



PRODAM
TÉCNICA DE GESTÃO AMBIENTAL

ANO 2018

LEI N° 13.303/2016

Política de Porta-vozes

APRESENTAÇÃO

A Política de Porta Vozes, devidamente aprovada pelo Conselho de Administração da PRODAM em reunião realizada em 30 de Maio de 2018, nasce em cumprimento ao disposto na Lei nº 13.303/16, no Decreto Estadual nº 39.032 de 24 de maio de 2018 e no Estatuto Social da PRODAM.

Busca-se com a presente política estabelecer regras e consolidar os procedimentos a serem observados quando da ocorrência de transações entre Partes Relacionadas, assegurando a competitividade, conformidade, transparência, equidade, comutatividade e impessoalidade nas transações.

VERSÃO: 01

SUMÁRIO

CAPÍTULO I - DA FINALIDADE E ABRANGÊNCIA.....	4
CAPÍTULO II - DA FUNDAMENTAÇÃO LEGAL E DOS OBJETIVOS	4
CAPÍTULO III - DOS CONCEITOS	5
CAPÍTULO IV - DOS PRINCÍPIOS	5
CAPÍTULO V - DAS COMPETÊNCIAS E RESPONSABILIDADES	6
CAPÍTULO VI - DISPOSIÇÕES FINAIS.....	8

CAPÍTULO I

DA FINALIDADE E ABRANGÊNCIA

Art. 1º A presente Política tem por finalidade eliminar os risco de contradição acerca das informações prestadas pelas pessoas autorizadas a falar em nome da PRODAM ao público em geral.

4

Art. 2º Esta Política aplica-se aos administradores, aos empregados do quadro regular, aos empregados em comissão, aos locados ou cedidos a outros órgãos, aos terceirizados, aos estagiários e aos jovens aprendizes.

CAPÍTULO II

DA FUNDAMENTAÇÃO LEGAL E DOS OBJETIVOS

Art. 3º A Política de Porta-Vozes tem fundamento no art. 18, inciso III, da 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.

Art.4º São objetivos desta Política de Porta-Vozes, em atenção à Lei federal nº 13.303/16 e demais legislações aplicáveis:

- I. definir procedimentos para relacionamento entre a PRODAM e a imprensa, bem como esclarecer procedimentos e interlocutores para as etapas de contato com a imprensa;
- II. definir com clareza quem estará autorizado falar em nome da PRODAM, seja diretamente com a imprensa ou em eventos e outras ocasiões que possam ter a presença de representantes da imprensa;
- III. manter um relacionamento transparente e profissional com a imprensa e com o público em geral, atendendo às demandas dos jornalistas com agilidade, além de proporcionar acesso às informações de interesse público, resguardando apenas aquelas que, por dever de sigilo, não puderem ser fornecidas;
- IV. prestar informações de forma tempestiva e de qualidade;

V. eliminar risco de contradição entre informações de diversas áreas e as dos administradores da PRODAM.

CAPÍTULO III

DOS CONCEITOS

5

Art. 4º Para os efeitos desta Política considera-se:

I - **Administradores**: membros do Conselho de Administração e da Diretoria Executiva da empresa a qual engloba: diretor-presidente, diretor técnico e diretor administrativo-financeiro;

II - **Crise**: evento ou percepção negativa que apresente grave ameaça aos resultados, imagem e reputação da PRODAM;

III - **Imagem**: modo como a PRODAM é percebida pelo seu público de interesse;

IV - **Porta-voz**: administrador ou profissional designado para falar em nome da PRODAM; e

V - **Risco**: possibilidade de um evento ocorrer e afetar negativamente a realização dos objetivos empresariais, causando impacto desfavorável à criação de valor para a PRODAM ou desgaste do valor existente, em sua imagem e de seus produtos.

VI - **Fonte**: são pessoas que transmitem informações para a imprensa. Todo porta-voz é fonte, mas nem toda fonte é porta-voz;

VII - **Media training**: curso destinado a porta-vozes e ao pessoal da assessoria de comunicação que visa aperfeiçoar continuamente os assessorados em compreender a imprensa, atender adequadamente suas demandas, ser proativo e aproveitar as oportunidades para transmitir mensagens de maneira eficiente e com elas influenciar os interessados.

CAPÍTULO IV

DOS PRINCÍPIOS

Art. 5º São princípios desta Política:

I – compromisso, ética, verdade e profissionalismo tanto no trato da informação quanto na prestação desta pelas pessoas autorizadas a falar em nome da PRODAM à imprensa e ao público em geral, eliminando contradições entre suas diversas áreas;

II – transparência, agilidade e eficiência na comunicação de informações em nome da PRODAM;

III – preservação de informações que não possam ser fornecidas por força de sigilo previsto em lei;

IV – sigilo de informações sobre cliente às quais tenha acesso e mantenha a guarda, em função de sua atividade-fim, que somente eles mesmos possam fornecer, exceto se previamente autorizada a divulgação pelo proprietário.

