



POLÍTICA DE COMUNICAÇÃO (PDC)

Política que institui normas e orientações sobre a comunicação no SGC.

| | |
|------------------------|---------------------------------------|
| ID: | POL001-SGC |
| Versão: | 1.0 |
| Data da Versão: | 24/04/2023 |
| Criado por: | Sistema Gurgacz de Comunicação |
| Aprovado por: | |
| Classificação | Pública |

2023



Sumário

| | |
|--|----|
| 01. INTRODUÇÃO | 3 |
| 02. DEFINIÇÕES | 3 |
| 03. CONCEITOS | 4 |
| 04. NORMAS DE REFERÊNCIA | 5 |
| 05. OBJETIVO DESTA POLÍTICA | 5 |
| 06. RELAÇÃO COM AS DEMAIS POLÍTICAS DO SGC | 5 |
| 07. DAS DIRETRIZES | 6 |
| 7.1. DISPOSIÇÕES INICIAIS | 6 |
| 08. DA COMUNICAÇÃO INSTITUCIONAL | 8 |
| 09. DA COMUNICAÇÃO INTERNA | 8 |
| 10. DA COMUNICAÇÃO EXTERNA | 9 |
| 10.1. DA RELAÇÃO COM A IMPRENSA | 9 |
| 10.2. DO USO DAS REDES SOCIAIS | 10 |
| 11. DOS CANAIS PRÓPRIOS | 11 |
| 12. DA UTILIZAÇÃO DA MARCA, NOME E IMAGEM | 11 |
| 13. SANÇÕES E PENALIDADES | 11 |
| 14. ALTERAÇÕES DESTA POLÍTICA | 11 |
| 15. PAPÉIS E RESPONSABILIDADES | 12 |
| 16. VIGÊNCIA E VALIDADE DESTA POLÍTICA | 12 |
| 17. APROVAÇÃO | 13 |



Introdução

Este documento estabelece a Política de Comunicação do SGC - Sistema Gurgacz de Comunicação, definindo diretrizes e fundamentos de comunicação interna, institucional, externa, assessoria de imprensa e redes sociais.

Suas diretrizes têm aplicação imediata e obrigatória em todos os departamentos e setores, incluindo, mas não se limitando a afiliadas, sucursais, filiais ou escritórios do SGC.

É aplicável a todos os diretores, membros de conselhos, gerentes, supervisores, coordenadores e colaboradores do SGC.

Definições

- a. **Colaboradores:** aqueles que integram o quadro de funcionários do SGC, quais sejam funcionários, estagiários, prestadores de serviço e demais subordinados do SGC.
- b. **Conteúdo Sensível ao SGC:** planilhas, relatórios, e-mails, dados e qualquer tipo de informações com conteúdo fiscal, contábil, financeiro, de estratégia e que ainda não tenham sido publicadas.
- c. **Fake News:** são as informações noticiosas que não representam a realidade, mas que são compartilhadas como se fossem verdadeiras, principalmente através das redes sociais.
- d. **Mídias Sociais:** plataformas online que permitem interação ou compartilhamento de informações, conteúdos e opiniões, como blogs.
- e. **Redes Sociais:** uma mídia social que conecta pessoas por meio de interesses em comuns, focando no relacionamento entre essas. As redes sociais também conectam empresas com o público em geral.
- f. **Squad:** união de talentos multidisciplinares, para que sejam alcançados objetivos específicos, traçados em um mapa estratégico. São times que buscam profissionais que se enquadrem em suas necessidades específicas.
- g. **Terceiros:** pessoas ou entidades que, não fazendo parte diretamente do processo ou da ação, estão ligados ou têm interesses nele.



Conceitos

Comunicação Institucional: relacionada aos aspectos corporativos, visa conquistar a confiança e construir uma personalidade corporativa com credibilidade e influência na sociedade. O objetivo principal é tornar com uma postura íntegra e ética do SGC, sedimentando sua reputação.

Comunicação Interna: canalizada aos colaboradores, para que se mantenham informados sobre o SGC, compreendam e legitimem os valores da empresa. Tem o papel de estimular comportamentos íntegros e éticos a todos os colaboradores, da mesma forma como compartilhar informações e engajar iniciativas e temas da empresa. Também assegura transparência, tempestividade e humanidade em todas as divulgações necessárias. Ainda, informa, motiva, valoriza, cria sentimento de pertencimento, promove a inclusão, permite a interação das pessoas e coloca à disposição de todos os colaboradores canais de fala e escuta.

