



Criação Setembro/2022	Categoria Estratégica	Versão 2022	Folha 1 de 17	Área Responsável Comunicação
Título			Política de Comunicação	

Classificação do documento: Pública

## Sumário

1.	APRESENTAÇÃO .....	3
2.	NORTEADORES .....	3
2.1	Missão .....	3
2.2	Visão .....	3
2.3	Valores .....	3
2.4	Atributos da Comunicação .....	4
3.	OBJETIVOS .....	4
4.	ABRANGÊNCIA .....	5
5.	PÚBLICOS .....	5
5.1	Público Interno .....	5
5.2	Público Externo .....	5
6.	DEFINIÇÕES .....	6
7.	RESPONSABILIDADES .....	6
7.1	Diretoria Executiva .....	6
7.2	Núcleo de Comunicação e Jornalismo .....	7
7.3	Gestores .....	8
7.4	Colaboradores .....	8
8.	COMPORTAMENTO E PRINCÍPIOS BÁSICOS .....	9
8.1	Comportamento dos colaboradores .....	9
8.2	Comportamento dos líderes .....	9
9.	RELACIONAMENTO COM O PÚBLICO .....	10
9.1	Colaboradores .....	10
9.2	Partes Interessadas .....	10
9.3	Agentes de Governança .....	10
10.	GESTÃO DA MARCA .....	10
11.	CANAIS DE COMUNICAÇÃO .....	11
11.1	Canais internos .....	11
11.2	Canais externos .....	12
12.	COMUNICAÇÃO COM A IMPRENSA .....	13
12.1	Jornalistas .....	14



<b>Criação</b> Setembro/2022	<b>Categoria</b> Estratégica	<b>Versão</b> 2022	<b>Folha</b> 2 de 17	<b>Área Responsável</b> Comunicação
<b>Título</b>		Política de Comunicação		

**Classificação do documento: Pública**

12.2	Porta-vozes .....	14
13.	REDES SOCIAIS .....	15
14.	GERENCIAMENTO DE CRISES .....	16
14.1	Grupo de Crise .....	16
14.2	Pós-crise .....	17
15.	ATUALIZAÇÃO .....	17
16.	APROVAÇÃO .....	17



Criação Setembro/2022	Categoria Estratégica	Versão 2022	Folha 3 de 17	Área Responsável Comunicação
Título		Política de Comunicação		

Classificação do documento: Pública

## 1. APRESENTAÇÃO

Antes de apresentar a política a seguir, é necessário tratar a importância da comunicação, que deve ser sempre estratégica. Além disso, é preciso pensar na constituição de uma política de comunicação voltada ao alcance dos objetivos da instituição e ao fortalecimento de sua imagem.

A comunicação exerce um papel fundamental nas instituições. Ela estimula as transformações em um ambiente ativo, marcado pelas notícias tempestivas e mudanças rápidas nas estratégias corporativas, preservando a imagem e a credibilidade conquistada.

A Fundação Copel de Previdência e Assistência Social deseja ser percebida como uma Entidade socialmente responsável e de excelência na administração dos planos previdenciários e de saúde. Ainda, como sendo referência no segmento uma das entidades mais disruptivas e inovadoras.

A Política de Comunicação é um processo estratégico, relevante para os interesses e objetivos da Entidade. Dessa forma, caberá ao Núcleo de Comunicação e Jornalismo, alinhado às decisões dos Órgãos de Governança, propor as diretrizes que deverão ser seguidas no que se refere à Comunicação da Fundação Copel.

## 2. NORTEADORES

Este documento possui as seguintes diretrizes:

### 2.1 Missão

Propiciar condições para que os nossos clientes vivam melhor e vivam mais.

### 2.2 Visão

Buscar o crescimento sustentável e a perpetuidade.

### 2.3 Valores

- Integridade.
- Transparência.



Criação Setembro/2022	Categoria Estratégica	Versão 2022	Folha 4 de 17	Área Responsável Comunicação
Título		Política de Comunicação		

Classificação do documento: Pública

- Comprometimento.

