornarem-se notícias. Segundo Wolf (1999), os valores-notícia são qualidades dos acontecimentos, ou da sua construção jornalística, que os recomenda para serem incluídos num produto informativo. Para aprimorar o relacionamento com a imprensa, em 2019, foi realizado um workshop voltado aos jornalistas em que os pesquisadores em geociências - engenheiros hidrólogos, apresentaram o que são os SAHs e como é possível acessar os dados e prognósticos. A partir do clipping, instrumento de mensuração diária das estratégias de agendamento (agenda-setting), foi possível identificar que os SAHs obtiveram como

resultado 645 inserções na mídia em 2020. Segundo categorizado por Luiz Martins Silva (2010), o trabalho de agendamento considera três valores-básicos: publicação sobre o tema de interesse (valores-notícia), notícia que remete à alguma ação ou link (valores-serviço), e se existe um relacionamento entre fontes (valores-permuta). Essa terceira categoria pode ocorrer de três formas: a) as organizações tornam-se reservas técnicas de um assunto, b) as organizações recebem como contrapartida espaço além do esperado na seleção valor-notícia, e c) uma parceria sustentável é estabelecida entre as organizações e os veículos. Além de divulgar as informações para os jornalistas, outro fator que vem contribuindo para uma maior disseminação das informações geradas de forma a contemplar diversos públicos de interesse do programa é a transmissão dos “Alertas” ao vivo, através do canal do SGB- CPRM no YouTube, além de posts e *lives* nos perfis oficiais do SGB-CPRM nas redes sociais, como exemplo, o Plantão Hidrológico. Em 2021, atuamos na divulgação da maior cheia do rio Amazonas em 119 anos de monitoramento. Além dos boletins semanais, as previsões para as cheias foram divulgadas em três eventos de alerta (coletivas de imprensa) no final dos meses de março, abril e maio. A divulgação explorou a informação da cota máxima que o rio chegaria no ano e sua importância devido à quantidade de pessoas envolvidas, e acrescentou informações ao debate das mudanças climáticas. Nas últimas décadas, o rio Amazonas tem apresentado eventos de cheias extremas cada vez mais frequentes. A cota de inundação tem frequência de 73% em uma base de dados de mais 110 anos e a cota de inundação severa chega a uma frequência de 14%, segundo dados do SAH. Dessa forma, entraram na pauta dos principais telejornais do país, jornais impressos e portais de abrangência nacional, além de programas de rádio, e até de podcasts. Foram mais de 200 entrevistas atendidas pela pesquisadora Luna Gripp, pesquisadora responsável pelo SAH Amazonas, que se estabeleceu como uma fonte confiável para os veículos; mais de 55 textos, entre notas publicadas no site, avisos de pauta e releases redigidos pela Asscom. No total, foram identificadas 1919 citações na imprensa entre os meses de março e junho. A cheia recorde no bioma amazônico foi pauta em canais de comunicação regionais, como um podcast produzido por uma comunidade indígena do Alto rio Negro, passando pelos telejornais de maior audiência no país, como o programa Fantástico, Jornal Nacional, Jornal da Record, Jornal da Band, CNN, nos principais jornais e agências de notícias como a Folha de São Paulo, Estadão, Valor Econômico, Broadcast, inclusive na mídia internacional, na Deutsche Welle, El País, Agência Associated Press e Newsweek. Desde que teve início o trabalho de divulgação dos SAHs, o número de inserções na mídia do SGB-CPRM apresentou crescimento, passando de 488 inserções (2017), e foi evoluindo a cada ano 837 (2018), 1945 (2019), 1764 (2020), 5761 (2021), levando para a esfera pública a importância das geociências para a Redução de Riscos de Desastres, especialmente mostrando como os SAHs contribuem monitorando e prevenindo impactos no cenário das mudanças climáticas, em que o número de ocorrências de inundações e secas severas vem aumentando.

