

Plano estratégico de comunicação da Eletrobras Eletronuclear

Coordenação de Comunicação Institucional (CI.P)



Eletrobras
Eletronuclear

a. Introdução

O novo Plano Nacional de Energia (PNE) 2050 vai orientar a expansão do parque de geração nuclear no Brasil em volume entre 8 GW e 10 GW nos próximos 30 anos. Para alcançar esse objetivo, o primeiro passo, segundo o próprio Ministério de Minas e Energia, é aumentar a aceitação pública da energia nuclear junto aos diferentes setores da sociedade.

A Eletrobras Eletronuclear colocou, desde o início deste ano, essa questão em destaque ao elencar a aceitação pública como uma das suas metas prioritárias, expressadas nos seus “Top Ten”. Além disso, há alguns anos, a empresa tem sido protagonista nos esforços de divulgação dos benefícios da energia nuclear no país. Mesmo com um orçamento acanhado para o tamanho do desafio, a Eletronuclear recebe grande destaque nessa tarefa. A escolha da empresa como coordenadora do grupo de trabalho responsável pela elaboração de um plano de comunicação nacional, para o Comitê de Desenvolvimento do Programa Nuclear Brasileiro (CDPNB), representa o reconhecimento desse projeto por parte do Governo Federal.

As dificuldades históricas que cercam a aceitação pública de energia nuclear em todo o mundo demonstram a necessidade de um planejamento estratégico que alie forte conhecimento técnico dos temas trabalhados com a correta utilização das técnicas de comunicação aplicadas aos diferentes canais e públicos existentes. Além disso, novos desafios surgiram com a facilidade de criação de canais para divulgação de informações na internet e a importância que as plataformas de comunicação e relacionamento ganharam atualmente. Os fatores mencionados impulsionaram fenômenos, como a pós verdade, um neologismo que explicita como a opinião pública é menos influenciada por fatos objetivos do que por emoções e crenças pessoais. A expressão mais simbólica desse processo é representada pela clusterização de grupos sociais com opiniões convergentes e a disseminação das chamadas fake news como meio de construção de “novas verdades”. A Coordenação de Comunicação Institucional (CI.P) busca manter atualização dos novos estudos da academia e, também, das melhores práticas do mercado para compor e manter atualizado este documento, fruto de seis meses de trabalho.

O presente documento pretende sistematizar o processo de decisão sobre as ações de comunicação, servindo de fundamento para o desenvolvimento de planos táticos que melhor potencializem os recursos materiais e humanos existentes na empresa. Porém, a extrema volatilidade da informação nos meios digitais exige um modelo de planejamento mais fluído e capaz de se adaptar rapidamente aos novos cenários que se apresentam. Este Plano Estratégico de Comunicação da Eletrobras Eletronuclear foi pensado para um horizonte de quatro anos, contemplando ações até o final de 2024, podendo ser revisto a qualquer momento em que a alta direção da empresa julgue necessário.

b. Documentação de Referência

Criada em 2020, a revisão 01 do Plano Estratégico de Comunicação da Eletrobras Eletronuclear é baseada nas melhores práticas do mercado e foi desenvolvido com base nos seguintes documentos:

- Plano Nacional de Energia (PNE) 2050
- Plano Estratégico do Sistema Eletrobras 2020/2035
- Declaração de Posicionamento da Eletronuclear
- Política de Comunicação Integrada das Empresas Eletrobras
- Plano Diretor de Negócios e Gestão da Eletrobras 2020/2024
- Plano de Negócios e Gestão da Eletrobras Eletronuclear 2018/2022

- Top Ten Eletronuclear Corporate Goals
- Manual da Organização

c. Análise situacional

A Eletrobras Eletronuclear encontra-se, hoje, em processo de recuperação de seu equilíbrio econômico-financeiro, que decorrerá de uma necessária retomada do empreendimento de Angra 3. A sinalização do Governo Federal de querer concluir a obra tem se manifestado em uma série de decisões que visam estruturar financeiramente o empreendimento. Ao mesmo tempo, o cenário de uma possível capitalização da Eletrobras e a criação de uma nova empresa para controlar a Eletronuclear e Itaipu reforçam a necessidade da empresa de fortalecer sua marca e reputação.

