

Sumário

| | | |
|------|--|---|
| 1. | OBJETIVO | 2 |
| 2. | APLICAÇÃO | 2 |
| 3. | ABREVIATURAS E DEFINIÇÕES GERAIS | 2 |
| 4. | DESCRIÇÃO | 2 |
| 4.1. | Responsabilidades | 3 |
| 4.2. | Fluxo de Comunicação | 3 |
| 4.3. | Produção de textos | 3 |
| 4.4. | Posicionamento e Postura..... | 3 |
| 4.5. | Convite para Eventos..... | 4 |
| 4.6. | Disposições Finais..... | 4 |
| 5. | ANEXOS..... | 5 |

| | |
|---|---------------------|
| Assunto Política de Porta Vozes | Página 2 / 5 |
|---|---------------------|

1. OBJETIVO

Estabelecer instrumento específico de comunicação para mitigar risco de contradição entre informações disponibilizadas por diferentes áreas da Fomento Paraná;
Informar sobre os procedimentos em relação ao atendimento à Imprensa e ao público em geral, proporcionando acesso tempestivo às informações de interesse público e garantindo a integridade e a confiabilidade das informações prestadas, tendo como premissa o Estatuto Social, o Regimento Interno, a Política de Compliance, o Código de Ética e Conduta da Fomento Paraná e as normas relativas ao sigilo, estabelecidas pelo Banco Central do Brasil.

2. APLICAÇÃO

Fomento Paraná.

3. ABREVIATURAS E DEFINIÇÕES GERAIS

Principais perspectivas conceituais adotadas no texto da política de porta-vozes da empresa:

Benchmarking - Consiste numa ferramenta de gestão que possibilita a mensuração do desempenho em comparação sistemática com outras empresas, permitindo a identificação das melhores práticas adotadas no mercado e a melhoria contínua.

Fluxo de Comunicação - O caminho básico institucional percorrido para o adequado tratamento de solicitações de informação oriundas dos públicos de interesse da empresa, notadamente as demandas de imprensa.

Porta-voz - Representante da empresa previamente designado/autorizado para estabelecer o contato com veículos de comunicação internos e externos;
É recomendável que tenham amplo conhecimento técnico e estratégico.

Mídia - Meios ou veículos de comunicação utilizados com a finalidade de divulgar informações, seja por meio de imagens, textos e sons (televisão, cinema, rádio, revistas, jornais, outdoors e outros).

Media Training - Processo de treinamento dos porta-vozes da organização para o relacionamento com a imprensa e demais públicos de interesse da empresa que demandem informação qualificada da organização.

4. DESCRIÇÃO

Os porta-vozes autorizados a atender, em nome da Fomento Paraná, às demandas de imprensa, empregados, clientes, fornecedores, parceiros e ao público em geral, de acordo com suas áreas de atuação, são:

- Diretor-Presidente;
- Diretores Administrativo e Financeiro; Jurídico; de Mercado; de Operações do Setor Público; de Operações do Setor Privado;
- Presidente do Conselho de Administração;

- Gerentes das unidades de negócio e de apoio;
- Pessoas designadas pela Diretoria Reunida.

4.1. Responsabilidades

CAD - A aprovação da política de porta-vozes da empresa.

Presidente e Diretores - Exercerem a função de porta-vozes oficiais da empresa;

Designar/autorizar empregado para cumprir o papel de porta-voz, conforme a necessidade, vedada a possibilidade de delegação do ato de designação/autorização de porta-voz.

4.2. Fluxo de Comunicação

O porta-voz falará à Imprensa somente após atendimento prévio feito pela Assessoria de Comunicação, que identificará o melhor porta-voz para o assunto, de acordo com a área demandada, a conveniência e os termos da entrevista, assegurando que a comunicação interna e externa seja realizada de forma ética, correta, clara e compreensível a todos os interessados, salvaguardando os interesses específicos dos envolvidos e as normas de sigilo.

Antes de falar à Imprensa, o porta-voz receberá da Assessoria de Comunicação informações sobre o veículo, o repórter, o teor da entrevista e orientações sobre como abordar o assunto em questão. Sempre que possível, o porta-voz receberá, antecipadamente, as perguntas por escrito e estará acompanhado de um representante da Assessoria de Comunicação.

Não será permitido ao porta-voz emitir opiniões pessoais de qualquer natureza que estejam em desacordo com as políticas da Fomento Paraná, devendo sempre seguir as normas de comunicação da Fomento Paraná.

4.3. Produção de textos

A Assessoria de Comunicação será responsável pela produção de todos os textos que serão veiculados nos canais de comunicação da Fomento Paraná e pelos que serão enviados à imprensa (*press releases*) e também pela padronização dos materiais apresentados pelos porta-vozes em nome da Instituição, para adequação às normas da empresa e à linguagem jornalística, podendo a Assessoria de Comunicação solicitar o auxílio da área técnica a que estiver relacionada a informação pretendida;

4.4. Posicionamento e Postura

Os porta-vozes da Fomento Paraná não devem se posicionar contrariamente às políticas e normas definidas pela empresa;

Entretanto, se isso ocorrer, devem os porta-vozes informar a Fomento Paraná previamente sobre eventual veiculação, devendo, ainda, fazer um aviso legal (*disclaimer*) deixando expresso que “as opiniões divulgadas são de responsabilidade do autor e não representam as opiniões da Fomento Paraná”;

O porta-voz deve se reportar à Assessoria de Comunicação da Fomento Paraná sempre que for procurado por qualquer veículo de comunicação;

O porta-voz da Fomento Paraná, antes de emitir manifestação à imprensa, receberá informações da Assessoria de Comunicação da empresa sobre o veículo solicitante da informação ou entrevista, o repórter, o teor da entrevista e orientações sobre como abordar o assunto em questão;

O porta-voz estará acompanhado de um representante da Assessoria de Comunicação da empresa ao conceder entrevistas;

A Assessoria de Comunicação da Fomento Paraná será responsável por encaminhar as informações pertinentes ao veículo e agendar as entrevistas;

O porta-voz poderá receber da Assessoria de Comunicação, após a entrevista, o *feedback* como parte de um processo de capacitação (media training) continuada.

4.5. Convite para Eventos

Os convites para eventos em que se fizer necessária representação oficial da Fomento Paraná deverão ser centralizados na Presidência da empresa, que os retransmitirá à Assessoria de Comunicação;

Cabe ao empregado, quando convidado em nome da Fomento Paraná, informar à Diretoria a que seu órgão de lotação estiver vinculado, por escrito ou de forma eletrônica, e esta, por sua vez, deverá transmitir a informação à Presidência.

4.6. Disposições Finais

- Nenhum colaborador da Fomento Paraná pode falar em nome da empresa sem prévia autorização, conforme estabelecido nesta política e em normativos afins;
- Atendendo-se ao requisito de conhecimento técnico e comprometimento com a Fomento Paraná, a Presidência, sempre que possível, deve atender prioritariamente aos pedidos de informação e entrevistas advindos da imprensa;
- Fica sob responsabilidade da Assessoria de Comunicação e Marketing a capacitação (media training) voltada aos porta-vozes da Fomento Paraná.

Assunto

Política de Porta Vozes

Página

5 / 5

5. ANEXOS**Anexo I - Referências Legais**

Lei 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.

Lei Complementar Nº 105, DE 10 DE JANEIRO DE 2001 - Dispõe sobre o sigilo das operações de instituições financeiras e dá outras providências.