
POLÍTICA DE COMUNICAÇÃO DA CEMIG COM A COMUNIDADE Substitui a NO-02.15
de 23/06/2009

1. INTRODUÇÃO

1.1 A Política de Comunicação da CEMIG com a Comunidade explicita as diretrizes que orientam sua estratégia de comunicação em iniciativas de relacionamento com as comunidades na qual atua.

1.2 Esta Política integra o conjunto de estratégias de comunicação adotadas pela Companhia Energética de Minas Gerais - CEMIG e o Plano de Comunicação da Empresa, estando, assim, submetida à Superintendência de Comunicação Empresarial (CE).

1.3 É um instrumento que reitera o compromisso da Empresa com a transparência de sua gestão, tornando públicas as premissas e fundamentos que a orientam na definição de estratégias e práticas de comunicação, e detalha princípios que a orientam nas decisões sobre comunicação de iniciativas em Relacionamento com a Comunidade.

2. OBJETIVOS

2.1 A Política de Comunicação da CEMIG com a Comunidade tem por objetivo estabelecer diretrizes e critérios para as decisões empresariais que envolvem divulgação de iniciativas implementadas nas comunidades onde a Empresa atua e assegurar que essas sejam compreendidas pelos públicos com os quais se relaciona: autoridades governamentais e do setor Elétrico, Investidores, clientes e consumidores, comunidade científica, fornecedores e prestadores de serviços, público interno (empregados) e sociedade e comunidades e imprensa.

3. PRINCÍPIOS QUE REGEM AS DECISÕES DE COMUNICAÇÃO DA CEMIG

Princípio 1

A estratégia e as ações de comunicação da CEMIG com as comunidades são pautadas pelas políticas, valores e princípios da Empresa.

Significa que:

- a) a comunicação dos projetos de relacionamento com as comunidades deve garantir a integridade, ética, riqueza, responsabilidade social e traduzir o entusiasmo com o trabalho, o projeto e o estímulo ao espírito empreendedor preconizado pela Empresa.

Princípio 2

A CEMIG fundamenta suas decisões de comunicação de ações de relacionamento com a comunidade em processos estruturados de diagnóstico local ou setorial/temático e busca conhecer em profundidade a realidade com a qual se propõe a trabalhar.

Significa que:

- a) a CEMIG faz pesquisa para compreender os desafios e prioridades de comunicação do território onde se propõe a atuar;

- b) a CEMIG faz pesquisa para identificar a percepção que a comunidade possui do projeto implementado e da marca da Empresa;
- c) a CEMIG busca compreender os desafios e as prioridades de comunicação do setor / área temática com o qual a ação de relacionamento com a comunidade está vinculada;
- d) a CEMIG busca informações da população, visando a captar seus anseios e expectativas.

Princípio 3

A CEMIG comunica e divulga que o cuidado e a preservação do meio ambiente são formas utilizadas pela Empresa de relacionamento com as comunidades.

Significa que:

- a) a CEMIG comunica e divulga projetos que visem à preservação ou à recuperação do meio ambiente e busca sensibilizar a sociedade para a necessidade de cuidados com o meio ambiente;
- b) a CEMIG preocupa-se com a qualidade da informação que produz, aproveitando as oportunidades de comunicação para transmitir valores e práticas que contribuam com a formação de uma consciência de sustentabilidade, respeito aos direitos humanos e preservação do meio ambiente;
- c) a CEMIG possui Instrução de Serviços específica para regulamentar os procedimentos e a comunicação vinculada a negociações e iniciativas socioambientais, traduzidas na *IS-48 – Negociações Sócio-Ambientais na CEMIG*.

Princípio 4

A CEMIG considera assuntos relacionados ao acesso e ao consumo de energia como um vetor relevante de comunicação de suas ações de relacionamento com a comunidade.