Comunicação Externa: tem como objetivo fortalecer a marca SGC no ambiente social, cultural e tecnológico por meio de um processo de construção que carregue os valores íntegros da empresa, da mesma maneira como o pressuposto da sistematização de informações para apoiar a transparência à sociedade.

Assessoria de Imprensa: a interação corporativa com os profissionais da imprensa e seus veículos é baseada em um processo estratégico, com ações de relacionamento desenvolvidas com o objetivo de fortalecer a credibilidade do SGC, da mesma maneira como posicioná-lo estrategicamente por meio do fornecimento de informações de interesse próprio, via seus porta-vozes, com transparência, rapidez e consistência.

Comunicação Eletrônica

Redes sociais: emparelhadas com a estratégia do SGC, são meios para divulgar temas relevantes e de interesse da empresa, compartilhar posicionamentos estratégicos e reforçar positivamente sua reputação. Através das Redes Sociais que o SGC compartilhará, em sua maioria, o material de divulgação de campanhas, promoções e produtos, também servindo como canal de atendimento aos usuários.

Canais próprios: da mesma maneira como as Redes Sociais, são dispostos para divulgar temas relevantes e de interesse da empresa, compartilhar posicionamentos e esmaer sua reputação. Diferente das Redes Sociais, os canais próprios são desenvolvidos com o objetivo único de comunicar informações do SGC.

Marca: a marca é ativo importante do SGC, sendo papel de todos os colaboradores preservarem pela sua integridade e credibilidade. Está presente em tudo que envolve a empresa, desde relacionamento externo, até brindes, crachás e materiais de divulgação.



Normas de Referência

- Código de Ética e Conduta do SGC;
- Guia de Identidade Verbal e Visual do SGC – BrandBook;

Objetivo desta Política

Esta política tem por objetivo coordenar, promover e orientar os métodos de comunicação institucional, interna, de relacionamento com a imprensa, canais de comunicação próprios e redes sociais do SGC.

Como objetivo secundário, esta política visa garantir a consistência da cultura e do propósito do SGC perante seus públicos-alvo, por meio de diferentes ferramentas de comunicação e atuação alinhada e integrada com a estratégia do SGC.

A comunicação é componente fundamental da sustentabilidade de um negócio, sua relação com os públicos de interesse, consolidação da imagem corporativa e institucional, sua estima, função social e também reforço de seus valores.

Assim, toda a comunicação do SGC, seja institucional, interna, de relacionamento com a imprensa, redes sociais e canais de comunicação próprios deverá seguir as diretrizes dispostas nesta Política.

Relação com as demais políticas do SGC

A PDC é parte integrante da arquitetura de políticas, normas e procedimentos internos do SGC.



Das Diretrizes

Disposições Iniciais

D.1 – Toda e qualquer forma de comunicação envolvendo a marca ou os meios do SGC deverá ser pautada seguindo as diretrizes de:

- a. Unidade do discurso: a comunicação deve estar pautada em um discurso institucional único, coerente e que favoreça o reconhecimento igual e eficaz pelos diferentes públicos de interesse do SGC;
- b. Compreensibilidade da comunicação: a comunicação deve afirmar que todas as informações divulgadas aos públicos de interesse sejam transparentes, equânimes, assertivas e fundadas.
- c. Reconhecimento do público de interesse:
 - i. Público interno: colaboradores, diretores e gerentes;
 - ii. Imprensa, jornalistas e influenciadores;
 - iii. Sociedade em geral;
 - iv. Parceiros, clientes, credenciados, beneficiários e demais usuários dos produtos do SGC;
 - v. Acionistas;
 - vi. Autoridades governamentais;
 - vii. Entidades de mercado; e
 - viii. Órgãos reguladores.
- d. Conduta: a comunicação deverá estar de acordo com o Código de Ética e Conduta do SGC;
- e. Confiança e credibilidade: a comunicação deve estabelecer laços com o seu público de interesse, fomentando a confiança e a credibilidade do SGC;
- f. Impessoalidade: a comunicação será sempre impessoal, dando expressão ao SGC e não a seus colaboradores ou dirigentes;
- g. Confidencialidade: a comunicação deverá preservar informações confidenciais e demais informações de propriedade do SGC, bem como quaisquer outras informações comerciais que tiver conhecimento por seu cargo. Ademais, deverá cumprir com a confidencialidade pactuada no Contrato de Trabalho.
- h. Demais normas estabelecidas no Guia de Identidade Verbal e Visual do SGC – Brand Book;

D.2 – Todo colaborador do SGC, ao se comunicar, prestará compromisso em:

