



ESTADO DE GOIÁS
AGÊNCIA GOIANA DE REGULAÇÃO, CONTROLE E FISCALIZAÇÃO DE SERVIÇOS
PÚBLICOS
GERÊNCIA DA SECRETARIA-GERAL

Resolução do Conselho Regulador 45, de 02
de março de 2023

Institui a Política de Comunicação da Agência Goiana de Regulação, Controle e Fiscalização de Serviços Públicos, conforme processo SEI 202300029000862.

O CONSELHO REGULADOR DA AGÊNCIA GOIANA DE REGULAÇÃO, CONTROLE E FISCALIZAÇÃO DE SERVIÇOS PÚBLICOS, no uso de suas atribuições legais;

CONSIDERANDO a necessidade de implementar e institucionalizar uma Política de Comunicação no âmbito da AGR;

CONSIDERANDO a necessidade de estabelecer diretrizes norteadoras das ações da Coordenação de Comunicação da Agência;

CONSIDERANDO a necessidade de fortalecer a imagem institucional e promover maior transparência às ações de regulação, controle e fiscalização desenvolvidas pela autarquia;

CONSIDERANDO a necessidade de levar informações precisas aos cidadãos sobre a atuação da AGR em

todos os setores regulados e os serviços de atendimento que disponibiliza aos usuários;

CONSIDERANDO as manifestações constantes no processo, principalmente o Relatório nº 29/2023 - CREG4 (45032268) e Voto nº 38/2023 - CREG4 (45042533);

CONSIDERANDO a decisão, de forma unânime, em reunião do Conselho Regulador realizada no dia 27.02.2023;

RESOLVE:

Art. 1. Instituir a Política de Comunicação da Agência Goiana de Regulação, Controle e Fiscalização de Serviços Públicos, nos termos do Anexo I.

Art. 2. Esta Resolução entra em vigor a partir da data de sua publicação.

Wagner Oliveira Gomes
Conselheiro Presidente

ANEXO I

POLÍTICA DE COMUNICAÇÃO DA AGÊNCIA GOIANA DE REGULAÇÃO, CONTROLE E FISCALIZAÇÃO DE SERVIÇOS PÚBLICOS (AGR)

CAPÍTULO I - FUNDAMENTOS DA COMUNICAÇÃO

DO OBJETIVO

Art. 1 - O objetivo da Política de Comunicação da AGR é estabelecer diretrizes para nortear as ações de

responsabilidade da Coordenação de Comunicação (CCOM) da autarquia, com o objetivo de fortalecer a imagem da agência e dar transparência e publicidade às ações de comunicação, garantindo ao cidadão o direito à informação a respeito do trabalho realizado pela AGR, sempre pautada pelos valores da ética e da verdade.

Parágrafo único - São objetivos específicos desta Política:

I - Consolidar a comunicação como instrumento de gestão e ferramenta estratégica da AGR;

II - Disponibilizar informações de interesse dos cidadãos, do público interno, dos órgãos públicos e dos veículos de comunicação;

III - Trabalhar de forma integrada às demais áreas da AGR para potencializar os resultados da comunicação.

Art. 2 - A missão da Coordenação de Comunicação é informar a sociedade e os públicos de interesse acerca das ações e do trabalho realizados pela AGR, ressaltando sua importância para a sociedade, de forma eficiente, ética e transparente.

DAS CARACTERÍSTICAS

Art. 3 - A comunicação institucional da AGR, obrigatoriamente, deve ter por características:

I - A unidade: o discurso institucional deve ser íntegro e coerente, favorecendo uma leitura única pelos distintos públicos de interesse;

II - A qualificação da informação: a Coordenação de Comunicação deve garantir que o tratamento dado às informações divulgadas e o nível de complexidade do discurso sejam adaptadas para os diferentes públicos, em formatos, linguagem e abordagem mais adequada a cada conteúdo.

