

	<b>SISTEMA DE NORMALIZAÇÃO CORPORATIVA</b>	
	<b>SUBSISTEMA POLÍTICAS ORGANIZACIONAIS</b>	
	Diretoria: Presidência	Vigência: 27/06/2022
	Área de origem: Assessoria de Comunicação Institucional	Revisão: 01
	<b>POLÍTICA DE COMUNICAÇÃO</b>	
	Página: 1 de 06	

## 1. OBJETIVO

A Política de Comunicação tem como objetivo nortear um processo de construção de conceitos e diretrizes claras de atuação em comunicação, a partir de sua prática como elemento estratégico na Companhia. A aplicação desta política considera a Missão, a Visão e os Valores da Compagas e deve ser exercida por todos os seus integrantes.

## 2. ABRANGÊNCIA

Toda a Compagas.

## 3. DEFINIÇÕES

**Alta Administração:** conjunto de executivos da Companhia, composto pelos membros do Conselho de Administração (CAD), Conselho Fiscal (CF), Comitês Estatutários, da Diretoria Executiva e Gerentes.

**Canais de Comunicação:** entende-se por Canais de Comunicação as revistas de informação ou revistas setoriais, jornais de circulação nacional ou local, programas em emissoras de TV e rádio, redes sociais e *site* da Companhia, como também serviços eletrônicos de notícias.

**Comunicação Ampla:** processo de divulgação das informações de modo acessível e compreensível a todos os públicos aos quais possa interessar.

**Comunicação Integrada:** ações, estratégias e produtos de comunicação, planejados e desenvolvidos conjuntamente, com o objetivo de agregar valor à marca da empresa ou de consolidar sua imagem junto aos seus públicos.

**Comunicação Organizacional:** processo que estabelece a integração das ações estratégicas de comunicação externa e interna, adotando o preceito da comunicação como um processo de gerenciamento presente em toda a organização. Entendida como um processo gerencial, integra todas as atividades focadas no relacionamento com os públicos de interesse, garantindo condutas uniformes, evitando-se a fragmentação da imagem da Compagas de modo a contribuir para a consolidação da reputação da Companhia.

**Crise:** é um evento ou percepção negativa que apresente grave ameaça aos resultados da Compagas, imagem e reputação com os públicos de interesse.

**Imagem e Reputação:** uma representação coletiva, resultante da somatória das percepções de diversos públicos a respeito da Compagas ao longo dos anos.

**Porta-vozes:** Diretor da Companhia, observada sua competência estatutária, ou profissional designado pela Diretoria para falar em nome da Compagas, observadas as diretrizes e disposições da Política de Porta-Vozes.

**Públicos de Interesse:** grupos de indivíduos e/ou organizações com questões e/ou necessidades comuns de caráter social, político, econômico, ambiental ou cultural, que estabelecem ou podem estabelecer relações com a Companhia e são capazes de influenciar – ou serem influenciados por – atividades, negócios e/ou a reputação da Companhia.

## 4. PRINCÍPIOS

As ações de Comunicação da Compagas devem gerar o fortalecimento da confiança, credibilidade e cooperação, conciliando respeito aos interesses dos públicos com o esclarecimento de seus direitos e obrigações, como prestadora de serviços. O resultado das ações de comunicação deve contribuir para a construção da imagem e reputação de uma empresa perene e forte, tendo como instrumentos norteadores os seguintes valores e princípios:

**4.1 TRANSPARÊNCIA** – Apresentar informações de maneira verdadeira e clara às partes interessadas, resguardando aquelas que, por força de sigilo, não possam ser fornecidas.

**4.2 CREDIBILIDADE** – Estabelecer relacionamento com seus públicos de interesse e partes interessadas, fomentando a confiança e a credibilidade da Compagas.

**4.3 ÉTICA** – Pautar ações pelo compromisso com a verdade e sempre em defesa da marca e do nome da Compagas. Promover ações sem qualquer ofensa ou discriminação racial, social, de gênero, política, religiosa ou de nacionalidade.

