

Política de Porta-Vozes



SUMÁRIO

Identificação Geral.....	pág. 3
1. Objetivo.....	pág. 4
2. Abrangência.....	pág. 4
3. Definições.....	pág. 4
4. Princípios.....	pág. 5
5. Diretrizes.....	pág. 5
6. Responsabilidades.....	pág. 6
7. Disposições Gerais.....	pág. 6
8. Referências.....	pág. 7

IDENTIFICAÇÃO GERAL

EMPRESA BRASILEIRA DE CORREIOS E TELÉGRAFOS

CNPJ: 34.028.316/0001-03 - NIRE: 5350000030-5

Empresa Pública de Capital Fechado

Elaboração: CS/DIGOV/SEGER/DCORE/GCOM

Aprovações:

1. Ata da 19ª Reunião Ordinária da Diretoria Executiva, 20/05/2020.
2. Ata da 5ª Reunião Ordinária do Conselho de Administração, 28/05/2020.
3. Ata da 12ª Reunião Ordinária do Conselho de Administração, 13/12/2022.
4. Ata da 36ª Reunião Ordinária da Diretoria Executiva, 18/10/2023.
5. Ata da 11ª Reunião Ordinária do Conselho de Administração, 29/11/2023.
6. Ata da 4ª Reunião Ordinária do Conselho de Administração, 24/4/2024.
7. Ata da 14ª Reunião Ordinária da Diretoria Executiva, 30/04/2024.

Em conformidade com o inciso III do artigo 18 da Lei nº 13.303/2016, de 30/06/2016, fica instituída a presente Política de Porta-Vozes, aprovada na 19ª Reunião da Diretoria Executiva, ocorrida em 20/05/2020, e na 5ª Reunião do Conselho de Administração, ocorrida em 28/05/2020.

1 OBJETIVO

1.1 A presente política tem por objetivo estabelecer o papel dos porta-vozes dos Correios, de forma a garantir unidade e consistência do discurso institucional na prestação e transmissão de informações; proteger a imagem da empresa; potencializar oportunidades e mitigar riscos.

2 ABRANGÊNCIA

2.1 A Política de Porta-Vozes dos Correios se aplica aos administradores da empresa, aos empregados concursados, aos comissionados, assessores especiais contratados, aos terceirizados, aos servidores cedidos à empresa, aos franqueados, aos estagiários e aos jovens aprendizes e quaisquer pessoas que estejam a serviço dos Correios e de suas ações, inclusive em decorrência de contratos, programas sociais, parcerias e voluntariado.

3 DEFINIÇÕES

3.1 As definições utilizadas nesta política são:

a) porta-voz: representante dos Correios; quem personifica a empresa e o seu discurso, comunica em nome de toda a instituição;

b) imagem: é a forma como uma organização é percebida, em continuados eventos, por seus diversos públicos;

c) administradores: são os responsáveis por administrar a empresa. Conforme o Estatuto dos Correios, consideram-se administradores os membros do Conselho de Administração e da Diretoria Executiva;

d) área de Comunicação Social: departamento com atribuição de relacionamento institucional com a imprensa no Correios Sede e estruturas a ele tecnicamente subordinadas nas Superintendências Estaduais;

e) mídia: todo suporte de difusão da informação que constitui um meio intermediário de expressão capaz de transmitir mensagens; o conjunto dos meios de comunicação social de massas (abrange esses meios o rádio, o cinema, a televisão, a imprensa, os meios eletrônicos de comunicação, as redes sociais etc.);

f) influenciador: pessoa com a capacidade de exercer influência sobre seu público-alvo nas redes sociais;

g) risco: possibilidade de que um evento afete negativamente o alcance de objetivos estratégicos da empresa, causando desgaste ou impacto desfavorável à sua imagem e aos seus negócios;

h) oportunidade: possibilidade de que um evento afete positivamente o alcance de objetivos;

i) ação estratégica: iniciativa que reforça o discurso e a boa reputação institucionais, com vistas a evitar ou minimizar o dano à receita, a participação no mercado ou o não atingimento da estratégia corporativa dos Correios decorrentes de ato ou fato que impacte os canais físicos ou digitais da empresa.

4 PRINCÍPIOS

4.1 Constituem princípios norteadores das atividades tratadas nesta política:

- a) conformidade: o discurso institucional é estabelecido e disseminado de acordo com as decisões da Diretoria Executiva e com as normas internas e externas às quais a empresa está vinculada;
- b) transparência: divulgação de forma precisa, adequada, clara e oportuna de informações, a fim de proporcionar às partes interessadas o acompanhamento e o entendimento do desempenho de forma inequívoca.

5 DIRETRIZES

5.1 A área de Comunicação Social deve ser o primeiro ponto de contato da imprensa e de influenciadores com os Correios e é responsável pela resposta das solicitações após a devida apuração e mediante aprovação do Presidente, Diretor(a) ou Superintendente Estadual competente.

5.2 A área de Comunicação Social irá definir qual o porta-voz mais indicado conforme o assunto abordado, bem como avaliar a conveniência de atendimento e o formato (elaboração de posicionamento oficial por escrito ou concessão de entrevista).

5.3 Os porta-vozes falarão em nome dos Correios à imprensa ou influenciadores, em eventos externos e em audiências públicas, não sendo permitido emitir opiniões pessoais de qualquer natureza ou que estejam em desacordo com a estratégia, as políticas, as diretrizes e as normas da empresa.

5.4 O discurso institucional da empresa é definido pelo Presidente.

5.5 Nenhuma pessoa abrangida por esta política pode falar em nome dos Correios, em qualquer canal de comunicação, sem prévia autorização da área de Comunicação Social.