III - A clareza e a precisão da informação: a CCOM deve disponibilizar aos públicos informações assertivas, de forma compreensível e coesa; e

IV - A credibilidade: A informação pública disponibilizada pela Coordenação de Comunicação deve ser transparente e honesta, assegurando a relação de confiabilidade entre a instituição e o público.

DAS DIRETRIZES

Art. 4 - As diretrizes da Política de Comunicação norteiam as práticas da comunicação institucional da AGR com seus públicos interno e externo.

Art. 5 - Todas as ações de comunicação devem ser idealizadas, planejadas e executadas de forma a auxiliar a instituição no cumprimento de sua missão.

Art. 6 - A gestão da comunicação deve ser estratégica, focada em resultados e direcionada ao atendimento das metas essenciais da instituição.

Art. 7 - Todos os processos de comunicação da AGR devem ser guiados pela busca da qualidade, o que implica em dispor de estrutura organizacional profissionalizada para atender às diretrizes propostas nesta política.

Art. 8 - Todos os servidores envolvidos com a comunicação devem primar pela ética profissional, direcionando suas atividades para facilitar à sociedade o acesso às informações de relevância social.

Art. 9 - Os documentos produzidos na AGR devem adotar linguagem clara e de fácil entendimento para os diversos segmentos da sociedade.

Art. 10 - As ações e decisões da AGR, que são públicas, devem estar disponíveis, na sua integralidade, à sociedade, ressalvadas aquelas cujo sigilo seja imprescindível à segurança das informações do Governo do Estado.

Art. 11 - Todos os setores da agência devem responder aos questionamentos feitos pela CCOM com agilidade e eficiência, de modo a permitir a publicação de conteúdos e respostas à imprensa em tempo hábil, viabilizando à sociedade o acesso a informações de interesse público.

Art. 12 - É prerrogativa da CCOM analisar e ajustar as informações, adequando-as aos valores estabelecidos nesta Política de Comunicação, respeitando as normativas e a hierarquia da pasta, preocupando-se, antes de tudo, com o bem-comum.

Art. 13 - Toda e qualquer informação ou mensagem repassada à imprensa deverá ser segura, de credibilidade e passível de checagem, sendo vedado à AGR divulgar dados sem base consistente aos veículos de comunicação.

Art. 14 - O atendimento às demandas da imprensa deve ser sempre ágil, atendendo, preferencialmente e na medida do possível, os prazos solicitados pelos veículos de comunicação.

Parágrafo único - As demandas devem ser respondidas integralmente, atendendo a todos os questionamentos feitos, justificando ao requerente, em tempo hábil, as eventuais impossibilidades de atendimento.

Art. 15 - A atuação da CCOM deve ser integrada e organizada de forma a buscar o aumento da percepção das pessoas sobre o papel e a atuação da AGR, visando o reconhecimento do órgão como de valor expressivo para a sociedade.

Art. 16 - A AGR deve fazer uso adequado das mídias on-line, utilizando o site, a intranet e as redes sociais, devendo atualizar e monitorar os diferentes canais.

Art. 17 - A CCOM deve observar e priorizar, na produção de conteúdos, as deliberações e as atividades que importem em impacto sociais ou necessidade de dar conhecimento à sociedade.

Art. 18 - A AGR deve tratar de forma isonômica e respeitosa os diversos veículos e profissionais de comunicação, assim como aqueles que atuam de forma independente.

Art. 19 - São vedadas as seguintes práticas referentes à comunicação no âmbito da AGR:

I - Ações de comunicação que agridam ou desrespeitem os direitos humanos e civis ou que contenham mensagens preconceituosas ou discriminatórias;

II - Práticas de comunicação que deem espaço para o favorecimento pessoal de colaboradores e gestores públicos;

III - Oferta de informações que não correspondam à realidade, à verdade, à transparência ou possam confundir profissionais da imprensa e cidadãos.