## 2.4 Atributos da Comunicação

- Objetividade
- Imparcialidade
- Verdade
- Precisão
- Credibilidade
- Ética
- Transparência
- Atualidade
- Agilidade

## 3. OBJETIVOS

A presente política possui os seguintes objetivos:

- a) Definir os valores que devem conduzir as atividades de Comunicação, a fim de potencializar o seu papel estratégico.
- b) Atribuir e delimitar as devidas responsabilidades.
- c) Relacionar os stakeholders da Entidade.
- d) Apresentar os principais instrumentos e canais utilizados com os diferentes públicos.
- e) Orientar a postura que deverá ser adotada por todos os empregados, em especial, nas redes sociais.
- f) Direcionar as ações que devem ser utilizadas nos momentos que fatos relevantes



Criação Setembro/2022	Categoria Estratégica	Versão 2022	Folha 5 de 17	Área Responsável Comunicação
Título		Política de Comunicação		

Classificação do documento: Pública

e/ou emergenciais exigirem o posicionamento da Entidade.

- g) Criar e consolidar fluxos de comunicação que promovam a integração entre as áreas, os empregados, gestores e Órgãos de Governança.
- h) Estimular a participação e proporcionar a integração de os empregados nas ações, nos projetos e nos programas institucionais.
- i) Difundir, junto aos stakeholders, os principais programas e suas principais ações, projetos e processos.

#### 4. ABRANGÊNCIA

Aplica-se a todos os stakeholders, relacionados no item 5.

#### 5. PÚBLICOS

##### 5.1 Público Interno

- Agentes de Governança.
- Empregados.
- Terceiros.
- Estagiários.
- Jovens Aprendizizes.

##### 5.2 Público Externo

- Participantes ativos, aposentados e pensionistas.
- Beneficiários titulares e dependentes.
- Patrocinadoras/Instituidores Imprensa.
- Entidades representativas dos participantes. Entidades congêneres.
- Entidades de classe dos segmentos de previdenciário e saúde.



Criação Setembro/2022	Categoria Estratégica	Versão 2022	Folha 6 de 17	Área Responsável Comunicação
Título		Política de Comunicação		

Classificação do documento: Pública

- Órgãos Públicos.
- Parceiros.
- Instituições financeiras. Sociedade em geral.
- Órgãos fiscalizadores.

## 6. DEFINIÇÕES

Para os fins desta Política entendemos como:

Clientes: Participantes ativos e assistidos, e beneficiários titulares e dependentes.

Colaboradores: Membros do Órgãos de Governança, empregados, estagiários, terceiros e jovens aprendizes.

Empregado: Todo aquele que possui vínculo empregatício com a Fundação Copel.

Gestor: Ocupante de cargo de liderança na Entidade, cargo de gerente ou gerente executivo.

Órgãos de Governança: Conselho Deliberativo, Conselho Fiscal e Diretoria Executiva.

Parceiros: Pessoas Físicas ou Jurídicas credenciadas para prestação de serviços à entidade ou aos seus clientes, Pessoas Jurídicas que atuem em nome da Fundação Copel ou para os seus interesses e fornecedores de modo geral.

## 7. RESPONSABILIDADES

A comunicação deve ser vista com uma ação integrada, que não se restringe apenas às atividades de uma área específica, mas sim, deve envolver todos os colaboradores, cada um com suas respectivas responsabilidades, conforme disposto a seguir.

### 7.1 Diretoria Executiva

- a) Apreciar a presente Política e encaminhar para aprovação do Conselho Deliberativo.
- b) Garantir que as diretrizes aqui estabelecidas sejam respeitadas.



