



política de comunicação e marketing

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. Segunda revisão aprovada na 341ª, em 26/08/2020. Terceira revisão aprovada na 386ª, em 29/05/2024. Quarta revisão aprovada na 401ª reunião, em 27/08/2025. Quinta revisão aprovada na 405ª reunião, em 10/12/2025.



Sumário

CAPÍTULO I – FINALIDADE E ABRANGÊNCIA	3
CAPÍTULO II – OBJETIVOS	3
CAPÍTULO III – PRINCÍPIOS	4
CAPÍTULO IV – DIRETRIZES	5
CAPÍTULO V – CANAIS DE COMUNICAÇÃO	5
CAPÍTULO VI – RESPONSABILIDADES	6
CAPÍTULO VII – RESTRIÇÕES GERAIS E USO DA MARCA E DIVULGAÇÃO DE CONTEÚDO	8
CAPÍTULO VIII - EVENTOS	9
CAPÍTULO IX – REDES SOCIAIS	9
CAPÍTULO X – INTERLOCUÇÃO COM A IMPRENSA	9
CAPÍTULO XI – DISPOSIÇÕES FINAIS	10

CAPÍTULO I – FINALIDADE E ABRANGÊNCIA

Art. 1. A presente Política de Comunicação e Marketing 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. 2. Esta política se aplica aos administradores, aos colaboradores do quadro regular, aos ocupantes de cargo em comissão, aos cedidos à empresa, aos terceirizados, menores aprendizes e aos estagiários.

CAPÍTULO II – OBJETIVOS

Art. 3. São objetivos desta política:

- I. Contribuir para a preservação e o fortalecimento da imagem institucional;
- II. Fortalecer a instituição por meio da divulgação da missão, visão e valores, com uma comunicação assertiva e eficaz;
- III. Promover e reforçar os valores da empresa definidos no planejamento estratégico da companhia;
- IV. Construir relacionamentos institucionais concretos perante todos os stakeholders da companhia;
- V. Destacar o papel da Celepar como indutora de eficiência e modernização na administração pública;
- VI. Viabilizar a comunicação e seus recursos como ferramentas;
- VII. Estabelecer normas que orientem o relacionamento da Celepar com os seus públicos, definindo atribuições e responsabilidades no processo da Comunicação.

Art. 4. São objetivos da Comunicação Interna:

- I. Contribuir para o desenvolvimento de boas práticas organizacionais e a evolução da cultura organizacional;
- II. Reduzir ruídos e fortalecer a comunicação bidirecional dentro da empresa;
- III. Conscientizar o corpo funcional sobre seu papel como embaixador da marca Celepar;
- IV. Propor soluções comunicacionais para as diversas áreas da companhia;
- V. Divulgar ações das áreas da Companhia, de forma a promover a consciência sobre os temas a serem tratados, sem personificar os materiais e publicações;
- VI. Apoiar as demais áreas da empresa na divulgação de ações e eventos.

Art. 5. São objetivos do Marketing:

- I. Publicizar produtos e serviços da Celepar.
- II. Divulgar os resultados e benefícios dos serviços prestados pela Celepar ao Estado e à sociedade, com ênfase em eficiência, redução de custos e impacto positivo para o cidadão;
- III. Comunicar iniciativas de inovação tecnológica que contribuam para políticas públicas prioritárias do Governo do Estado;
- IV. Compartilhar com a comunidade as diversas ações socioambientais e de incentivo cultural, realizadas pela companhia;
- V. Promover a marca Celepar junto ao mercado e concorrência, divulgando prêmios e conquistas da Companhia;
- VI. Posicionar a marca Celepar em eventos promovidos ou apoiados pela empresa.

Art. 6. São objetivos da Comunicação Institucional:

- I. Contribuir para o posicionamento e o fortalecimento da marca Celepar;
- II. Centralizar o relacionamento com os veículos de comunicação via assessoria de imprensa e buscar oportunidades de divulgação da empresa;
- III. Propor ações de divulgação institucional.

CAPÍTULO III – PRINCÍPIOS

Art. 7. Para a aplicação desta política, a Celepar adota os seguintes princípios:

- I. Transparência;
- II. Visão estratégica;
- III. Respeito à legislação;
- IV. Sustentabilidade;
- V. Impessoalidade;
- VI. Veracidade;
- VII. Acessibilidade;
- VIII. Moralidade;
- IX. Publicidade;
- X. Eficiência;
- XI. Interesse Público;
- XII. Economicidade.