Art. 20 - Para fins de comunicação, são considerados públicos da AGR:

I - Interno - conselheiros, gestores, servidores, jovens aprendizes e funcionários de empresas terceirizadas.

II - Externo - usuários dos serviços públicos, imprensa, concessionários, delegatários e autorizatários, órgãos públicos municipais, estaduais e federais, agências reguladoras e

entidades parceiras

CAPÍTULO II - COMPORTAMENTO E PRINCÍPIOS BÁSICOS

DOS LÍDERES

Art. 21 - Cabe aos conselheiros e gestores da AGR:

I - Garantir e estimular a livre circulação de informações, respeitando os princípios éticos, de transparência e de não discriminação, de modo que todos os servidores sejam devidamente informados sobre o que ocorre na AGR e sejam estimulados a contribuir com a missão da agência;

II - Garantir que os servidores tenham abertura para apresentar suas opiniões em fóruns e reuniões;

III - Garantir a confidencialidade das informações durante o período em que o sigilo, mesmo no âmbito interno, seja necessário;

IV - Garantir que as decisões tomadas em reuniões executivas sejam compartilhadas com a equipe;

V - Dar o exemplo de uma comunicação que observe o respeito entre as pessoas e em relação ao espaço que elas ocupam.

DOS SERVIDORES

Art. 22 - Em sua rotina, que os servidores atuem, dentro e fora da AGR, como agentes de divulgação dos objetivos e da missão da agência, assim como de suas políticas e ações, uma vez que foram informados a respeito, durante a posse nos cargos.

Art. 23 - Os servidores devem identificar oportunidades de divulgação dentro de suas áreas e atividades e encaminhá-las à Coordenação de Comunicação.

DA GESTÃO DA MARCA

Art. 24 - É responsabilidade da CCOM trabalhar pela preservação da credibilidade da marca da AGR.

Art. 25 - Cabe à Coordenação de Comunicação desenvolver estratégias para o uso e a aplicação da marca e de sua identidade visual nos materiais de comunicação, sejam eles institucionais ou de projetos.

Art. 26 - Todas as demais áreas da AGR são responsáveis pela aplicação correta da marca da agência e devem seguir o manual de aplicação da logomarca disponibilizada pela Coordenação de Comunicação.

Art. 27 - Cabe à CCOM orientar, avaliar e aprovar a aplicação da marca AGR e outras que vierem a ser desenvolvidas no âmbito institucional, em peças de comunicação, quer sejam produzidas internamente, por fornecedores ou por organizações parceiras.

Art. 28 - Há uma marca definida para a AGR com o objetivo de tornar clara a percepção da atuação da agência e do Governo de Goiás por todos os públicos estratégicos. Assim, não deverão ser criadas novas marcas ou submarcas para projetos, unidades ou eventos da AGR, mesmo de caráter informal.

DAS FONTES E DOS TEMAS ASSOCIADOS

Art. 29 - Deve ser facilitado à CCOM o acesso às fontes de informações dentro da AGR, entendendo como fontes os detentores de informação, que podem ser pessoas, documentos ou materiais audiovisuais, que devem transparentes quanto à origem e ao conteúdo divulgado, para que haja credibilidade.

Art. 30 - A partir do acesso de que trata o artigo 29, a CCOM e a presidência do Conselho Regulador podem identificar os porta-vozes ou documentos mais adequados a cada tema a ser divulgado, para que tenha mais visibilidade.

Art. 31 - São porta-vozes da AGR: conselheiros, diretores, gestores e técnicos das áreas de abrangência da atuação da autarquia.

Art. 32 - Quem fala em nome da AGR não deve emitir opinião pessoal sobre os assuntos relativos à autarquia.

Art. 33 - Opiniões e posicionamentos pessoais, especialmente os de natureza política, que não reflitam as posições da AGR, não devem ser divulgados também pelo e-mail institucional da Agência.

