

POLÍTICA DE PORTA VOZES DO BANCO DA AMAZÔNIA

1 INTRODUÇÃO

1.1 A Secretaria Executiva, por meio da Coordenadoria de Comunicação (SECRE/COMUM), elaborou a Política de Porta-Vozes da Instituição em atendimento à Lei 13.303, de 2016, que dispõe sobre o estatuto jurídico da empresa pública e da sociedade de economia mista que em seu art. 18, inciso III, afirma:

Art. 18. Sem prejuízo das competências previstas no art. 142 da Lei nº 6.404, de 15 de dezembro de 1976, e das demais atribuições previstas nesta Lei, compete ao Conselho de Administração:

III - 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;

Assim, apresentamos esta Política para que seja de amplo conhecimento e execução por parte do público-alvo deste documento.

2 OBJETIVO

2.1 Orientar a atuação dos porta-vozes do Banco da Amazônia (BASA), estabelecendo uma relação transparente, fornecendo informações sobre as ações da Instituição com responsabilidade e ética e fortalecendo o relacionamento do BASA com os diversos segmentos da sociedade, colaboradores, acionistas e demais instituições da Administração Pública.

3 REFERÊNCIAS

BANCO DA AMAZÔNIA. [Código de Conduta Ética.](#)

BANCO DA AMAZÔNIA. [NP Regime Disciplinar.](#)

BANCO DA AMAZÔNIA. [Política de comunicação.](#)

BRASIL. **Lei nº 13.303, de 30 de junho de 2016.** Lei das Estatais. Diário Oficial da União: seção 1, Brasília, DF, p. 1, 1 jul. 2016. Disponível em: http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2015-2018/2016/lei/113303.htm

BRASIL. **Lei nº 12.527, de 18 de novembro de 2011.** Lei de Acesso à Informação. Disponível em: http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2011-2014/2011/lei/112527.htm

3 CONCEITOS E DEFINIÇÕES:

3.1 ALINHAMENTO ESTRATÉGICO: Consiste na observância à estratégia definida pelo Banco da Amazônia, na tomada de decisões e na atuação de seus executivos e empregados, com o respectivo compartilhamento de informações de maneira equivalente a todos os níveis da organização.

3.2 ASSUNTOS ESTRATÉGICOS: Temas relativos à política e às diretrizes do Banco da Amazônia e do Governo Federal;

3.3 EQUIDADE: Promoção de tratamento justo e igualitário na definição de normas e políticas da empresa e no relacionamento com os empregados do Banco da Amazônia, com os profissionais da imprensa e com toda a sociedade, de modo a garantir a valorização dos indivíduos, em respeito às diferenças sociais, de raça, credo, gênero ou ideologias.

3.4 ÉTICA: Conjunto de regras, valores e princípios, morais e legais, que norteiam a conduta dos empregados e dirigentes do Banco da Amazônia.

3.5 IMPESSOALIDADE: Condição de uma atuação que prioriza os interesses do Banco da Amazônia e de seus empregados, de forma que os interesses e opiniões pessoais de seus representantes estejam desvinculados das ações tomadas no exercício da função.

3.6 **IMPrensa:** Referência utilizada para designar todo conteúdo relacionado à atividade jornalística e à comunicação informativa.

3.7 **Legitimidade:** São ações e declarações prestadas em observância à veracidade dos fatos e informações, em conformidade às leis vigentes e às normas da instituição, com caráter objetivo e confiável.

3.8 **Mídia:** Conjunto dos meios de comunicação social. Constituída por todos os canais de difusão da informação entre eles o rádio, a TV e os meios digitais ou impressos.

3.9 **Porta-voz:** são empregados do Banco selecionados e autorizados para fazer contato com os veículos de comunicação. Este contato, sempre que possível, será realizado após um prévio atendimento feito pela Coordenadora de Comunicação, a fim de identificar o assunto e a conveniência da entrevista. Os porta-vozes do Banco da Amazônia ocupam as seguintes funções: presidente do Conselho de Administração, presidente da Diretoria Executiva, diretores executivos, secretário executivo, superintendentes regionais, gerentes executivos, gerentes gerais de agências e coordenadores da Matriz (designados pelos gerentes executivos).

3.10 **Transparência:** Consiste na proatividade na disponibilização de informações relativas ao Banco da Amazônia, com a respectiva divulgação aos empregados, à imprensa e a toda a sociedade, em linguagem clara e acessível, de modo a proporcionar aos diversos públicos da instituição o acompanhamento do desempenho do banco, de forma simples e inequívoca.

4 DIRETRIZES

4.1 A Política de Porta-vozes tem fundamento na Lei nº 13.303, de 2016, que dispõe sobre o estatuto jurídico da empresa pública e da sociedade de economia mista que em seu art. 18, 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”.

4.2 O BASA deverá estabelecer uma comunicação ampla e transparente com a mídia e com seus públicos estratégicos, por meio da atuação de porta-vozes capacitados, detentores de postura ética, profissional e de amplo conhecimento técnico dos temas relacionados ao banco e ao seu campo de atuação.