Criação Setembro/2022	Categoria Estratégica	Versão 2022	Folha 7 de 17	Área Responsável Comunicação
Título		Política de Comunicação		

Classificação do documento: Pública

- c) Ter a transparência como aspecto orientador nos momentos de tomada de decisões sobre a comunicação.
- d) Atuar como porta-vozes de informações verdadeiras sobre a Fundação Copel, junto aos stakeholders, de maneira clara, objetiva e transparente.
- e) Acionar, sempre que necessário, o Núcleo de Comunicação e Jornalismo para alinhamento do discurso e posicionamento da Entidade geral ou sobre um tema específico.
- f) Tratar as informações sobre a Fundação Copel, observada a legislação pertinente, mantendo sob confidencialidade os temas assim classificados e os de natureza estratégica.
- g) Preservar a confidencialidade de dados pessoais, sensíveis ou não, que tenham acesso em decorrência de suas atividades.

## 7.2 Núcleo de Comunicação e Jornalismo

- a) Observar no desenvolvimento das atividades as diretrizes da presente política.
- b) Mapear continuamente temas e processos relevantes que devem ser trabalhados pela área.
- c) Informar com transparência e assertividade as iniciativas da Entidade, fortalecendo a imagem da organização perante os stakeholders.
- d) Estabelecer processos e mecanismos ágeis de comunicação sempre que fatos relevantes e/ou emergenciais exigirem o posicionamento da Entidade.
- e) Propiciar o entendimento dos clientes em relação à Entidade e aos planos de benefícios administrados.
- f) Zelar pela integridade e preservação da identidade corporativa, orientando sobre padrões de uso da marca.
- g) Conscientizar o público de que a comunicação eficaz e seu impacto na imagem institucional são responsabilidade de todos.



Criação Setembro/2022	Categoria Estratégica	Versão 2022	Folha 8 de 17	Área Responsável Comunicação
Título		Política de Comunicação		

Classificação do documento: Pública

- h) Definir critérios gerais e orientações sobre padrões e procedimentos, qualificação da informação, formato e apresentação dos documentos.
- i) Estabelecer canais de comunicação internos que favoreçam o fluxo e o compartilhamento das informações e a troca de conhecimento.
- j) Criar e manter uma comunicação dinâmica e educativa para o público interno e externo, capaz de motivá-lo e comprometê-lo com os objetivos estratégicos do negócio.
- k) Fortalecer a interação com os públicos de interesse da Entidade.

### 7.3 Gestores

- a) Incentivar e garantir que suas equipes apliquem as orientações advindas do Núcleo de Comunicação e Jornalismo.
- b) Fornecer informações, que possam servir de fonte para a Núcleo de Comunicação e Jornalismo.
- c) Promover o diálogo com a sua equipe e demais áreas, contando com orientação e ferramentas de suporte da Núcleo de Comunicação e Jornalismo.
- d) Monitorar o atendimento às obrigações legais de fornecimento de informações, de acordo com calendário e normas específicas estabelecidas pela legislação vigente.
- e) Atuar, em conjunto com o DPO, para o fortalecimento da cultura de privacidade e proteção dos dados pessoais tratados pela entidade.
- f) Garantir que os colaboradores tenham abertura para trazer suas opiniões.
- g) Garantir que as decisões tomadas em reuniões gerenciais sejam compartilhadas com a equipe.

### 7.4 Colaboradores

- a) Respeitar as diretrizes aqui estabelecidas.
- b) Zelar pela marca, imagem e identidade visual da Fundação Copel.





Criação Setembro/2022	Categoria Estratégica	Versão 2022	Folha 9 de 17	Área Responsável Comunicação
Título		Política de Comunicação		

Classificação do documento: Pública

- c) Não utilizar materiais, imagem, marca ou patrimônio da Fundação Copel em proveito próprio ou de outrem.
- d) Tratar as informações sobre a Fundação Copel com confidencialidade, principalmente quando se referirem a dados pessoais e temas de interesse estratégico, que possam comprometer ou expor a imagem da Entidade.

