

AGÊNCIA NACIONAL DE ENERGIA ELÉTRICA – ANEEL

PORTARIA Nº 3.372, DE 9 DE DEZEMBRO DE 2014.

Aprova a Norma de Organização ANEEL nº 46, que institui a Política de Comunicação da ANEEL.

Voto

O DIRETOR-GERAL DA AGÊNCIA NACIONAL DE ENERGIA ELÉTRICA – ANEEL, no uso das atribuições regimentais, com base no disposto nos incisos II e IX do art. 7º do Regimento Interno, aprovado pela Portaria MME nº 349, de 28 de novembro de 1997, de acordo com a deliberação da Diretoria e o que consta no Processo nº 48500.003831/2013-51, resolve:

Art. 1º Aprovar a Norma de Organização ANEEL nº 46, constante do Anexo desta Portaria.

Art. 2º Esta Portaria entra em vigor na data de sua publicação.

ROMEU DONIZETE RUFINO

Este texto não substitui o publicado no Boletim Administrativo Extraordinário de 18.12.2014, p. 05, v. 17, n. 70.

ANEXO À PORTARIA Nº 3.372, DE 9 DE DEZEMBRO DE 2014

NORMA DE ORGANIZAÇÃO ANEEL Nº 46

CAPÍTULO I
DA FINALIDADE

Art. 1º Esta Norma tem por finalidade instituir a Política de Comunicação da Agência Nacional de Energia Elétrica – ANEEL, estabelecendo seus objetivos, princípios, diretrizes, planos de comunicação e de relacionamento institucional e as responsabilidades a serem observadas nas ações de comunicação da Agência.

Parágrafo único. A Política de Comunicação é estratégica para o cumprimento da missão da ANEEL, pois a imagem, a reputação e a credibilidade são ativos importantes para a Agência e devem pautar a sua atuação.

CAPÍTULO II
DA CONCEITUAÇÃO

Art. 2º Para fins desta Política de Comunicação considera-se:

I. Agente público: todo aquele legalmente investido em cargo público atuando na Agência ou que, por força de lei, convênio, acordo, contrato ou qualquer ato jurídico, preste serviços de natureza permanente, temporária, excepcional ou eventual à Agência, ainda que sem retribuição financeira.

II. Assessoria de Imprensa: atividade de divulgação das iniciativas da ANEEL, prestação de informações aos veículos de comunicação e acompanhamento de notícias sobre a Agência, por meio de redação, publicação e distribuição de notícias; atendimento às demandas de jornalistas; orientação de fontes da Agência e acompanhamento de entrevistas; promoção de entrevistas coletivas; e análise de repercussões da mídia.

III. Campanha de comunicação: conjunto de ações, integradas por um mesmo conceito ou ideia, que busca atingir um determinado objetivo de comunicação, seja ele institucional, motivacional ou de utilidade pública.

IV. Comunicação integrada: conjunto articulado de esforços, ações, estratégias e produtos de comunicação, planejados e desenvolvidos com o objetivo de consolidar a imagem institucional da Agência junto a públicos específicos ou à sociedade como um todo

V. Comunicação Interna: divulgação de ações e veiculação de informações aos agentes públicos, por meio dos canais institucionais. A atividade inclui o planejamento, a execução e a avaliação de eventos para esse público.

VI. Crise: fato ou circunstância de graves consequências, que podem conduzir a prejuízos materiais, humanos ou de imagem.

VII. Evento: ferramenta de comunicação utilizada para formar, informar e mobilizar públicos específicos, contribuindo para a promoção de uma imagem positiva das ações e das políticas

institucionais. Entre outros, compreende encontros, congressos, feiras, seminários, solenidades, audiências, sessões públicas.

VIII. Fonte: agente público competente para se posicionar sobre determinado assunto a veículos de comunicação, com correção, clareza e em conformidade com a regulamentação vigente.

IX. Identidade institucional: forma de ser e de fazer da organização, que expressa sua atuação, sua missão, seus valores e sua visão.

X. Identidade visual: conjunto de elementos formais e padrões, descrito em manual, que condicionam a produção gráfica de uma organização e a sua utilização.

XI. Imagem institucional: percepção do público sobre a atuação da instituição.

XII. Logomarca da ANEEL: símbolo gráfico que identifica a Agência, conforme estabelecido no Manual de Identidade Visual.

XIII. Peça de comunicação: produto de uma atividade ou campanha de comunicação, vinculado a algum programa ou projeto.

XIV. Publicações: produções textuais, impressas ou virtuais, apresentadas de diversas formas, como livros, periódicos, cartilhas, hotspots.

XV. Públicos específicos: grupos que têm interesse ou impacto potencial na instituição e com os quais a Agência se relaciona para consecução de sua missão.