CAPÍTULO IV – DIRETRIZES

Art. 8. Consiste dessa política, as seguintes diretrizes:

- I. Zelar pela imagem, conceito da marca e nome da Celepar a fim de elevar seu nível de reputação.
- II. 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.
- III. Promover ações de comunicação de forma ética, comprometendo-se com a verdade e a preservação da dignidade humana, sem qualquer espécie de ofensa ou discriminação.
- IV. 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.

CAPÍTULO V – CANAIS DE COMUNICAÇÃO

Art. 9. A Celepar têm como canais internos de comunicação:

- I. Intranet, para centralização das informações institucionais, permitindo maior detalhamento com acréscimo de links, imagens, vídeos, entre outros materiais.
- II. Plataforma Workspace e suas ferramentas: Gmail, para e-mail institucional; Google Agenda para agenda corporativa; Google Meet como plataforma para reuniões online; e Google Chat como plataforma de mensagens instantâneas.
- III. Newsletter semanal com as principais informações da semana.
- IV. Grupo de agentes de comunicação, de modo a promover a interação entre representantes de todas as gerências, o esclarecimento de ruídos e para que, a transmissão de informações, seja feita de forma assertiva, rápida e ágil.
- V. Grupo de diretores e gerentes, para interação e comunicação imediata.
- VI. Painéis, colocados em pontos estratégicos, para promover a comunicação direta e rápida aos colaboradores que circulam por esses locais.
- VII. Reunião entre a liderança para alinhamento e discussão de estratégias da companhia e demais pautas institucionais.

Art. 10. A Celepar têm como canais externos de comunicação:

- I. Site: <https://www.celepar.pr.gov.br/>
- II. Instagram: @celepartech
- III. LinkedIn: celepartech
- IV. Facebook: Celepartech

- V. Central de atendimento via WhatsApp corporativo
- VI. Fale Conosco (no site da empresa)
- VII. Podcast Celeparcast
- VIII. Newsletter Celepar News
- IX. Eventos Corporativos patrocinados ou organizados pela Companhia

CAPÍTULO VI – RESPONSABILIDADES

Art. 11. Compete a todas as pessoas elencadas no Art. 2. observar a presente política, as práticas e normativos internos e a legislação aplicável ao tema.

Art. 12. Compete às áreas de Comunicação Interna, Marketing e Comunicação Institucional:

- I. Planejar, executar, monitorar e avaliar as ações de comunicação e marketing, conforme o escopo de suas atividades, garantindo que todos os materiais sigam as diretrizes desta política;
- II. Propor ou operacionalizar a revisão da presente política, seguindo as orientações e apontamentos da Diretoria Executiva.

Art. 13. Compete à Comunicação Interna:

- I. Planejar as campanhas voltadas ao público interno e criar um Plano de Comunicação Interna detalhado, aprovado pela Diretoria, que justifique o investimento com base em indicadores de interesse público e eficiência.
- II. Elaborar estratégias, prestar suporte e acompanhar as atividades de divulgação interna de informações.
- III. Zelar pelo tom de voz da companhia e orientar as diversas áreas em seu uso.
- IV. Prezar pelo caráter informativo nos materiais e campanhas produzidas.
- V. Criar materiais e campanhas internas, quando demandado pelos Diretores, sempre alinhados ao plano de comunicação e à presente política.
- VI. Adotar postura isenta nas divulgações e materiais produzidos, sem privilegiar áreas ou colaboradores, tampouco expor os funcionários.
- VII. Informar e convidar colaboradores acerca dos eventos, campanhas e atividades em curso na empresa, promovendo uma comunicação interna com clareza.
- VIII. Zelar pelo cumprimento de leis e normas, no âmbito de sua competência, sugerindo campanhas e materiais que fomentem o comportamento ético e profissional dos colaboradores.

Art. 14. Compete ao Marketing:

- I. Criar um Plano de Marketing anual, com as estratégias, investimentos, indicadores, público

alvo e cronograma, o qual deverá ser aprovado pela Diretoria-Executiva;

- II. Executar as ações propostas no Plano de Marketing, e adotar as medidas necessárias a sua execução
- III. Coordenar e operacionalizar a participação da Celepar em eventos voltados a divulgação da marca, dos serviços e produtos da Companhia,
- IV. Zelar pelo cumprimento de leis e normas, no âmbito de sua competência, sugerindo campanhas e materiais que fomentem o comportamento ético e profissional dos colaboradores.