## 8. COMPORTAMENTO E PRINCÍPIOS BÁSICOS

### 8.1 Comportamento dos colaboradores

No seu dia a dia, os colaboradores atuam, dentro e fora da entidade, como agentes de divulgação. Cabe a eles:

- Conhecer a ideologia organizacional (Missão, Visão e Valores), assim como suas políticas e procedimentos, que serão disponibilizados quando do ingresso no quadro funcional da Entidade.
- Conhecer e atuar em conformidade com o Código de Ética e Conduta, disponibilizado no ingresso do empregado.
- Identificar oportunidades de divulgação dentro de suas áreas e atividades e encaminhá-las ao Núcleo de Comunicação e Jornalismo.
- Participar dos treinamentos, reuniões e eventos externos sempre observando os princípios éticos e de respeito.

### 8.2 Comportamento dos líderes

Cabe ao Órgãos de Governança e gestores garantir e estimular a livre circulação de informações, bem como, a consciência de proteção dos dados, respeitando princípios éticos e de não discriminação, de modo que todos os colaboradores estejam devidamente informados sobre o que ocorre na entidade e estimulados a contribuir com a inovação, assim como, dar o exemplo de uma comunicação que observe o respeito entre as pessoas e em relação ao espaço que elas ocupam.



Criação Setembro/2022	Categoria Estratégica	Versão 2022	Folha 10 de 17	Área Responsável Comunicação
Título		Política de Comunicação		

Classificação do documento: Pública

## 9. RELACIONAMENTO COM O PÚBLICO

### 9.1 Colaboradores

A relação com os colaboradores deve pautar-se pelo respeito, transparência e estímulo à participação. Sempre que possível, deverão ser informados em primeira mão sobre os atos e decisões da alta administração que serão divulgados aos demais públicos.

As informações relativas a alterações de processos/procedimentos internos, bem como contratações ou mudanças de atribuições de pessoas ou áreas deverão ser compartilhadas por meio e-mail ou grupo institucional de WhatsApp disparados pela área de Recursos Humanos ou pelo Núcleo de Comunicação e Jornalismo.

### 9.2 Partes Interessadas

As partes interessadas são o principal público da Fundação Copel, devendo a comunicação garantir que todo material dedicado a eles contenha informações relevantes e com linguagem adequada. As mensagens devem estar adaptadas aos diferentes níveis hierárquicos.

### 9.3 Agentes de Governança

A Entidade deve manter práticas de comunicação transparentes e fluídas entre os Órgãos de Governança e entre estes e as demais partes interessadas, sempre atentos às diretrizes do Estatuto Social e Código de Ética e de Conduta.

O fluxo de informações é definido em Regimento de Governança, podendo a Diretoria acessar diretamente os Conselhos Deliberativo e Fiscal e os demais colaboradores através da Secretaria de Governança, que é responsável por organizar as agendas dos órgãos de governança.

## 10. GESTÃO DA MARCA

A fim de preservar a identidade da Entidade, o Núcleo de Comunicação e Jornalismo desenvolveu um guia orientativo para acesso e aplicação correta da marca, disponibilizado



Criação Setembro/2022	Categoria Estratégica	Versão 2022	Folha 11 de 17	Área Responsável Comunicação
Título		Política de Comunicação		

Classificação do documento: Pública

em S:\IdentidadeVisualFC, sendo o Manual de identidade Visual, Guia de orientação para comunicação com as partes interessadas, aplicações da logomarca em papel carta, apresentações, brindes entre outros.

Cabe ao NCJ avaliar e aprovar a aplicação da marca em peças de comunicação, sejam elas produzidas internamente, por fornecedores ou por empresas parceiras. Cabe também ao NCJ avaliar e aprovar a criação de novas marcas ou submarcas, quando estritamente necessário.

A aplicação da marca em peças de comunicação de eventos apoiados pela Fundação Copel deverá ser submetida à aprovação do Núcleo de Comunicação e Jornalismo, bem como a aplicação da marca na produção de brindes institucionais.

Também cabe ao NCJ a definição de brindes e materiais de comunicação (ex.: folders, panfletos, banners entre outros) para distribuição e/ou sinalização em nome da entidade ao público interno e externo.

## 11. CANAIS DE COMUNICAÇÃO

Com o objetivo de divulgar as ações institucionais, a Fundação Copel adota diversos canais de comunicação. Além de disponibilizar informações, os canais devem ser utilizados para integrar a entidade e os stakeholders, consolidando o relacionamento entre ambos.