Significa que:

- a) a CEMIG desenvolve ações de comunicação para promover o uso eficiente de energia em suas ações de relacionamento com a comunidade;
- b) a CEMIG trabalha para comunicar que a população de baixa renda pode ter acesso ao fornecimento regular de energia e os benefícios do serviço regular para a qualidade de vida da população;
- c) a CEMIG trabalha para comunicar que a população de baixa renda possa se beneficiar de incentivos como a tarifa social, tendo acesso ao consumo regular de energia e fortalecendo, assim, sua condição de cidadania.

Princípio 5

A CEMIG utiliza-se de estratégias de comunicação de ações de relacionamento com a comunidade para reiterar seu compromisso com o desenvolvimento local, com a sustentabilidade e com o exercício da cidadania empresarial, acreditando que esse é um dos caminhos para contribuir com o desenvolvimento e a qualidade de vida em comunidades onde atua.

Significa que:

- a) as estratégias e ações de relacionamento com a comunidade são um instrumento para o exercício da responsabilidade social empresarial da CEMIG, e a Empresa divulga suas iniciativas nessa área;
- b) a CEMIG utiliza-se de estratégias de comunicação para desenvolver programas de relações educacionais, de segurança comunitária e quaisquer outros em que seja adequada a atuação da Empresa junto às comunidades localizadas no entorno dos seus empreendimentos;

- c) as ações de comunicação da CEMIG levam mensagens de credibilidade, competência, respeito à comunidade e comprometimento social.

Princípio 6

A CEMIG valoriza a construção de parcerias intersetoriais e interorganizacionais para potencializar os resultados e a abrangência das iniciativas que implementa e ressalta essa questão na comunicação e divulgação de ações de relacionamento com a comunidade.

Significa que:

- a) a CEMIG divulga quem são os parceiros que representam a sociedade civil, o setor privado e o setor público nas suas iniciativas de relacionamento com a comunidade;
- b) a CEMIG acredita que, atuando em parceria com outros atores, os resultados de suas iniciativas terão maior impacto social e contribuirão de forma mais efetiva para o desenvolvimento das comunidades e para a sustentabilidade local;
- c) a CEMIG atua em conjunto com a administração municipal, órgãos públicos envolvidos e líderes comunitários, visando à intermediação destes junto à comunidade por meio do repasse de informações e esclarecimentos;
- d) a comunicação da CEMIG apoia a produção de conteúdo para projetos, contribuindo, por meio de interação de conhecimentos, com o fortalecimento das comunidades onde atua.

Princípio 7

Por ser uma Empresa de economia mista que possui como acionistas investidores do setor privado e do setor público, esse último representado pelo Governo do Estado de Minas Gerais, a CEMIG considera e valoriza aspectos que estejam alinhados com políticas públicas na comunicação e divulgação de suas iniciativas de relacionamento com a comunidade.

Significa que:

- a) a comunicação de ações de relacionamento com a comunidade da CEMIG considera e atua alinhada às políticas públicas estabelecidas pelo Governo para o setor de energia e nas áreas onde investe, contribuindo para o desenvolvimento econômico e social, desenvolvimento da cultura, do esporte, do meio ambiente etc.
- b) a marca da CEMIG é aplicada conjuntamente com a marca do Governo do Estado de Minas Gerais em todas as peças que a Empresa assina, exceto em períodos que antecedem processos eleitorais, seguindo o disposto em lei que regulamenta a comunicação do governo e de instituições públicas nesse período.

Princípio 8

A comunicação da CEMIG atua em sinergia com as áreas técnicas na estruturação da comunicação e divulgação das iniciativas de relacionamento com a comunidade.

Significa que:

- a) a comunicação de projetos e iniciativas de relacionamento com a comunidade estrutura-se em informações técnicas e precisas;
- b) o envolvimento e a parceria entre as diversas áreas técnicas da CEMIG com a área de comunicação da Empresa na estruturação de conteúdos são um dos pilares para garantir a qualidade da informação produzida e a adequação da linguagem ao público beneficiário.

Princípio 9

A CEMIG garante a classificação e o tratamento adequado de suas informações, durante todo o seu ciclo de vida.

