



| | | | |
|-----------------------------|----------------------|--|--|
| CÓDIGO POL-03-200 | REVISÃO 01 | TÍTULO POLÍTICA INTEGRADA DE COMUNICAÇÃO, RELACIONAMENTO E PORTA-VOZ | VIGÊNCIA A partir de: 25/03/2019 |
|-----------------------------|----------------------|--|--|

DESTINATÁRIO

Todas as Unidades Organizacionais

PRINCIPAIS ALTERAÇÕES

Ampliação do escopo do Instrumento Normativo abrangendo a comunicação corporativa e relacionamento.

UNIDADE GESTORA DO PROCESSO (Assinatura e Carimbo)

CMI - original assinado por Adele Claudia Nabhan

DOCUMENTO DE APROVAÇÃO

RCA – 014/2019

| CÓDIGO | REVISÃO | TÍTULO | VIGÊNCIA |
|-------------------|-----------|--|--------------------------------|
| POL-03-200 | 00 | POLÍTICA INTEGRADA DE COMUNICAÇÃO, RELACIONAMENTO E PORTA-VOZ | A partir de: 25/03/2019 |

SUMÁRIO

| | |
|-------------------------------------|---|
| 1 FINALIDADE | 3 |
| 2 DEFINIÇÕES | 3 |
| 2.1 COMUNICAÇÃO INSTITUCIONAL | 3 |
| 2.2 COMUNICAÇÃO INTEGRADA | 3 |
| 2.3 IMAGEM INSTITUCIONAL | 3 |
| 2.4 MARCA | 3 |
| 2.5 PORTA-VOZ | 3 |
| 2.6 PÚBLICO DE RELACIONAMENTO | 3 |
| 3 DIRETRIZES | 4 |
| 4 DOCUMENTOS DE REFERÊNCIA | 4 |
| 5 DOCUMENTOS VINCULADOS | 4 |
| 6 DISPOSIÇÕES FINAIS | 5 |
| QUADRO DE REVISÕES | 5 |
| ELABORADORES | 5 |

| CÓDIGO | REVISÃO | TÍTULO | VIGÊNCIA |
|------------|---------|--|--------------------------------|
| POL-03-200 | 00 | POLÍTICA INTEGRADA DE COMUNICAÇÃO, RELACIONAMENTO E PORTA-VOZ | A partir de: 25/03/2019 |

1 FINALIDADE

Estabelecer as diretrizes para a comunicação entre a Companhia do Metrô e os seus públicos de relacionamento, de forma estratégica, integrada e sinérgica, e para a atuação dos porta-vozes na divulgação de informações.

2 DEFINIÇÕES

2.1 COMUNICAÇÃO INSTITUCIONAL

Responsável direta pela construção e formação de uma imagem e de uma identidade corporativa forte e positiva.

2.2 COMUNICAÇÃO INTEGRADA

Conjunto articulado de esforços, estratégias e ações de comunicação, com o objetivo de fortalecer o nome e a imagem da organização junto a públicos específicos e à sociedade como um todo.

2.3 IMAGEM INSTITUCIONAL

Percepção que os públicos interno e externo têm da organização.

2.4 MARCA

É a forma que um produto ou empresa encontra de identificar-se ou de se fazer notar no mercado.

Nota: Pode ser um símbolo, um sinal, um emblema, uma insígnia, uma “identidade”, cuja finalidade é identificar produtos e serviços.

2.5 PORTA-VOZ

Representante indicado pela unidade organizacional responsável pelo relacionamento com a imprensa, em concordância com a Diretoria, para assegurar que os pronunciamentos públicos e entrevistas sejam feitos da forma mais apropriada e por meio dos canais competentes.

2.6 PÚBLICO DE RELACIONAMENTO

Toda e qualquer pessoa, empregados, passageiros, empresas, instituições, organizações, entidades civis, estudantes e academias, universidades, governos, imprensa, ONGs, associações de classe, acionistas/investidores, fornecedores, população em geral e quaisquer outros públicos com os quais o Metrô se relacione.

| CÓDIGO | REVISÃO | TÍTULO | VIGÊNCIA |
|-------------------|-----------|--|--------------------------------|
| POL-03-200 | 00 | POLÍTICA INTEGRADA DE COMUNICAÇÃO, RELACIONAMENTO E PORTA-VOZ | A partir de: 25/03/2019 |