### 11.1 Canais internos

- a) **Eventos** - A realização de encontros periódicos e específicos com cada público de interesse amplia o nível de relacionamento e proximidade entre os participantes e a Fundação Copel.
- b) **Live e Webinar** Meio de comunicação que promove a interação, desenvolvimento e engajamento aos assuntos relacionados à entidade. Seus temas são avaliados e deliberados pela Diretoria Executiva, com periodicidade e público estabelecidos conforme demanda.
- c) **Intranet da Fundação Copel** - Espaços de centralização das informações relativas aos empregados da entidade.



Criação Setembro/2022	Categoria Estratégica	Versão 2022	Folha 12 de 17	Área Responsável Comunicação
Título		Política de Comunicação		

Classificação do documento: Pública

- d) Murais Divulgação de ações resumidas, campanhas ou temas atemporais da Fundação Copel em locais comuns da própria Entidade ou das patrocinadoras.
- e) Cartas, Avisos, Informativos - Forma de comunicação oficial da entidade, segue as atribuições do Estatuto da Entidade, desdobradas na NAFC 001 Níveis de Competência.
- f) WhatsApp – grupo institucional formado por empregados, gestores e membros da Diretoria Executiva utilizado para comunicar campanhas, processos e demais assuntos de interesse dos empregados.
- g) Demais canais - Conforme necessidade e/ou surgimentos de novas tendências.

## 11.2 Canais externos

- a) Atendimento - Atendimentos presencial e telefônico personalizados disponibilizados para os clientes a fim de obter esclarecimentos e efetuar solicitações.
- b) Portal institucional - O portal é o canal de comunicação mais amplo da Fundação Copel. Conta com uma página para promover a transparência e um portal destinado ao prestador. Conteúdos, informações ou solicitações dos públicos relacionados à marca podem ser tratados de forma privada, mediante login e senha.
- c) Blog Meio de comunicação ágil que de forma simples e direta registra-se as informações importantes aos clientes.
- d) Espaço Transparência: é uma página exclusiva, dentro do portal da Fundação Copel, destinado a divulgar dados e informações referentes aos investimentos da entidade, dos planos administrados, o Relatório Anual de Informações RAI, as atas das reuniões do COF, COD e DIREX, além dos resultados das cotas e a campanha “Conheça seus Investimentos”, entre outras informações.
- e) Portal do Prestador: página com temas e notícias pertinentes aos prestadores de serviços.
- f) Área restrita - Plataforma na qual o cliente ou prestador, por meio de acesso restrito, pode acessar informações dos seus planos de saúde e previdência, para o primeiro ou



Criação Setembro/2022	Categoria Estratégica	Versão 2022	Folha 13 de 17	Área Responsável Comunicação
Título		Política de Comunicação		

Classificação do documento: Pública

informações relativas ao prestador e sistema de interação do plano de saúde, para o segundo.

g) Redes Sociais - Promove uma maior interação com o público da Fundação Copel. Seu objetivo é de conectar às pessoas e sociedade nos assuntos, campanhas e propósitos da Fundação Copel

h) Eventos - A realização de encontros periódicos e específicos com cada público de interesse amplia o nível de relacionamento e proximidade entre os participantes e a Fundação Copel.

i) Newsletter dirigida- Apresenta as notícias sob os produtos e serviços da Fundação Copel, visando gerar um canal direto de comunicação externa, caracterizado pela leitura ágil e informativa. O envio de conteúdo pode ser segmentado por público de interesse. É um importante instrumento de comunicação com os colaboradores, patrocinadores, participantes, beneficiários e parceiros.

j) Live e Webinar Meio de comunicação que promove a interação, desenvolvimento e engajamento aos assuntos relacionados à entidade. Seus temas são avaliados e deliberados pela Diretoria Executiva, com periodicidade e público estabelecida em cronograma.

k) Intranet da Copel espaço concedido pela patrocinadora para veicular as notícias do dia da entidade.

l) Demais canais - Conforme necessidade e/ou surgimentos de novas tendências.