Art. 15. Compete à Comunicação Institucional:

- I. Produzir conteúdo, desenvolver materiais de apoio à divulgação externa e administrar todas as mídias oficiais da empresa.
- II. Criar um Plano de Comunicação Institucional detalhado, com as estratégias, investimentos, indicadores e cronograma, o qual deverá ser aprovado pela Diretoria-Executiva;
- III. Elaborar estratégias, prestar suporte e acompanhar as atividades de divulgação de informações.
- IV. Realizar a interlocução com a imprensa e canais de comunicação.

Art. 16. Compete ao colaborador:

- I. Manter-se atualizado(a) das informações disponíveis nos canais de comunicação institucionais. Essas informações são essenciais para o desempenho das atividades profissionais e para o engajamento do corpo funcional na empresa.
- II. Manter-se conectado(a) nas plataformas institucionais digitais e estar disponível, sempre que possível, para facilitar a comunicação intra e inter áreas.
- III. Comunicar-se com respeito e ética, promovendo um ambiente de trabalho positivo e colaborativo, observando o código de conduta e integridade.
- IV. Garantir a integridade da imagem da empresa em publicações realizadas em canais externos nos quais a Celepar seja mencionada, atentando-se à:
 - a. Determinações do Capítulo VIII deste documento;
 - b. Política de Segurança da Informação;
 - c. Política de Privacidade de Dados Pessoais;
 - d. Código de Conduta e Integridade.

Art. 17. Compete à Diretoria Colegiada:

- I. Deliberar a revisão da Política de Comunicação e Marketing, em Reunião de Diretoria Executiva (REDIR) e aprovar seu envio ao Conselho de Administração;

- II. Aprovar o Planejamento anual das áreas de Comunicação Interna, Marketing e Comunicação Institucional, no qual devem constar os projetos a serem desenvolvidos, aquisições e prestações de serviço a serem contratados, ações e produtos de comunicação.
- III. Propor a criação de materiais e campanhas para a divulgação de ações, produtos e serviços da Companhia, interna ou externamente.

Art. 18. Compete ao Diretor-Presidente estabelecer as diretrizes para atuação da Comunicação Interna, Marketing e Comunicação Institucional, bem como, aprovar os projetos e produtos elaborados por essas áreas.

§ 1º As atividades previstas acima poderão ser delegadas a outro diretor, de acordo com o assunto envolvido, exceto as relacionadas a Comunicação Institucional.

§ 2º A atuação da Comunicação Institucional está vinculada ao Diretor-Presidente, portanto, não sendo possível a delegação a outro membro da Diretoria Executiva a competência pela gestão da área.

Art. 19. Compete ao Conselho de Administração (CAD), aprovar a revisão da Política de Comunicação e Marketing e assegurar sua publicidade.

CAPÍTULO VII – RESTRIÇÕES GERAIS E USO DA MARCA E DIVULGAÇÃO DE CONTEÚDO

Art. 20. 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 Marketing vigente.
- V. Para fins comerciais não alinhados com a instituição.
- VI. Que não estejam adequados ao tom de voz da companhia.

Art. 21. É vedado o uso de logomarcas distintas para identificação de setores da instituição.

Art. 22. A criação de logomarcas institucionais será submetida à equipe de comunicação institucional, que avaliará a pertinência da demanda e, sendo pertinente, aprovará a proposta quanto à adequação ao manual de identidade visual.

§1º. O uso dessas logomarcas dependerá, ainda, da aprovação do Diretor-Presidente, que poderá delegar essa atribuição a outro diretor, conforme a especificidade da área solicitante.

§2º. Recomenda-se, preferencialmente, a não criação de logomarcas específicas para áreas ou iniciativas internas, com o objetivo de fortalecer a marca-mãe da Celepar e garantir unidade na aplicação da identidade visual institucional.

Art. 23. Nenhum(a) colaborador(a) da Celepar poderá manifestar-se em nome da companhia sem a prévia autorização oficial, ou sem estar em condições de função delegada.

Art. 24. Em ano eleitoral, a comunicação interna, marketing e comunicação institucional da companhia, observarão as restrições impostas pela legislação eleitoral e as orientações do Governo do Estado sobre as condutas vedadas.

Art. 25. A arquitetura de marca e sub-marcas da Celepar e de seus produtos é definida pela equipe de Marketing, a partir de diretrizes estabelecidas pelo manual da marca.

