



1. FINALIDADE

- 1.1. Estabelecer instrumento específico de comunicação para mitigar risco de contradição entre informações disponibilizadas aos públicos de relacionamento da Casa da Moeda do Brasil - CMB por diferentes áreas da empresa;
- 1.2. Garantir a integridade e confiabilidade das informações prestadas à imprensa e ao público em geral, proporcionando acesso tempestivo às informações de interesse público, ressalvadas as de caráter sigiloso.

2. CONCEITOS

- 2.1. As principais perspectivas conceituais adotadas no texto da política de porta-vozes da empresa são:
 - 2.1.1. Benchmarking
 - I. Consiste numa ferramenta de gestão que possibilita a mensuração da performance em comparação sistemática com outras empresas, permitindo a identificação das melhores práticas adotadas no mercado e a melhoria contínua.
 - 2.1.2. Fluxo de Comunicação
 - I. O caminho básico institucional percorrido para o adequado tratamento de solicitações de informação oriundas dos públicos de interesse da empresa, notadamente as demandas de imprensa.
 - 2.1.3. Porta-voz
 - I. Representante da empresa previamente designado/autorizado para estabelecer o contato com veículos de comunicação internos e externos;
 - II. É recomendável que tenham amplo conhecimento técnico e estratégico.
 - 2.1.4. Mídia
 - I. Meios ou veículos de comunicação utilizados com a finalidade de divulgar informações, seja por meio de imagens, textos e sons (televisão, cinema, rádio, revistas, jornais, outdoors e outros).

2.1.5. *Media Training*

- I. Processo de treinamento dos porta-vozes da organização para o relacionamento com a imprensa e demais públicos de interesse da empresa que demandarem informação qualificada da organização.

3. ORIENTAÇÕES GERAIS

- 3.1. Os porta-vozes autorizados a atender, em nome da CMB, às demandas de imprensa, empregados, clientes, fornecedores, parceiros e ao público em geral são:
 - 3.1.1. Presidente;
 - 3.1.2. Diretores;
 - 3.1.3. Empregados da CMB designados pela Presidência e Diretoria da empresa.
- 3.2. Fluxo de Comunicação
 - 3.2.1. As solicitações de informação recebidas de mídias de circulação nacional e internacional deverão ser encaminhadas ao setor de comunicação da CMB, que, por sua vez, submeterá a solicitação à Presidência para avaliação.
- 3.3. Produção de Conteúdo
 - 3.3.1. A produção de conteúdo a ser veiculado nos canais de comunicação da CMB e na imprensa caberá à área de comunicação da empresa, que poderá solicitar o auxílio da área técnica a que estiver relacionada à informação pretendida;
 - 3.3.2. Os conteúdos produzidos serão submetidos ao crivo da Presidência da CMB.
- 3.4. Posicionamento e Postura
 - 3.4.1. Os porta-vozes da CMB não devem posicionar-se contrariamente às políticas e normas definidas pela empresa;
 - 3.4.2. Entretanto, se isso ocorrer, devem os porta-vozes informar à CMB previamente a eventual publicação, devendo, ainda, fazer um aviso legal (*disclaimer*) deixando expresso que “as opiniões divulgadas são de responsabilidade do autor e não representam as opiniões da Casa da Moeda do Brasil”;
 - 3.4.3. O porta-voz deve se reportar à assessoria de imprensa da CMB sempre que for procurado por qualquer veículo de comunicação;
 - 3.4.4. O porta-voz da CMB, antes de emitir manifestação à imprensa, receberá informações da área de comunicação da empresa sobre o veículo solicitante da informação ou entrevista, o repórter, o teor da entrevista e orientações sobre como abordar o assunto em questão;
 - 3.4.5. O porta-voz estará acompanhado de um representante da assessoria de imprensa da empresa ao conceder entrevistas;

- 3.4.6. A assessoria de imprensa da CMB será responsável por encaminhar as informações pertinentes ao veículo e agendar as entrevistas;
- 3.4.7. O porta-voz poderá receber da Assessoria de Imprensa, após a entrevista, o *feedback* como parte de um processo de capacitação (*media training*) continuada.
- 3.5. Convite para Eventos
 - 3.5.1. Os convites para eventos em que se fizer necessária representação oficial da CMB deverão ser encaminhados à e centralizados na Presidência da empresa, que os retransmitirá à área de comunicação;
 - 3.5.2. Cabe ao empregado, quando convidado em nome da CMB, informar à Diretoria a que seu órgão de lotação estiver vinculado, por escrito ou de forma eletrônica, e esta, por sua vez, deverá transmitir a informação à Presidência.
4. RESPONSABILIDADE
 - 4.1. Cabe ao Conselho de Administração – CONSAD da CMB:
 - 4.1.1. A aprovação da política de porta-vozes da CMB.
 - 4.2. Cabe ao Presidente e aos Diretores:
 - 4.2.1. Exercer a função de porta-vozes oficiais da empresa;
 - 4.2.2. Designar/autorizar empregado para cumprir o papel de porta-voz, conforme a necessidade, vedada a possibilidade de delegação do ato de designação/autorização de porta-voz;
 - 4.2.3. Especificar se o porta-voz designado/autorizado tem ou não delegação para definir o conteúdo do que será comunicado e quais os limites para essa definição.
5. DISPOSIÇÕES FINAIS
 - 5.1. Nenhum empregado da CMB pode falar em nome da empresa sem prévia autorização, conforme estabelecido nesta política e em normativos afins;
 - 5.2. São considerados potenciais porta-vozes no atendimento das demandas da imprensa aqueles vinculados à CMB que detenham conhecimento técnico suficiente sobre o tema em questão;
 - 5.3. Atendendo-se ao requisito de conhecimento técnico e comprometimento com a CMB, a Diretoria Executiva, sempre que possível, deve atender prioritariamente os pedidos de informação e entrevistas advindos da imprensa;
 - 5.4. A área de comunicação da CMB atuará em conjunto com a assessoria de imprensa da instituição para garantir o atendimento das premissas desta política;

- 5.5. Será elaborado programa de capacitação continuada voltado para os porta-vozes da CMB.