Por outro lado, a previsão exposta no Plano Nacional de Energia de crescer mais 10GW de energia nuclear a matriz elétrica brasileira até 2050 traz a necessidade premente de aumentar a aceitação pública da energia nuclear em nosso país. O Comitê para o Desenvolvimento do Programa Nuclear Brasileiro, grupo formado por diversos ministros de Estado, instituiu um grupo de trabalho especificamente para formular um planejamento nacional de comunicação para o setor nuclear. A Eletronuclear, seja por seu protagonismo no setor, seja por ter um trabalho de comunicação mais estruturado do que os demais entes, desempenhará um papel de liderança único nesse processo.

Ainda nesse contexto desafiador, a empresa mantém seu empenho no aprimoramento da segurança e do desempenho das usinas Angra 1 e Angra 2, na construção de uma Unidade Complementar de Armazenamento à Seco de Combustível Irrradiado (UAS) e no Programa de Extensão da Vida Útil – LTO de Angra 1, atividades essenciais para a manutenção da companhia.

Por outro lado, a força de trabalho, que ainda se resente dos recentes planos de demissão incentivada, mostra-se fortemente impactada por mudanças em processos fortemente arraigados, devido à necessidade de modernização. A condução da empresa durante a pandemia do Covid-19 demonstrou que resiliência e capacidade de adaptação são qualidades fundamentais na condução da comunicação da Eletronuclear nos próximos anos. A partir disso, iniciou-se uma reflexão sobre a adoção de um modelo de planejamento que não engesse decisões, mas seja uma ferramenta fundamental para sistematizar as ações, definir prioridades e permitir uma melhor alocação de recursos humanos e materiais.

d. Justificativa

Em 23 anos de existência, a Eletrobras Eletronuclear teve apenas um ciclo formal de planejamento estratégico (2018/2020) para sua comunicação, o qual, efetivamente, estabeleceu diretrizes alinhadas aos objetivos empresariais da companhia. A presente revisão incorpora uma nova visão baseada na evolução tecnológica dos meios de comunicação digital e na forma com que as pessoas interagem com elas. Este documento também avalia o novo cenário em que a empresa se encontra e seus possíveis desdobramentos em um horizonte de quatro anos.

Além disso, a elaboração desta revisão do Plano Estratégico de Comunicação é fundamental para orientar e sistematizar as ações de comunicação empreendidas por outras áreas na empresa, atualizando meios, dando unicidade de forma e linguagem às mensagens e estabelecendo as bases para uma comunicação dialógica e construtiva com todos os públicos de interesse relacionados.

e. Visão

Para a Eletrobras Eletronuclear, uma comunicação eficaz ao longo do tempo apoia, sustenta e promove o negócio de nossa empresa e, além de estar sempre conectada com valores, crenças e propósitos.

Pela sua trajetória no setor, a Eletronuclear continuará desempenhando o papel de protagonista na expansão da geração nucleoeleétrica no Brasil, atuando de forma independente ou em parceria com outras empresas, centrada na posição única de liderança no setor.

Tal visão se sustenta numa prática de comunicação expressiva capaz de superar um dos maiores obstáculos à viabilização dessa expansão: a aceitação pública. As usinas nucleares, ao longo de seu ciclo de vida útil, têm uma emissão insignificante, que as coloca no centro das soluções ambientalmente adequadas para geração de grandes blocos de energia no século 21.