Considerações Finais

A divulgação das informações sobre as cheias e estiagens geradas pelos SAHs, que abrangem 17 das principais bacias hidrológicas brasileiras, tem sido ampliada pela atuação da assessoria de imprensa, especializada em jornalismo científico, o que pode ser verificado pelo crescimento do número de inserções na mídia. As informações de cotas e previsões, em tempo real, acrescidos de dados sobre o número de pessoas potencialmente atingidas e sobre os impactos ambientais e econômicos têm sido determinantes para o interesse da imprensa. Além disso, a análise de dados da série histórica tem contribuído para o importante debate sobre as mudanças climáticas. Dessa forma, o jornalismo científico tem conseguido ajudar a traduzir as geociências de forma que a sociedade compreenda de que forma ela é beneficiada quando a ciência é aplicada para resolver problemas reais da população e o papel do SGB-CPRM como instituição de pesquisa, que ganha assim legitimidade social.

Referências Bibliográficas

BRILHA, J. B. R. Geologia, os geólogos e o manto da invisibilidade. *Comunicação e Sociedade*, Braga, Portugal, n. 6, p. 257-265, 2004.

DUARTE, J. Pesquisa & imprensa: orientações para um bom relacionamento. Brasília, DF: Embrapa, 2016.

EEROLA, T. Problemas da divulgação e popularização de geociências no Brasil. *Revista Brasileira de Geociências*, São Paulo, v. 24, n. 3, p. 160-163, 1994.

FIOCRUZ Campus Virtual. Introdução à Divulgação Científica (MOOC). Rio de Janeiro: FIOCRUZ, [2021]. Disponível em: <https://campusvirtual.fiocruz.br/gestordecursos/hotsite/divulgacao-cientifica-mooc>. Acesso em: 10 ago 2021.

HALL, S. et al. A produção social das notícias: o ‘mugging’ nos media. In: TRAQUINA, N. (org.). Jornalismo: questões, teorias e “estórias”. 2.ed. Lisboa: Vega, 1999, p. 224-248.

SCHMITT, R. O jornalismo científico da grande imprensa no Brasil - uma semana de análise – 2ª parte. In: CONGRESSO BRASILEIRO DE JORNALISMO CIENTÍFICO, 4., Campinas, 1994. Anais[...] Campinas, SP: ABJC, 1994. p. 8-14.

WEBER, M. H. Visibilidade e credibilidade: tensões da comunicação política. In: MAIA, R.; CASTRO, M. C. P. S. (org.). Mídia, esfera pública e identidade coletivas. Belo Horizonte: UFMG, 2006. p. 11-62.

DUARTE, J. Comunicação Pública. [s.l.]:[s.n.], [s.d.] Disponível em: <http://www.jforni.jor.br/forni/files/ComP%C3%BAblica-Duartevf.pdf>. Acesso em: 10 ago. 2021.

OLIVEIRA, F. Jornalismo Científico. São Paulo: Contexto, 2002.

SILVA, Luiz Martins. Sociedade, esfera pública e agendamento. In: LAGO, C.; BENETTI, M. (org.). Metodologia de Pesquisa em Jornalismo. Petrópolis, RJ: Vozes: 2010. p. 84-104.

TRAQUINA, Nelson. Teorias do Jornalismo. Porque as notícias são como são. Florianópolis: Insular, 2004.

WOLF, Mauro. Teorias da Comunicação. 5 ed. Lisboa: Presença, 1999.

COMUNICAÇÃO como estratégia na gestão de recursos hídricos: progestão incentiva a criação da Rede de Comunicação sobre Gestão Integrada de Recursos Hídricos (GIRH). In: AGÊNCIA NACIONAL DE ÁGUAS (Brasil). PROGESTÃO: notícias. Brasília: ANA, 2018. Disponível em: <https://progestao.ana.gov.br/destaques-progestao/comunicacao-como-estrategia-na-gestao-dos-recursos-hidricos>