

CLIENTE: CBH Baía de Guanabara

SERVIÇO: Planejamento da Assessoria de Imprensa

DATA: 4 de maio de 2022

1. APRESENTAÇÃO

A Assessoria de Imprensa é a área da comunicação responsável pela construção de estratégias de fortalecimento da imagem, reputação e relacionamento junto à imprensa, aos formadores de opinião, aos influenciadores e aos veículos de comunicação da região hidrográfica (local e regional), assim como especializada (nacional e internacional), ampliando a visibilidade e a credibilidade da instituição perante o público-alvo e a sociedade em geral.

O trabalho de relacionamento frequente e estratégico com os veículos de comunicação se baseia na construção de ações específicas, pensadas de forma individual, de acordo com o tema em questão, os objetivos de comunicação e o público-alvo. Por ser também uma área dinâmica, que acompanha os assuntos discutidos amplamente na sociedade, cabe à Assessoria de Imprensa identificar as oportunidades de inserção e relacionamento com os veículos que surgirem no dia-a-dia.

É ainda atribuição da Assessoria de Imprensa cuidar da imagem e reputação do CBH Baía de Guanabara. Nessa esfera, é desenvolvido o trabalho de gerenciamento de crises, que é a definição de uma estrutura que prevê atuação rápida e assertiva diante de qualquer situação que represente ameaça à imagem do Comitê.

O Planejamento de Área de Assessoria de Imprensa está vinculado ao Plano de Trabalho de Comunicação do CBH Baía de Guanabara e descreve as atividades a serem desenvolvidas ao longo do período de vigência de contrato, que corresponde aos anos de 2022, 2023 e 2024. O documento contempla as especificidades do trabalho da área, previstas em edital, e as expectativas dos membros do colegiado, compartilhadas durante a etapa de Briefing (Produto 1).

2. DIAGNÓSTICO / CONTEXTUALIZAÇÃO

Atualmente, não são realizados esforços sistematizados de comunicação no que diz respeito à imprensa. Durante o briefing, foi identificado que existem relacionamentos individuais com alguns jornalistas, de forma não institucionalizada e pouco estruturada. Além disso, há a percepção de que a imprensa não-especializada desconhece o que é o Comitê, como ele atua e de que forma ele contribui para a recuperação e preservação da Região Hidrográfica V.

Um dos elementos verificados que suportam esse entendimento é a ausência do CBH Baía de Guanabara nas grandes pautas acerca dos temas-macro que envolvem a região, como saneamento e gestão de recursos hídricos. Os representantes ouvidos durante o briefing categorizaram a relação com veículos da grande mídia tradicional, como televisão, rádio, revistas, jornais, sites e blogs, como “distante”.

Por se tratar de uma questão de natureza transversal, ou seja, que permeia vários assuntos e esferas da sociedade, a gestão dos recursos hídricos é um tema que deve ser trabalhado com frequência e deve ser relacionado a outros, como economia, urbanização, saneamento, preservação, recuperação de corpos hídricos, políticas públicas de segurança hídrica, dentre outros.

No que diz respeito à essa questão, é perceptível o desejo comum de que qualquer assunto ligado à questão hídrica se transforme em uma oportunidade de envolvimento do comitê com a imprensa. A carência dessa relação mais forte com os veículos da imprensa demanda que se destaque a credibilidade do CBH Baía de Guanabara, de seus subcomitês e dos especialistas que os integram.

Como a atuação do CBH Baía de Guanabara é extensa e diversa, é necessário também divulgar os macroprogramas e projetos desenvolvidos tanto pelo Comitê quanto pelos Subcomitês, sendo que cada assunto será trabalhado de diferentes

formas (sugestão de pauta, release, artigo etc), de acordo com o interesse e relevância, podendo ter como foco a imprensa local, regional, estadual ou nacional e, pontualmente, internacional.

O trabalho da Assessoria de Imprensa envolve, ainda, o fortalecimento dos representantes do CBH Baía de Guanabara como fontes de referência sobre temas de interesse para que os jornalistas vejam os membros do colegiado como fonte de informações sobre temas relacionados à gestão das águas da Região Hidrográfica V.