- a. Respeitar os colaboradores, clientes, fornecedores, credenciados, beneficiários e/ou qualquer parte interessada do SGC;
- b. Compartilhar somente mensagens públicas e que forem divulgadas pelos canais próprios do SGC;



- c. Seguir as diretrizes do Código de Ética e Conduta e demais políticas internas do SGC;
- d. Ciência de que representa o SGC sempre que menciona que o seu local de trabalho é o SGC;
- e. Não fornecer informações de clientes, fornecedores, colaboradores, credenciados, beneficiários e qualquer outro público de interesse do SGC;
- f. Não mencionar o nome de clientes, fornecedores, colaboradores, credenciados, beneficiários e qualquer outro público de interesse do SGC;
- g. Não criar perfis em nome do SGC;
- h. Estar ciente de que suas publicações locais poderão ter impacto global e que algumas atitudes permitidas no Brasil não são permitidas ou bem-vistas em outros países onde o SGC atue;
- i. Apenas interagir em nome do SGC quando receber expressa autorização dos responsáveis diretos pela comunicação;
- j. Sempre reportar à Squad responsável quando se deparar com uma manifestação sobre o SGC, para que haja a resposta apropriada e se torne pública;
- k. Não tirar fotografias ou gravar vídeos que possam conter conteúdo sensível ao SGC, tampouco que apareçam outros colaboradores, clientes, parceiros, credenciamentos e demais públicos de interesse em suas atividades;
 - i. Serão permitidas aquelas fotografias que sejam do interesse do SGC e possuam autorização das pessoas envolvidas.
- l. Não replicar informações do SGC, do setor e de concorrentes sem verificar se a fonte é confiável e verdadeira, mesmo em grupos fechados de mídias sociais (ex.: Whatsapp, Facebook e etc.);
- m. Se estiver com dúvidas, procurar a Squad responsável para aconselhamento sobre publicações;

D.3 - O SGC, em todas as formas, proíbe expressamente as seguintes comunicações:

- a. Difamatória, maliciosa, obscena, intimidadora, preconceituosa, discriminatória ou com comentários ameaçadores;
- b. Que possua apelos à violência de qualquer tipo;
- c. Que viole qualquer lei, regulamento, convenções ou políticas do SGC;
- d. Que viole qualquer direito de propriedade intelectual, incluindo, sem limitações, nomes de marcas, nomes comerciais, logotipos, direitos autorais ou segredos comerciais de qualquer pessoa, empresa ou local;
- e. Que contenha conteúdo falso (fakenews) e/ou não autorizado pelo SGC;

D.4 - Poderão ser aplicadas penalidades, com base na legislação, ao colaborador que se manifestarem nome do SGC sem autorização e/ou infringindo as diretrizes da presente Política, a depender da gravidade do teor da manifestação e das possíveis consequências para o SGC;



D.5 - Todas as dúvidas relacionadas a presente Política poderão ser direcionadas à Squad responsável pela comunicação e também à Squad de Compliance;

Da Comunicação Institucional

D.6 - A Comunicação Institucional do SGC tem como objetivo informar os públicos de interesse das decisões da empresa, seus conceitos, filosofias, comportamentos, missão, valores, visão, objetivos, políticas e práticas de trabalho;

D.7 - A Comunicação Institucional do SGC acontecerá através de projetos, planejamentos e campanhas da instituição;

a. Para a comunicação interna serão utilizados jornais, murais informativos, revistas, vídeos institucionais, banners, flyers, publicações nas redes sociais e nos demais canais internos;

b. Para a comunicação externa serão utilizadas a produção de conteúdo, gestão e gerenciamento das redes sociais, blogs e sites institucionais, campanhas e ações de comunicação e marketing digitais, eventos, relacionamento e atendimento à imprensa, produção de vídeos institucionais, além de canais de relacionamento direto com clientes e usuários;

D.8 - A Comunicação Institucional do SGC deverá sempre se manter ordenada tanto para o público interno quanto para o externo, através de estratégias que alinhem a cultura organizacional ao discurso da empresa para que seus objetivos, metas e valores, bem como os resultados alcançados, sejam conhecidos por todos;

D.9 - Toda a Comunicação Institucional do SGC deverá sempre passar por diagnósticos, como pesquisas, para identificar as características dos públicos-alvo, a fim de que sempre existam ajustes nas estratégias de comunicação, de acordo com as tendências de mercado e comportamento;

D.10 - O relacionamento deverá ser o foco da Comunicação Institucional, mostrando a importância dos públicos-alvo para o SGC;

D.11 - O público interno do SGC deverá sempre ser informado das ações de Comunicação Institucional do SGC, pois são o primeiro contato entre a informação e a empresa;

