



Eletrobras

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

Versão 1.0
30/11/2018



POLÍTICA DE PORTA-VOZES DAS EMPRESAS ELETROBRAS

Sumário

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



POLÍTICA DE PORTA-VOZES DAS EMPRESAS ELETROBRAS

1 Objetivo

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

2 Conceitos

▪ 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.

▪ Força de trabalho

Empregados diretos, prestadores de serviço, estagiários e demais colaboradores em regime de dedicação e vínculos distintos dos ora citados.

▪ Gestão de crise

Procedimentos e ações preventivas e/ou corretivas a serem definidas pela alta administração das organizações, com o objetivo de evitar ou minimizar o impacto de problemas e riscos corporativos.

▪ Imagem institucional

Imagem que as empresas transmitem e pela qual são percebidas pelos públicos de interesse, de forma consciente ou inconsciente e emocional. Essas percepções dependem da forma e do conteúdo das ações de comunicação interna e externa.

▪ 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.

▪ 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.

▪ Reputação

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

- **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.

- **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.

3 Referências

- Lei Federal nº 13.303, de 30 de junho de 2016
- Código de Ética e de Conduta das Empresas Eletrobras
- Política de Comunicação e Engajamento com Públicos de Interesse das Empresas Eletrobras
- Política de Divulgação e Uso de Informações Relevantes das Empresas Eletrobras
- Instrução CVM 358
- Plano Estratégico das Empresas Eletrobras

4 Princípios

- Comunicar com agilidade e precisão
- Promover a capacitação de porta-vozes
- Atuar com comprometimento e respeito ao ser humano e ao meio ambiente
- Atuar de acordo com a conformidade legal
- Observar os princípios de eficiência e eficácia empresarial
- Respeitar o Código de Ética das Empresas Eletrobras
- Atender aos requisitos de sustentabilidade
- Respeitar o princípio da transparência

5 Diretrizes

5.1 Diretrizes gerais

5.1.1 Aplicar a Política de Porta-Vozes a todos os membros do Conselho de Administração, do Conselho Fiscal, dos comitês, diretores, gerentes e colaboradores. Abrange todas as áreas da companhia.

5.1.2 Definir que são porta-vozes das empresas Eletrobras os representantes de seus Conselhos de Administração e de suas Diretorias Executivas, ou órgão colegiado com atribuições equivalentes, no limite de suas competências estatutárias, podendo delegar formalmente essa atribuição a superintendentes e gerentes ou profissionais por eles indicados, de acordo com os temas em questão, especificando os limites de atuação de cada porta-voz.

5.1.3 Atribuir ao Comitê de Gestão de Crise, devidamente constituído e autorizado pelas Diretorias Executivas das empresas Eletrobras, a responsabilidade de nomear porta-vozes em situações de crise que acarretem risco aos resultados, à imagem e à reputação das empresas Eletrobras.

5.1.4 Determinar que a atuação dos porta-vozes seja orientada de forma integrada pela área de Comunicação, 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.

5.1.5 Estabelecer que o fluxo da comunicação dos porta-vozes com os veículos de comunicação de massa seja mediado pelas áreas de Comunicação das empresas Eletrobras.

5.1.6 Estabelecer que a Diretoria Executiva, ou órgão colegiado com atribuições equivalentes, acompanhe e avalie a atuação dos porta-vozes, assessorada pela área de Comunicação.

5.1.7 Identificar, por meio da área de Comunicação, 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.

5.2 Diretrizes específicas

5.2.1 Definir as prioridades e os temas-chave da atuação dos porta-vozes de acordo com as orientações estratégicas das empresas Eletrobras e com foco nos públicos de interesse.

5.2.2 Planejar, monitorar, mensurar e avaliar, por meio do Comitê de Comunicação, a atuação dos porta-vozes nomeados previamente.

5.2.3 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.

5.2.4 Garantir que todos os porta-vozes tenham conhecimento técnico adequado ao exercício da função e tenham acesso a treinamento específico para desempenhá-la.

POLÍTICA DE PORTA-VOZES DAS EMPRESAS ELETROBRAS

5.2.5 Determinar que representantes da força de trabalho não estão autorizados a falar em nome das empresas Eletrobras, a menos que sejam formalmente indicados para essa função.

5.2.6 Determinar que os porta-vozes nomeados formalmente não podem emitir opiniões pessoais, quando instados a falar em nome da instituição.

5.2.7 Determinar que a área de Comunicação identifique os temas mais sensíveis, para os quais a nomeação de um porta-voz seja indicada, e promova o treinamento dos profissionais indicados para a função.

6 Responsabilidades

- **Superintendência de Comunicação da Eletrobras** – coordenar a elaboração e a implementação desta política e propor eventuais atualizações.
- **Comitê de Comunicação Integrada das Empresas Eletrobras** – propor e acompanhar procedimentos que atendam a esta política.
- **Superintendências e/ou Gerências de Comunicação das empresas Eletrobras** – atuar como apoiadoras na implementação e na manutenção desta política.
- **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.
- **Diretoria Executiva da Eletrobras** — aprovar esta política e garantir a sua implementação, atuar como porta-voz das empresas Eletrobras, podendo designar outros profissionais para exercer a função.
- **Conselho de Administração da Eletrobras** — aprovar esta política, e atuar como porta-voz das empresas Eletrobras, podendo designar outros profissionais para exercer a função.
- **Diretorias Executivas das empresas Eletrobras** – atuar como porta-vozes em suas regiões de atuação, em alinhamento com a Diretoria Executiva da Eletrobras, podendo designar outros profissionais para exercer a função, e patrocinar a implementação desta política em suas empresas.
- **Conselho de Administração das empresas Eletrobras** — ratificar a aprovação desta política, monitorar sua implementação e atuar como porta-vozes em suas regiões de atuação, em alinhamento com o Conselho de Administração da Eletrobras, podendo designar outros profissionais para exercer a função.

7 Disposições Gerais

- Tendo em vista o atendimento das especificidades de cada empresa, esta política pode ser desdobrada em outros documentos normativos específicos das empresas Eletrobras, sempre alinhados aos princípios e diretrizes aqui estabelecidos.



POLÍTICA DE PORTA-VOZES DAS EMPRESAS ELETROBRAS

- Esta política foi aprovada por meio da Resolução da Diretoria Executiva da Eletrobras nº 776, de 12/11/2018, e da Deliberação do Conselho de Administração da Eletrobras nº 237, de 30/11/2018, e deve ser ratificada pelos Conselhos de Administração das empresas Eletrobras.