Ainda dentro do trabalho de briefing, os entrevistados expuseram um desejo unânime de que o CBH Baía de Guanabara não seja, em nenhum momento, relacionado a assuntos referentes à política partidária. Tal destaque tem importância em 2022, que é um ano de eleições majoritárias no Brasil. Mas é importante ressaltar que a refração se deve única e exclusivamente a pleitos eleitorais, e não ao desenvolvimento de políticas públicas como significado de construção coletiva com participação popular.

3. PÚBLICO- ALVO

Veículos de imprensa, canais digitais, jornalistas freelancer, perfis em mídias sociais e influenciadores digitais de relevância local, regional, estadual, nacional e, pontualmente, internacional.

4. OBJETIVOS

O trabalho de briefing, realizado a partir de análise de documentos, pesquisa e de entrevistas com representantes da diretoria do CBH Baía de Guanabara e dos Subcomitês permitiu a identificação dos objetivos da Assessoria de Imprensa, listados abaixo:

- Aumentar a credibilidade da entidade diante dos veículos de comunicação de maior circulação ou influência (local, regional e nacional) e em canais de mídia especializada (tradicionais e digitais);
- Despertar no público em geral o entendimento de que o CBH Baía de Guanabara é uma entidade tripartite (Poder Público, Usuários e Sociedade Civil) e que é gerida com recursos públicos;
- Criar no público em geral, especialmente nos moradores da Região Hidrográfica V (Rio de Janeiro), sensação de pertencimento.

5. DIRETRIZES E ESTRATÉGIAS

A Assessoria de imprensa tem dois grandes focos de trabalho: as ações ativas e as ações reativas. Como ação ativa entende-se a provocação da imprensa para temas de interesse do CBH Baía de Guanabara. Essas divulgações são feitas por meio de release, artigos, sugestões de pauta, indicação de fontes etc. E como ação reativa está a resposta do Comitê a demandas que vêm dos veículos, como pedidos de entrevistas, posicionamento ou de informações.

Na atuação ativa, estão previstas divulgação de assuntos já planejados, como datas relevantes (a exemplo, o Dia Mundial do Meio Ambiente ou eventos) e investimentos feitos pelo comitê, além de temas do cenário ambiental que se mostrem importantes no que diz respeito ao aumento da credibilidade e da visibilidade do colegiado. Neste documento, estão indicados os assuntos planejados.

Já o atendimento reativo se dará por meio da análise da demanda pela Prefácio e indicação da melhor abordagem.

Para o atendimento do contrato com a AGEVAP/CBH Baía de Guanabara, será considerada a produção mínima de dois conteúdos (releases, notas, sugestões de fonte/pauta ou artigo) por mês. Importante ressaltar que, muitas vezes, a sugestão de um tema feita a jornalistas ou influenciadores pode demandar tempo

de negociação e nem sempre é garantia de que o assunto será convertido em inserção.

O compartilhamento de informações com a imprensa será realizado por diferentes formatos, de maneira a tornar o conteúdo mais atrativo, levando em consideração a relevância e pertinência. A exemplo, poderão ser utilizados vídeos e áudios como complemento das informações em texto, com o objetivo de ampliar as chances de inserções em veículos de TV, rádio e portais. Além disso, o Planejamento de Comunicação Integrada vai avaliar, futuramente, a possibilidade e viabilidade de estratégias diferenciadas, como visitas a redações ou *press trips*.

O trabalho de Assessoria de Imprensa também inclui a gestão e aperfeiçoamento constante do mailing de jornalistas, o que garante mais assertividade nas ações e melhores resultados.

Além disso, fazem parte da rotina de Assessoria as atividades listadas abaixo:

Monitoramento de pautas na imprensa – acompanhamento de notícias em veículos de imprensa para identificar assuntos que podem ser desdobrados pelo CBH Baía de Guanabara.

Clippings – envio de dois relatórios:

Clipping de notícias – assuntos correlatos à atuação do CBH Baía de Guanabara;
Clipping do CBH Baía de Guanabara – reportagens ou conteúdos (chamados tecnicamente de inserções) que citem o CBH Baía de Guanabara.

