



**CONSELHO DE ADMINISTRAÇÃO DA EMPRESA DE TECNOLOGIA E INFORMAÇÕES
DA PREVIDÊNCIA – DATAPREV S.A.**

RESOLUÇÃO DE CONSELHO/CADM/009/2021

POLÍTICA DE PORTA-VOZES DA DATAPREV

O Conselho de Administração da Empresa de Tecnologia e Informações da Previdência – DATAPREV S.A., 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, com alterações aprovadas na 2ª Assembleia Geral Ordinária da Dataprev, realizada em 26 de abril de 2018, na 4ª Assembleia Geral Extraordinária, realizada em 19 de junho de 2018, na 7ª Assembleia Geral Extraordinária, realizada em 10 de abril de 2019, na 9ª Assembleia Geral Extraordinária, realizada em 10 de outubro de 2019, na 12ª Assembleia Geral Extraordinária, realizada em 29 de abril de 2020, na 14ª Assembleia Geral Extraordinária, realizada em 27 de outubro de 2020 e na 16ª Assembleia Geral Extraordinária, realizada em 11 de fevereiro de 2021, 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; e
- O Decreto nº 10.478, de 31 de agosto de 2020, que altera o Código de Conduta da Alta Administração Federal.

RESOLVE:

Atualizar a Política de Porta-vozes da DATAPREV, conforme Anexo desta Resolução.

Esta Resolução entra em vigor a partir desta data e revoga a Resolução de Conselho 007/2018.

Brasília, 30 de julho de 2021.

CINARA WAGNER FREDO
Presidente



LUIS FELIPE SALIN MONTEIRO
Conselheiro

CHRISTIANE ALMEIDA EDINGTON
Conselheira

LEONARDO JOSÉ ROLIM GUIMARÃES
Conselheiro

ANTÔNIO CARLOS VILLELA SEQUEIRA
Conselheiro

NATALISIO DE ALMEIDA JUNIOR
Conselheiro

LUIZ DE BARROS BELLOTTI
Conselheiro



Anexo

Política de Porta-vozes da DATAPREV

1 Justificativa

A Lei nº 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 foi elaborada nos termos da legislação em vigor e atualizada à luz do Decreto nº 10.478/2020. Sua finalidade é 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 para a atuação dos porta-vozes da Dataprev, visando uniformizar o discurso institucional e fortalecer sua relação com meios de comunicação e seus públicos de relacionamento, a partir de um posicionamento que visa atuar na valorização da imagem da Dataprev, sua marca, produtos e serviços desenvolvidos.

3 Compromisso

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

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; e
- Decreto Nº 10.478 de 31 de agosto de 2020, que altera o Código de Conduta da Alta Administração Federal.



5 Diretrizes Gerais

- 5.1 Toda a comunicação da Dataprev com a imprensa, em eventos externos e em audiências públicas, se dá por meio dos porta-vozes, mediante alinhamento com a Diretoria Executiva e adoção de divulgação de informações claras e compreensíveis que garantam transparência aos atos.
- 5.2 Não é permitido emitir opiniões pessoais de qualquer natureza ou que estejam em desacordo com a estratégia, as políticas, as diretrizes e os normativos da Dataprev.
- 5.3 Os porta-vozes que falarão com a imprensa deverão buscar orientação e acompanhamento da área responsável pela comunicação social, que identificará o assunto e alinhará o discurso institucional.
- 5.4 São porta-vozes da Dataprev todos os integrantes da Diretoria Executiva, sendo que cada parte concederá entrevistas e realizará pronunciamentos sobre os assuntos de suas respectivas diretorias, cabendo ao Presidente responder pelos assuntos estratégicos da empresa. Os integrantes do Conselho de Administração também podem ser considerados porta-vozes nos assuntos sob responsabilidade do referido órgão colegiado.
- 5.5 Poderão ser designados pelos integrantes da Diretoria Executiva outros interlocutores ocupantes de cargos de nível gerencial, com permissão formal, e orientados pela 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.
- 5.6 O porta-voz designado pela Diretoria Executiva não poderá atribuir essa função a outra pessoa ou falar sobre temas diferentes dos assuntos aos quais foi designado.
- 5.7 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 à imprensa, baseados em atos oficiais, processos administrativos, deliberações e atos normativos ou ainda partir de definições aprovadas pela Diretoria Executiva.
- 5.8 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.
- 5.9 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.

- 5.10 É competência de área responsável pela comunicação social assessorar os porta-vozes, garantir que tenham conhecimento técnico adequado ao exercício da função e tenham acesso a treinamento específico para desempenhá-la, incluindo o Código de Conduta da Alta Administração Federal.
- 5.11 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.
- 5.12 As demandas provenientes do Poder Legislativo que ensejam manifestação devem ser submetidas, previamente, à avaliação do responsável pela interlocução com o Parlamento.

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 Ética e Integridade 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	Entende-se como empregado, para fins desta política, o empregado contratado, o titular de cargo de direção e assessoramento, o ocupante de cargo em comissão ou função de confiança, o empregado ou servidor cedido ou requisitado.
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 capa-



	cidade 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.