

# **POLÍTICA DE DIVULGAÇÃO DE INFORMAÇÕES**

## **SERVIÇO GEOLÓGICO DO BRASIL**

**Agosto de 2018**

## SUMÁRIO

I – Objetivo.....	3
II - Abrangência.....	3
III - Embasamento Legal.....	3
IV - Princípios.....	3
V – Diretrizes.....	4
VI - Porta-Vozes.....	6
VII - Sigilo de Informações .....	8
VIII - Transparência Ativa.....	9
IX - Implementação, Acompanhamento e Revisão.....	9

## **Objetivo**

Art. 1º - Esta Política de Divulgação de Informações estabelece diretrizes a serem observadas acerca da divulgação de informações relativas ao Serviço Geológico do Brasil visando a transparência ativa, além de especificar o conteúdo que deve estar à disposição do público, com acesso facilitado, por meio dos canais de comunicação oficiais da empresa.

## **Abrangência**

Art. 2º - Esta Política deve ser observada pelos membros do Conselho de Administração, do Conselho Fiscal, da Diretoria Executiva, empregados e colaboradores terceirizados, estagiários que atuam nas unidades regionais da empresa.

## **Embasamento Legal**

Art. 3º - A presente Política baseia-se nas exigências legais dos art. 8º, inciso IV, e 18º, inciso III, da Lei das Estatais (Lei nº 13.303/16) que tratam da divulgação de informações e orientam sobre necessidade de se eliminar risco de contradição entre informações de diversas áreas e as dos executivos da empresa para garantir a integridade e a confiabilidade das informações prestadas à sociedade, e em especial à imprensa, proporcionando acesso tempestivo às informações de interesse público, ressalvadas as de caráter sigiloso, bem como a Lei de Acesso à Informação (Lei nº 12.527/11).

## **Princípios**

Art. 4º - A divulgação de informações no âmbito do Serviço Geológico do Brasil deve se guiar pelos seguintes princípios:

- Legalidade, impessoalidade, moralidade, publicidade e eficiência;
- Transparência ativa e simetria de informação;
- Confiabilidade das informações oficiais prestadas;

## **Diretrizes**

Art. 5º - Fortalecer o processo de comunicação integrada visando promover a imagem e o reconhecimento dos produtos e serviços disponibilizados à sociedade de maneira segmentada, planejada e coordenada, tendo como premissa o equilíbrio entre os interesses da instituição e as expectativas de cada público. Com ênfase na divulgação das ações que tenham os valores públicos definidos no mapa estratégico:

- I - Colaborar para o desenvolvimento do setor mineral brasileiro;
- II - Contribuir para aumentar a disponibilidade hídrica;
- III - colaborar para o ordenamento territorial e uso racional dos recursos naturais; e
- IV - Contribuir para prevenção e mitigação das consequências de desastres naturais.

Art. 6º Promover a comunicação como instrumento de gestão e transparência para divulgar de forma ampla e regular, informações relevantes, em especial, as relativas às atividades desenvolvidas, estrutura de controle, fatores de risco, dados econômico-financeiros, comentários dos administradores sobre o desempenho, políticas e práticas de governança corporativa para reforçar a percepção da sociedade sobre o compromisso da instituição com a transparência das informações e a melhoria da qualidade de vida e desenvolvimento sustentável do país, utilizando conceitos de comunicação.

Art. 7º - Disponibilizar ao governo, Parlamento e órgãos reguladores informações permanentes sobre as ações e os resultados da empresa, de acordo com os interesses públicos, buscando antecipar-se às demandas legislativas e às disposições legais e regulatórias.

Art. 8º - Contribuir para a construção de uma relação de parceria e respeito entre a instituição e as comunidades onde ela desenvolve projetos, destacando os benefícios da ação para o desenvolvimento local, com respeito ao interesse comunitário e o uso sustentável dos recursos naturais, principalmente água e bens minerais.

Art. 9º - Promover sempre que possível mediação científica de cunho educacional dos projetos desenvolvidos pela instituição, por meio de ferramentas tecnológicas e linguagem didática, como forma de divulgação das geociências, apoiando o Museu de Ciências da Terra na divulgação de suas atividades e acervo.