Gestão e relacionamento com a imprensa – divulgação de sugestões de pauta, fontes, releases, notas e artigos na imprensa. Esses conteúdos serão divulgados por meio da plataforma “Comunique-se”, que é uma ferramenta reconhecida e de amplo uso da imprensa brasileira, e também por meio de contato direto com jornalistas e influenciadores. Compõe ainda esse trabalho a

atividade de “follow-up”, que é um segundo contato com os jornalistas e influenciadores para reforçar a divulgação do material.

Acompanhamento de entrevistas e preparação de fontes – as entrevistas, tanto demandas diretamente pelos veículos de comunicação como as provocadas pela divulgação proativa de conteúdo, serão mediadas e/ou acompanhadas pela Prefácio Comunicação. Atualmente, boa parte da imprensa adotou o formato de entrevista virtual, por meio de plataformas de vídeo. Além disso, antes da entrevista, é feita uma preparação do representante do CBH Baía de Guanabara, com instruções sobre as especificidades do veículo e do tipo de mídia, abordagem sugerida para o tema etc.

Media Training – o programa consiste em um treinamento realizado pelos especialistas da Prefácio para preparação dos porta-vozes da diretoria do CBH Baía de Guanabara para entrevistas, em diferentes meios e veículos. O treinamento, preferencialmente presencial, será destinado à nova diretoria do Comitê, que será eleita no segundo semestre de 2022.

O trabalho de Assessoria de Imprensa, tanto para ações ativas quanto reativas, depende de bom fluxo de informação entre a Prefácio e a AGEVAP/CBH Baía de Guanabara. Para isso, é necessário ter atenção em algumas orientações:

- Avisar a Prefácio sobre qualquer informação relevante referente à atuação do CBH Baía de Guanabara ou dos Subcomitês com a máxima antecedência para que seja elaborada a estratégia de divulgação mais acertada;
- Sempre que qualquer membro do CBH Baía de Guanabara ou dos Subcomitês for procurado por qualquer veículo de comunicação, avisar imediatamente a Prefácio sobre a demanda para avaliação e atendimento da demanda;

- Algumas demandas da imprensa podem ter o deadline (prazo) muito curto. É importante ter agilidade nos contatos e nas respostas para que o atendimento ao jornalista seja feito de forma assertiva e eficiente;
- As confirmações de entrevista para qualquer veículo devem ser cumpridas. Caso a fonte da AGEVAP/CBH Baía de Guanabara não possa atender dentro do deadline estabelecido no pedido da demanda, a Prefácio deve ser avisada para negociar novo prazo ou outra forma de resposta.

6. PORTA-VOZES

Dentro do planejamento de Assessoria de Imprensa do CBH Baía de Guanabara, serão considerados porta-vozes:

- **Principal porta-voz institucional:** presidente do CBH Baía de Guanabara
- Membros da diretoria do CBH Baía de Guanabara;
- Coordenador-geral de cada um dos Subcomitês;
- Especialista da AGEVAP (para informações mais técnicas).

7. VEÍCULOS DE IMPRENSA PRIORITÁRIOS

Abaixo, estão listados os veículos da imprensa que serão considerados estratégicos nas ações de Assessoria de Imprensa. Importante ressaltar que nem todas as divulgações serão, necessariamente, feitas em todos os veículos. A definição da estratégia é estabelecida no momento do briefing de cada ação. Também é importante ressaltar que o grau de importância dos veículos pode ser revisto, caso haja alteração na estratégia de comunicação do colegiado. O grau de importância é estabelecido de acordo com o alcance e credibilidade do veículo em relação ao público estratégico e assunto tratado.