Significa que:

- a) a CEMIG efetivamente pratica as regras e os procedimentos definidos na Instrução de Comunicação IC-45, em toda comunicação ou transmissão de suas informações.

4. DIRETRIZES DE COMUNICAÇÃO DA CEMIG COM A COMUNIDADE

A CEMIG considera os seguintes critérios gerais e específicos na definição da comunicação e divulgação de suas ações de relacionamento com a comunidade.

4.1 Gerais

- Projetos e ações localizados em território onde a Empresa está presente com o fornecimento de energia ou prestação de serviços.
- Projetos estruturados com base em parcerias intersetoriais e interorganizacionais.
- Envolvimento da comunidade beneficiada e valorização dos interesses por ela priorizados.
- Alinhamento com políticas públicas.
- Atuação nas áreas ambiental, social, desenvolvimento econômico e qualificação profissional.
- Valorização do pensamento científico por meio da divulgação de opiniões balizadas por universidades e centros de produção de conhecimento.
- Projetos e ações alinhadas com o Estatuto da Criança e do Adolescente, lei federal 8069/90.
- Uso dos incentivos fiscais para o exercício das práticas de ações sociais
- Projetos e ações alinhadas com os Objetivos Estratégicos dos Negócios da Empresa.

A CEMIG explicita em sua comunicação que não desenvolve ações de relacionamento com a comunidade que:

- tenha apelo político-partidário;
- tenha apelo religioso ou sectário;
- seja contrária às disposições de leis federais, estaduais ou municipais;
- possua conteúdo que viole os direitos humanos;
- possua base discriminatória;
- comprometa ou ameace a natureza e comprometa a preservação do meio ambiente.

A CEMIG entende que seus projetos e a comunicação dos mesmos devem contribuir com o negócio da Empresa, e devem estruturar-se em:

Intencionalidade

As ações de comunicação devem contribuir com a construção de imagem de uma empresa inquestionavelmente comprometida com a qualidade de vida das comunidades.

Adequação da linguagem

Na comunicação com comunidades, a CEMIG busca adotar linguagem coloquial, sem termos ou explicações técnicas que sejam de difícil entendimento para a população.

Respeito ao ponto de vista / opinião dos outros

A CEMIG respeita a experiência de cada município, de cada comunidade, buscando soluções individuais e coletivas às questões apresentadas por seus interlocutores.

Continuidade

A comunicação das ações de relacionamento da CEMIG com as comunidades deve ser contínua, visando à construção de credibilidade e percepção do comprometimento da Empresa com as demandas da população.

Corresponsabilidade

A CEMIG utiliza a comunicação para garantir o envolvimento das comunidades nas decisões sobre os projetos e ações que serão implementados, contribuindo para o desenvolvimento local por meio da responsabilidade compartilhada.

4.2 Específicos

4.2.1 Meio ambiente

A comunicação e divulgação de projetos de meio ambiente da CEMIG devem considerar sempre:

- a adoção de uma visão sistêmica do meio ambiente;
- a conservação da biodiversidade;
- a educação ambiental;
- a promoção da cidadania e o engajamento da população local nas ações e na difusão da consciência para preservação do meio ambiente;
- informações sobre pesquisas, desenvolvimento de novas tecnologias e energias alternativas.
- energias que contribuam para o desenvolvimento sustentável;
- energias renováveis.

4.2.2 Iniciativas de apoio social

A comunicação e divulgação de iniciativas de investimento social da CEMIG devem:

- explicitar a contribuição da CEMIG para a comunidade;
- explicitar se o projeto ou iniciativa é implementado com recursos próprios, incentivados ou de empregados;
- explicitar o apoio ou contribuição dada por parceiros (ONGs, governo, outros parceiros empresariais etc.);
- garantir o alinhamento com a política de comunicação da Empresa;
- explicitar o apoio aos Direitos Humanos

4.3 Aplicação da marca “CEMIG” na divulgação de iniciativas de relacionamento com a comunidade.

A divulgação da marca “CEMIG” deve seguir as diretrizes da Política de Comunicação e estar alinhada com a Declaração de Princípios Éticos e Código de Conduta Profissional da Empresa.

