

POLÍTICA DE PORTA-VOZES

Considerando as melhores práticas de Governança Corporativa e o disposto na Lei nº 13.303/16, a Companhia Catarinense de Águas e Saneamento – CASAN, estabelece a sua Política de Porta-Vozes a fim de evitar e desestimular a contradição de informações fornecidas por funcionários autorizados a falar em nome da Companhia ao público em geral.

1. Abrangência

A Política de Porta-vozes aplica-se a todo o corpo de funcionários da Companhia, aos cedidos, aos terceirizados e aos estagiários.

2. Finalidades

- Prestar informações à sociedade de forma transparente e ágil;
- Estabelecer uma atitude proativa de divulgação de fatos e informações gerais;
- Manter um relacionamento profissional com os veículos de Comunicação Social e com o público em geral, atendendo-se com presteza e agilidade a demandas dos jornalistas, proporcionando acesso às informações de interesse público e da empresa, resguardando-se apenas aquelas que, por dever de sigilo ou impedimento legal, não puderem ser fornecidas;
- Proporcionar qualidade, coerência e uniformidade das informações prestadas e divulgadas para evitar contradições entre as diversas áreas da Companhia.

3. Responsabilidades

- O Conselho de Administração da CASAN é o responsável pela aprovação da política de Porta Vozes, consoante previsão Estatutária e legal;
- A Diretoria da Presidência é responsável por desenvolver e coordenar a política de Comunicação Social;
- A Gerência de Comunicação Social (GCS) é a unidade responsável pelas estratégias e pelo controle das atividades de comunicação com a imprensa, pelas Redes Sociais e nos demais canais de divulgação existentes, em consonância com a Diretoria da Presidência;

3.1 - Porta-Vozes:

- São considerados potenciais porta-vozes, principalmente no atendimento de demandas da imprensa tradicional ou em manifestações via Redes Sociais, aqueles com maior conhecimento técnico sobre o tema em questão;

- Nenhum funcionário da CASAN - nem os cedidos, terceirizados ou estagiários - pode falar em nome da Companhia, com a imprensa ou não, sem estar alinhado às determinações e orientações deste documento;

- Quando a matéria/reportagem referir-se a assuntos considerados estratégicos, os porta vozes deverão ser preferencialmente os Diretores ou profissionais por eles indicados, com o envolvimento da Gerência de Comunicação Social (GCS), observados os seguintes critérios:

a) Diretor-Presidente: assuntos estratégicos da Companhia, políticas corporativas, grandes investimentos em andamento ou em fase de planejamento, entrevistas para veículos de Comunicação considerados relevantes em suas comunidades, temas que sejam transversais às várias áreas da Companhia. Ao diretor-presidente cabe a divulgação ou encaminhamento de informações em casos de necessidade de gerenciamento de crise.

b) Diretor Financeiro e de Relações com os Investidores: demandas que envolvam temas relacionados sobre os aspectos financeiros e econômicos, como Balanço Patrimonial, Planos de Investimento, ações da Companhia, mercado de capitais, atendimento aos analistas e investidores, bolsas de valores, agências de avaliação de risco, temas relativos à área de Tecnologia de Informação, fomentos culturais, dentre outros dessa natureza.

c) Diretor de Operação e Meio Ambiente e Diretor de Expansão: assuntos relacionados a obras e projetos, à área operacional dos sistemas de água e esgoto, análises laboratoriais, ambientais, pesquisa e desenvolvimento, inovação tecnológica de processos, além de outros assuntos dessa natureza.

d) Diretor Administrativo: sobre administração de pessoal e bens, processos licitatórios, recursos humanos e materiais, benefícios previdenciários e assistenciais, dentre outros dessa natureza.

e) Diretor Comercial: assuntos relativos a faturas, cobranças de tarifas, consumidores, hidrometria e fiscalização, atendimento ao Cliente, dentre outros dessa natureza.

f) Procuradoria Jurídica: todas as demandas judiciais, aspectos jurídicos, dentre outros dessa natureza.

g) Assessoria de Planejamento: assuntos relativos a Contratos de Programa, convênios com Municípios e outros desta natureza.

Os membros da Diretoria Executiva poderão indicar funcionários para exercer a função de porta-voz, tendo o diretor a função de especificar o limite de atuação do nomeado. Fica registrado que o funcionário designado pelo diretor não poderá escolher outro para a função de porta-voz.

- Quando os temas forem específicos a assuntos regionais, os porta vozes deverão ser, na ordem de preferência, os Superintendentes, gerentes ou chefes de Agências indicados pelos Superintendentes, estes últimos em temas municipais.

- Solicitações regionais de mídias de circulação estadual ou nacional, efetuadas diretamente nas Superintendências ou agências, devem ser direcionadas à Gerência de Comunicação Social (GCS), que fará a devida avaliação e eventual encaminhamento.