NACIONAL (GERAL)		
VEÍCULO	CATEGORIA	GRAU DE IMPORTÂNCIA
O Globo	Jornais impressos	1
Folha de S.Paulo		2
TV Globo	Televisão	2
Globonews		2
CNN		2
Band		2
Bandnews		2
Record TV		2
Record News		2
SBT		2
RedeTV!		3
Jovem Pan News		3
TV Brasil		2
Rádio Globo		Rádio
CBN	2	
Bandnews FM	2	
Rádio CNN (via Rede Transamérica)	2	
Jovem Pan	2	
G1	Sites de notícias	2
UOL		2
Terra		2
CNN		2
R7		2
BBC News (Brasil)		3
Metrópoles		3
Agência Estado/Estadão		2
Veja	Revistas	3
Exame		3
IstoÉ		3
Galileu		2

ESTADUAL / REGIONAL (GERAL)		
VEÍCULO	CATEGORIA	GRAU DE IMPORTÂNCIA
O Globo	Jornais impressos / digitais	1
Extra		2
Folha de S.Paulo (Sucursal Rio)		1
A Tribuna		1
O Dia		1
Correio da Manhã		2
O Fluminense		1
Diário do Vale		2
Hora H		2

Jornal O Povo	Televisão	2	
Tribuna dos Municípios		2	
A Voz da Cidade		2	
TV Globo Rio		1	
Band Rio		1	
Record TV Rio		1	
Rede CNT (Fala Baixada)		1	
Rádio Tupi		Rádios	1
FM O Dia			1
Rádio Bandeirantes AM			3
Revista Veja Rio	Revista	2	
G1 RJ	Sites de notícias	2	
Diário do Rio		2	
Jornal do Brasil		2	
Agência Nossa		3	
Maricá Info		2	

LOCAL / BAIRRO

VEÍCULO	CATEGORIA	GRAU DE IMPORTÂNCIA
O Globo (bairro Zona Sul Rio)	Jornais impressos / digitais	1
Jornal Posto Seis (Jornal do Mauro)		1
TV Ondas de Maricá	Televisão	1
Rádio Resistência (Oeste do Rio)	Rádios	1
Niterói Enfoco	Sites de notícias	1
Luppa da UFRJ		1

ESPECIALIZADOS (MEIO AMBIENTE)

VEÍCULO	CATEGORIA	GRAU DE IMPORTÂNCIA
O ECO	Site	1
Ambiente Brasil		1
ECO 21		1
André Trigueiro	Influenciador	3

INTERNACIONAIS

VEÍCULO	CATEGORIA	GRAU DE IMPORTÂNCIA
BBC (Inglaterra)	Televisão / Site de notícias	3
CNN Internacional (Estados Unidos)		3
Deutsche Welle (Alemanha)		3
RTC (Portugal)		3

SIC (Portugal)		3
El País	Jornal / site de notícias	3
Greenpeace	Site especializado	3
WWF Brasil		3

Legenda: 1 – maior importância para o Comitê;

2 – importância mediana para o Comitê;

3 – menor importância para o Comitê

8. TEMAS MACRO

Durante a elaboração do briefing, foram levantados diferentes temas que são correlatos às atividades do CBH Baía de Guanabara e seus Subcomitês. Esses temas macro serão usados como norte para o desenvolvimento de campanhas de divulgação na imprensa:

- Gestão de recursos hídricos
- Segurança hídrica
- Disponibilidade hídrica
- Saneamento
- Preservação ambiental
- Sustentabilidade
- Flora e fauna
- Mata Atlântica
- Cenário ambiental da bacia da Baía de Guanabara
- Qualidade dos mananciais
- Macroprogramas e projetos do CBH Baía de Guanabara
- Parcerias
- Investimentos

9. EIXOS DE ATUAÇÃO

Os temas trabalhados nas divulgações do CBH Baía de Guanabara estão inseridos em um ou mais eixos de atuação. Esses eixos são importantes para a

elaboração de estratégias da Assessoria de Imprensa, como a identificação dos veículos e canais de comunicação mais adequados, além de auxiliarem na definição da abordagem mais assertiva.

- Sustentabilidade / Meio Ambiente
- Economia
- Gestão
- Responsabilidade social
- ESG
- Geral
- Negócios
- Ação local

10. PLANEJAMENTO DE PAUTAS

Foram levantadas sugestões de pauta para divulgação na imprensa, considerando grandes assuntos, eventos e datas comemorativas que são mais relevantes para o Comitê para os Subcomitês. Os assuntos poderão ser reavaliados e/ou alterados no decorrer dos trabalhos.