Para atingir o propósito, é necessário ter uma força de trabalho informada, engajada e alinhada com os objetivos estratégicos da Eletronuclear. Este Plano Estratégico de Comunicação propõe a transição do modelo da comunicação interna *para* as pessoas, a fim de melhorar a transmissão de informação e diálogo *entre* essas, promovendo maior interação entre todos os setores da companhia.

f. Objetivos

Os objetivos principais do Plano Estratégico de Comunicação da Eletrobras Eletronuclear são:

- Promover o alinhamento das ações de comunicação aos processos de planejamento e gestão estratégica da empresa;
- Aproximar a empresa de seus públicos estratégicos, gerando um clima favorável aos nossos negócios;
- Promover a energia nuclear como forma de geração elétrica segura, ambientalmente correta, competitiva em termos de mercado e imprescindível para o desenvolvimento do Brasil;
- Priorizar o uso dos recursos da empresa, mantendo o foco das ações de comunicação nas questões que envolvam temas e públicos mais relevantes para os interesses corporativos da Eletrobras Eletronuclear;
- Criar um ambiente de confiança entre a alta direção da empresa, empregados e demais colaboradores para propiciar um ambiente de trabalho livre de boatos e versões fantasiosas de fatos, gerando motivação e comprometimento com os objetivos estratégicos da Eletrobras Eletronuclear;
- Traduzir informações estratégicas em linguagem simples e objetiva para que os colaboradores estejam alinhados com os objetivos da empresa;

- Fomentar a comunicação horizontal entre as diversas áreas da empresa, estimulando o diálogo entre gestores;
- Atender aos dispositivos legais que regem a comunicação pública.

g. Eixos Estratégicos

Este Plano, como o anterior, baseia a construção da estratégia em quatro eixos relacionados aos pilares de todo processo de comunicação (conteúdo, públicos, meios e linguagem). É da orientação desses eixos aos objetivos estratégicos da Eletrobras Eletronuclear que surgirão todos os planos táticos desenvolvidos nos próximos quatro anos.

a. Eixo 1 - FOCO (conteúdo)

O objetivo deste eixo é a definição dos temas e públicos mais relevantes para os interesses corporativos da Eletrobras Eletronuclear nos próximos quatro anos, objetivando a racionalização do uso dos recursos humanos e materiais existentes. Essa seleção envolveu uma análise dos principais acontecimentos internos e externos recentes e os definidos no documento Top Ten Eletronuclear Corporate Goals.

TEMAS
Cultura de Segurança
Operação de Angra 1 e Angra 2
Conclusão do UAS
Extensão de vida de Angra 1
Preservação do canteiro de obras de Angra 3
Conclusão de Angra 3
Novos empreendimentos
Aceitação pública da energia nuclear
Meio ambiente e sustentabilidade
Responsabilidade Social
Ações com foco em pessoas (voltado para transferência de conhecimento)
Fortalecimento da governança corporativa
Integridade e compliance

Em função de mudanças na situação da empresa, a presente tabela pode ser revista sempre que necessário.