Art. 26. O manual de marca será definido e gerido pela equipe de Comunicação Institucional com a atribuição e responsabilidade de zelar pela marca e seus conceitos.

CAPÍTULO VIII - EVENTOS

Art. 27. A participação da Celepar em eventos, sejam patrocinados ou não, deverá ser aprovada pela Diretoria Executiva.

Art. 28. A área de Marketing será responsável por operacionalizar a participação, organizar e promover produtos e soluções da companhia, nos eventos patrocinados.

Art. 29. Os eventos sem patrocínio, com temas institucionais, serão organizados e geridos pela área de Comunicação Institucional.

Art. 30. Eventos para público interno serão organizados pela área de Comunicação.

Art. 31. Para os eventos externos, os envolvidos no planejamento, organização e promoção, deverão seguir as diretrizes da Política de Patrocínio, além da presente Política de Comunicação e Marketing e, neste caso, será operacionalizado pela área de Marketing.

CAPÍTULO IX – REDES SOCIAIS

Art. 32. As redes sociais da Companhia serão geridas pela Comunicação Institucional, sendo vedada sua utilização para promoção pessoal de colaboradores, diretores ou autoridades.

Art. 33. Todas as publicações, conteúdos e imagens nas redes sociais da Companhia deverão previamente ser aprovados pelo Diretor-Presidente

Art. 34. As áreas de Comunicação Interna e Marketing deverão apresentar à Comunicação Institucional suas propostas de publicação para análise, ajustes e posterior deliberação do Diretor-Presidente.

CAPÍTULO X – INTERLOCUÇÃO COM A IMPRENSA

Art. 35. A Comunicação Institucional é responsável pela interlocução com a imprensa, e a aprovação de materiais que venham a ser publicados na mídia, relacionados a marca, logo ou identidade visual da Celepar.

CAPÍTULO XI – DISPOSIÇÕES FINAIS

Art. 36. As manifestações de funcionários, que envolvam o nome da Celepar, em qualquer tipo de mídia, deverão ser aprovadas pela Comunicação Institucional, previamente à sua divulgação ou apresentação.

Art. 37. As contratações de serviços e aquisições de Comunicação e Marketing, deverão seguir a Lei 13.303/2016, RILC da Companhia, Lei 12.232/2010 e alinhadas as ações constantes no Plano anual das áreas.

Parágrafo Único. O limite de gastos com publicidade, propaganda e patrocínio, previsto na Lei 13.303/2016 e aprovados pelo CAD, serão apresentados às áreas para o planejamento anual de compras.

Art. 38. É vedada a utilização dos canais oficiais da Companhia para propagação de correntes, pirâmides, assuntos de cunho religioso ou partidário, venda de produtos ou serviços de pessoas físicas ou jurídicas, excetuadas as propostas da própria Companhia.

Parágrafo Único. Eventos de terceiros, parceiros, fornecedores ou clientes, somente serão divulgados nos canais oficiais da Celepar, mediante prévia aprovação da Diretoria.

Art. 39. A presente política será revisada sempre que necessário ou, pelo menos, a cada 4 (quatro) anos.

Política 005/2025.

Documento: **PoliticadeComunicacaoeMarketing_v2.pdf.**

Assinatura Qualificada realizada por: **Guaracy Andrade** em 16/12/2025 14:54, **Rodrigo Marra do Amorim** em 16/12/2025 15:21, **Fabio Alexandre Pazzetto Arruda** em 16/12/2025 15:51, **Renato Celso Beraldo Junior** em 17/12/2025 10:49.

Assinatura Avançada realizada por: **Andre Gustavo Souza Garbosa (XXX.983.988-XX)** em 16/12/2025 14:59, **Allan Marcelo de Campos Costa (XXX.262.529-XX)** em 16/12/2025 16:17 Local: CELEP/CAD, **Renato Celso Beraldo Junior (XXX.083.219-XX)** em 17/12/2025 10:49 Local: CELEP/CAD.

Inserido ao documento **1.962.400** por: **Cecilia Tereza Fernandes da Silva** em: 16/12/2025 14:52.



Documento assinado nos termos do Art. 38 do Decreto Estadual nº 7304/2021.

A autenticidade deste documento pode ser validada no endereço:

<https://www.eprotocolo.pr.gov.br/spiweb/validarDocumento> com o código:
720b8bd3d921f469ca4b9f85964d8843