

<p>epe Empresa de Pesquisa Energética</p>	<p>POLÍTICA DE COMUNICAÇÃO INTEGRADA</p>	<p>POLÍTICA E DIRETRIZ Nº PDG-COA-010</p>	
		VERSÃO	APROVADO EM
		00	16/08/2017

Sumário

1. Objetivo	3
2. Definições e Siglas.....	3
2.1. Definições	3
2.2. Siglas	4
3. Responsabilidades	5
4. Documentos de Referência	5
5. Política.....	6
6. Diretrizes.....	6

ELABORADO POR	DOCUMENTO DE APROVAÇÃO	Página 1 de 7
PR/PCS	DCA nº 02/154ª de 16/08/2017	



Empresa de Pesquisa Energética

POLÍTICA DE COMUNICAÇÃO INTEGRADA

POLÍTICA E DIRETRIZ Nº
PDG-COA-010

VERSÃO

APROVADO EM

00

16/08/2017

Histórico de Revisão

Versão	Data	Responsável	Aprovação
01	16/08/2017	COA	DCA 02/154ª de 16/08/2017

Informações Adicionais (Espaço para comentários ou orientações para a próxima revisão ou assuntos específicos relacionados às revisões realizadas):

ELABORADO POR	DOCUMENTO DE APROVAÇÃO	Página 2 de 7
PR/PCS	DCA nº 02/154ª de 16/08/2017	

	POLÍTICA DE COMUNICAÇÃO INTEGRADA	POLÍTICA E DIRETRIZ Nº PDG-COA-010	
		VERSÃO	APROVADO EM
		00	16/08/2017

1. Objetivo

O objetivo deste documento é estabelecer orientações estratégicas que regem as práticas de Comunicação Integrada a serem adotadas para o cumprimento da Missão, o alcance da Visão e a divulgação dos Valores da Empresa.

2. Definições e Siglas

2.1. Definições

Comunicação Integrada - conjunto articulado de esforços, ações, estratégias e produtos de comunicação, planejados e desenvolvidos pela empresa, com o objetivo de agregar valor à sua marca ou de consolidar sua imagem junto a públicos específicos ou à sociedade como um todo.

Comunicação Interativa - interação com o público-alvo através da tecnologia, geralmente a Internet.

Comunidades de Convivência - aquelas com as quais a empresa interage e/ou convive em função da sua geolocalização, do seu portfólio de negócios ou dos projetos desenvolvidos que visem à melhoria da qualidade de vida da população.

Crise - um acontecimento extraordinário ou uma série de acontecimentos, que afeta de forma diversa a reputação (imagem, marca) da empresa.

Eventos Promovidos - ações promocionais de natureza interna ou externa, realizadas por iniciativa e recursos próprios.

Gestão da Comunicação - envolve o planejamento, monitoramento, mensuração e avaliação das ações estratégicas; a definição das prioridades estratégicas e dos temas-chave da comunicação; a promoção e coordenação de pesquisas de percepção para avaliação da imagem institucional; e a definição e elaboração dos indicadores de desempenho da comunicação e da imagem.

Gestão de Conteúdo - envolve a proposição de conteúdos prioritários e relevantes para veiculação interna e externa; a definição das mídias nas quais os conteúdos serão veiculados; a adaptabilidade e contextualização dos conteúdos de acordo com os veículos definidos; e a edição dos conteúdos e adaptação aos veículos internos de comunicação e ao perfil dos empregados da empresa.

Gestão da Marca (*Branding*) - conjunto de estratégias desenvolvidas pela organização com o objetivo de criar uma relação de valor entre a marca e as pessoas, alinhando a estratégia da marca à estratégia de negócios, compreendendo valores necessários à sustentabilidade do negócio e definindo sua personalidade e os atributos a serem associados pelo mercado, bem como as diretrizes para uma comunicação consistente.

ELABORADO POR PR/PCS	DOCUMENTO DE APROVAÇÃO DCA nº 02/154ª de 16/08/2017	Página 3 de 7
-------------------------	--	---------------

	POLÍTICA DE COMUNICAÇÃO INTEGRADA	POLÍTICA E DIRETRIZ Nº PDG-COA-010	
		VERSÃO	APROVADO EM
		00	16/08/2017

Imagem Institucional - imagem que a empresa transmite e pela qual é percebida pelas pessoas de forma inconsciente e emocional. Essas percepções dependem da forma e do conteúdo de suas ações de comunicação interna e externa.

Indicadores de Desempenho da Comunicação - definidos a partir do objetivo estratégico, servem para medir, concretamente, o resultado das ações planejadas, de modo a aperfeiçoá-las.

Indicadores de Desempenho de Imagem - definidos a partir de objetivos estratégicos, usados para medir o resultado das ações planejadas e indicar se os diversos públicos de uma organização têm a percepção de que as empresas estão cumprindo seus compromissos com a sociedade.

Logomarca - é a versão gráfica da marca (englobando cores, tamanhos, tipos de letras etc.), podendo ser o nome da empresa ou produto, aplicado juntamente, ou não, com um ícone.