4.3 São princípios a serem observados pelos porta-vozes: agilidade, coerência, ética, transparência, impessoalidade e legalidade.

4.4 Compete ao porta-voz designado nos termos desta Política falar em nome do BASA a imprensa e ao público em geral.

4.5 As informações prestadas pelos porta-vozes devem estar alinhadas com as estratégias e as atuações da empresa, não sendo admitida a emissão de opinião pessoal de qualquer natureza que esteja em desacordo com as políticas e normas do BASA.

4.6 O porta-voz deverá preservar as informações restritas e sigilosas, ou seja, aquelas cujo acesso não possa ser fornecido por força de restrição prevista na legislação vigente.

4.7 Os porta-vozes serão designados observando-se os seguintes critérios:

- a) Presidente do Conselho de Administração: assuntos relacionados às competências do cargo previstas no Estatuto Social do Basa;
- b) Presidente da Diretoria Executiva: assuntos estratégicos da empresa, políticas corporativas, grandes iniciativas em andamento, entrevistas para veículos de circulação ou alcance nacional e temas que sejam transversais às várias áreas da empresa, bem como em situações de crise;
- c) Diretores: demandas que envolvam temas relacionados às atribuições da respectiva Diretoria;
- d) Superintendentes Regionais, Gerente Geral de Agência: demandas que envolvam temas relacionados às atribuições da respectiva Superintendência ou Agência;
- e) Secretário Executivo e Gerente Executivo: demandas que envolvam temas relacionados às atribuições da respectiva Secretaria ou Gerência;
- e) Em caráter de exceção, e sob aprovação da orientação da Coordenadoria de Comunicação - COMUN, esses executivos poderão indicar o seu substituto eventual ou outro empregado subordinado para atuar como porta-voz.

4.8 São considerados como potenciais porta-vozes do BASA para o atendimento das demandas de informações à imprensa e demais meios de comunicação, os empregados habilitados e com maior conhecimento técnico sobre os assuntos da sua área de atuação específica, bem como, sobre a empresa, reforçando-se a importância do alinhamento do discurso e da transparência no compartilhamento de informações de interesse público.

4.9 É vedado ao profissional designado delegar a função de porta-voz que lhe for atribuída ou for de sua competência, salvo nas situações de crise, quando o Presidente da Diretoria Executiva poderá designar Diretor, Superintendente Regional ou outros profissionais da empresa para exercer a função de porta-voz da empresa, especificando os limites de sua atuação.

4.10 Nas ocasiões em que forem identificadas crises, sejam elas de repercussão nacional ou regional, com maior ou menor impacto na sociedade, a escolha do(s) porta-voz(es) que irá prestar declarações ou conceder entrevistas à imprensa e público externo, em nome do BASA, caberá ao Secretário Executivo – SECRE, em conjunto com a Coordenadoria de Comunicação, que definirá o(s) nome(s) indicado(s) junto à presidência ou diretoria relacionada.

4.11 Todos os profissionais do BASA, sejam eles porta-vozes ou não, deverão se reportar à Secretaria Executiva, através da Coordenadoria de Comunicação sempre que forem

procurados por qualquer veículo de comunicação, a fim de identificar o assunto e a conveniência da entrevista.

4.12 Todo empregado do BASA é também um porta-voz da instituição, quando se relaciona com seus públicos e com a sociedade, seja nas aparições públicas ou no ambiente da internet, em audiências, seminários e demais eventos, devendo assim observar em sua conduta e em sua fala os mesmos princípios definidos por esta política e o Código de Ética.

4.13 Os porta-vozes devem observar em sua atuação, os princípios da equidade de raça, de gênero, de posição social e de ideologia, sem distinção entre categorias profissionais, veículos de comunicação ou organizações, sendo inaceitáveis quaisquer atos praticados com base em informações privilegiadas ou discriminações de qualquer tipo.

4.14 Os pronunciamentos dos porta-vozes do BASA refletem o posicionamento estratégico da instituição e não as suas opiniões ou interesses pessoais, assim nenhuma de suas ações públicas está desvinculada de sua responsabilidade enquanto executivo do banco.

4.15 De acordo com as estratégias do banco e por dever legal, os porta-vozes do BASA observam o sigilo das informações que não podem ser amplamente divulgadas, assim como observam e colaboram com os preceitos definidos pela LAI – Lei de Acesso à Informação (Lei nº 12.527/2011) -e na Lei Geral de Proteção de Dados (-Lei 13.709/2018).

4.16 Os casos omissos e as dúvidas surgidas na aplicação desta Política devem ser submetidos à SECRE e resolvidos em conjunto com a Presidência.

5 PENALIDADES

5.1 A Alta Administração e os empregados que praticarem quaisquer atos que violem esta política, estarão sujeitos à aplicação de medidas disciplinares previstas no Código de Conduta Ética, Política de Gestão de Pessoas, NP Regime Disciplinar, demais políticas e normas internas.