4.4 Das decisões da CEMIG sobre apoio a projetos

A CEMIG comunica que se reserva o direito de apoiar projetos, iniciativas e demandas que sejam de seu interesse nos âmbitos político, social, econômico e ambiental com recursos próprios, previstos em orçamento anual e propriamente auditados.

Glossário

Consumidor/cliente

"Deve-se considerar o destinatário dos produtos da organização. Pode ser uma pessoa física ou jurídica. É quem adquire (comprador) e/ou quem utiliza o produto (usuário/consumidor)." (PNQ)

Corresponsabilidade: responsabilidade compartilhada entre dois ou mais atores envolvidos em uma mesma causa, projeto ou ação social.

Empresa: a totalidade de qualquer organização ou entidade de negócio, em geral com finalidade lucrativa, incluindo todos os empregados (i.e., diretores, executivos, gerências, supervisores e demais funcionários, quer seja diretamente empregado, contratado ou de alguma outra forma representando a empresa).

Identidade visual: É a expressão e linguagem da marca em símbolos, design e todos os elementos visuais da marca, os quais devem ser consistente com o conceito da marca, seus valores, cultura e crenças.

Imagem: aquilo que se passa e é captado como opinião do público em geral. É uma coleção de percepções e crenças, ambas do passado e presente, que reside na consciência dos seus diversos públicos. Elas são construídas ao longo dos anos, em cada contato, em cada experiência, em cada rumor, em cada menção na mídia, formando uma impressão geral sobre o que a empresa acredita, seus valores e comportamento.

Marca: É o que fica da relação entre os públicos internos da empresa com seus stakeholders externos, seja através da compra de um produto ou serviço, atendimento recebido, discurso do presidente, experiência dos públicos nesta relação. Assim, marca é um fenômeno cultural, uma cultura, valores e princípios que se materializam na relação com os stakeholders da empresa, incluindo os empregados, clientes, consumidores, mídia, ONGs, mercado financeiro, governo, dentre outros.

Material de comunicação: peças gráficas, brindes, placas, *banners*, faixas, *buttons*, filmes, *videotapes* audiovisuais, jornais, relatórios, páginas na *internet* etc.

Parceiros: instituições ou pessoas físicas com as quais a CEMIG estabelece relações de mão dupla, visando a chegar a objetivos comuns.

Parcerias: uma relação de mão dupla na qual os parceiros partilham seus recursos de modo a trocar benefícios mútuos e chegar a objetivos comuns; têm como objetivo integrar a organização com a comunidade, conseguir recursos e dar visibilidade à sua organização.

Políticas Públicas: diretrizes adotadas por um governo que orientam o investimento dos recursos públicos por ele gerido. Surgem a partir de demandas e necessidades específicas da comunidade e, na sua melhor prática, são resultado de mobilizações e interação entre sociedade civil organizada e o governo. Concretizam-se em legislações, rotinas administrativas, planos, programas ou projetos administrados pelo poder público.

Responsabilidade Social: é a forma de gestão que se define pela relação ética e transparente da empresa com todos os públicos com os quais ela se relaciona e pelo estabelecimento de metas empresariais que impulsionem o desenvolvimento sustentável da sociedade, preservando recursos ambientais e culturais para as gerações futuras, respeitando a diversidade e promovendo a redução das desigualdades sociais (Instituto Ethos).

Stakeholder: qualquer ator (pessoa, grupo, entidade) que tenha uma relação ou interesse (direto ou indireto) com ou sobre a organização. Atores (internos ou externos), que afetam ou são afetados pelos objetivos ou resultados de uma dada organização em diferentes extensões, na medida em que reúnem alguns atributos básicos: poder, legitimidade e urgência.

Original assinado por:
DJALMA BASTOS DE MORAIS
Diretor Presidente

Distribuição: Geral