**4.4 INFORMAÇÃO** – Informar, instruir e acompanhar os canais de comunicação pertinentes a cada público sobre as notícias, programas, projetos e serviços prestados ou desenvolvidos pela Compagas. Acompanhar a velocidade das ações e informações e a conectividade das tecnologias de comunicação.

**4.5 RESPONSABILIDADE** – Expressar a importância do equilíbrio social a partir do respeito ao meio ambiente, da valorização da comunidade e do respeito pelo consumidor. Conduzir as atividades de comunicação de maneira sustentável, respeitando o meio ambiente e os direitos de todas as partes interessadas, bem como o uso responsável de instalações próprias, privadas e públicas com zelo e segurança.

## 5. DIRETRIZES GERAIS

5.1 Realizar a gestão de sua comunicação com base nos objetivos de negócio, no planejamento estratégico, alinhada aos princípios da Governança Corporativa, *Compliance* e com visão de longo prazo;

5.2 Reforçar junto às lideranças da Companhia a importância da Comunicação bem empregada como fator estratégico para o desenvolvimento organizacional;

5.3 Manter o diálogo franco, aberto, transparente e saudável entre as áreas da Companhia de forma que o fluxo de informação não seja engessado, entendendo ainda que a Compagas existe para atender sua missão corporativa;

5.4 Internalizar entre os colaboradores que a marca Compagas é um patrimônio intangível e que representa a identidade institucional da Companhia, transmitindo sua personalidade, história e reputação para a sociedade e o mercado, e que, portanto, deve ser criteriosamente zelada por todos;

5.5 Identificar e monitorar os potenciais efeitos dos riscos na sua imagem e reputação, tomando ações efetivas para a prevenção da realização do risco ou sua mitigação;

5.6 Considerar os impactos na imagem e reputação para a tomada de decisão;

5.7 Manter canais de diálogo e relacionamento com todos os públicos de interesse;

5.8 Promover o diálogo constante, respeitando as diversidades humanas e culturais, a liberdade de expressão e opinião dos públicos;

5.9 Transformar fatos relevantes das diversas áreas da Compagas em informação que possa ser noticiada em âmbito interno e/ou externo, preservando sempre aquelas cujo acesso não possa ser fornecido por força de sigilo e confidencialidade;

5.10 Desenvolver uma comunicação integrada e movida por princípios éticos, ambientais, de saúde e de segurança;

5.11 Estruturar a informação institucional de forma a transmitir um mesmo conjunto de mensagens a públicos distintos, obedecendo a formatos, linguagens e abordagens adequados a cada propósito, buscando continuamente o reforço de um discurso positivo para preservar a imagem da Compagas e atuar de forma integrada e complementar, a fim de evitar mensagens contraditórias, ou mutuamente excludentes, distorções, lacunas e sobreposições;

5.12 Respeitar a legislação e normativos internos em toda sua comunicação;

5.13 Agir em consonância com o Código de Conduta e Integridade da Companhia;

5.14 Respeitar a Política de Privacidade e Proteção de Dados Pessoais da Compagas;

5.15 Manter atualizados os canais de comunicação da Companhia.

## **6. DIRETRIZES ESPECÍFICAS**

6.1. Adotar estratégias e ferramentas que favoreçam a agilidade no acesso às informações por todo o quadro de colaboradores, respeitando aquelas que, por dever do sigilo, não possam estar disponíveis;

6.2. Orientar os porta-vozes e gestores da Compagas para que cumpram com excelência seu papel de comunicadores junto aos públicos da Companhia, sejam eles internos ou externos, contribuindo para o exercício pleno de suas funções e zelando pelo cumprimento desta Política, garantindo equidade e simultaneidade da divulgação de informações ao mercado e sigilo, quando for o caso;

6.3. Promover capacitações necessárias aos porta-vozes designados para que atuem de maneira adequada e conheçam a Política de Comunicação;