Art. 10 - Manter diálogo constante com a imprensa nacional, internacional, regional e especializada, disponibilizando informações de forma transparente visando dar publicidade e gerar mídia espontânea das ações desenvolvidas pela instituição.

Art. 11 - Ampliar a presença nas redes sociais e promover a integração dos canais de comunicação digitais como forma de dialogar e interagir com a sociedade.

Art. 12 - Planejar e executar estratégias e ações de comunicação mercadológica para divulgação dos produtos e serviços focando na segmentação dos clientes por áreas de atuação da instituição.

Art. 13 - A conveniência e a viabilidade da participação em eventos internacionais, nacionais e regionais, seja com apoio institucional ou patrocínio, bem como a promoção de um evento próprio deverão ser aprovada pela Diretoria Executiva e definidas com base nos seguintes critérios:

**I - Financeiro:** disponibilidade de recursos financeiros; tempo hábil para empenho e liberação do recurso; compatibilidade dos custos previstos com a média de mercado; custo estimado, apurado mediante pesquisa com, no mínimo, três fornecedores e com detalhamento das despesas.

**II - Evento Técnico:** adequação do tema às atividades desenvolvidas pelo Serviço Geológico do Brasil; tempo hábil para montar infraestrutura adequada; existência de material de divulgação adequado; prazo suficiente para sua produção e entrega; disponibilidade de técnicos e pesquisadores para participarem; e

**III – Evento Estratégico:** perspectivas positivas no âmbito institucional; proximidade do público-alvo com as ações desenvolvidas pela instituição; relevância da participação do Serviço Geológico para estreitar parcerias; e impacto positivo nos negócios da empresa.

Art. 14 - No âmbito da Comunicação Interna, despertar nos empregados e colaboradores sentimento de pertencimento e identidade com a missão, valores e visão de futuro da instituição, buscando a integração entre a área técnica e administrativa das unidades regionais, observando o seguinte:

I - Orientar, desenvolver e monitorar no âmbito das unidades regionais ações de comunicação institucional envolvidas nos processos de natureza técnica, cultural e socioambiental; e

II - Identificar riscos e oportunidades da comunicação interna e desenvolver ações para melhorar o clima organizacional, avaliando os resultados dessas ações sobre o público interno.

Art. 15 - Elaborar e registrar em um Plano de Comunicação as estratégias, ações e atividades que vão sustentar, na prática, o processo de comunicação integrada da instituição com seus públicos de interesse, visando:

I - Acompanhar e avaliar a execução das atividades por meio da aferição sistemática dos resultados previstos e alcançados, com base em indicadores de desempenho do Planejamento Estratégico 2017/2021.

### **Porta-Vozes - Posicionamento e Postura**

Art. 16 - Os porta-vozes autorizados a atender, em nome do Serviço Geológico do Brasil, as demandas de imprensa, empregados, clientes, fornecedores, parceiros e público em geral visando minimizar o risco de contradição entre informações de diversas áreas são:

- Diretor-Presidente;
- Diretores: DGM, DHT, DAF e DIG;
- Superintendentes regionais e chefes de Residência;
- Chefes de Departamento; e
- Empregados designados pela Diretoria Executiva.

Art. 17 - Solicitações de informação recebidas da imprensa de circulação nacional, regional, internacional e especializada deverão ser encaminhadas à Assessoria de Comunicação (Asscom), que, por sua vez, submeterá a solicitação à Presidência e/ou à área pertinente para avaliação e resposta adequada.

Art. 18 - O Serviço Geológico do Brasil não se negará a prestar informações de interesse público, fornecendo, por meio do canal adequado, respostas, com rapidez e presteza, às solicitações regularmente realizadas pela imprensa e o público em geral, de acordo com as especificações da Lei de Acesso à Informação (Lei nº 12.527/11), respeitados os casos de sigilo.

Art. 19 - O Serviço Geológico do Brasil somente se manifestará oficialmente, por meio de notas ou falas dos porta-vozes autorizados, que serão divulgadas nos meios adequados a cada caso, conforme definido pela área de comunicação da empresa.

Art. 20 - Os convites para participação em eventos em que for necessária a representação oficial deverão ser encaminhados à Presidência, que designará o porta-voz para representar a instituição.