6

CAPÍTULO V

DAS COMPETÊNCIAS E RESPONSABILIDADES

Art. 6º Compete privativamente ao porta-voz falar em nome da PRODAM ao público em geral.

Art. 7º Fica atribuída aos membros da Diretoria Executiva a função de porta-voz quando a matéria tiver referência a assuntos estratégicos, demandas de veículos de comunicação de grande representatividade no Estado e mídias nacionais.

§ 1º Os membros da Diretoria Executiva poderão designar empregados para exercer a função de porta-voz, especificando os limites de sua atuação.

§ 2º É vedado ao empregado designado nos termos do § 1º delegar a função de porta-voz que lhe for atribuída.

Art. 8º Os porta-vozes deverão atuar observados os seguintes critérios:

- a) Diretor-presidente: situações específicas e estratégicas, grandes iniciativas em andamento, políticas corporativas, entrevistas para veículos de circulação ou alcance nacional e temas que sejam transversais às várias áreas da empresa;
- b) Diretores Técnicos e Administrativo-financeiro: demandas que envolvam temas relacionados ao campo de gestão de sua Diretoria, ou quando designados pelo diretor-presidente para atuarem como porta-voz;

- c) Assessores e Gerentes: demandas que envolvam temas relacionados ao campo de gestão da Gerência, desde que designados pela diretoria.

Art. 9º As informações prestadas pelos porta-vozes devem estar alinhadas com as estratégias e os negócios da empresa, não sendo admitida a emissão de opinião pessoal de qualquer natureza que esteja em desacordo com as Políticas da PRODAM.

Art. 10. Os porta-vozes deverão falar com a imprensa, sempre que possível, após atendimento prévio realizado pela Assessoria de Imprensa, a fim de identificar o assunto e a conveniência da entrevista.

Art. 11. Compete ao Diretor-Presidente exercer a função de porta-voz da empresa nas situações de crise, que acarretem risco aos resultados, à imagem e à reputação da PRODAM.

Parágrafo único. O Presidente poderá designar membros da Diretoria Executiva ou empregados para exercer a função de porta-voz da empresa nas situações de que trata o caput, nos casos em que comprovadamente não possa ir, devendo, na oportunidade especificar os limites da atuação dos representantes por ele designados.

Art. 12. É vedado aos empregados do quadro regular, aos empregados em comissão, aos lotados ou cedidos a outros órgãos, aos terceirizados, aos estagiários e aos jovens aprendizes falar em nome da PRODAM sem a devida autorização.

Art. 13. Compete à Assessoria de Comunicação:

I – Planejar, organizar e controlar as estratégias concernentes à prestação de informação pelos porta-vozes da empresa.

II - avaliar as apresentações dos porta-vozes, analisando o alinhamento ao posicionamento corporativo e a identidade visual do material.

III – promover ou indicar, podendo também participar, de *media training* com o objetivo de preparar os porta-vozes para as demandas jornalísticas com as quais poderão se deparar quando em contato com profissionais de veículos de comunicação; e

IV - assessorar os porta-vozes da empresa no que diz respeito ao objeto desta Política.

V - produzir textos, que serão enviados à imprensa (*press releases*) a partir de briefing verbal ou por escrito fornecido pelas áreas técnicas da Empresa. Os textos devem ser submetidos a aprovação técnica das fontes;

VI - dar aval a todos os artigos assinados ou elaborados pelos porta-vozes em nome da PRODAM, para adequação do texto às normas da Empresa e à linguagem jornalística.

Art. 14. Compete aos empregados do quadro regular, a aos empregados em comissão, aos lotados ou cedidos a outros órgãos, aos terceirizados, aos estagiários e aos jovens aprendizes contribuir, incentivar e fazer cumprir as orientações estabelecidas nesta Política.

Art. 15. Recomenda-se que os contratos celebrados entre a PRODAM e terceiros devem prever a obrigação de cumprimento desta Política.

8

CAPÍTULO VI

DISPOSIÇÕES FINAIS

Art. 16. Solicitações de mídias de circulação local e nacional, efetuadas diretamente aos profissionais citados no art. 2º devem ser direcionadas para a Assessoria de Comunicação, que fornecerá o devido direcionamento aos porta-vozes adequados.

Art.17. Esta Política deve ser revisada e atualizada anualmente.

Art.18. Os casos omissos e as dúvidas surgidas na aplicação desta Política devem ser submetidos à Assessoria de Comunicação Social da PRODAM e resolvidos pela Presidência.

Art.19. O porta-voz deverá preservar as informações cujo acesso não possa ser fornecido por força de sigilo previsto em lei.

Art.20. A PRODAM resguardará o direito dos profissionais de atuarem como fontes da imprensa, mas não necessariamente como porta-vozes da empresa.

Art. 21. Esta política entra em vigor na data de sua publicação e será disponibilizada na intranet, aba de Comunicação e no endereço eletrônico www.prodam.am.gov.br