



Eletrobras

**POLÍTICA DE PORTA-VOZES
DAS EMPRESAS ELETROBRAS**

Edição 2.0
26/11/2020



Política de Porta-Vozes das Empresas Eletrobras

Área responsável pela emissão

Superintendência de Comunicação / Gerência de Comunicação e Relações Institucionais.

Público-Alvo

Áreas de comunicação, membros do Conselho de Administração, do Conselho Fiscal e dos comitês, diretores, gerentes e colaboradores das empresas Eletrobras.

Aprovação

Resolução 647/2020, de 03/11/2020, da Diretoria Executiva da Eletrobras.
Deliberação 190/2020, de 26/11/2020, do Conselho de Administração da Eletrobras.

Repositório

Todas as políticas das empresas Eletrobras podem ser encontradas no *site*:
<http://eletrobras.com/pt/Paginas/Estatuto-Politicas-e-Manuais.aspx>

Direitos de autor e confidencialidade

O conteúdo deste documento não pode ser reproduzido sem a devida autorização. Todos os direitos pertencem à Eletrobras e às demais empresas Eletrobras.

Prazo máximo de revisão: 5 anos

Histórico de Edições

Edição	Aprovação	Principais alterações
1.0 Política de Porta-Vozes das Empresas Eletrobras.	DEL-237/2018, de 30/11/2018.	Não se aplica.
2.0 Política de Porta-Vozes das Empresas Eletrobras.	RES-647/2020, de 03/11/2020. DEL-190/2020 de 26/11/2020.	Redefinição de quem são os porta-vozes das empresas Eletrobras e de quem nomeia estes porta-vozes em situações de crise.

Sumário

1	Objetivo	3
2	Referências.....	3
3	Princípios.....	3
4	Diretrizes	4
4.1	Diretrizes Gerais.....	4
4.2	Diretrizes Específicas	4
5	Responsabilidades	5
6	Conceitos	5
7	Disposições Gerais.....	6

1 Objetivo

Estabelecer diretrizes para a atuação de porta-vozes das empresas Eletrobras, visando garantir a unidade do discurso institucional e fortalecer a relação com seus públicos de relacionamento, a partir de um posicionamento de valorização da reputação empresarial alinhada aos princípios éticos e valores das empresas Eletrobras.

2 Referências

- 2.1 Lei Federal 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.
- 2.2 Instrução CVM nº 358, de 3 de janeiro de 2002 – dispõe sobre a divulgação e o uso de informações sobre ato ou fato relevante relativo às companhias abertas, disciplina a divulgação e informações na negociação de valores mobiliários e na aquisição de lote significativo de ações de emissão de companhia aberta, estabelece vedações e condições para a negociação de ações de companhia aberta na pendência de fato relevante não divulgado ao mercado e outras providências.
- 2.3 Código de Conduta Ética e Integridade das Empresas Eletrobras.
- 2.4 Política de Comunicação e Engajamento com Públicos de Relacionamento das Empresas Eletrobras.
- 2.5 Política de Divulgação e Uso de Informações Relevantes das Empresas Eletrobras.
- 2.6 Plano Estratégico das Empresas Eletrobras.
- 2.7 Plano Diretor de Negócios e Gestão.
- 2.8 Normativos de gestão de consequências das empresas Eletrobras.
- 2.9 Normativos de gestão de comunicação de crises das empresas Eletrobras.

3 Princípios

- 3.1 Comunicação com agilidade e precisão.
- 3.2 Promoção da capacitação de porta-vozes.
- 3.3 Atuação com comprometimento e respeito ao ser humano e ao meio ambiente.
- 3.4 Atuação de acordo com a conformidade legal.
- 3.5 Observação dos princípios de eficiência e eficácia empresarial.
- 3.6 Respeito ao Código de Conduta Ética e Integridade das Empresas Eletrobras.

- 3.7 Atendimento aos requisitos de sustentabilidade.
- 3.8 Respeito ao princípio da transparência.

4 Diretrizes

4.1 Diretrizes Gerais

As empresas Eletrobras devem:

- 4.1.1 Definir quem são os porta-vozes das empresas Eletrobras, sendo tal atribuição dos membros das diretorias executivas, no limite de suas competências estatutárias, podendo estes designar formalmente empregados para exercer a função de porta-voz, especificando os limites de sua atuação.
- 4.1.2 Nomear porta-vozes em situações de crise que acarretem riscos aos resultados, à imagem e à reputação das empresas Eletrobras, conforme estabelecido em normativos de gestão de comunicação de crises das empresas Eletrobras, sendo esta atribuição do presidente ou dos diretores-presidentes.
- 4.1.3 Determinar que representantes da força de trabalho não estejam autorizados a falar em nome das empresas Eletrobras enquanto não sejam formalmente indicados para essa função, sendo tal prerrogativa exclusiva das diretorias executivas das empresas Eletrobras.
- 4.1.4 Garantir que porta-vozes nomeados formalmente não sejam autorizados a emitir opiniões pessoais, quando instados a falar em nome da empresa Eletrobras, conforme determinação das respectivas diretorias executivas.

