

## **COMITÊ DA BACIA HIDROGRÁFICA DO RIO PARANAÍBA**

### **DELIBERAÇÃO nº 17/2009**

Aprova o Plano de Comunicação do Comitê da  
Bacia Hidrográfica do Rio Paranaíba

O Comitê da Bacia Hidrográfica do Rio Paranaíba – CBH-Paranaíba, integrante do Sistema Nacional de Gerenciamento de Recursos Hídricos e vinculado ao Conselho Nacional de Recursos Hídricos, criado pelo Decreto de 16 de julho de 2002, do Presidente da República, no uso de suas atribuições conferidas pela Resolução nº 5, de 10 de abril de 2000, pela Lei nº 9.433, de 08 de janeiro de 1997, pelo seu Regimento Interno, e

Considerando o Relatório Final da Oficina de Planejamento Estratégico do CBH-Paranaíba, realizada em Goiânia-GO, nos dias 6 e 7 de agosto de 2008, que definiu as ações do Comitê para o triênio 2008-2011;

Considerando a proposta apresentada pela Câmara Técnica de Planejamento Institucional, por meio do GT Comunicação, criado pela Portaria CTPI nº 01/2008 e alterado pela Portaria CTPI nº 06/2009,

**DELIBERA:**

Art. 1º Fica aprovado o Plano de Comunicação do Comitê da Bacia Hidrográfica do Rio Paranaíba, anexo a esta Deliberação.

Art. 2º Cabe à Secretaria Executiva do CBH-Paranaíba a implementação deste Plano.

Parágrafo único. Para a implementação desse Plano, a Secretaria Executiva do CBH-Paranaíba solicitará o apoio da Rede de Assessores de Comunicação das Instituições Integrantes do CBH-Paranaíba.

Art. 3º Cabe à Diretoria do CBH-Paranaíba promover as articulações institucionais junto à União, os Estados e o Distrito Federal visando o apoio na implementação deste Plano.

Art. 4º Esta Deliberação entra em vigor na data de sua aprovação.

Brasília-DF, 03 de dezembro de 2009.

**Paulo Sérgio Bretas de Almeida Salles**  
Presidente em Exercício do CBH-Paranaíba

**Hamilton Marques Magalhães**  
Secretário do CBH-Paranaíba

## ANEXO

### PLANO DE COMUNICAÇÃO DO COMITÊ DA BACIA HIDROGRÁFICA DO RIO PARANAÍBA

#### INTRODUÇÃO

O Plano de Comunicação do Comitê da Bacia Hidrográfica do Rio Paranaíba foi elaborado com base na proposta de Política de Comunicação Organizacional desenvolvida a partir dos apontamentos feitos pelos membros do GT Comunicação, tendo como base a existência de uma área de Comunicação para coordenação dos projetos afeitos a esta temática. Como um “documento vivo”, expressa o planejamento ideal para atender às necessidades, possibilidades e prioridades de Comunicação do CBH - Paranaíba, com foco nas necessidades de seus públicos de interesse por um determinado período, devendo ser reconsiderado na medida em que novas exigências forem verificadas.

Tem como principal objetivo garantir maior visibilidade às ações de comunicação promovidas pelo CBH-Paranaíba no âmbito da bacia hidrográfica – aqui entendidas como ações de relacionamento interno ou externo – nos públicos de interesse do comitê e difundir a compreensão de que tais ações necessitam do envolvimento de todos os membros do comitê.

#### 1. PRINCÍPIOS FUNDAMENTAIS DO PLANO DE COMUNICAÇÃO DO CBH-PARANAÍBA

Comunicação é mais do que a transmissão de informação, ela também decorre do diálogo, da ética, do relacionamento e interação permanente entre as pessoas.