I - Cabe ao empregado, quando convidado em nome do Serviço Geológico do Brasil, informar à Diretoria ou Superintendência em que estiver lotado, por escrito ou de forma eletrônica, e esta, por sua vez, deverá transmitir a informação à Presidência.

Art. 21 - Os porta-vozes do Serviço Geológico do Brasil não devem posicionar-se contrariamente às políticas e normas definidas pela instituição e devem observar o seguinte:

I - O porta-voz deve se reportar à Assessoria de Comunicação sempre que for procurado por qualquer veículo de comunicação;

II - O porta-voz, antes de emitir manifestação à imprensa, receberá informações da Assessoria de Comunicação sobre o veículo solicitante ou entrevista, o repórter, o teor da entrevista e orientações sobre como abordar o assunto;

III - O porta-voz sempre que possível estará acompanhado de um representante da Assessoria de Comunicação ao conceder entrevistas;

IV - A Assessoria de Comunicação será responsável por encaminhar as informações pertinentes ao veículo e agendar as entrevistas; e

V - O porta-voz deverá receber da Assessoria de Comunicação, após a entrevista, o *feedback* como parte do processo de capacitação continuada (*media training*).

Art. 22 - A Diretoria Executiva, sempre que possível, deve atender prioritariamente os pedidos de informação e entrevistas advindos da imprensa. Na impossibilidade, delegará essa tarefa a porta-voz.

Art. 23 - Nenhum empregado do Serviço Geológico do Brasil pode falar em nome da empresa sem a prévia autorização, conforme estabelecido nesta política e em normativos afins.

Art. 24 - A gestão de crises de comunicação deve ser feita sob coordenação da equipe da Assessoria de comunicação da empresa, que manterá a Diretoria Executiva informada e orientada sobre a situação, auxiliando-a na tomada de decisões visando mitigar riscos e minimizar os efeitos da crise.

Art. 25 - A Assessoria de Comunicação deve atuar junto às unidades regionais para garantir o atendimento das premissas desta política de Comunicação.

Art. 26 - Cabe ao Departamento de Recursos Humanos em conjunto com a Assessoria de Comunicação elaborar programa de capacitação continuada voltado aos porta-vozes da instituição.

### **Sigilo de Informações**

Art. 27 - O Serviço Geológico do Brasil seguirá as determinações da Lei de Acesso à Informação (Lei nº 12.527/11) e de seus Decretos regulamentadores (Dec. nº 7.724/12 e Dec. nº 7.845/12) no que tange ao sigilo de informações, observando as seguintes necessidades:

I - Adotar medidas para adequar-se às exigências da Lei de Acesso à Informação e seus decretos regulamentadores, no que diz respeito à transparência ativa e à transparência passiva, além de iniciativas de orientação dos empregados quanto à forma de tratar informações sigilosas e quanto à obrigação de divulgação de informações não sigilosas de interesse público;

II - Adotar como restritas ou sigilosas somente as informações previstas em Lei ou aquelas devidamente classificadas pela autoridade classificadora da instituição que será, necessariamente, a autoridade máxima da empresa; e

III - Manter em funcionamento uma Comissão Permanente de Avaliação de Documentos Sigilosos (CPADS), com as seguintes competências:

- Opinar sobre a informação produzida no âmbito do Serviço Geológico do Brasil para fins de classificação em qualquer grau de sigilo, conforme previsões legais;
- Assessorar a autoridade classificadora ou a autoridade hierarquicamente superior quanto à desclassificação, reclassificação ou reavaliação de informação classificada em qualquer grau de sigilo, conforme previsões legais;
- Propor o destino final das informações desclassificadas, indicando os documentos para guarda permanente, observado o disposto na Lei nº 8.159, de 8 de janeiro de 1991 e
- Subsidiar a elaboração do rol anual de informações desclassificadas e documentos classificados em cada grau de sigilo, disponibilizado no site da instituição.

Art. 28 - Os documentos classificados oficialmente como restritos ou sigilosos terão sua divulgação e tramitação adstrita somente aos agentes formalmente autorizados, sendo vedado seu conhecimento por indivíduos não autorizados e a divulgação indevida de seu conteúdo.