## 12. COMUNICAÇÃO COM A IMPRENSA

A imprensa além de ter uma grande influência sobre a opinião pública, é um canal eficiente para transmitir mensagens aos clientes, fornecedores e sistema no qual a Fundação Copel está inserida. Por isso, um relacionamento transparente e de longo prazo é fundamental para a consolidação da imagem no Sistema de Previdência Complementar e Saúde Suplementar.



Criação Setembro/2022	Categoria Estratégica	Versão 2022	Folha 14 de 17	Área Responsável Comunicação
Título		Política de Comunicação		

Classificação do documento: Pública

As solicitações devem ser, obrigatoriamente, direcionadas para o Núcleo de Comunicação e Jornalismo, que avaliará a proposta e sugerirá um porta-voz, alinhando as informações que serão divulgadas.

Preferencialmente, as entrevistas deverão ser concedidas por um membro da Diretoria Executiva ou por um gerente, de acordo com o tema da pauta solicitada, com acompanhamento de um membro do Núcleo de Comunicação e Jornalismo.

### 12.1 Jornalistas

Para que se tenha a notícia mais assertiva, orienta-se tratar o jornalista como um profissional que poderá usar em seu texto, além das informações recebidas, tons e expressões captadas durante a conversa. Na entrevista todas as formas de comunicação são observadas e poderão compor o resultado do que será noticiado. Por isso, o porta-voz deverá estar devidamente ciente da mensagem que deseja transmitir.

### 12.2 Porta-vozes

Para garantir a consistência da comunicação e a uniformidade das mensagens a serem transmitidas, A Fundação Copel conta com um grupo de porta-vozes para cada área ou assunto a ser tratado, sendo representado por seu presidente, diretores e gestores.

O acesso da imprensa às informações prestadas deve ser mediado, obrigatoriamente, pelo Núcleo de Comunicação e Jornalismo.

Ao conceder uma entrevista, os porta-vozes devem falar em nome da organização, de acordo com o posicionamento institucional, evitando expor suas opiniões pessoais. Precisam aparecer sempre como parte da equipe da Fundação Copel. Sempre que houver uma exposição à mídia o nome da entidade também deve aparecer.

Fotos de porta-vozes devem ser espontâneas e informais, mas elegantes e devidamente autorizadas. Ao participar de fotos feitas pelos próprios veículos jornalísticos, o porta-voz deve evitar situações e poses que possam ser apresentadas de forma embaraçosa, jocosa ou desrespeitosa à sua imagem da entidade.



Criação Setembro/2022	Categoria Estratégica	Versão 2022	Folha 15 de 17	Área Responsável Comunicação
Título		Política de Comunicação		

Classificação do documento: Pública

Em situações de crise, as fontes só deverão se manifestar quando legitimadas pelo Grupo de Gerenciamento de Crise, tendo em vista os riscos de conflito de opiniões e a repercussão de suas declarações para a imprensa, públicos estratégicos e opinião pública.

### 13. REDES SOCIAIS

No intuito de preservar a imagem institucional, a reputação e o patrimônio da Fundação Copel, os colaboradores devem observar, mesmo em perfis pessoais, as diretrizes da presente política, em conjunto com as regras estabelecidas na Política de Segurança da Informação e do Código de Ética e de Conduta da Fundação Copel.

Assim, é vedado:

- a) Divulgar ou comentar, seja para a imprensa ou em redes sociais, informações que possam denegrir a imagem da Fundação Copel.
- b) Divulgar ou comentar informações, em qualquer meio, em inobservância à Política de Segurança da Informação.
- c) Divulgar, fora das hipóteses legalmente previstas, qualquer tipo de dados pessoais tratados pela entidade.
- d) Utilizar ou mencionar a marca Fundação Copel em redes sociais, websites, fóruns de discussão e grupos de mensagens, quando expressando opiniões particulares.
- e) Cadastrar o e-mail corporativo e/ou institucional em mídias sociais, websites e fóruns de discussão alheios aos interesses e/ou negócios e serviços da Fundação Copel.
- f) Publicar, mesmo em perfis pessoais, conteúdo ou mensagens de caráter violento, agressivo, intolerante, que desmereçam ou sejam inconsistentes com os valores adotados pela Fundação Copel;
- g) Expor de forma negativa seus colegas de trabalho ou a Fundação.