##### 1.1. Compromissos dos Membros CBH-Paranaíba para a Comunicação:

- *Zelar pela marca, imagem e patrimônio do Comitê;*
- *Manter diálogos abertos, francos e construtivos com todas as instâncias da sociedade;*
- *Defender a imprensa livre e o direito à informação para todos;*
- *Fundamentar o relacionamento com os meios de comunicação na transparência e no respeito mútuo;*
- *Comprometer-se a disponibilizar informações sobre as ações estratégicas do Comitê por meio de fontes autorizadas.*

#### 2. CONCEITOS BÁSICOS DA COMUNICAÇÃO

**2.1. Público de interesse:** grupo de relacionamento estratégico do CBH-Paranaíba.

**a) Público Interno:** membros do Comitê, CTPI e GTs.

**b) Público Externo:** imprensa e formadores de opinião; parceiros estaduais (gestores de recursos hídricos); autoridades; comunidades e usuários envolvidos na gestão dos recursos hídricos; acadêmicos, parceiros internacionais e Organizações Não Governamentais.

**2.2. Produto:** conjunto de informações estruturadas conforme alguma lógica editorial ou publicitária, seja em meio físico ou eletrônico. Exemplos: manuais, folders, banners, publicações, Intranet, Internet.

**2.3. Situação de comunicação:** eventos específicos de relacionamento com os públicos de interesse. Exemplo: palestras, seminários, reuniões, treinamentos, etc.

**2.4. Técnico da área de comunicação:** Recolhe, redige, registra através de imagens e de sons, interpreta e organiza informações e notícias a serem difundidas, expondo, analisando e comentando os acontecimentos. Faz seleção, revisão e preparo definitivo das matérias jornalísticas a serem divulgadas em jornais, revistas, televisão, rádio, Internet e outros meios de comunicação.

**2.5. Release:** Material especialmente produzido pelo técnico da área de comunicação sobre assuntos relevantes do Comitê a ser distribuído aos veículos de comunicação. É, em grande parte, baseado nas informações contidas no release que a imprensa pauta a edição de suas reportagens.

**2.6. Contato com a Imprensa:** Normalmente feito por telefone para aprofundar informações enviadas por e-mail ou confirmar presenças em entrevistas coletivas, marcar encontros com a Diretoria, entre outros.

**2.7. Pasta de Imprensa:** Material contendo textos e imagens que subsidiam jornalistas nas redações. São normalmente produzidos para entrevistas (coletivas ou individuais) sobre assuntos relevantes como a realização de reuniões ou grandes eventos.

**2.8. Entrevista Coletiva:** Convocada quando há informações importantes e urgentes para todos os veículos. Só deve ser organizada quando o assunto for muito relevante para o Comitê ou de grande interesse para o público.

**2.9. Proposta / Sugestão de Pauta:** Breve informe a respeito de determinado assunto de interesse da sociedade que, por isso, deverá receber atenção dos veículos de comunicação.

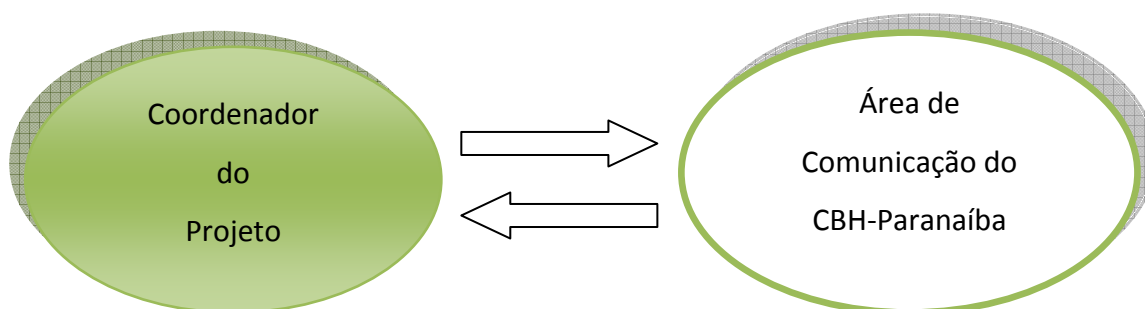
**2.10. Entrevista Exclusiva:** É proposta a um único veículo de comunicação. Utilizamos essa iniciativa para valorizar a informação e conquistar espaços mais qualificados de mídia espontânea. A imprensa prefere assuntos exclusivos a temas propostos a vários veículos ao mesmo tempo.

**2.11. Nota Exclusiva:** Um texto curto com informações exclusivas sobre determinado acontecimento. É negociado com o colunista. O acordo fechado entre ele e organização *não pode ser quebrado* sob pena de perder a confiança entre as partes.