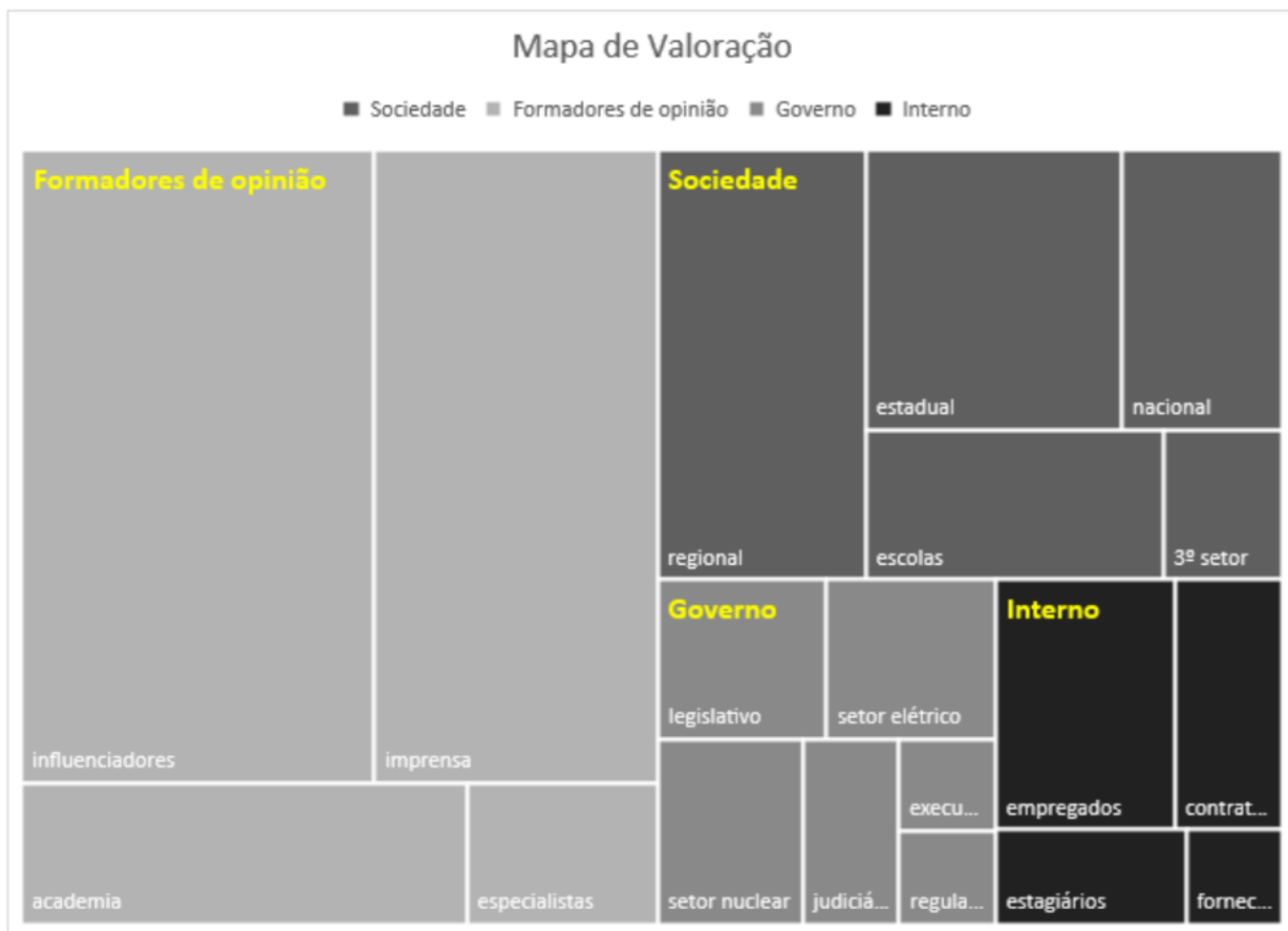
b. Eixo 2 - Públicos prioritários:

A presente análise considera os públicos estratégicos para a comunicação da Eletronuclear e atribui pesos em função do grau de importância para o atingimento dos objetivos estratégicos da companhia.

Destaca-se a ênfase no ambiente externo, a partir do regional para o nacional, priorizando influenciadores digitais, imprensa e meios acadêmicos como vetores capazes de irradiar essa informação pela sociedade, cada qual a seu modo. Em um ambiente de pós-verdade, no qual crenças superam cada vez mais fatos na construção da verdade, a necessidade de abordagens múltiplas é fundamental para se mudar conceitos há muito estabelecidos.

A composição do mix de públicos, bem como sua valoração, também pode variar em função de mudanças na situação da companhia. A formação exposta pode ser revista a qualquer momento, sempre que necessário.

