

POLÍTICAS DE COMUNICAÇÃO CORPORATIVA E DE RELACIONAMENTOS EXTERNOS E INTERNOS

APRESENTAÇÃO

A Portos do Paraná é uma empresa pública responsável pela administração do porto de Paranaguá, reconhecido um dos mais eficientes do Brasil, e do Porto de Antonina. A empresa pública oferece a estrutura necessária para a movimentação de cargas dos arrendatários de áreas portuárias e de diversos operadores portuários.

Em 2024, pelo quinto ano consecutivo, a Portos do Paraná recebeu o prêmio de Melhor Gestão Portuária (Melhores Portos do Brasil), concedido pelo governo federal, e alcançou o recorde histórico de movimentação de cargas, com mais de 66 milhões de toneladas exportadas e importadas pelos seus cais.

É uma empresa que busca resultados de excelência com eficiência, primando pela modernidade, inteligência e principalmente ao respeito às pessoas e ao meio ambiente. Diante deste escopo, compete à Gerência de Comunicação da Portos do Paraná, manter e ampliar o relacionamento direto com meios de comunicação a partir de um fluxo constante de informações e conteúdos informativos e de apoio às coberturas jornalísticas.

Da mesma forma, compete à GCOM, criar um ambiente para que o público interno, possa ter acesso às informações da empresa de forma clara e objetiva.

Este documento é mais um suporte nos mecanismos de governança da Portos do Paraná.

A comunicação da Portos do Paraná é orientada pela Presidência da empresa, por meio da Gerência de Comunicação e Marketing (GCOM), seguindo as orientações da Secretaria da Comunicação do Governo do Estado do Paraná.

Todo o processo comunicacional externo interno da Portos do Paraná é posto em prática por meio de diversos instrumentos e canais, que visam articular as informações a partir dos seguintes canais:

- Site: <https://www.portosdoparana.pr.gov.br/>;
- Comunicados de imprensa;
- Ouvidoria;
- Canais nas Redes sociais;
- TV Interativa (PorTV);
- Relatórios de Gestão.

CAPÍTULO I – DIRETRIZES GERAIS

SEÇÃO I - DEFINIÇÕES

Art. 1º Para os fins dessa Política, considera-se:

I. Release: Documento escrito em formato de notícia, produzido pela equipe da GCOM com o aval da diretoria executiva. O material é encaminhado aos diversos órgãos de comunicação para divulgação e pode ser publicado na íntegra, parcialmente ou servir como base para o jornalista produzir sua própria reportagem. Também é conhecido como comunicado de imprensa ou *press release*.

II. Nota oficial: Documento formal com características jornalísticas, enviado a veículos de comunicação em papel timbrado físico ou formato digital (PDF). É utilizado para apresentar o posicionamento institucional da Portos do Paraná em situações que demandem resposta pública, especialmente quando há repercussão midiática. Nos casos mais sensíveis, a elaboração da nota pode contar com o apoio da Diretoria Jurídica. O objetivo é esclarecer situações delicadas que impactem a imagem institucional. O texto é produzido pela GCOM, validado pela diretoria executiva e fundamentado em fontes primárias. Também é conhecido como nota de esclarecimento.

III. Gerenciamento de crise: Processo acionado em situações inesperadas que envolvam a reputação da empresa e sua operação. Inclui desastres naturais, eventos climáticos extremos, riscos biológicos, ações polêmicas, fake news, entre outros. Em casos graves, é formado um comitê de crise, com representantes multisetoriais, incluindo a GCOM. A resposta em crises deve ser

clara, assertiva e objetiva, com o objetivo de atender à sociedade e preservar o patrimônio ético e moral da empresa.

IV. Porta-voz: Na Portos do Paraná, o diretor-presidente é, geralmente, o principal interlocutor. Outros profissionais, como diretores, gerentes e coordenadores, podem assumir esse papel, conforme aprovação da presidência e supervisão da GCOM. O porta-voz pode se comunicar presencialmente, por chamadas online, gravações ou declarações escritas, sempre com acompanhamento da GCOM.