### 3. FLUXO (INTERNO) DE INFORMAÇÃO

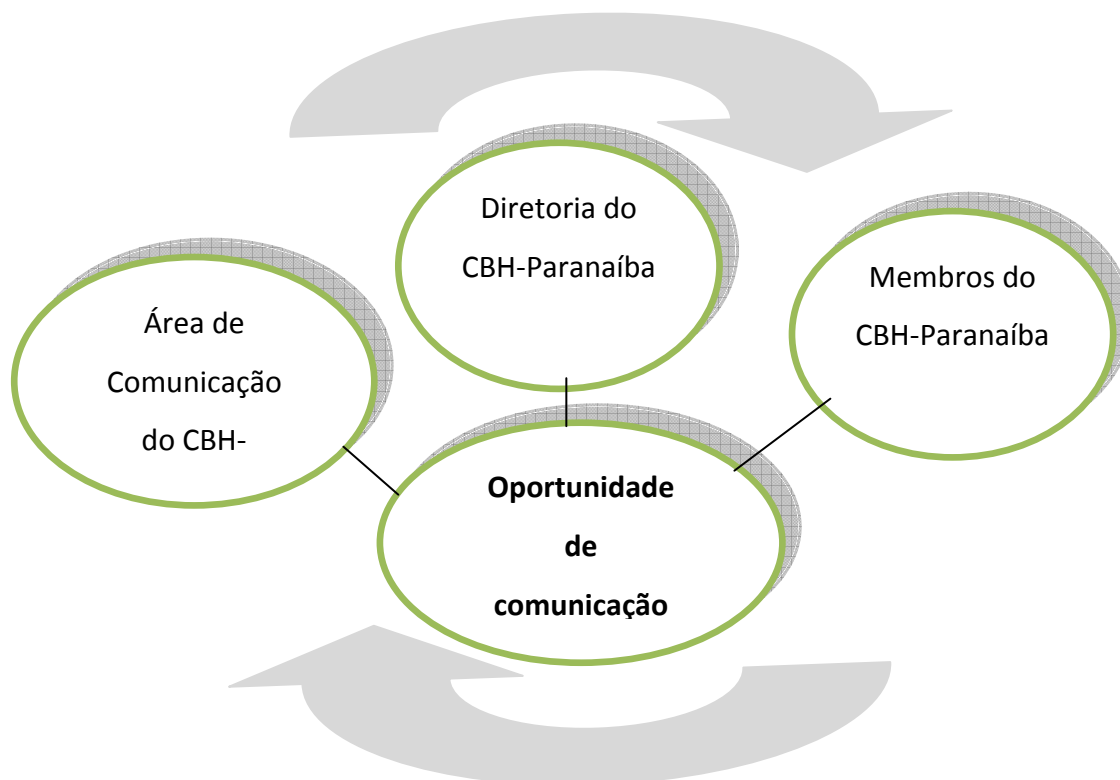
Todos os membros do CBH-Paranaíba são responsáveis pela imagem externa do comitê e pelo seu fluxo interno de comunicação.

Para efeito de otimização das informações geradas no CBH-Paranaíba, sua comunicação obedecerá a fluxos que permitam à Área de Comunicação do CBH-Paranaíba ser informada adequada e tempestivamente sobre fatos, eventos e projetos relevantes para os públicos de interesse, respeitando obviamente a ética, o bom senso e as normas de convívio profissional.



Todas as áreas do comitê têm potencial para detectar as oportunidades de comunicação que surjam, seja em situações internas ou externas. Estas oportunidades serão debatidas permanentemente e avaliadas pela Área de Comunicação do CBH-Paranaíba para a criação de acervo histórico das ações junto aos públicos de interesse.

A Área de Comunicação do CBH-Paranaíba quando necessário, acionará os respectivos interessados para providenciar posicionamentos, entrevistas, notas, artigos, pautas ou outra forma adequada de manifestação do comitê.



