



Política de Comunicação Corporativa

e de Relacionamento com Públicos de Interesse

Índice

- **Finalidade e Âmbito de Aplicação** pág. 3
- **Conceitos Básicos** pág. 4
- **Procedimentos Gerais** pág. 8
 - **Objetivos** pág. 9
 - **Diretrizes Gerais** pág. 10
 - **Públicos de Relacionamento** pág. 13
 - **Responsabilidades** pág. 14
 - **Disposições Finais** pág. 17



1. Finalidade e Âmbito de Aplicação

Apresentar os fundamentos da estratégia de comunicação e relacionamento da Celesc S.A. e das suas subsidiárias integrais (Celesc Distribuição e Celesc Geração), detalhando seus objetivos, diretrizes e os macroprocessos pertinentes à gestão de conteúdo e à forma de comunicação, nos âmbitos interno e externo.

Aplica-se aos Conselheiros, Diretores, gestores, porta-vozes e empregados em geral das Centrais Elétricas de Santa Catarina S.A. – Celesc e suas subsidiárias integrais.

Aspectos Legais

Os seguintes documentos e normativas foram considerados na elaboração desta Política de Comunicação (em ordem alfabética), sendo os três primeiros itens documentos externos e os demais documentos internos.

▶ Lei Federal 13.146, de 6 de julho de 2015;

▶ Lei Federal 13.303, de 30 de junho de 2016;

▶ Objetivos do Desenvolvimento Sustentável (ODS) do Programa das Nações Unidas para o Desenvolvimento (PNUD);

▶ Código de Conduta Ética;

▶ Política Anticorrupção;

▶ Política de Consequência;

▶ Política de Divulgação de Informações e de Negociação de Ações;

▶ Política de Gestão de Riscos e Controles Internos;

▶ Política de Porta-Vozes e Agentes de Comunicação e Relacionamento;

▶ Política de Privacidade;

▶ Política de Relacionamento com Fornecedores;

▶ Política Socioambiental;

▶ Programa de Compliance;

▶ Planejamento Estratégico.



2. Conceitos Básicos

Audiência Pública

Reunião pública, normalmente convocada por poder público local, regional ou estadual, com a presença de diversos setores da sociedade e partes interessadas, para a qual a Celesc é convocada, com o objetivo de esclarecer sobre assuntos de negócios, corporativos ou relativos às suas operações que tenham potencial de provocar impactos sociais, ambientais e econômicos sobre seus públicos de interesse.

Entidade Externa

Quaisquer associações, entidades, fundações, institutos, centros de pesquisa ou outras formas de organizações públicas ou privadas, sem fins lucrativos.

Fato ou Ato Relevante

São considerados atos ou fatos relevantes todas e quaisquer decisões tomadas pelo acionista controlador, deliberadas em assembleias gerais ou oriundo dos órgãos administrativos da companhia, bem como atos ou fatos de natureza político-administrativa, negocial, econômico-financeira ou técnica, ocorrido ou que tenha relação com os negócios da Celesc e que possa influir na:

- ▶ cotação de valores mobiliários da Celesc;
- ▶ decisão dos investidores de vender, manter ou comprar valores mobiliários da empresa;
- ▶ decisão dos investidores de exercerem quaisquer dos direitos inerentes à sua condição de titulares de valores mobiliários da companhia.

Fóruns Técnicos

Quaisquer comissões, fóruns de discussão, comitês e grupos de trabalho (presenciais ou virtuais), vinculados a entidades externas que desenvolvam pesquisas e estudos sobre temas e inovações tecnológicas relacionados ao serviço desenvolvido pela Celesc e dos quais a empresa participe.

Gestão de Crise

Ações e estratégias planejadas de caráter preventivo e/ou corretivo definidas pela alta direção e que incluem ações de comunicação corporativa, com o objetivo de evitar, mitigar e dirimir o impacto de riscos e problemas de caráter corporativo, socioambiental, político ou econômico.