Os porta-vozes são selecionados e autorizados para fazer contato com os veículos de comunicação. Este contato, sempre que possível, será realizado após um prévio atendimento feito pela Gerência de Comunicação e Marketing da PORTOS DO PARANÁ, a fim de identificar o assunto e a conveniência da entrevista.

Fica atribuída ao Diretor-Presidente a competência para autorizar a Gerência de Comunicação e Marketing da PORTOS DO PARANÁ para exercer a função de porta-voz, especificando os limites de sua atuação.

V. Coletiva de imprensa: Evento para convocar veículos de comunicação e informar sobre um grande acontecimento. É uma forma de divulgar informações relevantes a diversos públicos ao mesmo tempo, com entrevistas e detalhamentos. Normalmente, é utilizada para anúncios positivos ou esclarecimentos em situações extraordinárias.

VI. Ferramentas de comunicação: A GCOM utiliza diversos canais de divulgação, como o blog de notícias no portal da Portos do Paraná, AppaNet (intranet), redes sociais (Facebook, Instagram, LinkedIn), grupos de WhatsApp e uma plataforma de mailing para disparo de releases.

Além disso, é responsável por campanhas publicitárias e pelo acompanhamento de sua execução. O follow-up mantém o relacionamento com a imprensa.

VII. Media training: Treinamento realizado pela GCOM para orientar os porta-vozes no relacionamento com a imprensa. Pode ser preventivo ou pontual, conforme a necessidade.

SEÇÃO II - DOCUMENTOS DE REFERÊNCIA

Art. 2º A presente política adotou como referência os seguintes documentos:

- I. ABNT NBR ISO 14001:2015 - Sistemas de Gestão Ambiental
- II. Manual do Sistema de Gestão Integrado
- III. ABNT NBR ISO 9001:2015 - Sistemas de Gestão da Qualidade
- IV. Ampla literatura sobre teorias da comunicação, técnicas de reportagem e comunicação institucional.

SEÇÃO III - OBJETIVO DA PROPOSTA

Art. 3º A comunicação externa e interna de uma empresa pública é essencial para manter seus diversos grupos de influência bem informados sobre suas principais atividades. A Portos do Paraná, como referência nacional e internacional, tem o compromisso de informar, tornar públicas e transparentes ações. Por isso, mantém a GCOM que conta com uma equipe sempre disponível.

Art. 4º Cabe aos profissionais de comunicação esclarecer fatos relacionados à Portos do Paraná. Além disso, por atuar como indutora da economia local, regional e nacional, a empresa tem como missão divulgar suas realizações e, principalmente, a concretização de seus compromissos sociais e ambientais.

Para garantir a maior difusão possível de suas informações, a comunicação é segmentada, sempre que necessário, para atingir públicos variados, como a sociedade civil, trabalhadores, empresários, tripulações, entre outros grupos.

SEÇÃO IV- ABRANGÊNCIA

Art. 5º Este procedimento aplica-se a todas as unidades envolvidas no Sistema de Gestão Integrado (SGI).

CAPÍTULO II – DIRETRIZES DE ATUAÇÃO DA GCOM

Art. 3º Todos os materiais produzidos pela GCOM são validados pela presidência.

Art. 4º Cabe às diretorias e demais gerências e setores da Portos do Paraná comunicar a GCOM de seus atos, feitos, resultados, atividades internas e externas para serem divulgadas.

Art. 5º Cabe à GCOM manter um constante relacionamento com os veículos de comunicação, criando um vínculo de confiança com os profissionais de comunicação e os mais diversos públicos.

Art. 6º Criar condições para que a imagem da Portos do Paraná seja cada vez mais fortalecida.

Art. 7º Providenciar de maneira ágil a publicação de materiais considerando a sua notoriedade relevância e factibilidade.

Art. 8º Propiciar internamente o fluxo de informações que possam trazer a compreensão sobre as metas, objetivos e estratégias a todos os colaboradores da empresa.