3.2 – Compartilhamento:

- Os porta-vozes devem falar à imprensa, de preferência, após atendimento prévio feito pela GCS, a fim de identificar o assunto e a conveniência de entrevista. A GCS poderá, no entanto, avaliar que a pauta mereça ser conduzida mediante a elaboração de um texto, nota ou comunicado por escrito, explicando neste caso ao veículo de imprensa o porquê da negativa da entrevista solicitada.

- O porta-voz deve se reportar à Gerência de Comunicação Social (GCS) sempre que demandado por veículos de Comunicação Social (imprensa) ou se sentir demandado via Redes Sociais, cabendo à unidade GCS encaminhar as informações pertinentes ao veículo ou marcar as entrevistas ou dar outro encaminhamento no caso de Redes Sociais.

- Recomenda-se que após a entrevista o porta voz também se reporte à GCS no intuito de transmitir o teor da conversa, o que poderá auxiliar no acompanhamento de divulgação das informações prestadas ou de outros eventuais desdobramentos.

4. Posicionamento e Postura

- No relacionamento com a Imprensa, o porta-voz falará em nome da CASAN, nunca em nome próprio. Não é permitido ao porta-voz emitir opiniões pessoais de qualquer natureza ou que estejam em desacordo às diretrizes da CASAN;

- Antes de conceder entrevista, o porta-voz deve receber ou procurar da equipe da GCS informações sobre o veículo, o teor da entrevista e orientações sobre como melhor abordar o assunto em questão. Quando possível, as entrevistas deverão ser acompanhadas por um jornalista da GCS;

- Solicitações de opinião da CASAN sobre situações específicas serão atendidas de forma conceitual e preferencialmente têm de ser encaminhada à GCS, que deverá também obrigatoriamente seguir a linha deste documento;

- Em caráter excepcional, a CASAN poderá opinar sobre casos específicos quando, a critério do Diretor Presidente ou dos demais Diretores, dispuser de informações suficientes para se pronunciar;

- Mesmo quando falando em nome de outra organização ou entidade, os gestores da CASAN não devem posicionar-se contrariamente às políticas da CASAN;

- Os demais porta-vozes da Companhia também não poderão posicionar-se contrariamente às políticas e normas definidas pela CASAN. Se essa situação não for confortável, quando isso ocorrer, deve informar à respectiva Diretoria do porta-voz, de forma prévia, a veiculação desta manifestação, devendo esta Diretoria – em conjunto com a GCS - avaliar a melhor forma de

fazer uma ressalva de que “esta manifestação/opinião específica não representa a opinião da CASAN”;

- Funcionários, cedidos, terceirizados ou estagiários da CASAN, quando atuarem ou agirem de forma independente da Companhia, devem empreender todos os esforços para que não seja atribuída à sua relação com a CASAN a autoria do gesto ou manifestação pública falada ou escrita.

5. Produção de Conteúdo

- A Gerência de Comunicação Social (GCS) é a unidade responsável pela produção de conteúdo a ser distribuído nos canais internos de comunicação da CASAN e também em forma de relise aos veículos tradicionais de Comunicação Social (imprensa), bem como nas Redes Sociais;

- Recomenda-se que os textos e/informações produzidos pela GCS sejam sempre validados com as fontes internas de informação e, quando necessário, com a Diretoria da Presidência;

- Recomenda-se que Artigos assinados por funcionários da Companhia em situações cujo crédito da assinatura carregue a marca CASAN (Ex: Fulano de Tal, engenheiro da CASAN), tenham o aval prévio da GCS para avaliar a pertinência do conteúdo e para eventual colaboração do quadro de jornalistas e alinhamento prévio com a respectiva Diretoria do autor.

6. Convite para Eventos

Os convites para eventos de qualquer natureza, onde ou houver uma representação oficial da CASAN, devem ser encaminhados à respectiva Diretoria de quem recebeu, que se encarregará de retransmiti-lo ao devido porta-voz ou, quando for o caso, à Diretoria da Presidência. Cabe portanto ao funcionário, quando convidado em nome da CASAN, informar por escrito ou de forma eletrônica, diretamente a sua respectiva Diretoria.

7. Outros esclarecimentos

Dúvidas e omissões na aplicação desta Política devem ser direcionadas à Diretoria imediata de cada setor que, em conjunto com a Gerência de Comunicação Social, dará o necessário encaminhamento.

8. Penalidades

O não cumprimento desta Política será submetido e examinado pela Comissão de Ética da Companhia, que irá encaminhar o resultado das análises à Diretoria da Presidência que, por sua vez, decidirá quais as eventuais medidas cabíveis.

A presente Política entra em vigor a partir da data de sua aprovação pelo Conselho de Administração, sendo a mesma revisada e atualizada sempre que necessário.