Gestão da Marca

Ações estratégicas desenvolvidas pela comunicação corporativa, em linha com o Plano de Negócios, que visam à sustentabilidade pelo crescente valor agregado conferido à marca, a partir de um posicionamento diferenciado e favorável perante seus públicos de relacionamento, fortalecendo sua identidade, personalidade e atributos.

Identidade visual

Aspectos visuais que definem a marca de forma tangível, tais como logomarca, cores, assinaturas sonoras, elementos gráficos, fontes tipográficas e linguagem.

Informações Corporativas ou de

Negócio

São informações produzidas no âmbito da Celesc, por suas áreas ou colaboradores que estejam associados aos processos de gestão, cadeia de valor ou tratados pelos sistemas de informação da companhia, bem como as informações ligadas ao seu planejamento e às metas estratégicas e de negócios.

Informação Sensível

Trata-se de qualquer informação que possa causar danos:

- ▶ à vida, segurança, ou saúde da força de trabalho da Celesc ou de partes interessadas;
- ▶ à estabilidade econômico-financeira da companhia;
- ▶ às investigações, apurações de denúncias ou auditorias em andamento;
- ▶ à competitividade, às relações ou às negociações da Celesc com partes interessadas;
- ▶ a projetos de inovação, científicos e tecnológicos da companhia, assim como a sistemas, bens, instalações ou áreas de interesse estratégico da Celesc.

Mensagens-Chaves

São mensagens construídas a partir do estudo de temas estratégicos para a companhia, direcionadas aos seus diversos públicos. Devem ser elaboradas com clareza, concisão, objetividade, assertividade e linguagem adequada, para municiar os porta-vozes de discursos alinhados aos posicionamentos da companhia.

Partes Interessadas

São todas as pessoas físicas ou jurídicas, representadas por indivíduos, grupos, comunidades e organizações, cujos focos de atuação de caráter pessoal, familiar, social, político, ambiental, econômico ou cultural possam afetar ou ser afetados pela atuação da Celesc na sua prestação de serviços ou por suas atividades cotidianas, instalações, obras e afins.

As partes interessadas – também denominadas stakeholders, públicos de interesse ou públicos de relacionamento – são o alvo primordial da comunicação e do relacionamento da Celesc, que deve buscar estabelecer com elas uma relação diferenciada, baseada em diálogo permanente e soluções negociadas, em busca de preservar suas atividades, negócios e reputação.

Porta-Voz

São porta-vozes o presidente da Celesc e seus diretores capacitados, bem como os empregados designados e capacitados para essa finalidade, aos quais se delega a função por período determinado e para temas específicos.

No exercício da função de porta-vozes, esses profissionais estão autorizados a falar em público em nome ou por interesse da Celesc, assegurando que sua mensagem esteja sempre alinhada aos posicionamentos da companhia sobre o tema em questão.

Porta-Voz para a Imprensa

São porta-vozes para a imprensa o presidente da Celesc e seus diretores capacitados, bem como os empregados



designados e capacitados para essa finalidade e que tenham sido escolhidos para falar com jornalistas e veículos de imprensa em nome da companhia. Em qualquer situação, o contato desses porta-vozes com a imprensa deverá ser acompanhado e intermediado por profissionais da assessoria de imprensa.

Porta-Voz para Situação de Crise

São porta-vozes para situações de crise o presidente da Celesc e seus diretores capacitados, bem como os empregados designados e capacitados para essa finalidade e que tenham sido escolhidos para essa função. Em qualquer situação de crise, a atuação desses porta-vozes deverá ser orientada e acompanhada pelo Gabinete de Crise instalado e, no caso de contato com a imprensa, intermediado por profissionais da assessoria de imprensa.

Processos

Os processos de comunicação visam estruturar as ações de comunicação com seus públicos de interesse, considerando suas diferentes expectativas.

Públicos de Interesse

Ver “Partes interessadas”.

Públicos de Relacionamento

Ver “Partes interessadas”.

Reputação

Construída ao longo do tempo pela sedimentação das percepções dos públicos em relação à empresa, a reputação é a consolidação da imagem corporativa e um importante ativo para a sua marca.