A abordagem do conteúdo para cada sugestão será feita em datas próximas à divulgação, para que esteja adequada ao contexto.

2022				
MÊS	DATA DA EXECUÇÃO	TEMA	AÇÃO	ALVO
Maio	19	Dia da Biodiversidade – 22 de maio	Artigo	Imprensa nacional; estadual; regional; especializada
	20	2ª Roda de Conversa do SC Leste – Impacto das mudanças climáticas e soluções com integração regional (PMMAS) – 25 de maio	Release	Imprensa regional; especializada
	23	Dia da Mata Atlântica – 27 de maio	Release	Imprensa regional; especializada

Junho	30 (maio)	Dia do Meio Ambiente – 5 de junho	Release	Imprensa nacional; estadual; regional; especializada
	26	Dia do Pescador – 29 de junho	Release	Imprensa estadual; regional; especializada
	27	Participação qualificada de nosso Comitê no Evento Público da CLEMAARJ - Conferência Livre Estadual de Meio Ambiente e Agricultura do Rio de Janeiro. – 29 de junho	Release/Nota	Imprensa regional; especializada
Julho	13	Dia da Proteção das Florestas – 17 de junho	Release	Imprensa nacional; estadual; regional; especializada
	14	Dois anos da sanção do Marco do Saneamento Básico – 15 de junho (o que mudou?)	Artigo	Imprensa nacional; estadual; regional; especializada
	22	3ª Roda de Conversa do SC Leste – Potencial de exploração de águas subterrâneas na região Leste, seus riscos e impactos – 27 de julho	Release	Imprensa regional; especializada
Agosto	26	4ª Roda de Conversa do SC Leste – Potencial de exploração do manancial Juturnaíba, seus riscos e impactos – 31 de agosto	Release	Imprensa regional; especializada
Setembro	13	Aniversário do CBH Baía de	Release	Imprensa nacional;

		Guanabara – 16 de setembro		estadual; regional; especializada
	17	Dia da Árvore – 21 de setembro	Artigo	Imprensa estadual; regional; especializada
	23	5ª Roda de Conversa do SC Leste – Potencial de dessalinização, seus riscos e impactos – 28 de setembro	Release	Imprensa regional; especializada
Outubro	1º	Vem aí a Rio+30 – o que esperar	Artigo	Imprensa estadual; regional; especializada
	13	Dia do Consumo Consciente – 15 de outubro	Artigo	Imprensa estadual; regional; especializada
	15	Rio+30 – 17 a 19 de outubro	Release ou nota	Imprensa estadual; regional; especializada
	21	6ª Roda de Conversa do SC Leste – Sítios barráveis na região leste, potencial, impactos e exemplos correlatos – 26 de outubro	Release	Imprensa regional; especializada
Novembro	10	12º relatório do monitoramento da qualidade da água nos 93 pontos – como foi o 1º ano de estudo	Release	Imprensa nacional; estadual; regional; especializada
	20	Dia do Rio – 24 de novembro	Artigo	Imprensa nacional; estadual; regional; especializada
	25	7ª Roda de Conversa do SC Leste – Potencial de redução de	Release	Imprensa regional; especializada

		perdas e consumo per capita/Potencial de aumento de disponibilidade hídrica por reflorestamento – 30 de novembro		
Dezembro	18	Dia da Consciência Ecológica – 22 de dezembro	Artigo	Imprensa nacional; estadual; regional; especializada
		Divulgação da Revista Digital e do Cenário Ambiental da Bacia	Release (resultados do ano)	Imprensa nacional; estadual; regional; especializada
2023				
Janeiro	29 (de dezembro)	O que esperar para o meio ambiente em 2023 – 1º de janeiro	Artigo	Imprensa nacional; estadual; regional; especializada
	14	Dia Estadual da Baía de Guanabara – 18 de janeiro	Release	Imprensa estadual; regional; especializada
	18	Dia de São Sebastião (padroeiro do Rio de Janeiro) – 20 de janeiro	Artigo	Imprensa regional; especializada
	1º	Balanço de investimentos do CBH Baía de Guanabara (ano 2022)	Release	Imprensa estadual; regional; especializada
Fevereiro	20	Aniversário do IBAMA (34 anos) – 22 de fevereiro	Artigo	Imprensa nacional; estadual; regional; especializada
Março	27 (de fevereiro)	Aniversário do Rio de Janeiro – 1º de março	Release	Imprensa estadual; regional; especializada
	12	Dia Nacional da Conscientização sobre as Mudanças	Artigo	Imprensa nacional; estadual;