Marca - é o nome, termo, símbolo, desenho ou uma combinação desses elementos com vista a identificar os produtos e serviços de uma organização, capaz de diferenciá-la de outras empresas.

Meios de Comunicação - são meios (mídias) que podem ser utilizados para a comunicação da organização com seus públicos.

Porta-vozes - profissionais com amplo conhecimento técnico e estratégico, previamente designados para representar a empresa em entrevistas a veículos de comunicação internos e externos, sendo particularmente importantes em momentos de crise.

Público de Interesse ou Stakeholder - qualquer organização ou indivíduo que possa ser afetado pelas atividades da empresa e cujas ações possam afetar a capacidade da organização de implantar suas estratégias e atingir seus objetivos.

Público Externo - aquele que está relacionado às atividades da organização, mas que não faz parte dela. São as demais instituições e seus atores sociais.

Público Interno - composto por todos os empregados da empresa, nas suas diversas formas de contrato de trabalho (Regime Jurídico Único, Consolidação das Leis Trabalhistas, nomeados para cargo em comissão, prestadores terceirizados, consultores, estagiários, contratados temporários).

Reputação - importante ativo para gestão da imagem corporativa, construído em longo prazo a partir da percepção do público em relação à empresa.

Veículos de Comunicação - nomes (comerciais ou não) atribuídos aos meios (mídias) que podem ser utilizados para veicular a comunicação da organização com seus públicos.

2.2. Siglas

Não se aplica.

ELABORADO POR PR/PCS	DOCUMENTO DE APROVAÇÃO DCA nº 02/154ª de 16/08/2017	Página 4 de 7
-------------------------	--	---------------

	POLÍTICA DE COMUNICAÇÃO INTEGRADA	POLÍTICA E DIRETRIZ Nº PDG-COA-010	
		VERSÃO	APROVADO EM
		00	16/08/2017

3. Responsabilidades

É de responsabilidade da Presidência e da Diretoria de Gestão Corporativa, em conjunto com a Diretoria de Estudos Econômico-Energéticos e Ambientais, Diretoria de Estudos de Energia Elétrica e Diretoria de Estudos do Petróleo, Gás e Biocombustíveis, implementar esta Política e manter seu alinhamento com a estratégia da Empresa de Pesquisa Energética.

Cabe à Assessoria de Comunicação Social atuar como coordenadora e gestora da implementação e manutenção desta Política, sinalizando revisões caso necessário, assim como identificar e alertar possíveis situações de crise e propor soluções de comunicação para a alta gestão da Empresa. A esta assessoria cabe também a gestão da comunicação e de conteúdo.

4. Documentos de Referência

- Decreto nº 8.777, de 11 de maio de 2016: Institui a Política de Dados Abertos do Poder Executivo Federal.
- Lei nº 12.527, de 18 de novembro de 2012: Regula o acesso a informações previsto no inciso XXXIII do art. 5º, no inciso II do § 3º do art. 37 e no § 2º do art. 216 da Constituição Federal; altera a Lei nº 8.112, de 11 de dezembro de 1990; revoga a Lei nº 11.111, de 5 de maio de 2005, e dispositivos da Lei nº 8.159, de 8 de janeiro de 1991; e dá outras providências.
- Lei nº 13.303, de 30 de junho de 2016: Dispõe sobre o estatuto jurídico da empresa pública, da sociedade de economia mista e de suas subsidiárias, no âmbito da União, dos Estados, do Distrito Federal e dos Municípios.
- Código de Ética Profissional: Define os compromissos de conduta e orienta os profissionais do quadro permanente da Empresa, os ocupantes de cargos em comissão, os profissionais ou os servidores requisitados ou os cedidos de outros órgãos públicos, os profissionais de empresas prestadoras de serviços para a Empresa, as pessoas físicas prestadoras de serviços à Empresa, os estagiários e todos aqueles, de forma individual ou coletiva, que, por força de lei, contrato ou qualquer outro ato jurídico, prestem serviços à empresa, sejam de natureza permanente, temporária ou excepcional, ainda que sem retribuição financeira, direta ou indiretamente, nas normas de conduta exigidas pela Empresa, e que devem ser observadas por todos.
- Política de Gestão dos Estudos e Pesquisas de Planejamento Energético: Estabelece orientações estratégicas sobre as práticas de Gestão dos Estudos e Pesquisas do Planejamento Energético, adotadas para o cumprimento da Missão e o alcance da Visão da Empresa.
- Política de Gestão Organizacional: Estabelece orientações estratégicas sobre as práticas de Gestão Organizacional a serem adotadas para o cumprimento da Missão e o alcance da Visão da Empresa.