Trabalho Técnico e/ou Científico

São os artigos acadêmicos, teses, dissertações e outros trabalhos de pesquisa com viés técnico e/ou científico, que compreendam a divulgação acadêmica ou não de processos internos, tecnologias, inovações, resultados de estudos, ensaios, pesquisas e experiências operacionais que envolvam atividades da Celesc e de suas subsidiárias integrais.

Os trabalhos técnico e/ou científico normalmente são direcionados para publicações especializadas ou acadêmicas, e/ou apresentado em aulas, seminários, fóruns, congressos etc.; bem como estão ainda associados a graduações, especializações ou pós-graduação, assim como às atividades de pesquisa acadêmica.



Para efeito desta Política, o trabalho técnico e/ou científico é assim considerado em qualquer formato em que esteja apresentado, como: publicações em periódicos, apresentações em PowerPoint, papers, vídeos, podcasts, pôsteres etc.

Visita Institucional

Recepção oficial de pessoas às instalações da Celesc, por via presencial ou virtual, ou a visita de porta-vozes a outras instituições ou organizações, presencial ou virtual.

Para efeito da Política de Comunicação e Relacionamento com Públicos de Interesse da Celesc, as visitas institucionais devem ser compreendidas como ferramentas de comunicação face a face, corporativamente orientadas e estratégicas para esclarecimentos técnicos, de gestão ou operacionais, aproximação e diálogo com públicos de relacionamento e para a consolidação da imagem e reputação.



3. Procedimentos Gerais

Generalidades

Suas premissas devem ser praticadas pela Presidência, por todas as Diretorias, assistências, gerências, porta-vozes, agentes de comunicação e relacionamento, pelos profissionais das áreas de comunicação das empresas (profissionais terceirizados contratados para atender aos processos de comunicação cotidiana) e pelos empregados em geral. Dessa forma, busca-se preservar:

- ▶ a transversalidade das ações de comunicação e relacionamento;
- ▶ o compromisso com os princípios expressos nesta Política;
- ▶ o pleno atendimento aos direitos societários, trabalhistas e sociais;
- ▶ a preservação da sustentabilidade dos negócios da Celesc S.A. e de suas subsidiárias integrais;
- ▶ a gestão e defesa da imagem e reputação da marca Celesc.

Esta Política é estabelecida em linha com

o Planejamento Estratégico da companhia, com seu Código de Conduta Ética e demais políticas internas em vigor, bem como com os orientadores legais pertinentes.

Princípios

Os princípios deste documento normativo são:

- ▶ ética, transparência e credibilidade;
- ▶ inovação e criatividade;
- ▶ qualidade dos processos e resultados;
- ▶ sustentabilidade;
- ▶ respeito à privacidade;
- ▶ capacitação, valorização e motivação da força de trabalho;
- ▶ critérios de respeito, integridade e transparência nos relacionamentos com todos os públicos;
- ▶ precisão, agilidade, proatividade e profissionalismo;
- ▶ equidade, inclusão e respeito à diversidade;
- ▶ conformidade legal.



4. Objetivos

- ▶ Proporcionar e gerir a comunicação estratégica, integrada, sinérgica e participativa entre a Celesc S.A. e suas subsidiárias integrais, e destas com os seus públicos de relacionamento, tendo por base o Planejamento Estratégico, a Missão, Visão e Valores do grupo e demais documentos externos e orientadores legais pertinentes.
- ▶ Orientar e estimular o diálogo, o engajamento, a acessibilidade, o compartilhamento de valores, a informação e o envolvimento com todos os públicos de relacionamento do grupo, de modo a fortalecer os vínculos de confiança.
- ▶ Consolidar a imagem da Celesc S.A. e de suas subsidiárias integrais como empresa pública promotora de princípios e práticas éticas, social e ambientalmente responsável, comprometida com o desenvolvimento sustentável do Estado de Santa Catarina e com o bem-estar da sua população, por meio de sua prestação de serviços.