6.4. Promover junto aos colaboradores o conhecimento e a disseminação da Política de Comunicação, bem como dar publicidade deste documento aos seus diferentes públicos;

6.5. Adequar conteúdos e mensagens de acordo com as especificidades dos canais de comunicação e dos públicos de interesse envolvidos, eliminando qualquer forma de discurso em tom de discriminação, constrangimento ou violência;

6.6. Atender prontamente as solicitações de informação, esclarecimentos ou entrevista na imprensa ou qualquer outro tipo de mídia, pautado pelos princípios da comunicação e com a brevidade que o tema exigir;

6.7. Garantir o acesso aos sistemas de informação necessários para o monitoramento e tratamento de riscos à imagem e reputação da Companhia;

6.8. Planejar, monitorar, mensurar e avaliar as ações de comunicação;

6.9. Promover uma comunicação alinhada, coordenando ações por meio de múltiplas ferramentas de comunicação de forma a atender os diversos públicos da Companhia;

6.10. Buscar técnicas inovadoras de comunicação, gerando aprendizado e desenvolvimento permanente das competências de comunicação.

6.11 Utilizar de forma correta e diferenciada os canais de comunicação e não reproduzir mensagens enganosas, fictícias e mal-intencionadas relacionadas à Compagas e aos seus públicos de relacionamentos.

6.12 Promover o pleno conhecimento e o compromisso dos gestores e dos colaboradores com a Política de Comunicação.

## **7. GESTÃO DA COMUNICAÇÃO**

### **7.1 CANAIS DE COMUNICAÇÃO**

A Compagas mantém uma comunicação clara e consistente com seus públicos de interesse por canais de comunicação institucionais e comerciais. No âmbito institucional integram o rol, o website (compagas.com.br); as páginas nas redes sociais; as ações de Publicidade Institucional e Mercadológica; ações de Patrocínios Não-Incentivados e Incentivados; o atendimento à Imprensa; além de canais voltados aos colaboradores. No âmbito comercial, a Companhia dispõe de atendimento presencial, telefônico e on-line.

### **7.2 MARCA**

Por meio da sua marca, a identidade da Compagas incorpora um conceito de valor oriundo da excelência empresarial. A marca Compagas não é apenas a sua expressão visual, traduzida na logomarca. Ela tem diversos pontos de contato, visuais ou não: veículos, faturas, cartões de visita, uniformes etc. Tais pontos devem remeter aos valores da marca. Em todas as ações, a marca e os demais elementos de comunicação visual (tipologia, sinalização) devem ser utilizados conforme o Manual da Logomarca.

Todos que integram a Compagas são partes responsáveis pela composição da identidade da empresa que irá influenciar a imagem e a reputação institucional e devem respeitar a utilização da marca, conforme o Manual da Logomarca.

### **7.3 AÇÕES DE PUBLICIDADE**

As ações de publicidade da Companhia têm como objetivo a promoção da distribuição de gás canalizado, os produtos e serviços oferecidos, o fortalecimento da marca, a difusão de ideia, entre outras informações relacionadas. Conforme Decreto Estadual nº 8988/2010, os serviços de publicidade institucional da Compagas são realizados por meio de Termo de Cooperação Técnica junto à Secretaria de Comunicação Social e Cultura do Estado do Paraná (SECC), a quem compete:

- I. Efetuar os procedimentos administrativos necessários e suficientes para a contratação de empresa para prestação de serviços de publicidade, compreendendo o conjunto de atividades realizadas integradamente que tenham por objetivo o estudo, o planejamento, a conceituação, a concepção, a criação, a execução interna, a intermediação e a supervisão da execução externa e a distribuição de publicidade aos veículos e demais meios de divulgação, com o intuito de atender ao princípio da publicidade e ao direito à informação, de promover a venda de bens ou serviços, de difundir ideias, princípios, iniciativas ou instituições ou de informar o público em geral, da Entidade responsável pelos projetos, previamente autorizados e cumpridas as formalidades legais.