Art. 9º Contribuir com o fornecimento de material de apoio como fotos, vídeos e áudios para atender às demandas da imprensa.

Art. 10. Capacitar, por meio de media training, diretores, gerentes e demais agentes representativos da Portos do Paraná (porta-vozes), para otimizar o relacionamento com a imprensa.

Art. 11. Criar estratégias de marketing.

Art. 12. Montar e aprovar briefings de materiais publicitários institucionais.

Art. 13. Criar e aprovar conteúdos publicitários e institucionais.

Art. 14. Criar conteúdos jornalísticos.

Art. 15. Criar conteúdos para os canais de redes sociais.

Art. 16. Criar conteúdos para os canais internos de comunicação e de endomarketing.

CAPÍTULO III – MODO DE OPERACIONALIZAÇÃO

Art. 17. A Gerência de Comunicação e Marketing se pauta pela ética jornalística, respeitando as legislações pertinentes em vigor prezando o respeito, a transparência, a verdade, a objetividade e a confiança. É premissa da GCOM se pautar pela impessoalidade com foco na Instituição.

SEÇÃO I - PROCEDIMENTOS INTERNOS

Art. 18. Qualquer ocorrência que possa gerar repercussão externa ou crise de imagem deve ser imediatamente informada à GCOM, que centralizará o fluxo de informações. Nenhum colaborador pode se manifestar em nome da Portos do Paraná sem autorização da presidência e supervisão da GCOM.

Art. 19. Caso jornalistas procurem fontes diretamente, é necessário que o pedido de informações ou entrevistas seja direcionado à GCOM.

Art. 20. Informações confidenciais recebidas pela GCOM só serão divulgadas com aprovação da diretoria executiva.

Art. 21. Atualizações sobre incidentes serão publicizadas conforme orientação da diretoria executiva e do gabinete de crise.

Art. 22. O acompanhamento da GCOM junto aos porta-vozes é essencial para garantir respostas assertivas.

Art. 23. A comunicação rápida é fundamental para combater desinformação e minimizar impactos negativos.

SEÇÃO II - REGISTROS

Art. 24. Comunicação interna constante garante que os colaboradores saibam como agir em diferentes situações, incluindo quem acionar.

Art. 25. A GCOM divulga tópicos do SGI regularmente, utilizando canais como TVPorto, WhatsAPPA, AppaNet e mailing interno.

Art. 26. Compreende comunicação interna informações de caráter:

I. Institucional: avisos, divulgação de normativas, projetos, planos e estratégias, apresentação de regulamentos;

II. Convivência associativa: como atividades esportivas, reuniões recreativas e eventos

III. Motivacionais: que tragam detalhamentos sobre benefícios, treinamentos, informações sobre saúde;

IV. Educativas e ambientais: cursos, ações de preservação, dicas e orientações de comportamento;

V. Estrutural: processos de gestão, inovações, mudanças, aplicação de metodologias de operações de atividades inerentes à empresa.

SEÇÃO III - FLUXO DE INFORMAÇÕES

Art. 27. É dever das diretorias, gerências e chefias de setores levar à GCOM todo e qualquer tema, assunto, fato e curiosidade que possam gerar notoriedade sobre as ações da Portos do Paraná.

SEÇÃO IV - PROCEDIMENTOS PARA A EQUIPE DE COMUNICAÇÃO

Art. 28. Compreende a equipe de comunicação e marketing da Portos do Paraná, todas as pessoas vinculadas à GCOM, independentemente do regime contratual de trabalho.

Art. 29. Todo o conteúdo produzido pela equipe de comunicação passará pelo aval do responsável pela GCOM, seguindo as diretrizes estabelecidas neste documento.

Art. 30. A equipe deve se reunir semanalmente para discutir as pautas e demandas do setor.

Art. 31. Todos os materiais produzidos estarão sujeitos à edição por parte da gerência, o que pode acarretar correções, alterações de textos, ajustes em artes e vídeos.