#### **4. PÚBLICO DE INTERESSE – PÚBLICO INTERNO**

A construção de canais de comunicação para os membros do CBH-Paranaíba é fundamental para o bom convívio profissional, para melhorar o desempenho do próprio comitê e para viabilizar o relacionamento com públicos externos. As situações e produtos adotados pelo CBH-Paranaíba para pavimentar esta relação com seu público interno deverão observar sempre a interatividade e o estímulo ao envolvimento da comunidade nos processos de comunicação desenvolvidos. Os profissionais que colaboram com o comitê são parceiros fundamentais para o cumprimento de sua missão.

##### **4.1. Etapa de sensibilização dos membros do CBH-Paranaíba**

A Secretaria-Executiva do CBH-Paranaíba é responsável pela sensibilização de todos os membros do comitê sobre a importância da Comunicação do colegiado e o papel de cada membro no âmbito do Comitê.

##### **4.2. Planejamento e Avaliação das Ações de Comunicação**

A Área de Comunicação do CBH-Paranaíba poderá propor a realização de reuniões com os membros do comitê, convidados especialmente para discutir:

- *ações de comunicação interna;*
- *manutenção da Rede de Assessores de Comunicação das Instituições Integrantes do CBH-Paranaíba.*

A Área de Comunicação elaborará as normas para o uso de ferramentas de interatividade e convívio profissional, incluindo a utilização de mensagens eletrônicas e publicação de conteúdos no sítio eletrônico, e poderá estabelecer outras ferramentas que considerarem necessárias.

#### **4.3. Oportunidades de comunicação interna**

As reuniões do Plenário, CTPI e dos GTs devem ser oportunidades a serem utilizadas para o envolvimento permanente dos membros do Comitê com a Área de Comunicação. Nessas reuniões, sempre que possível, deverá estar presente o pessoal da Área visando a sua documentação fotográfica e escrita além do exercício da informação aos membros participantes.

#### **4.4. Agenda de Eventos**

Caberá à Área de Comunicação a manutenção de agenda de eventos internos e externos com a participação de representantes do Comitê que tratem de temas pertinentes. Esta agenda deverá ser atualizada permanentemente e deverá estar de forma destacada no sítio eletrônico do CBH, sendo de responsabilidade dos membros alimentar com informações à Área de Comunicação.

#### **4.5. Orientação aos membros do CBH**

A Área de Comunicação do CBH-Paranaíba orientará os membros do comitê, para que compreendam as necessidades da imprensa e possam contribuir com a adequada transmissão das mensagens estratégicas do colegiado para os públicos de interesse.

### **5. PÚBLICO DE INTERESSE – PÚBLICO EXTERNO**

O envolvimento da Área de Comunicação do CBH-Paranaíba e de sua Diretoria com o público externo é fundamental para o sucesso na divulgação das ações do colegiado.

#### **5.1. Produtos**

Produtos e situações de comunicação que devem ser desenvolvidos pela Área de Comunicação:

##### **5.1.1. Permanentes, elaborados a curto e médio prazos:**

- *Reformulação do sítio eletrônico;*
- *Participação na organização e promoção de eventos;*
- *Definição do formato, projeto gráfico e sistema de envio do Boletim eletrônico;*
- *Clipagem diária de notícias de interesse do CBH-Paranaíba;*
- *Propor ao CBH-Paranaíba a realização de concursos diversos;*
- *Elaboração de produtos editoriais (folders, cartilhas, mapas, etc);*
- *Elaboração de periódicos eletrônico e/ou impresso.*

Todas as situações e produtos que envolvam dispêndio de recursos financeiros deverão ser objeto de avaliação e planejamento próprios, a fim de se buscar a formalização de parcerias com instituições afeitas à gestão de recursos hídricos, prioritariamente. Será dada prioridade à parceria que esteja de acordo com as diretrizes estabelecidas pelo CBH-Paranaíba, especialmente no que diz respeito aos públicos de interesse.

Deverá ser editada e distribuída pela Área de Comunicação publicação eletrônica periódica, via e-mail, com informações gerais da Bacia e outros temas de interesse dos membros do Comitê.

Caberá à Área de Comunicação a coordenação da produção do boletim. Este deverá ser veiculado a todo o público externo de interesse, inclusive para jornalistas, formadores de opinião, autoridades, gestores, parceiros, usuários, comunidade acadêmica, sociedade civil, etc.