4.2 Diretrizes Específicas

As áreas de comunicação das empresas Eletrobras devem:

- 4.2.1 Assessorar as diretorias executivas das empresas Eletrobras no processo de definição de prioridades e dos temas-chave da atuação dos porta-vozes de acordo com as orientações estratégicas das empresas Eletrobras e com foco nos públicos de relacionamento.
- 4.2.2 Assessorar as diretorias executivas das empresas Eletrobras no planejamento, monitoramento, mensuração e avaliação da atuação dos porta-vozes nomeados previamente.
- 4.2.3 Garantir que os porta-vozes nomeados tenham acesso tempestivo a todas as informações internas e externas, relativas aos assuntos sobre os quais estão autorizados a falar em nome da instituição.
- 4.2.4 Garantir que todos os porta-vozes tenham conhecimento técnico adequado ao exercício da função e tenham acesso a treinamento específico para desempenhá-la.
- 4.2.5 Identificar os temas mais sensíveis, para os quais a nomeação de porta-voz seja indicada, e promover o treinamento dos profissionais indicados para a função, após designação de suas respectivas diretorias executivas.

- 4.2.6 Orientar a atuação dos porta-vozes de forma integrada, em parceria com os gestores das diversas áreas das empresas Eletrobras, para garantir o alinhamento do discurso empresarial, de acordo com os objetivos do negócio.
- 4.2.7 Mediar o fluxo da comunicação dos porta-vozes com os veículos de comunicação de massa.
- 4.2.8 Identificar riscos e oportunidades de atuação dos porta-vozes, avaliando os impactos potenciais sobre os públicos de interesse, inclusive no planejamento de novas iniciativas, no aprimoramento constante e na preparação de novos porta-vozes.

5 Responsabilidades

- 5.1 Diretoria Executiva da Eletrobras – definir quem são os porta-vozes da *holding*.
- 5.2 Conselho de Administração da Eletrobras – aprovar esta política.
- 5.3 Diretorias Executivas das empresas Eletrobras – definir quem são os porta-vozes das empresas Eletrobras e encaminhar esta política para aprovação do Conselho de Administração da empresa e patrocinar a implementação em suas empresas.
- 5.4 Conselho de Administração das empresas Eletrobras – aprovar esta política e monitorar sua implementação.
- 5.5 Superintendência de Comunicação da Eletrobras – coordenar a elaboração e a implementação desta política e propor eventuais atualizações.
- 5.6 Comitê de Comunicação Integrada das Empresas Eletrobras – propor e acompanhar procedimentos que atendam a esta política.
- 5.7 Superintendências e/ou Gerências de Comunicação das Empresas Eletrobras – atuar como apoiadoras na implementação e na manutenção desta política.
- 5.8 Porta-voz – falar em nome da empresa, sempre que for autorizado e demandado para isso. Manter-se informado sobre o tema ou temas a respeito dos quais falará, representando a instituição, e participar dos treinamentos propostos pela(s) área(s) de comunicação da Eletrobras.

6 Conceitos

- 6.1 Engajamento – atividade desempenhada para criar oportunidade de diálogo entre a organização e um ou mais de seus públicos de interesse, com a finalidade de prover base de informação para processos decisórios da organização.
- 6.2 Força de trabalho – empregados diretos, prestadores de serviço, estagiários e demais colaboradores em regime de dedicação e vínculos distintos dos ora citados.
- 6.3 Gestão de crise – procedimentos e ações preventivas e/ou corretivas a serem definidas pela alta administração das empresas, com o objetivo de evitar ou minimizar o impacto de problemas e riscos corporativos.
- 6.4 Imagem institucional – imagem que as empresas transmitem e pela qual são percebidas pelos públicos de relacionamento, de forma consciente ou inconsciente e

- emocional; essas percepções dependem da forma e do conteúdo das ações de comunicação interna e externa.
- 6.5 Porta-vozes – profissionais previamente designados para representar a empresa em eventos internos e externos ou em entrevistas a veículos de comunicação, sendo particularmente importantes em momentos de crise.
 - 6.6 Público de relacionamento, 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 empresa de implantar suas estratégias e atingir seus objetivos.
 - 6.7 Reputação – importante ativo para gestão da imagem corporativa, construído em longo prazo a partir da percepção do público em relação à empresa.
 - 6.8 Temas-chave – temas estratégicos a respeito dos quais são construídas as mensagens-chave a serem comunicadas aos diversos públicos da organização, sejam eles externos ou internos.
 - 6.9 Temas sensíveis – temas com potencial de geração de conflitos de interesse, do ponto de vista da estratégia empresarial, que podem afetar a relação de confiança entre a empresa e seus públicos de relacionamento.

7 Disposições Gerais

- 7.1 Esta política pode ser desdobrada em regulamentos unificados e válidos para todas as empresas Eletrobras e ainda em documentos normativos internos específicos em cada empresa Eletrobras, sempre alinhados aos princípios e diretrizes aqui estabelecidos.
- 7.2 Em respeito ao compromisso das empresas Eletrobras ao programa pró-equidade de gênero e raça do Governo Federal, fica explicitado que os termos porventura utilizados nesta política, como empregados e similares, que estejam referidos pelo termo genérico representativo do masculino, referem-se a todo o coletivo.
- 7.3 As diretrizes estabelecidas nesta política devem ser cumpridas por todos os seus destinatários, estando os mesmos sujeitos, no caso de descumprimento, ao estabelecido nos normativos de gestão de consequências das empresas Eletrobras.
- 7.4 As empresas Eletrobras devem adequar seus documentos normativos e os controles que se fizerem necessários em consonância com o estabelecido nesta política no prazo máximo de 180 dias a partir da aprovação pelo Conselho de Administração da Eletrobras.
- 7.5 Devem ser revogados, em todo ou em parte, os documentos normativos das empresas Eletrobras que estabeleçam diretrizes e procedimentos contrários aos descritos nesta política.