



política de comunicação e divulgação de informações

Documento aprovado na 318ª reunião do Conselho de Administração, em 23/08/2018, com vigência a partir desta data. Primeira revisão aprovada na 330ª reunião, em 24/09/2019.

Revisada na 341ª reunião do Conselho de Administração, em 26/08/2020.



Sumário

| | |
|---|---|
| CAPÍTULO I – FINALIDADE E ABRANGÊNCIA..... | 3 |
| CAPÍTULO II – OBJETIVOS..... | 3 |
| Comunicação interna..... | 3 |
| Comunicação externa..... | 3 |
| CAPÍTULO III – PRINCÍPIOS..... | 4 |
| CAPÍTULO IV – DIRETRIZES..... | 4 |
| CAPÍTULO V – RESPONSABILIDADES..... | 4 |
| Núcleo de Comunicação e Marketing..... | 4 |
| Assessoria de Imprensa..... | 5 |
| Diretoria Colegiada e Conselho de Administração..... | 5 |
| CAPÍTULO VI – RESTRIÇÕES GERAIS DE USO DA MARCA E DIVULGAÇÕES DE CONTEÚDOS..... | 5 |
| CAPÍTULO VII – DISPOSIÇÕES FINAIS..... | 6 |

CAPÍTULO I – FINALIDADE E ABRANGÊNCIA

Art. 1º. A presente Política de Comunicação e Divulgação de Informações tem por finalidade estabelecer as diretrizes e os princípios de comunicação, preservar a imagem e a confiabilidade institucionais da Companhia de Tecnologia da Informação e Comunicação – Celepar, alinhada à transparência nos processos e às melhores práticas de governança corporativa.

Art. 2º. Esta política se aplica aos administradores, aos colaboradores do quadro regular, aos ocupantes de cargo em comissão, aos cedidos à empresa, aos terceirizados e aos estagiários.

CAPÍTULO II – OBJETIVOS

Art. 3º. Contribuir para a preservação e o fortalecimento da imagem institucional.

Art. 4º. Fortalecer a instituição através da divulgação da missão, visão e valores, com uma comunicação assertiva e eficaz.

Art. 5º. Promover e reforçar os valores da empresa definidos no planejamento estratégico da companhia.

Art. 6º. Construir relacionamentos institucionais concretos perante todos os stakeholders da companhia.

Art. 7º. Preservar e fortalecer a Marca Celepar.

Comunicação interna

Art. 8º. Contribuir para o desenvolvimento de boas práticas organizacionais e a evolução da cultura organizacional.

Art. 9º Reduzir ruídos e fortalecer a comunicação bidirecional dentro da empresa.

Art. 10º. Conscientizar o corpo funcional sobre seu papel fundamental como embaixadores da marca Celepar.

Art. 11. Propor soluções comunicacionais para as diversas áreas da companhia.

Comunicação externa

Art. 12. Contribuir para o posicionamento e o fortalecimento da marca Celepar.

Art. 13. Centralizar o relacionamento com os veículos de comunicação via assessoria de imprensa e buscar oportunidades de divulgação da empresa.

Art. 14. Publicizar produtos e serviços da Celepar.

Art. 15. Compartilhar com a comunidade as diversas ações sócio-ambientais e de incentivo cultural realizadas pela companhia.

Art. 16. Posicionar a marca Celepar em eventos promovidos ou apoiados pela empresa.

Art. 17. Divulgar para os cidadãos as soluções desenvolvidas pela Celepar que facilitam a vida dele.

CAPÍTULO III – PRINCÍPIOS

Art. 18. São princípios adotados na presente política a transparência, a visão estratégica, o respeito à legislação, a sustentabilidade, a impessoalidade, a veracidade e a acessibilidade.

CAPÍTULO IV – DIRETRIZES

Art. 19. Zelar pela imagem da instituição perante todos os seus stakeholders.

Art. 20. Apresentar as informações de maneira clara, atualizada, objetiva, completa, impessoal, confiável, acessível, ágil e tempestiva, com qualidade, transparência, veracidade e adequada ao tom de voz da companhia às partes interessadas.

Art. 21. Promover ações de comunicação de forma ética, com compromisso com a verdade e com a preservação da dignidade das pessoas, sem qualquer espécie de ofensa ou discriminação.