ELABORADO POR	DOCUMENTO DE APROVAÇÃO	Página 5 de 7
PR/PCS	DCA nº 02/154ª de 16/08/2017	

	POLÍTICA DE COMUNICAÇÃO INTEGRADA	POLÍTICA E DIRETRIZ Nº PDG-COA-010	
		VERSÃO	APROVADO EM
		00	16/08/2017

- Política de Gestão da Informação: Estabelece orientações estratégicas sobre as práticas de Gestão da Informação adotadas para o cumprimento da Missão e o alcance da Visão da Empresa.
- Política de Segurança da Informação: Estabelece orientações estratégicas sobre as práticas de Segurança da Informação adotadas para o cumprimento da Missão e o alcance da Visão da Empresa.
- Política de Gestão de Riscos: Estabelece orientações estratégicas sobre as práticas de Gestão de Riscos adotadas para o cumprimento da Missão e o alcance da Visão da Empresa.
- Política de Aquisições: Estabelece orientações estratégicas sobre as práticas de Gestão das Aquisições adotadas para o cumprimento da Missão e o alcance da Visão da Empresa.

5. Política

Todas as práticas de Comunicação Integrada devem ser adotadas com o propósito de manter a Empresa de Pesquisa Energética referência no planejamento energético brasileiro e torná-la referência mundial, contribuindo para a manutenção da imagem pública de qualidade, transparência e credibilidade da Empresa, além de estimular a prática da responsabilidade social e o senso de pertencimento dos seus empregados.

6. Diretrizes

- Visar a transparência da gestão e a agilidade do fluxo de informações, optando por soluções que fortaleçam a reputação e o reconhecimento institucional a todos os públicos.
- Desenvolver, manter e ampliar os fluxos de comunicação, aprimorando a relação entre a Empresa e seus porta-vozes e a imprensa nacional e internacional.
- Dar visibilidade à Missão, Visão e Valores Institucionais, bem como aos produtos e serviços da Empresa, gerando conteúdo relevante para os diversos públicos.
- Aprimorar o processo de gestão da logomarca institucional, fortalecendo a identidade visual da Empresa e identificando as ações, campanhas e eventos em que ela possa ser veiculada, sempre de forma ética, transparente e em conformidade legal.
- Disponibilizar a informação certa, autêntica e íntegra, de forma objetiva e tempestiva, utilizando a linguagem adequada para cada contexto, ressaltadas as restrições legais, levando em consideração os riscos para a implementação das estratégias ou para a realização dos objetivos da Empresa.

ELABORADO POR PR/PCS	DOCUMENTO DE APROVAÇÃO DCA nº 02/154ª de 16/08/2017	Página 6 de 7
-------------------------	--	---------------

	POLÍTICA DE COMUNICAÇÃO INTEGRADA	POLÍTICA E DIRETRIZ Nº PDG-COA-010	
		VERSÃO	APROVADO EM
		00	16/08/2017

- Contribuir e assegurar a integridade e o fortalecimento da marca, da imagem institucional e da reputação da Empresa junto aos seus diversos públicos.
- Aprimorar o processo de gestão da marca alinhado à estratégia do negócio.
- Contribuir para o estabelecimento e manutenção de uma relação de parceria com a comunidade acadêmica e os *stakeholders* nacionais e internacionais, observadas as disposições legais, criando mecanismos de interação e troca de conhecimento que favoreçam o bom andamento dos negócios para ambas as partes.
- Fomentar a participação da Empresa em eventos nacionais e internacionais relevantes do Setor Energético, assim como a publicação de artigos científicos pelos empregados.
- Estimular e criar condições para a participação dos gestores e empregados nos eventos promovidos pela Empresa, organizando, promovendo, acompanhando e avaliando os eventos internos e externos que possam contribuir para a reputação da marca da Empresa.
- Manter e aprimorar a comunicação transparente, dinâmica e alinhada com o Governo, Assembleia Geral e Conselhos da Empresa.
- Estabelecer uma comunicação interativa, dinâmica, transparente e alinhada entre os gestores e o corpo de empregados, visando mantê-los continuamente informados, motivados e comprometidos com os objetivos estratégicos da Empresa e fortalecendo a cultura empresarial e o sentimento de orgulho e pertencimento à Organização.
- Gerar uma comunicação eficaz e alinhada entre o corpo gerencial, visando soluções para as áreas sensíveis em que a comunicação possa mitigar possíveis impactos da ação institucional.
- Fomentar a comunicação entre as áreas da Empresa com vistas a uma maior integração, compartilhamento de informações e troca de experiências entre as equipes de trabalho e os próprios membros das equipes, valorizando e motivando os empregados.
- Fomentar o acesso às informações sobre o negócio da Empresa para os empregados.
- Identificar e alertar possíveis situações de crise e propor soluções de comunicação para sua gestão.
- Propor, nas iniciativas da Empresa, formas de interação com as comunidades de convivência, respeitando seus espaços e valores.

As questões porventura não cobertas por este Instrumento Normativo deverão ser tratadas com base nos valores organizacionais da Empresa de Pesquisa Energética.

Este Instrumento Normativo entra em vigor em 16/08/2017, conforme decisão do Conselho de Administração.

ELABORADO POR	DOCUMENTO DE APROVAÇÃO	Página 7 de 7
PR/PCS	DCA nº 02/154ª de 16/08/2017	