Criação Setembro/2022	Categoria Estratégica	Versão 2022	Folha 16 de 17	Área Responsável Comunicação
Título		Política de Comunicação		

Classificação do documento: Pública

## 14. GERENCIAMENTO DE CRISES

Crise e problema são situações diferentes de exposição da marca. A Crise é todo e qualquer fato que fuja à normalidade operacional da Fundação Copel, prejudicando ou interrompendo o atendimento aos clientes e acarretando prejuízos à imagem.

Problemas têm soluções quase sempre mais rápidos e sem danos consideráveis à imagem. Vale destacar que ignorar problemas pode levar à uma crise e, neste sentido a Fundação Copel entende que os problemas devem ser cortados pela raiz e a qualidade do atendimento, em todos os níveis, é prioritária e fundamental.

A Comunicação da Entidade, pela sua própria natureza, desempenha um papel chave no gerenciamento de crises e deve estar pautada nos valores e atributos que integram a presente Política.

### 14.1 Grupo de Crise

Para gerenciamento de crises a Fundação Copel deverá instituir um grupo composto por Diretores, DPO, representantes da Comunicação, Jurídico, Riscos e Compliance e gestor(es) do produto(s) e/ou serviço(s) afetado(s) pela crise. Esse grupo tem como objetivo avaliar potenciais conflitos, identificar choques com grupos de interesse e definir estratégias para superar ou atenuar impasses.

Nas primeiras quatro horas da crise é o período em que a imagem negativa pode predominar sobre a positiva dada à circulação das notícias negativas. É importante que o Grupo de Crise já tenha mapeado os pontos em que a veiculação atingiu e estabeleça um porta-voz, conteúdo e canal para comunicar.

Acompanhar e responder a tudo que for publicado de negativo, atender aos jornalistas com transparência, sem criar conflitos.

Para tanto, estabelece-se as seguintes diretrizes:

a) O Presidente é o principal executivo a pronunciar-se em momentos de crise, podendo delegar, conforme o assunto, um preposto. Antes do pronunciamento, contudo, é necessário





Criação Setembro/2022	Categoria Estratégica	Versão 2022	Folha 17 de 17	Área Responsável Comunicação
Título		Política de Comunicação		

Classificação do documento: Pública

o entendimento amplo e preciso dos motivos reais que deram origem à crise e das alternativas para solucioná-la.

b) Todos os colaboradores devem estar cientes da versão oficial da Fundação Copel sobre a crise. Esse consenso evita que surjam declarações contraditórias que possam ser utilizadas pelos públicos e pela mídia, afetando a credibilidade da Entidade.

c) A área de atendimento deve ser preparada imediatamente para responder à crise. Ela é a linha de frente e deve ter, além das informações pertinentes à comunicação, subsídios que possam contribuir para melhorar a compressão dos clientes em relação às ações adotadas pela entidade.

## 14.2 Pós-crise

A comunicação pós-crise deverá ser focada na recuperação da imagem, buscando converter a crise em oportunidade de retomada e crescimento. É importante analisar como foi o desempenho da Entidade durante a crise, como administrou as situações, que pontos devem ser melhorados e que aspectos do relacionamento com os públicos devem ser revistos.

## 15. ATUALIZAÇÃO

A Política de Comunicação da Fundação Copel deve ser atualizada com o objetivo de acompanhar as mudanças nos objetivos estratégicos da Entidade e possíveis alterações de públicos e demandas geradas pela evolução tecnológica nos processos de comunicação.

## 16. APROVAÇÃO

A presente Política foi aprovada pelo Conselho Deliberativo da Fundação Copel, em sua 314ª RE de 29/01/2021 e revoga a versão anterior.