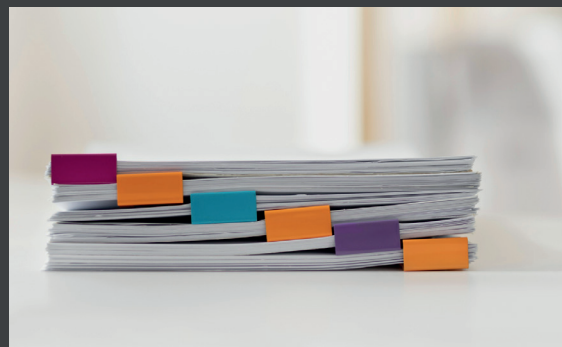


5. Diretrizes Gerais

As Centrais Elétricas de Santa Catarina S.A. (Celesc) e suas subsidiárias integrais devem:

- ▶ Realizar a gestão da comunicação, com base nos objetivos do negócio, na estratégia das marcas e com visão de longo prazo, em linha com o Planejamento Estratégico e com suas deliberações e metas.
- ▶ Garantir a privacidade do cliente/consumidor, do empregado e do cidadão em geral, bem como implementar mecanismos de guarda e acessibilidade de informações e documentos internos, de modo a preservar a transparência na divulgação de dados pertinentes, o atendimento às exigências legais e de normatização do setor elétrico e os objetivos do negócio.
- ▶ Aprimorar a gestão de marcas, imagem e reputação da companhia, implementando as diretrizes previstas nesta Política.
- ▶ Estabelecer calendário corporativo de ações e campanhas de comunicação, que sirva como balizador para o planejamento, a produção de planos e a realização de ações de comunicação integrada e relacionamento com os diversos públicos, para: informar, capacitar e orientar o público interno; prestar contas; divulgar temas relativos à prestação de serviços ao consumidor; promover metas de negócio e atender aos objetivos de desenvolvimento sustentável da empresa.
- ▶ Contemplar, no calendário corporativo e nos planos de comunicação e relacionamento, a promoção e divulgação de ações pertinentes aos projetos em curso de responsabilidade social e ambiental; de inclusão, diversidade e equidade em todos os sentidos, inclusive a de gênero; e de evolução cultural, transformação digital e outros, realizados, patrocinados ou apoiados pelas empresas do grupo, em linha com seus compromissos éticos e com a promoção do desenvolvimento sustentável.

- ▶ Inserir, no calendário corporativo, e produzir, em parceria com as áreas afins, planos de comunicação integrada e engajamento do público interno, que compreendam ações e campanhas voltadas para os objetivos de mobilização, engajamento, capacitação, evolução cultural e divulgação de boas práticas e exigências legais relativas à normatização do setor elétrico, que devam ser de conhecimento do todo e/ou de parte específica da força de trabalho.
- ▶ Gerir, produzir o conteúdo, editar e divulgar os veículos e canais proprietários de comunicação voltados para os públicos interno e externo.
- ▶ Elaborar planos de ação específicos em parceria com as áreas afins, sempre que necessário, e realizar as ações previstas tempestivamente, de modo a atender aos objetivos do negócio e às necessidades extraordinárias identificadas.
- ▶ Orientar e monitorar para garantia das melhores práticas e da correta gestão da marca as ações de comunicação relacionadas aos processos de prestação de serviços ao consumidor de energia, aos eventos internos e aos eventos externos referentes às inaugurações de obras e melhorias; assim como os eventos de natureza técnica, esportiva, cultural e socioambiental realizados pela companhia por suas subsidiárias integrais ou por elas patrocinados ou apoiados, de alguma forma.
- ▶ Manter o relacionamento permanente e proativo com os públicos de relacionamento, em atitude de respeito aos valores, interesses específicos e aspectos culturais, sociais, históricos e ambientais de localidades, e com grupos e comunidades que possam afetar ou ser afetadas pelas ações do grupo, de modo a criar entendimento e engajamento quanto às ações da companhia e sobre seus diversos posicionamentos.
- ▶ Registrar e preservar – em forma de banco de documentos digital, em repositório virtual seguro, adequado e exclusivo – planejamentos, planos, atividades, campanhas, ações de comunicação, demonstrativos de atividades profissionais realizadas em campo sob a forma de fotos e vídeos, publicações, materiais informativos, registro de apresentações realizadas externamente em nome da companhia, para retroalimentação de canais e veículos e para a gestão do conhecimento e memória organizacional, dando sustentação à comunicação integrada e ao relacionamento da Celesc e suas subsidiárias integrais com seus públicos de relacionamento, ao longo do tempo.