### **Transparência Ativa**

Art. 29 - Para efeitos de manutenção da transparência ativa junto à sociedade serão divulgadas e atualizadas obrigatoriamente pelo Serviço Geológico do Brasil em seu portal na internet as informações contidas no Anexo II.

### **Implementação, Acompanhamento e Revisão**

Art. 30 - É competência de todas as áreas do Serviço Geológico do Brasil, a partir da aprovação desta Política, pelo Conselho de Administração, monitorar, avaliar e documentar os resultados obtidos, sendo competência primária da Assessoria de Comunicação, do Serviço de Informação ao Cidadão (SIC) e da CPADS, com o apoio da área responsável pela gestão documental, exigir o seu cumprimento.

Art. 31 - Com o objetivo de assegurar a transparência e o tratamento adequado das informações geradas no âmbito do Serviço Geológico do Brasil, esta Política deverá ser revista sempre que necessário e apreciada junto ao Conselho de Administração, órgão responsável por sua aprovação e alteração.

Art. 32 - A presente Política de Divulgação de Informações entrará em vigor na data de sua aprovação pelo Conselho de Administração e permanecerá vigente por prazo indeterminado, até que haja deliberação do colegiado no sentido de revisá-la.

Art. 33 - O descumprimento dos dispositivos desta Política implicará em apuração de responsabilidades e aplicação de sanções nos termos dos normativos internos do Serviço Geológico Brasil. A aplicação de sanções no âmbito administrativo não exclui a responsabilização civil ou penal, se for o caso, que deverão ser buscadas pela instituição nas instâncias cabíveis, para evitar danos e reverter prejuízos eventualmente causados pela inobservância deste instrumento.

### **Disposições Finais**

Art. 34 - Cabe ao Conselho de Administração a aprovação desta Política de Comunicação e cobrar sua irrestrita observância.

Art. 35 - Cabe à Diretoria Executiva garantir a implementação desta Política de Comunicação em consonância com o plano estratégico da empresa.

Art. 36 - Cabe à Assessoria de Comunicação coordenar a implementação desta política e propor eventuais atualizações e aperfeiçoamento.

Conselho de Administração

## Anexo I

Tipo de conteúdo	Informação/conteúdo/documentação	Periodicidade mínima de atualização
<b>Informações gerais sobre a empresa e seu funcionamento</b>	Registro de competências e estrutura organizacional	Sempre que houver alteração
	Endereços e telefones das respectivas unidades e horários de atendimento ao público	Sempre que houver alteração
	Principais cargos e seus ocupantes	Sempre que houver alteração
	Composição dos conselhos de administração e fiscal	Sempre que houver alteração
	Legislação aplicável ao órgão (ato ou lei de criação, estatuto social e outras legislações pertinentes)	Sempre que houver alteração
	Missão, princípios e valores da instituição	Sempre que houver alteração
	Composição do capital social	Sempre que houver alteração
	Extrato das atas de reunião do conselho e Diretoria Executiva e Assembleias Gerais.	Sempre que houver nova ata
	Relatório anual da administração	Anualmente
	Balanço social	Anualmente
	Carta anual, subscrita pelos membros do Conselho de Administração, com a explicitação dos compromissos de consecução de objetivos de políticas públicas, em atendimento ao interesse coletivo que justificou a autorização para sua criação, com definição clara dos	Anualmente

	recursos a serem empregados para esse fim, bem como dos impactos econômico-financeiros da consecução desses objetivos, mensuráveis por meio de indicadores objetivos	
	Carta anual de governança (consolidando informações sobre atividades desenvolvidas, estrutura de controle, fatores de risco, dados econômico-financeiros, comentários dos administradores sobre o desempenho, políticas e práticas de governança corporativa e descrição da composição e da remuneração da administração)	Anualmente
<b>Gestão de pessoas</b>	Remuneração e subsídio recebidos por ocupante de cargo, posto, graduação, função e emprego público, incluindo auxílios, ajudas de custo, jetons e quaisquer outras vantagens pecuniárias, bem como proventos de aposentadoria e pensões daqueles que estiverem na ativa, de maneira individualizada, conforme ato do Ministério do Planejamento, Orçamento e Gestão	Mensalmente
	Descrição da composição e da remuneração dos administradores e conselheiros fiscais	Mensalmente
	Currículo profissional resumido dos membros dos órgãos societários de administração e fiscalização	
<b>Ética, conduta e integridade</b>	Código de ética, Relatório integrado ou de sustentabilidade	Sempre que houver alteração
	Código de conduta e integridade	Sempre que houver alteração
	Relatório de Sustentabilidade	Anualmente
<b>Orçamento, finanças e contabilidade</b>	Registros de quaisquer repasses ou transferências de recursos financeiros	Mensalmente
	Registros das despesas e execução orçamentária e financeira detalhada	Mensalmente