Art. 22. Zelar pelo conceito da marca e do nome da Celepar e elevar seu nível de reputação com as partes interessadas.

Art. 23. Preservar a utilização da marca Celepar em eventos e/ou materiais de divulgação, físicos ou digitais, observando o Livro da Marca Celepar e a presente política.

Art. 24. Garantir o direito de acesso à informação e disponibilizar as que forem solicitadas, resguardando apenas aquelas que, por serem sigilosas ou pessoais, não puderem ser fornecidas, nos termos desta política e da legislação vigente.

Art. 25. Respeitar a utilização dos canais oficiais da empresa, incluso dos porta-vozes autorizados.

CAPÍTULO V – RESPONSABILIDADES

Núcleo de Comunicação e Marketing

Art. 26. A equipe de comunicação, observando a presente política, as práticas e normativos internos e a legislação aplicável, é responsável por:

I – planejar, orientar, propor e coordenar ações e produtos de comunicação com todas as partes interessadas;

II – produzir conteúdo, desenvolver materiais de apoio à divulgação externa e administrar todas as mídias oficiais da empresa;

III – elaborar estratégias, prestar suporte e acompanhar as atividades de divulgação de informações;

IV – zelar pelo tom de voz da companhia e orientar as diversas áreas em seu uso;

V – zelar pelo posicionamento da marca Celepar e orientar as diversas áreas em seu uso.

Assessoria de Imprensa

Art. 27. A Assessoria de Imprensa, observando a presente política, as práticas e normativos internos e a legislação aplicável, é responsável por:

- I – produzir, apurar e publicar materiais jornalísticos referentes à Celepar;
- II – acompanhar e analisar as notícias veiculadas na mídia local e nacional;
- III – conduzir, atender e manter o bom relacionamento com a imprensa;
- IV – acompanhar a Diretoria Executiva em eventos de interesse da companhia.

Diretoria Colegiada e Conselho de Administração

Art. 28. Compete ao Diretor-Presidente estabelecer as diretrizes para atuação do Núcleo de Comunicação e Marketing e da Assessoria de Imprensa e aprovar os projetos e produtos elaborados por essas áreas.

Parágrafo Único. As atividades previstas nos incisos acima poderão ser delegadas a outro diretor, de acordo com o assunto envolvido.

Art. 29. Compete à Diretoria Colegiada avaliar e revisar a presente política, anualmente ou sempre que demandado pelo Conselho de Administração.

Art. 30. Compete ao Conselho de Administração aprovar a revisão da presente política, no mínimo anualmente, e assegurar sua publicidade

CAPÍTULO VI – RESTRIÇÕES GERAIS DE USO DA MARCA E DIVULGAÇÕES DE CONTEÚDOS

Art. 31. É vedada a utilização da marca e/ou a divulgação de conteúdos relativos à Celepar:

- I – para fins particulares;
- II – que descumpram as especificações do Livro da Marca Celepar;
- III – que visem, exclusivamente, a promoção de um projeto, setor ou colaborador;
- IV – que contrariem os princípios e diretrizes da Política de Comunicação e Divulgação de Informações vigente;
- V – para fins comerciais não alinhados com a instituição;
- VI – que não estejam adequados ao tom de voz da companhia.

Art. 32. É vedado o uso de logomarcas distintas para identificação de setores da instituição.

Art. 33. A criação de logomarcas institucionais será solicitada e avaliada sua necessidade pela equipe de comunicação e sua utilização dependerá da aprovação do Diretor-Presidente, que poderá delegá-la a outro diretor, de acordo com a área solicitante.

Art. 34. Nenhum colaborador da Celepar poderá manifestar-se em nome da companhia sem a prévia autorização, ou sem estar em condições de função delegada.

Art. 35. Em ano eleitoral, a comunicação da companhia observará as restrições impostas pela legislação eleitoral e as orientações do Governo do Estado sobre as condutas vedadas.

CAPÍTULO VII – DISPOSIÇÕES FINAIS

Art. 36. Todos os setores e unidades da companhia, devem alinhar sua comunicação ao estabelecido nesta Política de Comunicação e Divulgação de Informações e no Livro da Marca Celepar.

Art. 37. A presente Política será revisada sempre que necessário ou, pelo menos, a cada 4 (quatro) anos.