Da Comunicação Interna

D.12 - A comunicação interna do SGC possui objetivo de informar, motivar e engajar todos os níveis da empresa;

D.13 - Toda a comunicação interna do SGC deverá seguir as diretrizes desta Política;

D.14 - O SGC adota a denominação de colaboradores na identificação de pessoas que nela trabalham;



D.15 - O SGC estimula, através da comunicação interna, que todos os colaboradores possam participar do processo, opinando e contribuindo com sugestões e críticas, construindo relacionamentos institucionais consistentes, por meio de processos estruturados de diálogo;

D.16 - A comunicação interna do SGC tem como estratégia:

- a. Estimular a inovação e a transformação positiva a partir da integração de toda a empresa;
- b. Tornar as comunicações objetivas e descomplicadas, permitindo que todos os colaboradores entendam os sistemas de políticas, tecnologias e operacionais do SGC;

D.17 - O SGC utilizará os seguintes meios para comunicação com o público interno:

- a. Mural de avisos;
- b. EDC Eucatur;
- c. E-mail institucional;
- d. Grupos oficiais em aplicativos de mensagens (Whatsapp);
- e. Reuniões através de videochamadas pelos softwares Zoom/GoogleMeet

Da Comunicação Externa

D.18 - Toda e qualquer manifestação do SGC ou, por um colaborador envolvendo o SGC, deverá expressar corretamente as características e os valores do SGC;

D.19 - Os valores do SGC permearão toda a comunicação e gestão da sua marca e devem estar identificados com as estratégias, ações e materiais a serem desenvolvidos e utilizados pelo SGC;

D.20 - A imagem do SGC é um patrimônio de alto valor, devendo ser utilizada de maneira eficiente, analisando e evitando riscos;

D.21 - O logotipo do SGC integra o patrimônio da marca, devendo ser protegido de mau uso e preservado em todas as aplicações, principalmente em materiais de terceiros;

- a. O uso do logotipo do SGC em materiais de divulgação de terceiros, impressos ou digitais, deve ser previamente comunicado e autorizado pelo setor responsável pela comunicação do SGC, que disponibilizará o arquivo ou indicará o meio pelo qual poderá ser encontrado;
- b. O SGC garante que a informação por ela produzida e disseminada está amparada na verdade, em conformidade com as leis vigentes, preservando assim a confiança e integridade de clientes, colaboradores, credenciados e demais públicos de interesse do SGC;



Da Relação com a Imprensa

D.23 - O contato da imprensa com o SGC acontecerá por meio do setor responsável, o qual realizará todo o processo de atendimento, desde a solicitação até o acompanhamento de reportagem, durante a entrevista e captação das imagens;

D.24 - O setor responsável pelo relacionamento com a imprensa manterá contato baseado numa via dupla de interesses: atendendo às solicitações de forma ágil e precisa, e oferecendo informações de interesse jornalístico, a fim de promover a divulgação dos assuntos que o SGC pretende divulgar;

D.25 - O setor responsável pela comunicação também será incumbido de:

- a. Intermediar o contato da imprensa com o SGC;
- b. Redigir e enviar informações para a imprensa por meio de press releases;
- c. Oferecer sugestões de pautas que podem interessar à imprensa;
- d. Abrir espaço para entrevistas exclusivas;
- e. Organizar entrevistas coletivas;
- f. Redigir e buscar oportunidades para a publicação de artigos assinados sobre temas de interesse do SGC;
- g. Orientar os colaboradores sobre como se portarem durante as entrevistas, e como lidarem com as informações a serem repassadas aos jornalistas;
- h. Analisar a exposição do SGC na mídia para sugerir as melhores maneiras de construir e preservar a sua boa imagem;
- i. Acompanhar entrevistas em assuntos de grande repercussão;

Do uso das Redes Sociais

D.26 - O SGC utiliza, de maneira oficial, as seguintes redes sociais:

- a. LinkedIn;
- b. Facebook;
- c. Instagram;
- d. YouTube
- e. WhatsApp;
- f. Twitter

D.27 - O gerenciamento das Redes Sociais do SGC é feito pela Squad responsável;

D.28 - O SGC entende que a liberdade de expressão é um direito inviolável de todos os cidadãos, porém, toda e qualquer ação realizada pelos colaboradores, seja verbalmente, através de aplicativos de mensagens, redes sociais, ou qualquer outro meio, e que enseje em mídias negativas para o SGC, ou que gere prejuízos de imagem, financeiros ou não, poderá infringir o Código de Ética do SGC;



Dos Canais Próprios

D.29 - O SGC utiliza os seguintes canais próprios para comunicação:

- i. Site SGC - < www.sgc.com.br >;
- ii. Instagram SGC - < www.instagram.com/portalsgc >;
- iii. Facebook SGC - < www.facebook.com/sgcrondonia >;
- iv. Twitter SGC - < twitter.com/portalsgc_ >;
- v. Youtube SGC - < www.youtube.com/@GRUPOSGC >

D.30 - Todas as postagens, publicações e demais informações nos canais próprios do SGC seguirão as diretrizes desta Política;

D.31 - Somente os responsáveis diretos pela comunicação poderão criar canais em nome do SGC.