		Climáticas – 16 de março		regional; especializada
	18	Dia Mundial da Água – 22 de março	Release	Imprensa nacional; estadual; regional; especializada
Abril	11	Dia da Conservação do solo – 15 de abril	Artigo	Imprensa estadual; regional; especializada
	18	Dia da Terra – 22 de abril	Release	Imprensa nacional; estadual; regional; especializada
Mai	5	Aniversário do Parque Chico Mendes – 8 de maio	Sugestão de fonte	Imprensa regional; especializada
	19	Dia da Biodiversidade – 22 de maio	Release	Imprensa nacional; estadual; regional; especializada
	23	Dia da Mata Atlântica – 27 de maio	Artigo	Imprensa regional; especializada
Junho	30 (de maio)	Dia do Meio Ambiente – 5 de junho	Release / sugestão de fonte	Imprensa nacional; estadual; regional; especializada
	26	Dia do Pescador – 29 de junho	Artigo	Imprensa estadual; regional; especializada
Julho	13	Dia da Proteção das Florestas – 17 de julho	Release	Imprensa nacional; estadual; regional; especializada
	25	Dia do Agricultor – 28 de julho	Artigo	Imprensa estadual; regional; especializada
Agosto	14	Dia do Patrimônio Histórico – 17 de agosto	Release (sobre os sítios)	Imprensa estadual; regional; especializada

			arqueológicos)	
	21	Dia Nacional de Educação Infantil – 25 de agosto	Artigo (sobre educação ambiental)	Imprensa estadual; regional; especializada
Setembro	13	Aniversário do CBH Baía de Guanabara – 16 de setembro	Release	Imprensa nacional; estadual; regional; especializada
	17	Dia da Árvore – 21 de setembro	Artigo	Imprensa estadual; regional; especializada
Outubro	13	Dia do Consumo Consciente – 15 de outubro	Artigo	Imprensa estadual; regional; especializada
Novembro	1º	Dia da Favela – 4º de novembro	Artigo (saneamento em comunidades)	Imprensa estadual; regional; especializada
	10	24º relatório do monitoramento da qualidade da água nos 93 pontos – como foi o 2º ano de estudo	Release	Imprensa nacional; estadual; regional; especializada
	20	Dia do Rio – 24 de novembro	Release	Imprensa estadual; regional; especializada
Dezembro	15	Divulgação da Revista Digital e do Cenário Ambiental da Bacia	Release (resultados do ano)	Imprensa nacional; estadual; regional; especializada
	18	Dia da Consciência Ecológica – 22 de dezembro	Artigo	Imprensa nacional; estadual; regional; especializada
2024				
Janeiro	29 (de dezembro de 2023)	O que esperar para o meio ambiente em 2024 – 1º de janeiro	Artigo	Imprensa nacional; estadual; regional; especializada

	14	Dia Estadual da Baía de Guanabara – 18 de janeiro	Release / Sugestão de Pauta	Imprensa estadual; regional; especializada
	20	Balanço de investimentos do CBH Baía de Guanabara (ano 2023)	Release	Imprensa estadual; regional; especializada
Fevereiro	30 (de janeiro de 2023)	Dia Mundial das Áreas Úmidas – 2 de fevereiro	Artigo	Imprensa estadual; regional; especializada
	18	Aniversário do IBAMA (35 anos) – 22 de fevereiro	Release (pensar em um evento comemorativo junto ao Ibama)	Imprensa nacional; estadual; regional; especializada

11. PLANO DE PREVENÇÃO E GESTÃO DE CRISE DE COMUNICAÇÃO

Caracteriza-se como crise toda e qualquer situação que possa impactar negativamente a imagem e reputação do CBH Baía de Guanabara e dos seus Subcomitês. E nenhuma instituição está imune esse tipo de situação.