5.6 São porta-vozes dos Correios:

a) o Presidente, responsável por conceder entrevistas e realizar pronunciamentos sobre os assuntos estratégicos da empresa e, eventualmente, sobre assuntos afetos às diretorias e/ou Superintendências Estaduais, quando julgar necessário;

b) os diretores, responsáveis por conceder entrevistas e realizar pronunciamentos sobre os assuntos de suas respectivas diretorias;

c) os superintendentes estaduais, responsáveis por conceder entrevistas e realizar pronunciamentos somente sobre temas de suas respectivas superintendências, estando alinhados ao discurso institucional definido pelo Presidente, à estratégia, às políticas, às diretrizes e às normas da empresa;

d) o Presidente do Conselho de Administração, responsável por conceder entrevistas e realizar pronunciamentos sobre temas sob responsabilidade do referido órgão colegiado;

5.7 Empregados dos Correios, ocupantes de cargo de nível gerencial, poderão conceder entrevistas à mídia, em situações excepcionais, mediante autorização do porta-voz responsável pelo tema e anuência da área de Comunicação do Correios Sede, em Brasília/DF.

5.7.1 O empregado designado a atuar como porta-voz para assuntos técnicos não poderá:

- a) atribuir essa função a outra pessoa;
- b) falar sobre temas diferentes dos assuntos para os quais foi designado.

5.8 Em situações de crise, com risco potencial de dano à imagem institucional dos Correios, somente o Presidente, ou representante por ele designado, pode exercer a função de porta-voz.

5.9 Visando à manutenção da unidade do discurso institucional dos Correios, bem como ao fortalecimento de sua imagem corporativa, deverão ser previamente comunicadas ao Presidente, e por ele aprovadas:

- a) as ações estratégicas de divulgação de conteúdo relacionadas à imagem institucional dos Correios em canais físicos ou digitais;
- b) as interações com agentes externos que possam gerar repercussão junto à imprensa e aos órgãos de controle;
- c) as manifestações oficiais que contenham posicionamentos oficiais da empresa e/ou de seus dirigentes;
- d) as interações com os veículos de imprensa de abrangência nacional; e
- e) as visitas de agentes públicos em caráter oficial.

6 RESPONSABILIDADES

6.1 Constituem responsabilidades dos porta-vozes autorizados:

- a) direcionar solicitações de entrevista para a área de comunicação, quando procurados diretamente pelos órgãos de imprensa;
- b) falar, em nome da empresa, sobre os assuntos que lhes foram autorizados.

6.2 Constituem responsabilidades da área de comunicação do Correios Sede:

- a) atender às demandas nacionais dos órgãos de imprensa e dar os devidos direcionamentos;
- b) assessorar os porta-vozes, acompanhando-os desde o início da demanda;
- c) levantar e validar as informações necessárias para subsidiar o porta-voz a respeito do tema abordado, bem como sobre a mídia e o jornalista/influenciador;
- d) orientar as coordenações de comunicação das SEs no assessoramento aos porta-vozes no âmbito da superintendência;
- e) solicitar as diretrizes da presidência (ou gabinete) para encaminhamento das demandas que possam impactar a imagem e a reputação da empresa.

6.3 Constituem responsabilidades das coordenações de comunicação das SEs:

- a) atender às demandas de imprensa relacionadas a assuntos regionais, após alinhamento prévio com a área de comunicação do Correios Sede;
- b) assessorar os porta-vozes da SE;

- c) redirecionar as demandas de mídias e assuntos nacionais e estratégicos para a área de comunicação do Correios Sede;
- d) atuar em conformidade com as orientações do Correios Sede e disseminar o discurso institucional estabelecido pelo Presidente e em conjunto com os diretores.

7 DISPOSIÇÕES GERAIS

7.1 Todas as ações de comunicação e relacionamento institucional devem ser conduzidas para fortalecer e preservar a credibilidade dos Correios, garantindo que a empresa se apresente à sociedade de maneira harmônica e alinhada aos seus valores.

7.2 Torna-se imperativo garantir que o discurso institucional seja transmitido de forma íntegra e coerente, possibilitando interpretação única pelos distintos públicos.

7.3 Assim sendo, sempre que possível, os Correios devem incorporar em suas comunicações os valores que constituem sua identidade corporativa: centralidade do cliente, integridade, respeito às pessoas, responsabilidade e compromisso com o resultado, orgulho, orientação ao futuro, adaptabilidade, aprendizagem contínua e integração.

7.4 As demandas provenientes do Poder Legislativo que ensejam manifestação devem ser submetidas, previamente, à avaliação da assessoria parlamentar, no Gabinete da Presidência.

7.5 A Política de Porta-Vozes dos Correios deverá ser revisada e atualizada sempre que houver alteração na legislação, no Estatuto dos Correios e nas normas aplicáveis ao assunto.

7.6 Os casos de não cumprimento dessa política serão submetidos e examinados pela Comissão de Ética dos Correios.

7.7 Casos não contemplados nesta política devem ser submetidos à Presidência ou a seu gabinete.

8 REFERÊNCIAS

8.1. Fundamentação legal e normativa que orienta esta política:

- a) LEI nº 13.303/2016, de 30/06/2016, inciso III do artigo 18;
- b) Código de Conduta Ética e Integridade dos Correios;
- c) DUARTE, Jorge (organizador). Assessoria de Imprensa e Relacionamento com a Mídia: Teoria e Técnica. São Paulo: Ed. Atlas, 2006;
- d) TORQUATO, Gaudêncio. Tratado de Comunicação Organizacional e Política. Edição 2. Ed. Cengage Learning, 2010.