XVI. Relacionamento institucional: sistematização e monitoramento da interação da Agência com seus públicos específicos.

CAPÍTULO III DOS OBJETIVOS

Art. 3º São objetivos da Política de Comunicação:

- I. ampliar a transparência das ações da Agência;
- II. fortalecer a imagem institucional da Agência perante a sociedade;
- III. buscar a unificação do discurso da Agência;
- IV. conscientizar os agentes públicos quanto à importância da linguagem adequada a cada público;
- V. promover a sinergia entre as ações de comunicação e os processos organizacionais.

CAPÍTULO IV

DOS PRINCÍPIOS E DAS DIRETRIZES

Art. 4º São princípios e diretrizes da Política de Comunicação:

- I. compromisso com a sociedade e respeito à verdade, por meio de ações caracterizadas pela ética e pela transparência;
- II. responsabilidade dos agentes públicos com a comunicação;
- III. clareza das informações e linguagem acessível a todos os públicos atendidos pela Agência;
- IV. zelo pela imagem, consolidação da identidade e preservação da memória da Agência;
- V. alinhamento com os objetivos estratégicos, com o modelo de gestão, o processo decisório e a Política de Qualidade da Agência;
- VI. integração entre a comunicação interna e a externa de modo a fortalecer a unicidade e a coerência do discurso, priorizando os agentes públicos na disseminação de informações sobre a Agência;
- VII. relacionamento interpessoal que priorize o caráter humano no atendimento e na troca de informações;
- VIII. respeito às informações consolidadas e aos padrões e manuais existentes na Agência.

CAPÍTULO V DO PLANO DE COMUNICAÇÃO

Art. 5º O Plano de Comunicação estabelece e consolida os programas, projetos e ações de comunicação da Agência.

Art. 6º O Plano de Comunicação contempla:

- I. análise do contexto social e do setor de energia elétrica, voltada à identificação de soluções para as questões de comunicação e de relacionamento;
- II. projetos e ações estruturados com:
 - a) descrição do problema, da oportunidade ou da ameaça;
 - b) objetivos a serem alcançados;
 - c) públicos-alvo;
 - d) produtos e respectivos cronogramas;

- e) recursos orçamentários e não orçamentários necessários à implementação;
 - f) análise de fatores críticos e de risco;
 - g) monitoramento e avaliação dos resultados.
- III. agenda anual de eventos;
- IV. pesquisas de opinião.

Parágrafo único. A produção de peças de comunicação deve se vincular a projeto ou ação, sendo vedada a produção de material sem prévia definição de sua estratégia de distribuição.

Art. 7º O Plano de Comunicação deverá ser submetido à deliberação da Diretoria até a última reunião administrativa do exercício anterior à sua vigência.

Parágrafo único. As ações de comunicação não consideradas no âmbito do Plano de Comunicação da ANEEL deverão ser submetidas à deliberação da Diretoria colegiada, por meio de processo instruído pela unidade organizacional demandante e do qual conste Nota Técnica da Superintendência de Comunicação e Relações Institucionais - SCR.

Art. 8º A ANEEL realizará, periodicamente, pesquisas de opinião sobre sua imagem junto aos públicos interno e externo, com os seguintes objetivos:

- I. avaliar a eficácia dos canais de relacionamento da Agência e a satisfação do público com os serviços prestados;
- II. ampliar o conhecimento sobre o ambiente de atuação da Agência;
- III. identificar hábitos que sinalizem lacunas e oportunidades de comunicação;
- IV. subsidiar a elaboração e aferir os resultados do Plano de Comunicação da ANEEL.

Parágrafo único. As pesquisas de opinião realizadas pela ANEEL serão coordenadas pela SCR, em articulação com as áreas envolvidas.

Capítulo VI DAS RESPONSABILIDADES

Art. 9º No âmbito da Política de Comunicação da ANEEL, cabe à Diretoria em regime colegiado:

- I. aprovar, anualmente, o Plano de Comunicação da ANEEL;
- II. deliberar sobre ações de representação institucional, apoio institucional e patrocínio;

III. assumir tempestivamente posições institucionais sobre questões que envolvam discordância entre a ANEEL e outros órgãos;

IV. deliberar sobre parcerias institucionais firmadas mediante acordos de interesses, acordos de cooperação técnica, convênios de cooperação ou outros instrumentos.

§1º. Cabe ao Diretor-Geral manifestar-se como fonte prioritária da Agência nos assuntos de caráter institucional.

§2º É assegurada a cada um dos Diretores a manifestação como fonte prioritária da Agência nos processos sob sua relatoria.

§3º Na impossibilidade de manifestação dos membros da Diretoria, os assessores da Diretoria, bem como os titulares e assessores das unidades organizacionais podem ser designados como fontes técnicas.