Art. 34 - Os servidores da AGR não estão autorizados a representá-la nem a emitir opinião em eventos, entrevistas ou matérias jornalísticas, a menos que previamente autorizados.

DO WEBSITE

Art. 35 - O principal veículo de comunicação da AGR na internet é o seu site. Nele são divulgadas a sua estrutura organizacional, suas áreas de atuação, sua agenda regulatória, ações e programas e ainda os serviços disponibilizados aos cidadãos, além de notícias e publicações.

Art. 36 - Cabe à Coordenação de Comunicação selecionar, produzir ou editar o material a ser divulgado no site, sendo de sua responsabilidade a aprovação, quando necessária, com os autores e fontes de informações.

Art. 37 - É responsabilidade da CCOM a atualização diária dos conteúdos no site da AGR, mediante o fornecimento de informações ou questionamentos junto às diferentes áreas.

Art. 38 - A divulgação das iniciativas da AGR será feita, preferencialmente, por meio do seu site.

Art. 39 - A linguagem do site buscará clareza e completude das informações e deverá estar alinhado à identidade da agência.

DAS REDES SOCIAIS

Art. 40 - A participação da AGR nas redes sociais deve estar alinhada à sua missão.

Art. 41 - A gestão do uso das redes sociais será de responsabilidade da Coordenação de Comunicação, que deverá indicar quais servidores terão permissão para administrar os perfis institucionais.

Art. 42 - Assim como nos demais meios de divulgação da AGR, também nas redes sociais não será tolerada nenhuma forma de opinião com conteúdos discriminatórios em relação à raça, credo, cor, sexo, orientação sexual, qualquer tipo de deficiência, classe ou idade.

CAPÍTULO III - RELACIONAMENTO COM OS PÚBLICOS

SECRETARIA DE COMUNICAÇÃO DO ESTADO

Art. 43 - A Coordenação de Comunicação da AGR é tecnicamente subordinada à Secretaria de Comunicação do Estado (Secom), devendo, portanto, manter diálogo direto e rotineiro com a pasta.

Art. 44 - Todo material produzido pela

Coordenação de Comunicação para divulgação institucional deve ser aprovado pela Secom.

Art. 45 - A comunicação institucional da AGR deve estar em consonância com as diretrizes estabelecidas pela Secom para a comunicação do Governo do Estado.

Art. 46 - É responsabilidade da CCOM informar os projetos e as ações da AGR à Secom para elaboração, em conjunto, de estratégias de comunicação.

Art. 47 - A CCOM poderá contar com apoio e suporte técnico da Secom na criação e divulgação de material para veiculação das ações da AGR em site, redes sociais e outras mídias.

IMPRENSA

Art. 48 - O relacionamento com a imprensa e com os veículos de comunicação deve contribuir para fortalecer a credibilidade da AGR, por meio do fornecimento de informações com transparência, prontidão e consistência e pela atenção aos compromissos assumidos com jornalistas.

Art. 49 - O contato com os jornalistas deve ser feito, prioritariamente, pela Coordenação de Comunicação, que é a responsável pela divulgação das informações da AGR.

Art. 50 - Nenhuma informação para os jornalistas poderá ser disseminada sem o aval da Coordenação de Comunicação.

Art. 51 - Todos os porta-vozes da AGR, dentro da sua especialidade, devem estar preparados para estabelecer um relacionamento com a mídia, colocando-se como fonte de informação sobre os temas trabalhos pela agência sempre que solicitado pela CCOM.

Art. 52 - Os pedidos de informação da imprensa que chegarem a outras áreas devem ser, impreterivelmente, encaminhados à Coordenação de Comunicação.

Art. 53 - Para os veículos de projeção nacional, a prioridade de contato é com o presidente da AGR, seguido dos diretores.

Parágrafo único - Na impossibilidade de atendimento por uma dessas fontes, a solicitação deve ser atendida pela gerência especializada no tema em questão ou, em sua indisponibilidade, pelo coordenador de comunicação.

