

## DELIBERAÇÃO

IDENTIFICAÇÃO <b>CM-013/2020</b>	FOLHA (Nº/DE) <b>1/1</b>
-------------------------------------	-----------------------------

VIGÊNCIA  
**INÍCIO: 01/08/2020 FIM:**

TÍTULO <b>POLÍTICA DE PORTA-VOZES DO SERPRO</b>	
REFERÊNCIAS <b>TEMA:</b> Comunicação e Marketing <b>PALAVRAS-CHAVE:</b> porta-voz, porta-vozes, imprensa, comunicação, discurso institucional, imagem, reputação	
CÓDIGO DE CLASSIFICAÇÃO <b>010</b>	CLASSIFICAÇÃO DA INFORMAÇÃO <b>Ostensivo</b>

**O CONSELHO DE ADMINISTRAÇÃO DO SERVIÇO FEDERAL DE PROCESSAMENTO DE DADOS – SERPRO**, no uso das competências que lhe atribui o art. 17 do Estatuto Social do Serpro,

### DELIBERA:

1.0 Atualizar a Política de Porta-Vozes do Serpro, conforme Anexo 1, com objetivo de estabelecer diretrizes que assegurem o alinhamento institucional da atuação dos representantes da empresa em pronunciamentos e entrevistas junto aos meios de comunicação.

2.0 Cancelar a Deliberação CO-004/2018, de 21 de fevereiro de 2018.



**LUIS FELIPE SALIN MONTEIRO**

Presidente do Conselho



**CRISTIANO ROCHA HECKERT**

Substituto do Presidente do Conselho



**MARCO PAULO REIS TANURE**

Conselheiro



**NINA MARIA ARCELA**



**MARCO AURELIO SOBROSA FRIEDL**

Representante dos Empregados



**JOAO PEDRO VIOLA LADEIRA**

Conselheiro Independente

DP/SUPEM/Iroc

ANEXO	NÚMERO	TIPO DOC.	IDENTIFICAÇÃO	FOLHA(Nº/DE)
	1	DELIBERAÇÃO	CM-013/2020	1/4

TÍTULO

**POLÍTICA DE PORTA-VOZES DO SERPRO**

## 1.0 OBJETIVO

1.1 A Política de Porta-Vozes do Serpro tem como finalidade estabelecer diretrizes que assegurem o alinhamento institucional da atuação dos representantes da empresa em pronunciamentos e entrevistas junto aos meios de comunicação. Dessa forma, esta Política busca mitigar o risco de acontecer contradições de informações na interlocução dos porta-vozes ao falar, em nome da empresa, com a imprensa e ampliar o retorno de imagem nessas oportunidades.

1.2 A presente Política foi elaborada nos termos da Lei 13.303/2016, que em seu art. 18º, inciso III, determina a empresas públicas “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”.

## 2.0 ÂMBITO DE APLICAÇÃO

Todos os empregados do Serpro.

## 3.0 DEFINIÇÕES

Para efeito desta Política, entende-se por:

- a) **porta-voz:** representante oficial autorizado a falar em nome da empresa para disseminar informações de interesse público e institucional à imprensa;
- b) **fonte:** especialista da empresa que fornece informações técnicas sobre determinado assunto, ou que, por ausência do porta-voz natural ou notório domínio do tema, pode conceder entrevista à imprensa, desde que seja autorizado;
- c) **imprensa:** designação coletiva dos veículos de comunicação que exercem atividade de jornalismo de caráter informativo, abrangendo os meios de comunicação rádio, televisão, internet, jornal impresso e revista;
- d) **assessoria de imprensa:** área responsável pelo relacionamento da empresa com os jornalistas para promover a imagem institucional e preservar a reputação da instituição na imprensa e na sociedade;
- e) **discurso institucional:** diretriz e posicionamento oficial da empresa com relação a determinado assunto de interesse corporativo;
- f) **imagem:** sentimento que as empresas transmitem e pelo qual elas são percebidas pelas pessoas de maneira inconsciente e emocional. Essas percepções dependem da forma e do conteúdo de suas ações de comunicação interna e externa;

ANEXO	NÚMERO	TIPO DOC.	IDENTIFICAÇÃO	FOLHA(Nº/DE)
	1	DELIBERAÇÃO	CM-013/2020	2/4

TÍTULO

## **POLÍTICA DE PORTA-VOZES DO SERPRO**

**g) reputação:** importante ativo para gestão da imagem corporativa, construída, a longo prazo, a partir da percepção do público em relação à empresa; e

**h) crise de imagem:** situação provocada por acontecimento, com ação direta ou indiretamente da instituição, que repercute negativamente na imprensa, comprometendo a imagem, a reputação ou os resultados financeiros da empresa.