► Compartilhar, com as áreas internas e unidades, as práticas de gestão da comunicação integrada e engajamento, para estimular melhorias e trocas de informações.

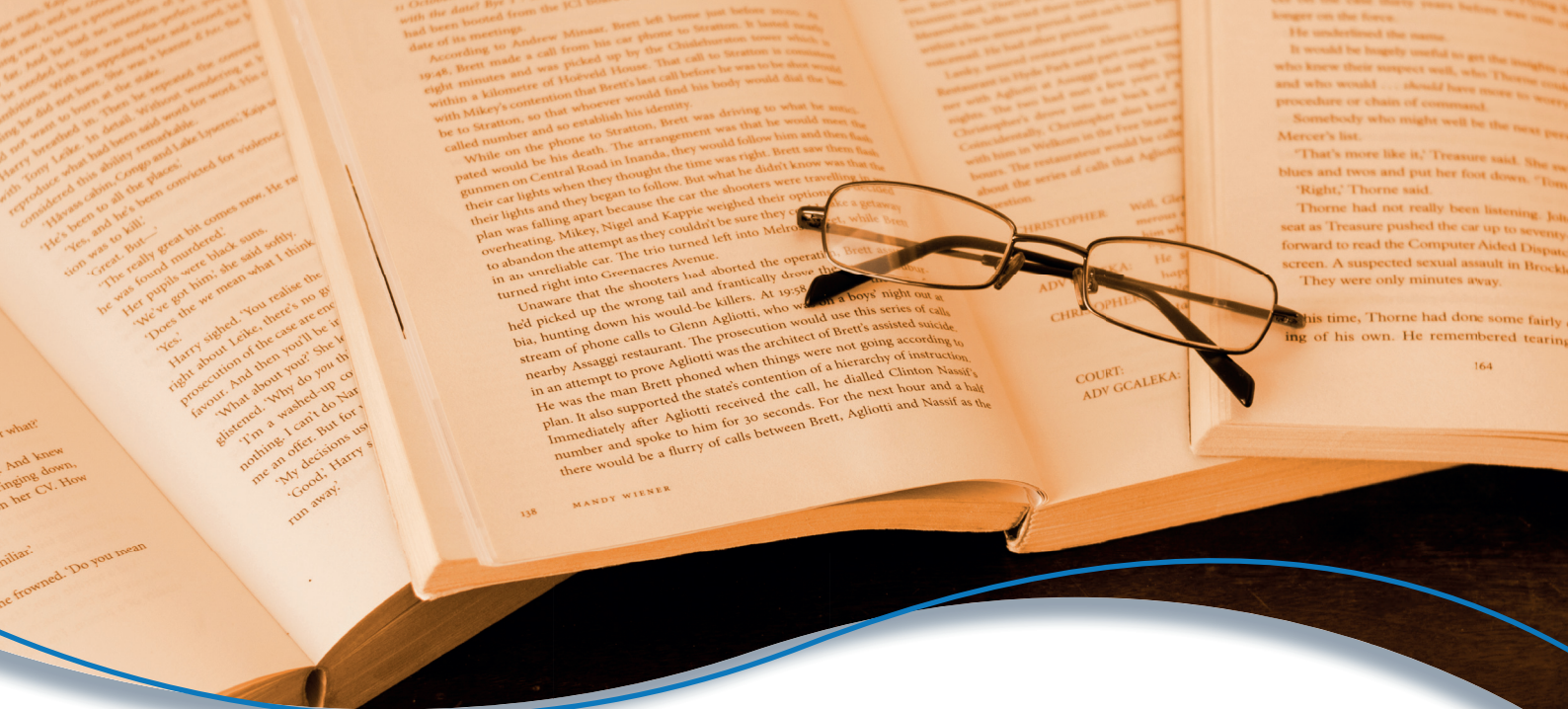
► Promover, tempestivamente, capacitação adequada a porta-vozes, atendentes das unidades, bem como outros profissionais do grupo que exerçam, de forma contínua ou ocasional, funções diversas na comunicação e relacionamento com os diferentes públicos, por meio de treinamentos específicos.