- II. Emitir as respectivas ordens de serviço oriundas dos contratos administrativos firmados em atendimento à solicitação da Entidade responsável pelos projetos.
- III. Emitir o Pedido de Autorização de Divulgação e Veiculação - PADV dos serviços contratados.

#### **7.4 PATROCÍNIOS INCENTIVADOS E NÃO INCENTIVADOS**

Entende-se por patrocínio todo o apoio financeiro, seja ele incentivado, ou não, concedido a projeto de iniciativa de terceiros, relacionados à área de atuação mercadológica da Compagas e/ou valorização e fortalecimento de sua imagem corporativa. Todas as definições, descrições, princípios, objetivos e diretrizes para o apoio a patrocínios, incentivados ou não incentivados, podem ser consultadas na Política de Patrocínio, disponível no site da Companhia. As definições dos procedimentos internos para a realização do apoio, estão estabelecidas na Norma de Avaliação, Seleção e Aprovação de Projetos de Patrocínio.

#### **7.5 COMUNICAÇÃO DE CRISE**

7.5.1 A Comunicação de Crise da Companhia é pautada por um plano específico que tem por objetivo uniformizar os procedimentos da Compagas e integrar as ações de Comunicação com a mídia e demais partes interessadas a fim de possibilitar respostas ágeis e eficientes e evitar que eventuais instabilidades prejudiquem a imagem da empresa.

7.5.2 A Compagas deve atuar de forma harmoniosa, ética e responsável nos locais onde está inserida, nos seus negócios ou no gerenciamento de seu quadro de pessoal e de suas instalações. Em caso de situações emergenciais, a orientação aos empregados da Compagas, em especial no que tange à solicitações vindas da imprensa, é para o direcionamento dos contatos à assessoria de comunicação.

7.5.3 Todo o tratamento de informações em caso de crises será pautado pelos princípios da comunicação aqui declarados e com a brevidade/urgência que o tema exigir.

#### **7.6 DISPOSIÇÕES GERAIS**

7.6.1 A Assessoria de Comunicação Institucional está diretamente subordinada à Presidência da Companhia e é a área responsável pelas ações de comunicação e por assegurar o cumprimento desta Política de Comunicação.

7.6.2 A Assessoria de Comunicação Institucional tem a responsabilidade de promover a comunicação entre a Diretoria e os demais órgãos internos da Compagas (colaboradores, assessorias, gerências etc.) por meio dos canais internos de comunicação, além do planejamento e execução de campanhas de comunicação interna, atualização da Intranet e edição de informativos.

7.6.3 A Assessoria de Comunicação Institucional também é responsável pela comunicação via imprensa, captação de informações, edição e envio aos meios de comunicação, atendimento às demandas dos repórteres e editores, manutenção e organização da clipagem de notícias e do banco de imagens, atualização do site corporativo e canais da empresa em redes sociais externas.

7.6.4 Esta Política deve ser considerada em conjunto com outras normas, padrões e procedimentos aplicáveis à Compagas, podendo ser desdobrada em outros documentos normativos específicos, sempre alinhados com as diretrizes aqui estabelecidas.

7.6.5 Deverão ser submetidas à apreciação da Assessoria de Comunicação Institucional e à Diretoria Executiva, as exceções, violações e casos omissos a esta Política.

## 8. REFERÊNCIAS

- 8.1 Política de Porta-Vozes;
- 8.2 Política de Patrocínio;
- 8.3 Código de Conduta e Integridade;
- 8.4 Política de Privacidade e Proteção de Dados Pessoais;
- 8.5 Política de Divulgação de Informações;

## 9. SUBSTITUIÇÃO DE VERSÃO

Esta versão substitui a Revisão nº 00 aprovada na 151ª. Reunião do Conselho de Administração, de 25/10/2018.

## 10. APROVAÇÃO E VIGÊNCIA

Esta Revisão nº 01 foi aprovada na 221ª. Reunião do Conselho de Administração, de 27/06/2022, com vigência a partir desta data.

## 11. ANEXOS

Não se aplica.