Setor	Grupo	Valoração
Sociedade	nacional	50
Sociedade	estadual	80
Sociedade	regional	100
Sociedade	3º setor	20
Sociedade	escolas	50
Formadores de opinião	imprensa	200
Formadores de opinião	influenciadores	250
Formadores de opinião	especialistas	30
Formadores de opinião	academia	70
Governo	executivo	10
Governo	legislativo	30
Governo	judiciário	20
Governo	reguladores	10
Governo	setor elétrico	30
Governo	setor nuclear	30
Interno	empregados	50
Interno	contratados	30
Interno	estagiários	20
Interno	fornecedores	10



c. Eixo 3 – Canais

Este eixo estabelece a priorização dos meios/canais empregados para promover uma comunicação eficaz ao longo do tempo, capaz de sustentar e promover o negócio da Eletrobras Eletronuclear. Uma comunicação de excelência deve ser capaz de conectar os diferentes públicos de interesse com nossos valores, propósitos e crenças.

Na comunicação externa, por exemplo, vamos priorizar o uso dos meios digitais, otimizando a experiência do público com as diferentes vertentes da tecnologia nuclear, a ação propiciará meios capazes de transformar a visão da sociedade. Ao realizar novas experiências, cada pessoa é naturalmente conduzida a um ponto de partida diferente, que proporciona a oportunidade de fazer novas conexões mentais, de rever velhos conceitos com um novo olhar. A priorização dos públicos, imprensa e influenciadores digitais já nos sinaliza que os canais digitais e mídias sociais vão predominar no novo planejamento. Esses canais potencializam o investimento de nossos recursos financeiros em detrimento da mídia tradicional, porém sem abrir mão desses.

Entre as iniciativas previstas, estão: reforçar o caráter proativo da assessoria de imprensa com a realização de encontros regionais, visitas técnicas, cursos para jornalistas etc. Da mesma forma, vamos incrementar nossas redes sociais com uma maior produção de material audiovisual. Para tanto, temos que investir na capacitação do nosso pessoal e na aquisição de equipamentos e software. A Coordenação de Comunicação Institucional tem, ao longo dos

últimos anos, reforçado sua equipe própria e de terceiros para dar conta dos diversos desafios que temos pela frente.

Para o público governo, vamos desenvolver meios próprios para reforçar os atributos positivos da energia nuclear e sua importância para o país, sensibilizando um conjunto de indivíduos extremamente importante por seu poder de influência e decisão. Na comunicação interna, o objetivo é continuar a transição do modelo da comunicação *para* as pessoas para uma comunicação *entre* essas, horizontalizando a disseminação de informações e, principalmente, potencializando a comunicação gerencial.

2. Eixo 4 – Linguagem

Clareza e objetividade resumem a característica deste eixo que - aliado ao emprego de recursos de informação visual, como gifs, animações, infográficos, vídeos -, tendem a construir um ambiente de alta confiança, minimizando potenciais interpretações tendenciosas e mal-entendidos, fatores que comprometem o grau de confiança dentro de uma organização.

Processos de comunicação claros e objetivos ajudam a moldar os ambientes corporativos. Uma comunicação clara não pressupõe ausência de dúvidas, mas sim uma predisposição para tratá-las de forma equilibrada, aberta e sem medo. Empresas que agem com integridade possuem uma preocupação com o nível de elucidação da sua comunicação. Tais características caminham juntas. Um comportamento ético transborda para atitudes que preservam a clareza da comunicação. Trata-se de um processo que se retroalimenta, permitindo o aprimoramento de comportamentos.

Por outro lado, um ambiente onde a comunicação é clara e objetiva tende a ser um terreno fértil para inovações. Inovar pressupõe abertura para que o 'novo' tome o lugar do 'estabelecido'. E, para que as pessoas tragam ideias e compartilhem pontos de vista, faz-se necessário um processo de comunicação permeado por confiança e segurança. A clareza e a objetividade na comunicação ajudam a fomentar um ambiente deste tipo.

As iniciativas previstas neste eixo permeiam os dois anteriores e dizem respeito aos processos internos de trabalho da Coordenação de Comunicação Institucional (CI.P).

3. Conclusão

Este planejamento estratégico poderá ser revisto a qualquer momento em função de alterações significativas no cenário em que a Eletrobras Eletronuclear está inserida. Deste documento, serão disseminados diferentes planos táticos de comunicação, voltados para as iniciativas propostas, além de outras que se façam necessárias.