► Dotar os canais e veículos de comunicação, tanto internos quanto externos, de mecanismos de feedback, disponibilizando canais de escuta, para garantir a todos os públicos o pleno direito à expressão; avaliar o grau de reação destes às ações da companhia e de suas subsidiárias integrais e para mensurar o nível de satisfação dos diversos públicos com as empresas do grupo.

► Acompanhar os resultados de outros canais de escuta disponibilizados aos públicos externos que não são municiados pela comunicação institucional, tais como os canais de Ouvidoria, para a elaboração de documentos alinhados de Q&A (perguntas e respostas) ou de respostas direcionadas.



► Participar dos comitês de gestão de crise, buscando antecipar impactos potenciais e orientando o diálogo preventivo e a preparação contínua de porta-vozes, mensagens-chaves, documentos específicos de perguntas e respostas e outras providências cabíveis, assim como, em caso de necessidade, realizar a efetiva gestão da comunicação de crise, de acordo com orientações internas aprovadas.



6. Públicos de Relacionamento

São considerados públicos de relacionamento do grupo:

- ▶ os empregados e seus familiares;
- ▶ os clientes;
- ▶ o poder público;
- ▶ os órgãos setoriais e agentes reguladores;
- ▶ a imprensa e os formadores de opinião;
- ▶ as associações de classe e sindicatos;
- ▶ os acionistas, analistas de mercado e investidores;
- ▶ os fornecedores e parceiros;
- ▶ os projetos patrocinados ou apoiados;
- ▶ as comunidades científica e acadêmica;
- ▶ as entidades governamentais e não governamentais;
- ▶ as comunidades;
- ▶ a sociedade em geral.





7. Responsabilidades

Conselho de Administração

- ▶ Emanar diretrizes estratégicas para a comunicação, no âmbito da Celesc S.A.

Presidência e Diretorias Executivas

- ▶ Garantir sua implementação, atuando de forma proativa, provendo meios para sua execução e zelando pela observância de seus princípios e diretrizes.
- ▶ Zelar permanentemente pela imagem da empresa, com consciência de sua atribuição como representante, embaixador natural da marca e seu eventual porta-voz.
- ▶ Observar os princípios estabelecidos nesta política em suas atividades, colaborando para o alcance dos objetivos estratégicos da Celesc S.A.

- ▶ Divulgar, conscientizar e incentivar os colaboradores sob sua gestão quanto aos princípios e diretrizes desta política, incentivando-os na adoção de uma atitude proativa e fortalecedora da cultura organizacional.

- ▶ Colaborar ativa e proativamente com as equipes encarregadas da comunicação corporativa nas diversas instâncias, de modo a favorecer o melhor exercício das ações propostas, em uma atitude de melhoria constante.

- ▶ Participar, sempre que pertinente, de reuniões de planejamento de comunicação, atualizações, capacitações, treinamentos e cursos in company promovidos pela comunicação corporativa, em linha com as determinações da Presidência, para atender tempestivamente a objetivos estratégicos da Celesc S.A.

Áreas Responsáveis pela Comunicação Corporativa

▶ Zelar permanentemente pela imagem da empresa, com consciência de sua atribuição como responsáveis pela gestão da imagem e da reputação, da marca e da comunicação estratégica, que consubstanciam, em suas atividades, os objetivos e orientações desta Política, de seus documentos complementares e do Planejamento Estratégico.

