



**CONSELHO DE ADMINISTRAÇÃO DA EMPRESA DE TECNOLOGIA E INFORMAÇÕES
DA PREVIDÊNCIA
RESOLUÇÃO DE CONSELHO/CADM/007/2018**

POLÍTICA DE PORTA VOZES DA DATAPREV

O Conselho de Administração da Empresa de Tecnologia e Informações da Previdência - DATAPREV, no uso das atribuições que lhe foram conferidas no Estatuto Social da Empresa, aprovado pela 3ª Assembleia Geral Extraordinária da Dataprev, em 13/11/2017, e;

CONSIDERANDO:

- a Lei nº 13.303 de 30 de junho de 2016, em seu art. 18º, inciso III, a qual exige o estabelecimento de política de porta-vozes visando eliminar riscos de contradição entre informações de diversas áreas.

RESOLVE:

1. Instituir a Política de Porta Vozes da Dataprev, conforme Anexo desta Resolução.

Esta Resolução entra em vigor a partir da sua assinatura.

Brasília, 28 de Junho de 2018.


ALEXANDRE MANOEL ANGELO DA SILVA
Presidente


CINARA WAGNER FREDO
Conselheiro


LUIS FELIPE SALIN MONTEIRO
Conselheiro


ANDRÉ LEANDRO MAGALHÃES
Conselheiro



Resolução

Anexo I

Política de Porta-vozes

SUMÁRIO

- 1 - JUSTIFICATIVA**
- 2 - OBJETIVO**
- 3 - COMPROMISSO**
- 4 - REFERÊNCIAS LEGAIS E NORMATIVAS**
- 5 - DIRETRIZES GERAIS**
- 6 - PENALIDADES**
- 7 - ATUALIZAÇÃO**
- 8 - DISPOSIÇÕES FINAIS**
- 9 - GLOSSÁRIO**

1. JUSTIFICATIVA

A Lei 13.303/2016, em seu art. 18º, inciso III, exige “*estabelecer política de porta-vozes visando a eliminar risco de contradição entre informações de diversas áreas e as dos executivos da empresa pública ou da sociedade de economia mista*”.

A presente Política de Porta-vozes, que foi elaborada nos termos da legislação em vigor, tem como finalidade estabelecer as diretrizes para os porta-vozes da Dataprev e eliminar riscos de contradição em relação às informações prestadas pelas pessoas autorizadas a falar em nome da empresa ao público em geral.

2. OBJETIVO

Estabelecer as diretrizes estratégicas de relacionamento com meios de comunicação, atuando tanto na divulgação e fortalecimento da imagem da Dataprev, sua marca, produtos e serviços desenvolvidos, quanto na definição de empregados autorizados a prestar informações em nome da empresa e, nas situações aplicáveis, preservar informações cujo acesso não possa ser fornecido por força de sigilo.

A Política de Porta-vozes da Dataprev objetiva ainda garantir a correta prestação de informações de modo a consolidar a imagem da empresa como principal provedora de soluções tecnológicas para a gestão das informações previdenciárias, trabalhistas, sociais e de registros civis da população brasileira; além de estreitar os relacionamentos já estabelecidos e construir novos com públicos estratégicos a fim de expandir a visibilidade e intensificar seu reconhecimento.

3. COMPROMISSO

São compromissos da Dataprev ratificados nesta Política de Porta-vozes a tempestividade no atendimento às demandas dos meios de comunicação para divulgar informações de interesse público, prestar contas à sociedade e esclarecer situações que possam afetar a imagem da empresa.

4. REFERÊNCIAS LEGAIS E NORMATIVAS

- Lei nº 13.303 de 30 de junho de 2016, que 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.

5. DIRETRIZES GERAIS

Toda a comunicação da Dataprev com os meios de comunicação se dá por meio da área responsável pela comunicação social da Empresa, mediante alinhamento com a Diretoria Executiva e adoção de divulgação de informações claras e compreensíveis que garantam transparência aos atos.

Em relação aos interlocutores autorizados a fazer declarações em nome da Dataprev, vale salientar que estes são empregados em qualquer nível gerencial, com permissão formal concedida da Diretoria Executiva, via área responsável pela comunicação social da Empresa. À exceção de questões técnicas, é recomendável que as comunicações direcionadas ao público externo sejam feitas até o terceiro nível, coordenadores-gerais e correlatos, nas situações específicas afetas às suas atribuições institucionais. No caso de entrevistas, exclusivas ou não, independentemente do porta-voz, deverão contar com apoio de representante da área responsável pela comunicação social.