Art. 54 - A CCOM deve cultivar uma relação de proximidade e parceria com os veículos e profissionais de comunicação, atuando de forma estratégica, prezando pela transparência, cordialidade e eficiência.

Art. 55 - Cabe à CCOM apurar dados, adequar as informações para a linguagem jornalística e se responsabilizar pelos registros fotográficos e pelas imagens utilizadas nas publicações.

Art. 56 - São atividades de relacionamento com a imprensa:

I - Produção de releases e sugestões de pauta;

II - Redação de matérias jornalísticas que atendam aos critérios de noticiabilidade;

III - Estruturação do banco de fontes;

IV - Produção de manuais para subsidiar os processos de produção de notícias pelos setores de comunicação;

V - Organização e ou acompanhamento de entrevistas com a imprensa ou outros grupos, quando necessários. Recomenda-se que as fontes sejam capacitadas para o atendimento da mídia e que recebam orientações de media training.

Art. 57 - A CCOM deve estar preparada para reconhecer as oportunidades e atender as demandas de imprensa com prazo alinhado; promover espaços de interação, como eventos, visitas e publicações de materiais de interesse jornalístico; receber sugestões de produção de conteúdo e avaliar os canais e a linguagem adequados para a sua divulgação.

Art. 58 - À CCOM cabem, ainda, as atividades de monitoramento, mensuração e análise da mídia.

SEGUIDORES

Art. 59 - O relacionamento com os públicos nas redes sociais deve ser pautado pelo diálogo e pela colaboração, e não apenas pela divulgação de conteúdos.

SERVIDORES

Art. 60 - O relacionamento com o público interno deve estar baseado nos valores da ética, da transparência e respeito, a fim de contribuir positivamente para o desenvolvimento pessoal e profissional e para o alcance dos

objetivos e metas da instituição.

Art. 61 - A comunicação interna, realizada em parceria com a área de recursos humanos da agência, deve estimular a circulação de informações qualificadas, incentivar o comprometimento dos públicos com os objetivos institucionais, consolidar a cultura organizacional e favorecer a criação de um clima organizacional saudável e produtivo.

Art. 62 - A relação da CCOM com os servidores deve ser pautada pelo respeito, transparência e estímulo à participação.

Art. 63 - Os servidores devem ser informados pela CCOM, em primeiro mão e dentro do possível, sobre os atos e as decisões da administração que serão divulgados aos demais públicos.

Art. 64 - A Coordenação de Comunicação deve compartilhar, nos canais de comunicação internos, as informações sobre reuniões que tragam notícias dos grupos de trabalho; novidades e conquistas de comitês internos; e o reconhecimento de conquistas pessoais dos servidores.

Art. 65 - Ferramenta utilizada pela CCOM para a divulgação direta aos servidores, o e-mail institucional da AGR tem como finalidade informar as questões institucionais que dizem respeito à agência e não deve ser usado para endereçar questões pessoais.

GABINETE DO CONSELHEIRO PRESIDENTE, em
GOIANIA - GO, aos 02 dias do mês de março de 2023.



Documento assinado eletronicamente por **WAGNER OLIVEIRA GOMES, Presidente**, em 02/03/2023, às 16:27, conforme art. 2º, § 2º, III, "b", da Lei 17.039/2010 e art. 3ºB, I, do Decreto nº 8.808/2016.



A autenticidade do documento pode ser conferida no site http://sei.go.gov.br/sei/controlador_externo.php?acao=documento_conferir&id_orgao_acesso_externo=1 informando o código verificador **45314432** e o código CRC **84862FCB**.

GABINETE DO CONSELHEIRO PRESIDENTE
AVENIDA GOIÁS , ED. VISCONDE DE MAUÁ 305 - Bairro CENTRO -
GOIANIA - GO - CEP 74005-010 - .



Referência: Processo nº
202300029000862



SEI 45314432