§4º Outros agentes públicos poderão ser indicados pela Diretoria ou pelos titulares de unidades como fontes técnicas para assuntos específicos.

Art. 10 Cabe à Superintendência de Comunicação e Relações Institucionais - SCR:

I. elaborar e submeter à Diretoria a proposta de Plano Anual de Comunicação, articulando-se com as demais unidades organizacionais;

II. realizar pesquisas com os públicos interno ou externo em articulação com as unidades organizacionais envolvidas;

III. promover, editar, divulgar e supervisionar os projetos e ações de comunicação e de relacionamento institucional, bem como produzir as peças de comunicação decorrentes;

IV. zelar pelo uso correto da identidade visual da ANEEL em todos os produtos direta ou indiretamente relacionados à Agência;

V. submeter à Diretoria Colegiada qualquer campanha de comunicação de massa;

VI. orientar e apoiar as Unidades Organizacionais em suas demandas de comunicação;

VII. coordenar a divulgação de informações direcionadas ao público interno e externo;

VIII. coordenar os processos de relacionamento institucional, entre eles promoção de eventos; visitas institucionais; ações de representação, apoio e patrocínio institucional; acordos de interesses e convênios de cooperação de descentralização; e acordos de cooperação técnica com entidades públicas, privadas e organizações internacionais;

IX. gerir a prestação de serviços terceirizados para organização e execução de eventos a serem promovidos ou que tenham a participação da ANEEL;

X. identificar crises e propor ações de comunicação para seu enfrentamento;

- ANEEL;
- XI. aprovar a divulgação de materiais de comunicação de terceiros nas dependências da ANEEL;
 - XII. aprovar a utilização da logomarca e dos símbolos da ANEEL; e
 - XIII. Organizar entrevistas, individuais ou coletivas, por meio da Assessoria de Imprensa.

Art. 11 Cabe às Unidades Organizacionais:

- I. interagir com os públicos específicos observando os princípios e as diretrizes da Política de Comunicação;
- II. coordenar, antecipadamente com a SCR, o adequado tratamento de comunicação dos processos que possam gerar repercussão interna ou externa, mesmo quando sigilosos;
- III. responsabilizar-se pelo conteúdo, pela correção e pela abrangência das informações técnicas afetas a sua área de atuação;
- IV. fornecer à SCR informações a serem divulgadas ao público interno ou externo, apresentando suas motivações, fundamentações e a respectiva fonte;
- V. demandar formalmente à SCR qualquer peça ou campanha de comunicação ou ação de relacionamento institucional, observados os devidos prazos e a disponibilidade de recursos da ANEEL.
- VI. indicar um agente público para acompanhar e avaliar os serviços da empresa contratada para execução do evento demandado por parte da unidade organizacional, sob orientação da SCR.

Parágrafo único. A elaboração de pesquisas de caráter institucional e de peças de comunicação, tais como cartazes, logomarcas, publicações, ainda que em meios eletrônicos, pelas Unidades Organizacionais deverá contar com a participação da SCR.

Art. 12 É responsabilidade dos agentes públicos no âmbito da Política de Comunicação:

- I. colaborar e fornecer as informações necessárias para a formulação e o cumprimento dos projetos e ações do Plano de Comunicação;
- II. comunicar-se de forma cordial, clara, precisa e acessível ao cidadão, de acordo com as diretrizes desta Norma;
- III. adotar as devidas precauções quando da emissão de opiniões acerca de assuntos de competência da Agência, tanto durante o trabalho quanto fora do exercício de suas funções, para que manifestações de caráter pessoal não sejam tomadas indevidamente como institucionais;
- IV. manifestar-se publicamente em nome da ANEEL, somente quando autorizado.
- V. guardar sigilo das informações relativas a atos ou fatos relevantes ainda não divulgados.

VI. quando indicados para atender à imprensa, fornecer informações relacionadas à sua área de competência, com certeza técnica e responsabilidade institucional, preservando os dados sigilosos e os detalhes de processos que possam produzir, direta ou indiretamente, danos a terceiros ou à imagem da Agência.

§1º. O agente público indicado é responsável pelo conteúdo, pela correção e pela abrangência das informações transmitidas.

§2º. Os contatos de agentes públicos com a imprensa durante as ações de fiscalização e em eventos, reuniões, seminários, devem ser relatados à SCR.

§3º. O agente público procurado por profissionais de imprensa deve comunicar sua unidade organizacional e encaminhar a solicitação à SCR.

Capítulo VII DAS DISPOSIÇÕES GERAIS

Art. 13 Esta Norma de Organização será revisada a cada quatro anos, contados da publicação de sua última versão.

Art. 14 Os casos omissos serão resolvidos pela Diretoria da Agência.

Art. 15 Esta Norma entra em vigor a partir da data de sua publicação.