### **4.0 PREMISSAS**

A aplicação da Política de Porta-Vozes do Serpro visa:

a) manter, com a imprensa e a sociedade, relacionamento transparente, por meio da prestação de informações com agilidade e prontidão aos jornalistas, pautadas na veracidade e total disponibilidade dos dados, resguardados os que devem ser protegidos por sigilo;

b) evitar a emissão de opiniões pessoais dos porta-vozes e neutralizar exposições negativas que desgastem a imagem e a reputação da empresa, estimulando a promoção responsável, ética e lícita das informações nas interlocuções com a imprensa; e

c) alinhar o discurso institucional de forma a manter a coerência das informações manifestadas pelos porta-vozes, evitando o risco de contradição de discursos e, assim, promover a imagem positiva e o aumento da visibilidade da instituição.

### **5.0 DETERMINAÇÕES**

5.1 O presidente do Serpro é o porta-voz natural da empresa para interlocução com a imprensa, sendo computada também aos porta-vozes autorizados pela Diretoria Executiva a prerrogativa de se relacionar com os jornalistas.

5.2 Os responsáveis por representar a empresa na interlocução com jornalistas constarão na lista oficial de porta-vozes do Serpro, aprovada pela Diretoria Executiva do Serpro e publicada no Manual de Relacionamento com a Imprensa.

5.2.1 Em casos excepcionais, quando o porta-voz não puder, por qualquer motivo, atender aos jornalistas, ou não tiver total domínio sobre o assunto objeto da solicitação de imprensa, a fonte especialista da empresa sobre o tema pode conceder entrevista ou ser fonte para a disponibilização de informações à imprensa.

5.2.2 Nos casos de pronunciamento das fontes em nome da empresa junto à imprensa, aplicam-se, a estes, as mesmas regras estabelecidas nesta Política que balizam a atuação dos porta-vozes.

ANEXO	NÚMERO	TIPO DOC.	IDENTIFICAÇÃO	FOLHA(Nº/DE)
	1	DELIBERAÇÃO	CM-013/2020	3/4

TÍTULO

## **POLÍTICA DE PORTA-VOZES DO SERPRO**

5.3 As solicitações de imprensa deverão ser sempre direcionadas à Assessoria de Imprensa do Serpro, que dará o devido tratamento e encaminhamento da demanda ao Diretor-Presidente ou membro da Diretoria Executiva delegado por ele. Este executivo decidirá sobre a necessidade ou não da manifestação da empresa e atuação do porta-voz.

5.4 Antes de prestar informações aos jornalistas, os porta-vozes serão orientados pela Assessoria de Imprensa do Serpro sobre como conduzir a interlocução, quais dados devem ser disponibilizados, o perfil do jornalista e do veículo demandante, além das especificações sobre a solicitação, considerando a relevância e o interesse do Serpro na prestação das informações.

5.4.1 Os porta-vozes serão submetidos a treinamentos de media training, realizados com periodicidade, para aperfeiçoar o relacionamento e a postura dos representantes da empresa com a imprensa.

5.4.2 Nas interlocuções com a imprensa, os porta-vozes serão acompanhados pela Assessoria de Imprensa para garantir o alinhamento do discurso institucional e a reprodução fidedignas das informações prestadas pela empresa aos veículos de comunicação.

5.4.3 O alinhamento institucional terá como base o posicionamento oficial, aprovado pela Diretoria Executiva do Serpro, sobre a abordagem dos principais temas de interesse institucional no relacionamento com a imprensa, para orientar o discurso dos porta-vozes. Este posicionamento estará descrito no Manual de Relacionamento com a Imprensa.

5.5 A Assessoria de Imprensa adotará ações contínuas de promoção da imagem do Serpro na mídia por meio da produção e envio de releases a jornalistas de toda a imprensa sobre a empresa, seus produtos, serviços e medidas institucionais.

5.5.1 As solicitações da imprensa para entrevistas ou informações sobre produtos e serviços do Serpro serão atendidas pela Assessoria de Imprensa, por meio do e-mail [imprensa@serpro.gov.br](mailto:imprensa@serpro.gov.br), com o apoio das fontes especialistas e dos porta-vozes da empresa.

5.5.2 A Assessoria de Imprensa poderá provocar a participação dos porta-vozes em debates realizados pelos veículos de imprensa ou entrevistas em programas de TV ou Rádio, bem como na produção de artigos para publicação na mídia, disponibilizando o devido apoio para alcançar resultados positivos na interlocução com a imprensa.

5.6 Os porta-vozes devem seguir as orientações e pautar sua conduta pelas informações estabelecidas nesta Política e no Manual de Relacionamento com a Imprensa.



ANEXO	NÚMERO	TIPO DOC.	IDENTIFICAÇÃO	FOLHA(Nº/DE)
	1	DELIBERAÇÃO	CM-013/2020	4/4

TÍTULO

**POLÍTICA DE PORTA-VOZES DO SERPRO**

## **6.0 RESPONSÁVEIS**

6.1 O Conselho de Administração do Serpro é responsável pela aprovação desta Política.

6.2 A Superintendência de Estratégia, Comunicação e Marketing (Supem) é responsável pela elaboração e atualização da política, estratégia, planejamento e coordenação das atividades de relacionamento com a imprensa.

## **7.0 DISPOSIÇÃO FINAL**

Os porta-vozes devem manter ética, responsabilidade e impessoalidade em sua divulgação institucional, não permitindo que dela resulte qualquer espécie de promoção pessoal.