Art. 32. A equipe deverá cumprir os prazos das atividades demandadas.

CAPÍTULO IV – PROCEDIMENTOS PARA A EQUIPE DE COMUNICAÇÃO

Art. 28. Compreende a equipe de comunicação e marketing da Portos do Paraná, todas as pessoas vinculadas à GCOM, independentemente do regime contratual de trabalho.

Art. 29. Todo o conteúdo produzido pela equipe de comunicação passará pelo aval do responsável pela GCOM, seguindo as diretrizes estabelecidas neste documento.

Art. 30. A equipe deve se reunir semanalmente para discutir as pautas e demandas do setor.

Art. 31. Todos os materiais produzidos estarão sujeitos à edição por parte da gerência, o que pode acarretar correções, alterações de textos, ajustes em artes e vídeos.

Art. 32. A equipe deverá cumprir os prazos das atividades demandadas.

Art. 33. Cabe à equipe reportar à gerência qualquer situação que possa comprometer a imagem da empresa.

Art. 34. Os membros da equipe podem enviar sugestões, reclamações e observações diretamente à gerência.

Art. 35. Os membros da equipe têm o compromisso de consultar continuamente as diretorias e gerências para obter informações que possam servir de pauta para os veículos de comunicação.

CAPÍTULO V – CONSIDERAÇÕES FINAIS

SEÇÃO I - RESPONSABILIDADES

Art. 36. Para fins da presente política, são responsabilidades dos:

I. Colaboradores: utilizar as redes sociais de forma alinhada às diretrizes deste documento, zelando pela imagem e reputação da organização;

II. Gestores: garantir que os membros das equipes estejam cientes do manual e sigam suas diretrizes;

III. GCOM: monitorar menções à organização e oferecer suporte aos colaboradores no uso responsável das redes sociais.

SEÇÃO II - PENALIDADES

Art. 37. As violações dos termos da presente Política serão examinadas pelo Diretor- Presidente, submetendo o resultado das análises à Diretoria Executiva da Companhia, e se necessário, adotará as medidas cabíveis, alertando que certas condutas poderão constituir crime, sujeitando os responsáveis às penas previstas na legislação vigente.

SEÇÃO III - RECOMENDAÇÕES

Art. 38. Colaboradores são incentivados a interagir com as mídias sociais da Portos do Paraná, reforçando e destacando a excelência técnica, ética e de gestão da instituição, com as seguintes recomendações:

I. Interagir e promover conversas com a sociedade e usuários, desde que autorizado, além de colaborar com colegas e compartilhar conteúdos relacionados à empresa;

II. Respeitar a legislação de proteção de dados (Lei nº 13.709/2018) e evitar publicações que possam comprometer informações sensíveis ou a imagem da companhia;

III. Não expor colegas ou a empresa em vídeos e fotos de eventos internos ou atividades que possam gerar interpretações negativas;

IV. Atentar-se à política de porta-vozes da empresa e avalie as possíveis consequências antes de mencionar o nome da companhia ou de interagir nas redes sociais.

Art. 39. Este manual aplica-se a todos os colaboradores e prestadores de serviços vinculados à organização.

Art. 40. Qualquer uso indevido das redes sociais que impacte a organização estará sujeito às medidas previstas nas políticas internas e na legislação aplicável.

SEÇÃO IV - VIGÊNCIA

Art. 41. A presente Política entrará em vigor na data de sua aprovação pelo Conselho de Administração da Portos do Paraná – CONSAD, devendo ser revisada anualmente ou, extraordinariamente, a qualquer tempo.

Art. 42. O manual será revisado periodicamente para se manter atualizado com as melhores práticas e mudanças no ambiente digital.