Da Utilização da Marca, Nome e Imagem

D.32 - A marca, o nome e a imagem do SGC são valiosos para a empresa, sendo importante observar as presentes diretrizes afim de preservar esses bens;

D.33 - O uso da marca, do nome e da imagem do SGC somente poderá ser feito mediante autorização prévia e com estrita observância e conformidade com os termos e condições dessa Política e do Guia de Identidade Verbal e Visual do SGC - Brand Book;

D.34 - Qualquer uso da marca, nome ou imagem do SGC que viole estas normas será considerado não autorizado e estará sujeito à adoção das medidas cabíveis;

- a. A não adoção pelo SGC de medidas imediatas para impedir o uso indevido não implica tolerância tácita para seu uso;

D.35 - Qualquer comunicação que utilizar a marca do SGC somente poderá ser feita após expressa autorização e com acompanhamento da Squad responsável;

Sanções e Penalidades

D.36 - O não cumprimento, intencional ou não, de qualquer uma das diretrizes estabelecidas por esta Política, poderá ensejar em medidas disciplinares cabíveis, a serem aplicadas pelo gestor imediato, com orientação do Departamento de Gestão de Pessoas ou equivalente do SGC;

D.37 - Entre as medidas disciplinares possíveis, podem ser aplicadas:

- a. Advertência, por escrito e anexado à ficha funcional do colaborador, ou;
- b. Eventual demissão, por justa causa, nos termos das leis trabalhistas e regulamentos vigentes;



Alterações desta Política

A presente Política poderá ser modificada a qualquer momento, conforme a finalidade ou necessidade para adequação e conformidade com a disposição de lei ou sempre que o SGC julgar necessário.

Suas alterações serão divulgadas pelo Encarregado a todas as partes interessadas, através de e-mail, notícias na Intranet ou notas no website do SGC.

Papéis e Responsabilidades

| Função | Papéis e Responsabilidades |
|-------------------------------------|---|
| CEO e Squad de Compliance | <ul style="list-style-type: none">• Conscientizar e fomentar a Direção da empresa e demais Partes Interessadas sobre esta Política;• Aprovar esta Política, sempre que se fizer necessário;• Manter atualizada esta Política, de forma a garantir que quaisquer de suas alterações regulatórias e legais sejam observadas;• Interferir junto à Direção da empresa com relação a questões defendidas por esta Política. |
| Gestores, colaboradores e terceiros | <ul style="list-style-type: none">• Observar e zelar pelo cumprimento da presente Política e, quando se fizer necessário, acionar o Squad de Compliance da empresa para consultas sobre situações que envolvam conflitos com esta Política ou mediante a ocorrência de situações nela descritas. |
| Responsável pela Comunicação | <ul style="list-style-type: none">• Buscar recursos para implementação de ações técnicas e organizacionais que visam atender às diretrizes desta política;• Observar e zelar pelo cumprimento da presente Política;• Indicar atualizações e alterações da presente Política sempre que necessário; |



Vigência e Validade desta Política

Esta Política entra em vigor na data de sua aprovação pelo CEO e área de Compliance do SGC e revoga quaisquer documentos em contrário.

Este documento não possui data de expiração, mas deve ser revisado ao menos uma vez por ano, ou conforme a necessidade, caso novos riscos sejam identificados ou haja mudanças nas diretrizes de negócio.

A revisão é de responsabilidade do Encarregado com apoio e aprovação da área de Compliance e CEO do SGC.

Aprovação

Esta política foi aprovada pelos seguintes:



Acassio Figueira dos Santos

CEO - Diretor Executivo - SGC

John Allan Antonio de Melo

Gerente Adm. e Financeiro - SGC
Responsável Comunicação

Solano de Souza Ferreira

Gerente de Jornalismo - SGC
Responsável Comunicação

Thales Augusto Buzatt F. de Macedo

Gerente Comercial - SGC
Responsável Comunicação