A antecipação de estratégias alinhadas às diretrizes da comunicação permite que sejam elaboradas e efetivadas ações imediatas em momentos de adversidade e turbulência, que comprovarão a seriedade de seus propósitos, assim como a sua transparência no relacionamento com os diversos públicos.

Isso não garante que a imagem da instituição não sofrerá danos, mas os impactos podem ser minimizados e até transformados em oportunidades futuras de uma exposição positiva. É fundamental que todos os membros do comitê saibam o que fazer para prevenir, minimizar e/ ou evitar danos.

Para identificar uma crise potencial ou já existente, é realizado o monitoramento constante de assuntos-chave na imprensa e nas mídias sociais. Além disso, é traçado um mapa de risco de imagem (arquivo entregue separadamente à AGEVAP/CBH Baía de Guanabara), que levanta com antecipação temas que

são sensíveis por sua natureza como, por exemplo, a construção de uma barragem dentro da bacia.

O programa de Media Training é uma das ferramentas fundamentais no gerenciamento de crise por ser o momento de preparação dos porta-vozes do CBH Baía de Guanabara para o contato com a imprensa. O treinamento será composto por orientações sobre como atender jornalistas/influenciadores e também contemplará a apresentação do manual completo de Gestão de Crise - documento que estabelece o detalhamento do processo (com organograma e contatos diretos, telefones e e-mails) que deve ser seguido sempre que necessário para enfrentamento de uma crise.

12. METAS

AÇÃO	MONITORAMENTO	META
Releases / notas / sugestões de fonte / artigos	Avaliação qualitativa e quantitativa de inserções nos veículos de comunicação.	Produção de 2 conteúdos / mês (em formato a depender do assunto). A meta de inserções na imprensa será estabelecida após três meses de trabalho.
Atendimento de demandas da imprensa	Avaliação quantitativa de atendimento das demandas da imprensa.	100% de atendimento às demandas da imprensa.
Construção de mailing de imprensa	Ação contínua.	Manter contatos sempre atualizados.
Media Training da diretoria do CBH Baía de Guanabara	Avaliação qualitativa por parte dos participantes do Media Training, no relatório específico da ação.	Participação de 2/3 dos porta-vozes e avaliação positiva mínima da capacitação de 80%.

13 Cronograma (macro)

AÇÃO	PÚBLICO	DATA
Apresentação do Planejamento de Assessoria de Imprensa	Veículos de imprensa, canais, jornalistas freelancer, perfis em mídias sociais e	04/05/2022
Releases e artigos de opinião (redação, divulgação)	Veículos de imprensa, canais, jornalistas freelancer, perfis em mídias sociais e	Atividade rotineira
Relacionamento com veículos, canais e jornalísticas/influenciador	Veículos de imprensa, canais, jornalistas freelancer, perfis em mídias sociais e	Atividade rotineira
Acompanhamento de entrevistas e preparação de porta-vozes	Veículos de imprensa, canais, jornalistas freelancer, perfis em mídias sociais e	Atividade rotineira
Construção de mailing de imprensa	Veículos de imprensa, canais, jornalistas freelancer, perfis em mídias sociais e	Atividade rotineira
Plano de Prevenção e gestão de crise de comunicação	Representantes do CBH Baía de Guanabara e subcomitês.	A definir após a posse da nova diretoria
Media Training e entrega do Manual de Crise	Diretoria do CBH Baía de Guanabara eleita em 2022	A definir após a posse da nova diretoria

Finalmente, destaca-se que todas as previsões de conteúdo relacionadas neste planejamento podem ser modificadas, a depender de mudanças nos cenários interno e externo. E ainda, que as ações referentes à Assessoria de Imprensa estão alinhadas aos demais planejamentos de Comunicação Digital e de Publicações, que compõem o Plano de Trabalho do contrato com a AGEVAP/CBH Baía de Guanabara, mantendo a unidade do discurso e os objetivos centrais da Comunicação Integrada.