DATA DA CRIAÇÃO		04/05/2025		
REVISÕES				
Nº	DATA	HISTÓRICO	RESPONSÁVEL	APROVAÇÃO
1	02/06/2025	129ª Reunião Ordinária	Gerência de Comunicação	CONSAD

ANEXO I **POLÍTICA DE COMUNICAÇÃO DE REDES SOCIAIS**

INTRODUÇÃO

Este é um instrumento de promoção de boas práticas no uso das redes sociais por colaboradores e parceiros da Portos do Paraná. Ele é parte integrante dos mecanismos de governança e gestão que asseguram a integridade, a reputação e o alinhamento institucional nas interações online, desenvolvido pela Gerência de Comunicação e Marketing da Portos do Paraná (GCOM).

CAPÍTULO I – DEFINIÇÕES GERAIS

SEÇÃO I - DEFINIÇÕES

Art. 1º Para fins dessa norma, considera-se:

I. Redes sociais: canais (perfis) nas plataformas digitais que possibilitam a interação entre usuários, tais como Instagram, Facebook, LinkedIn, Twitter, TikTok, WhatsApp, entre outras.

II. Conteúdo digital: textos, imagens, vídeos, áudios ou arquivos publicados ou compartilhados nas plataformas digitais.

III. Interação institucional: publicações, comentários ou ações realizadas em redes sociais que mencionem ou impactem direta ou indiretamente a organização.

IV. GCOM: Gerência de Comunicação e Marketing da Portos do Paraná, responsável pela divulgação das ações, projetos e obras da empresa pública, tanto para o público interno quanto para o externo.

SEÇÃO II - FUNDAMENTAÇÃO LEGAL

Art. 2º Este documento está fundamentado nas legislações vigentes que regulamentam a comunicação digital, a privacidade e a proteção de dados, tais como:

I. Lei Geral de Proteção de Dados (LGPD) – Lei nº 13.709/2018;

II. Código de Ética e Conduta dos Empregados Públicos da APPA;

III. Outras normativas específicas relacionadas ao setor de atuação da organização.

SEÇÃO III - OBJETIVO

Art. 3º O principal objetivo é estabelecer diretrizes para o uso responsável das redes sociais pelos colaboradores, garantindo que toda menção ou compartilhamento relacionado à organização seja realizado de forma ética, segura e alinhada aos valores institucionais.

Art. 4º Busca-se estimular o uso estratégico e profissional dessas plataformas, maximizando os benefícios institucionais do uso das mídias sociais e reduzindo riscos relacionados, entre outros, à cibersegurança, danos à reputação ou conflitos éticos e legais.

CAPÍTULO II – DAS REDES SOCIAIS OFICIAIS DA PORTOS DO PARANÁ

SEÇÃO I - CRIAÇÃO E CONTROLE DE PERFIS

Art. 5º Perfis institucionais são criados, mantidos e encerrados exclusivamente pela GCOM.

Art. 6º As redes sociais devem seguir objetivos claros e respeitar os padrões visuais da Portos do Paraná.

SEÇÃO II - PUBLICAÇÕES

Art. 7º As postagens devem ser realizadas apenas por pessoas autorizadas pela GCOM.

Art. 8º Toda publicação deve ser verificada pela Gerência de Comunicação da Portos do Paraná antes e após a divulgação.

Art. 9º Informações restritas e conteúdos impróprios não devem ser divulgados.

Art. 10. As dúvidas devem ser respondidas de forma clara, rápida e objetiva.

Art. 11. É proibida a publicação ou o compartilhamento de informações sensíveis ou não autorizadas da organização.

Art. 12. As pessoas responsáveis pela gestão dos canais digitais da Portos do Paraná devem reportar imediatamente à GCOM qualquer conteúdo que possa gerar crise de imagem para a organização.

Art. 13. Os agentes responsáveis pelos canais digitais da Portos do Paraná deverão apresentar relatórios de métricas periodicamente.

SEÇÃO III – ACERCA DA ADMINISTRAÇÃO DAS REDES SOCIAIS

Art. 14. Fica atribuída a Gerência de Comunicação e Marketing da Portos do Paraná exercer a função de administração das redes sociais da Portos do Paraná, dentro dos limites de sua atuação.