▶ Operacionalizar e coordenar a implementação desta Política, zelando permanentemente pela observância de seus princípios e diretrizes, bem como garantindo o alinhamento pertinente do conteúdo gerado para: campanhas e ações, veículos internos e canais proprietários em redes sociais, releases direcionados à imprensa, eventos e estratégias de marketing, planos de comunicação e afins.

▶ Desdobrar os princípios, objetivos e diretrizes estabelecidos nesta Política e em seus documentos complementares em macroprocessos, processos específicos e planos de comunicação direcionados, com metas, prazos, indicadores e métricas claras, bem como implementar, executar e acompanhar as ações consequentes desses planos.

▶ Atuar na divulgação permanente, sistemática e transparente de conteúdo relevante da Celesc S.A. aos seus diversos públicos de relacionamento, por meio dos canais mais adequados.

▶ Promover e analisar os resultados de pesquisas internas e externas, monitorar



dados advindos da interação por canais de relacionamento, Ouvidoria etc., para ampliar a abrangência da comunicação com os diferentes públicos e monitorar tendências, antecipar demandas, prevenir possíveis crises e atender às necessidades de comunicação das partes interessadas.

▶ Gerir a comunicação corporativa, acompanhando as estratégias da companhia, promovendo a padronização dos processos e atuando de modo a promover a melhoria constante.

▶ Promover a atualização e divulgação junto ao público interno, após a pertinente aprovação de manuais, políticas, códigos, campanhas de esclarecimento ou informação e outros documentos complementares relativos ao exercício da comunicação corporativa e cabíveis em cada ocasião.

▶ Prover, a representantes do público interno indicados para o exercício de funções de comunicação e relacionamento, as atualizações e capacitações cabíveis, bem como suporte e informação atualizada, para o correto exercício da atividade.

Empregados

- ▶ Zelar permanentemente pela imagem da empresa, com consciência de sua atribuição como representante e embaixador natural da marca.
- ▶ Observar os princípios estabelecidos nesta política em suas atividades, colaborando para o alcance dos objetivos estratégicos da Celesc S.A.
- ▶ Participar, quando assim indicado por seus superiores hierárquicos, das atualizações e capacitações em comunicação cabíveis, mantendo sempre o alinhamento com as orientações pertinentes dos profissionais de comunicação e relacionamento do grupo, de modo a desempenhar corretamente sua função.

Gestão de Conteúdo: o que e para quem comunicar

Nesta etapa, são definidos os temas para a comunicação corporativa, com a proposta de conteúdos prioritários e relevantes para seus públicos distintos. São premissas desse processo:

- ▶ difusão de valores, condutas e procedimentos em ações que envolvam apoio institucional, publicidade ou parcerias;
- ▶ ampliação do posicionamento da marca Celesc e fortalecimento da reputação positiva;
- ▶ apoio ao relacionamento com os setores ou regiões de atuação da Celesc;
- ▶ estímulo ao debate de temas relacionados à cidadania e à sustentabilidade;
- ▶ estímulo ao sentido de pertencimento entre os empregados e de comprometimento das lideranças.

Gestão da Comunicação: como e onde comunicar

Após definidos os temas para a comunicação, são elaborados os planos



de comunicação e mídia. A extensão dos planos será diretamente proporcional à relevância dos conteúdos e deverá seguir as seguintes premissas:

- ▶ planejamento, monitoramento, mensuração e avaliação das ações de comunicação;
- ▶ padronização do relacionamento das companhias do grupo com os veículos de comunicação, assegurando a boa relação entre a Celesc e o público ao qual o conteúdo se destina;
- ▶ garantia da ampla divulgação das ações e serviços corporativos, consolidando a reputação positiva da marca Celesc;
- ▶ esclarecimento de fatos de interesse público;
- ▶ apoio à disseminação de informações sobre o setor energético.



8. Disposições Finais

Esta Política deve ser considerada em conjunto com outras normas, padrões e procedimentos aplicáveis às Centrais Elétricas de Santa Catarina S.A. – Celesc e suas subsidiárias integrais, podendo ser desdobrada em outros documentos normativos específicos, sempre alinhados com as diretrizes aqui estabelecidas.