	Demonstrações financeiras trimestrais e divulgação, em nota explicativa, das demonstrações financeiras, dos dados operacionais e financeiros das atividades relacionadas	Trimestralmente
	Plano contábil com a discriminação de custos e receitas	Anualmente
	Demonstrações contábeis auditadas	Anualmente
<b>Licitações e contratos</b>	Informações concernentes a procedimentos licitatórios, inclusive os respectivos editais e resultados, bem como a todos os contratos celebrados	Sempre que houver nova licitação
	Informações de execução dos contratos celebrados e notas de empenho emitidas	Mensalmente
<b>Execução de programas, ações, projetos e obras</b>	Dados gerais para o acompanhamento de programas, ações, projetos e obras (indicação da unidade responsável, principais metas, resultados e, quando existentes, indicadores de resultados e impacto)	Mensalmente enquanto o programa, ação, projeto ou obra estiver em execução.
<b>Auditoria</b>	Relatórios Anuais de Atividades de Auditoria Interna - RAINT	Anualmente
	Atas ou extrato de atas das reuniões do Comitê de Auditoria Estatutário	Sempre que houver nova ata
<b>Acesso à informação</b>	Respostas a perguntas mais frequentes da sociedade	Anualmente
	Banner na página principal para acesso a informações de interesse público (padrão SECOM/PR)	Sempre que houver alteração
	Barra de identidade do Governo Federal (padrão SECOM/PR)	Sempre que houver alteração
	Contato da autoridade de monitoramento, designada nos termos do art. 40 da Lei nº 12.527, de 2011, e telefone e correio eletrônico do Serviço de Informações ao Cidadão - SIC	Sempre que houver alteração

A lista aqui apresentada não exclui o dever de divulgar outras informações que venham a ser previstas em Lei ou normativos internos do Serviço Geológico do Brasil

## Anexo II

I - **Gestão da imagem** - conjunto de estratégias cujo objetivo é criar uma relação de valor entre a instituição e as pessoas, alinhando a estratégia da empresa com valores necessários à sustentabilidade do negócio. Define personalidade e atributos a serem associados pelo mercado, sociedade e governo.

II - **Gestão de Crise** – procedimentos e ações preventivas ou corretivas a serem definidas pela alta administração da empresa, com o objetivo de evitar ou minimizar o impacto de problemas e riscos corporativos.

III - **Reputação** – importante ativo para da corporativa, construído em longo prazo a partir da percepção do público em relação à empresa.

IV - **Temas-chave da Comunicação** – assuntos a respeito dos quais são construídas as mensagens-chave a serem comunicadas aos diversos públicos da organização, sejam eles externos ou internos.

V - **Temas Sensíveis** – temas com potencial para geração de conflitos de interesses, do ponto de vista da estratégia empresarial, que podem afetar a relação de confiança entre a empresa e seus públicos de relacionamento, sejam eles, interno ou externo.

VI - **Fluxo de Comunicação** - O caminho básico institucional percorrido para o adequado tratamento de solicitações de informação oriundas dos públicos de interesse da empresa, notadamente demandas de imprensa.

VII - **Porta-Voz** - Representante da empresa previamente designado ou autorizado para estabelecer o contato com veículos de comunicação internos e externos. É recomendável que tenham amplo conhecimento técnico e estratégico.

VIII - **Mídia** - Veículos de comunicação utilizados com a finalidade de divulgar informações, seja por meio de imagens, textos e sons (televisão, rádio, revistas, jornais, Internet).

IX - **Media Training** - 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.