Art. 15. As informações disponibilizadas nas redes sociais devem estar alinhadas com as atuações da empresa, não sendo admitida a emissão de opinião pessoal de qualquer natureza.

Art. 16. O Diretor-Presidente poderá designar outras Gerências para exercerem essa função nas situações de que trata o caput, especificando os limites de sua atuação.

Art. 17. As redes sociais são ativos pertencentes a Portos do Paraná e suas credenciais devem ser mantidas em local seguro e com acesso somente a pessoas devidamente autorizadas.

Art. 18. No caso de perda ou troca de senha, a chefia de gabinete deverá sempre ser informada.

Art. 19. Todas as redes sociais da Portos do Paraná deverão ter backup de recuperação de senha.

CAPÍTULO III – SEGURANÇA DA INFORMAÇÃO

Art. 20. Os canais das mídias sociais devem respeitar a Política de Segurança de Informação e Privacidade e demais normativos da Portos do Paraná.

Art. 21. A gestão deve prevenir postagens inadequadas e mitigar danos à imagem institucional.

CAPÍTULO IV – LIMITAÇÕES DE USO

Art. 22. Perfis institucionais não devem recomendar produtos, serviços ou empresas.

Art. 23. É vedado o uso de contas para conteúdos ofensivos, discriminatórios ou ilegais.

CAPÍTULO V – DISPOSIÇÕES FINAIS

SEÇÃO I – RESPONSABILIDADES

Art. 24. Para fins da presente política, são responsabilidades dos:

I. Colaboradores: utilizar as redes sociais de forma alinhada às diretrizes deste documento, zelando pela imagem e reputação da organização;

II. Gestores: garantir que os membros das equipes estejam cientes do manual e sigam suas diretrizes;

III. GCOM: monitorar menções à organização e oferecer suporte aos colaboradores no uso responsável das redes sociais.

SEÇÃO II – PENALIDADES

Art. 25. As violações dos termos da presente Política serão examinadas pelo Diretor- Presidente, submetendo o resultado das análises à Diretoria Executiva da Companhia, e se necessário, adotará as medidas cabíveis, alertando que certas condutas poderão constituir crime, sujeitando os responsáveis às penas previstas na legislação vigente.

SEÇÃO III – RECOMENDAÇÕES

Art. 26. Colaboradores são incentivados a interagir com as mídias sociais da Portos do Paraná, reforçando e destacando a excelência técnica, ética e de gestão da instituição, com as seguintes recomendações:

I. Interagir e promover conversas com a sociedade e usuários, desde que autorizado, além de colaborar com colegas e compartilhar conteúdos relacionados à empresa;

II. Respeitar a legislação de proteção de dados (Lei nº 13.709/2018) e evitar publicações que possam comprometer informações sensíveis ou a imagem da companhia;

III. Não expor colegas ou a empresa em vídeos e fotos de eventos internos ou atividades que possam gerar interpretações negativas;

IV. Atentar-se à política de porta-vozes da empresa e avalie as possíveis consequências antes de mencionar o nome da companhia ou de interagir nas redes sociais.

Art. 27. Este manual aplica-se a todos os colaboradores e prestadores de serviços vinculados à organização.

Art. 28. Qualquer uso indevido das redes sociais que impacte a organização estará sujeito às medidas previstas nas políticas internas e na legislação aplicável.

SEÇÃO IV – DA VIGÊNCIA

Art. 29. A presente Política entrará em vigor na data de sua aprovação pelo Conselho de Administração da Portos do Paraná - CONSAD, devendo ser revisada anualmente ou, extraordinariamente, a qualquer tempo.

Art. 30. O manual será revisado periodicamente para se manter atualizado com as melhores práticas e mudanças no ambiente digital.

DATA DA CRIAÇÃO		04/05/2025		
REVISÕES				
Nº	DATA	HISTÓRICO	RESPONSÁVEL	APROVAÇÃO
1	02/06/2025	129ª Reunião Ordinária	Gerência de Comunicação	CONSAD