A delegação de porta-vozes deve observar a complexidade e especificidade da demanda, de forma criteriosa e justificada. Esses interlocutores devem estar preparados para esclarecer as dúvidas dos jornalistas e demais profissionais dos meios de comunicação, sempre com orientação da área responsável pela comunicação social, e prestar informações sobre a Dataprev a serem repassadas para a imprensa, baseados em atos oficiais, processos administrativos, deliberações e atos normativos ou ainda partir de definições aprovadas pela Diretoria Executiva.

Cabe aos porta-vozes autorizados proporcionar qualidade, coerência e uniformidade das informações prestadas em nome da Dataprev ao público em geral, para que não haja contradição entre as diversas áreas da empresa e a fim de evitar a divulgação de informações reservadas.

À área responsável pela comunicação social compete acompanhar os porta-vozes desde o início da demanda para garantir presteza e proatividade no atendimento à imprensa; dar publicidade aos atos da empresa; comunicar fato relevante à população; zelar pela imagem e a reputação da empresa; estreitar o relacionamento com as diferentes partes interessadas; e divulgar a missão da Dataprev. Em situações excepcionais, cabe à área responsável pela comunicação social, o gerenciamento de incidentes e/ou crises que afetem a imagem da Dataprev, disponibilizando informações atualizadas. Nesse caso, serão criados grupos estratégicos específicos de crise, compostos por integrantes da equipe da comunicação social, além de empregados indicados pela Diretoria Executiva, responsáveis pela elaboração de uma estratégia de relacionamento com os meios de comunicação e outras formas de disseminação de informações, como, por exemplo, redes sociais nas quais a Dataprev possui cadastro.

6. PENALIDADES

Os responsáveis pelo descumprimento de qualquer disposição constante desta Política de Porta-vozes se sujeitam às penalidades previstas na legislação, no código de conduta da Dataprev, nas sanções previstas pela comissão de Ética Pública e, eventualmente, se obrigam a ressarcir a Dataprev, a União e/ou outras Pessoas Vinculadas, integralmente e sem limitação, de todos os prejuízos que venham a incorrer e que sejam decorrentes, direta ou indiretamente, de tal descumprimento.

7. ATUALIZAÇÃO

A presente Política de Porta-vozes será atualizada sempre que necessário.

8. DISPOSIÇÕES FINAIS

As situações não previstas nesta Política de Porta-vozes serão submetidas à Diretoria Executiva da Dataprev.

9. GLOSSÁRIO

Comunicação social	Tem o intuito de divulgar a imagem da empresa perante a sociedade, os consumidores e os investidores. Ela é a responsável, por meio da gestão estratégica das relações-públicas, pela construção de uma imagem e identidade corporativa de uma organização. Toda e qualquer ação, atividade, estratégia, produto e processo tomados pela empresa ou entidade para reforçar a sua imagem junto a todos os seus públicos de interesse – consumidores, colaboradores, políticos, empresários e acionistas, entre outros, ou perante a opinião pública. A comunicação social configura as diferentes modalidades comunicacionais que permeiam sua atividade.
Empregados	Engloba empregados diretos, prestadores de serviço, estagiários e demais colaboradores em regime de dedicação e vínculos distintos dos ora citados.
Imagem	Imagem que as empresas transmitem e pela qual são percebidas pelas pessoas de forma inconsciente e emocional. Essas percepções dependem da forma e do conteúdo de suas ações de comunicação interna e externa.
Porta-vozes	Profissionais previamente designados para representar a empresa em entrevistas a veículos de comunicação internos e externos, sendo particularmente importantes em momentos de crise.

Público de Interesse	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. (Fonte: AA 1000)
Redes Sociais	Canais de relacionamento entre as empresas públicas e os cidadãos que facilitam o acesso às informações de interesse coletivo, com agilidade e baixo custo; incrementam a prestação de contas sobre as ações institucionais; possibilitam que as empresas públicas entendam as demandas que são explicitadas livremente pelos cidadãos e ainda incentivam os processos dialógicos e participativos.
Reputação	Importante ativo para gestão da imagem corporativa, construído em longo prazo a partir da percepção do público em relação à empresa.