### **5.1.2. Permanentes, elaborados a médio e longo prazos:**

Os manuais da Comunicação do CBH-Paranaíba serão instrumentos que nortearão e orientarão todos os membros do colegiado na utilização da comunicação na organização:

- *Manual de Comunicação;*
- *Manual de Imprensa;*
- *Manual de Marcas e Regras de Aplicação;*
- *Manual de Peças Promocionais.*

Caberá à Área de Comunicação a elaboração destes manuais.

## **5.2. Relacionamento externo**

A Área de Comunicação do CBH-Paranaíba desenvolverá ações para ampliar o relacionamento com a imprensa e público em geral, tais como autoridades, instituições nacionais e internacionais, eventos ou encontros com jornalistas que cobrem ou podem cobrir assuntos relacionados com recursos hídricos, possibilitando um maior conhecimento do tema pela imprensa e a possibilidade de divulgação de ações desenvolvidas pelo Comitê. Deverão ser identificadas oportunidades para desenvolver ações de comunicação e divulgar no sítio eletrônico do comitê e para veículos e cadernos especializados em Internet. As ações que poderão ser desenvolvidas pela Área de Comunicação são:

### **5.2.1. Ações para Cerimonial e Eventos: (conforme Manual de Peças Promocionais)**

- *Participar do planejamento, organização e execução de eventos estratégicos do CBH-Paranaíba;*
- *Planejar, coordenar e executar o cerimonial de eventos;*
- *Recepcionar e acompanhar as visitas técnicas, visitas de autoridades, missões estrangeiras e até diplomáticas;*
- *Propor a política, administrar o estoque e distribuir materiais para público externo.*

### **5.2.2. Ações de contato à Imprensa: (de acordo com o Manual de Imprensa)**

- *Atendimento aos profissionais de imprensa;*
- *Cobertura jornalística e fotográfica de eventos estratégicos;*
- *Sugestões de pauta para a imprensa e repercussões de notícias importantes;*
- *Acompanhamento diário do noticiário referente ao CBH-Paranaíba e CBHs Afluentes;*
- *Manutenção das notícias do portal CBH-Paranaíba.*

### **5.2.3. Ações para Publicidade e Propaganda: (conforme Manual de Marcas e Regras de Aplicação)**

- *Planejar e supervisionar ações de publicidade e propaganda externa;*
- *Coordenar as ações de publicidade e propaganda no âmbito institucional do CBH-Paranaíba;*
- *Coordenar e zelar pela correta aplicação da identidade visual do CBH-Paranaíba.*

## **5.3. Publicação de artigos**

A Área de Comunicação do CBH-Paranaíba estimulará os membros do colegiado para a confecção de artigos com foco regional, adequando a linguagem aos públicos e veículos pretendidos, sempre que houver situação de comunicação no âmbito da Bacia Hidrográfica do Rio Paranaíba.

## **5.4. Parcerias prioritárias**

O relacionamento dos membros do CBH-Paranaíba, sobretudo de sua Área de Comunicação, com parceiros estaduais (gestores de recursos hídricos) representa uma ponte para a divulgação de suas ações com foco nos recursos hídricos da bacia.

Outro público a ser buscado diz respeito aos prefeitos dos municípios que têm território na bacia e usuários de recursos hídricos. Esses devem ser envolvidos buscando a disseminação de ações de capacitação quanto à boa gestão dos recursos hídricos e às oportunidades que possam ser disponibilizadas para investimentos ou participações que propiciem a indução a esta capacitação.

## 6. INFRAESTRUTURA PARA A COMUNICAÇÃO

A Área de Comunicação do CBH-Paranaíba deverá ser organizada por técnico habilitado com atribuição específica, podendo ser adequada conforme a necessidade, observando o que estabelece este Plano de Comunicação.

O técnico da Área de Comunicação será responsável pela coordenação de todas as ações de comunicação desenvolvidas.