3 DIRETRIZES

- 3.1 Garantir uma comunicação em conformidade com a gestão estratégica e com o Plano de Negócios do Metrô.
- 3.2 Assegurar uma estratégia integrada de comunicação, com disseminação das informações de forma assertiva e sinérgica.
- 3.3 Assegurar o fortalecimento da marca e da imagem institucional, comunicando-se com o público interno e externo de maneira proativa e alinhada aos valores e a cultura do Metrô.
- 3.4 Implementar a comunicação como cultura, a ser disseminada pela alta gestão, num processo sinérgico envolvendo todos os empregados.
- 3.5 Assegurar a uniformidade das ações de comunicação, internas ou externas, das estratégias de divulgação de informações do Metrô e dos discursos dos porta-vozes sob a responsabilidade da área competente.
- 3.6 Garantir que a comunicação do Metrô seja pautada pela busca de unidade, integração e coerência, favorecendo a compreensão pelos distintos públicos e eliminando o risco de contradição de informações.
- 3.7 Garantir que as informações divulgadas sejam adequadas ao público de relacionamento.
- 3.8 Zelar pela divulgação de informações em conformidade com os normativos de segurança e a legislação.
- 3.9 Aprimorar o relacionamento institucional com os diversos públicos de relacionamento.

4 DOCUMENTOS DE REFERÊNCIA

- 4.1 Lei 13.303/2016, Art.18, inciso III
- 4.2 Estatuto Social da Companhia do Metrô
- 4.3 Código de Ética e Conduta da Companhia do Metrô
- 4.4 Regulamento Integrado de Comunicação, Relacionamento e Porta-voz
- 4.5 POL-00-001 – Política de Gerenciamento de Crise
- 4.6 POL-01-202 – Segurança da Informação
- 4.7 NOR-02-217 - Regulamento Disciplinar
- 4.8 MAN-00-200 – Manual de Elaboração de Instrumentos Normativos

5 DOCUMENTOS VINCULADOS

Não há.

| CÓDIGO | REVISÃO | TÍTULO | VIGÊNCIA |
|-------------------|-----------|--|--------------------------------|
| POL-03-200 | 00 | POLÍTICA INTEGRADA DE COMUNICAÇÃO, RELACIONAMENTO E PORTA-VOZ | A partir de: 25/03/2019 |

6 DISPOSIÇÕES FINAIS

6.1 É vedado aos empregados e representantes do Metrô manifestarem-se na imprensa, em entrevistas ou declarações que não tenham sido acordadas previamente com unidade organizacional responsável pelo relacionamento com a imprensa, ou recorrer ao recurso da declaração em *off* ou anônima.

Nota: O descumprimento do disposto acima submete o infrator a sanções disciplinares, conforme Instrumento Normativo específico.

6.2 Os porta-vozes do Metrô são indicados pela unidade organizacional responsável pelo relacionamento com a imprensa, em concordância com a Diretoria e Gerências envolvidas, para fazer pronunciamentos públicos e/ou conceder entrevistas em nome da Companhia do Metrô.

Nota: A definição do porta-voz e/ou porta-vozes levará em conta o conhecimento técnico do assunto abordado e desenvoltura do empregado para transmitir as mensagens.

6.3 É vedado aos empregados interagir com os passageiros e a população nas redes sociais em nome da Companhia do Metrô sem que sejam designados para tal fim.

Nota: O descumprimento do disposto acima submete o infrator a sanções disciplinares, conforme Instrumento Normativo específico.

6.4 Os casos não contemplados neste instrumento normativo serão analisados e deliberados pela Diretoria Colegiada.

6.5 Este Instrumento Normativo revoga e substitui o de código POL-03-200 rev. 00 – Política de Porta-Voz e Divulgação de Informações, de 31/01/2018, e demais disposições em contrário.

QUADRO DE REVISÕES

| CÓDIGO DO IN | REV. | VIGÊNCIA | MOTIVO |
|--------------|------|------------|-------------------------------------|
| POL-03-200 | 00 | 31/01/2018 | Instrumento Normativo implementador |

ELABORADORES

| Nome | Reg. | Área |
|--------------------------------|---------|------------|
| Adele Claudia Nabhan | 28834-2 | P/CMI |
| Ana Paula Tavares Lima Ribeiro | 15730-2 | DA/NCI |
| Marcello Borg | 23122-7 | P/SIC |
| Cecília Elena Fuentes Guedes | 17264-6 | DO/GOP/OPR |
| Maria Cecília Martino | 10419-5 | DE/CAC |
| Fausto Lourenço Gomes Junior | 29705-8 | DA/GRH/UNI |
| Jana Eleonora Branco D'Avila | 27581-0 | GRC/RCC |
| Rui Pastor | 11877-3 | GRC/RCC |
| Sergio Anunciação Ortona | 03764-1 | GRC/RCC |