O recomendável é que a Área de Comunicação tenha a sua disposição:

- *Equipamento de informática para produções e comunicação;*
- *Rede de internet de alta velocidade;*
- *Equipamento fotográfico e câmera de vídeo;*
- *Equipamento para registro de som.*

## 7. PROCEDIMENTOS GERAIS PARA A COMUNICAÇÃO

Para desenvolver plenamente sua capacidade de assessorar o CBH-Paranaíba no tocante à Comunicação, a Área de Comunicação do CBH-Paranaíba adotará alguns procedimentos básicos, a saber:

### 7.1. **Análise editorial**

A Área de Comunicação providenciará a *clipagem* de assuntos relacionados aos recursos hídricos da Bacia, bem como a análise editorial deste material, distribuindo à Diretoria e demais membros do CBH-Paranaíba apenas as principais notícias do dia e sua análise.

### 7.2. **Mailing**

A Área de Comunicação produzirá e atualizará *mailings* específicos, com eleição de veículos, espaços e interlocutores preferenciais na imprensa nacional e regional, sempre com foco nos objetivos de negócio do CBH-Paranaíba.

### 7.3. **Banco de dados**

A Área de Comunicação produzirá e manterá atualizado um banco de dados com textos, imagens e fotos relacionadas à atuação do CBH-Paranaíba, a fim de garantir sua memória institucional.

### 7.4. **Sítio eletrônico**

Caberá à Área de Comunicação, a manutenção e a atualização do sítio eletrônico. Além disso, produzirá e disponibilizará no site do Comitê, as perguntas e respostas mais frequentes sobre a gestão de recursos hídricos e a atuação do colegiado.

### 7.5. **Atendimento externo**

A Área de Comunicação, em articulação com a Diretoria do CBH, adotará procedimentos de atendimento a demandas da imprensa, com o objetivo de evitar posicionamentos ambíguos do Comitê e dar agilidade a este atendimento.

#### 7.5.1. **Relacionamento com a Imprensa**

O trabalho de relacionamento com as mídias se dará de duas formas:

- *Quando o CBH-Paranaíba é **procurado** por um veículo para se posicionar sobre algum assunto ou comentar alguma ação do próprio Comitê ou ainda dar detalhes sobre um produto;*
- *Quando o CBH-Paranaíba estrategicamente **decide entrar em contato** com a imprensa para passar informações sobre algum assunto sobre o qual deseja se manifestar.*

Sempre que alguém dá uma entrevista para um veículo de comunicação em nome de uma empresa ou instituição está fazendo o papel de porta-voz da entidade que representa.

Somente os Integrantes da Diretoria, de acordo com o Regimento Interno, representam o CBH-Paranaíba e podem ser considerados porta-vozes do Comitê. Os demais membros do CBH podem atuar como porta-vozes, apenas quando autorizados, por delegação do Presidente/Diretoria, observando o disposto neste Plano de Comunicação e no Regimento Interno do Comitê.

O Regimento Interno estabelece que “é vedado aos membros do CBH-Paranaíba, sob pena de responsabilidade, se pronunciar em nome do mesmo ou praticar qualquer tipo de ato que não esteja expressamente previsto dentro de suas atribuições” (art. 17).

Entretanto, é facultado a todos os membros do Comitê divulgar as ações que estão sendo desenvolvidas pelo CBH-Paranaíba, observado o disposto neste Plano de Comunicação.

#### **7.6. Publicação das informações**

Apesar de todos os cuidados tomados, não há como garantir a publicação da notícia ou controlar a edição da reportagem, que são de total responsabilidade do veículo de comunicação.

### **8. ACONTECIMENTOS INESPERADOS OU NEGATIVOS**

Toda situação que fuja da normalidade de funcionamento do CBH-Paranaíba deverá ser comunicada imediatamente, por qualquer um de seus membros à Área de Comunicação, que se articulará com a Diretoria, para que sejam tomadas as devidas providências, no que diz respeito à comunicação, como avaliação do interesse ou não de elaboração de comunicados interno e externo e outros.

Temas que podem configurar crise:

- *Divulgação de informação inverídica sobre o Comitê;*
- *Conhecimento de notícia negativa à imagem do Colegiado;*
- *Acontecimento de um fato relevante, que pode afetar a população e sítios ambientais, ou ainda relacionados com usuários da Bacia.*

Conforme a situação caberá esclarecimento ao público externo, por meio da imprensa ou a elaboração de comunicado dirigido ao público interno.