



TÊCPAR
INSTITUTO DE TECNOLOGIA DO PARANÁ

POLÍTICA DE COMUNICAÇÃO EMPRESARIAL

PARANÁ
GOVERNO DO ESTADO
SECRETARIA DA CIÊNCIA,
TECNOLOGIA E ENSINO SUPERIOR

SUMÁRIO

CAPÍTULO I - DO OBJETIVO	3
CAPÍTULO II - DAS DISPOSIÇÕES PRELIMINARES.....	3
CAPÍTULO III - DA FINALIDADE	4
CAPÍTULO IV - DA RESPONSABILIDADE.....	4
CAPÍTULO V - DOS PROCEDIMENTOS GERAIS PARA EVENTOS E DA PARTICIPAÇÃO DE COLABORADORES EM REUNIÕES E EVENTOS NA QUALIDADE DE REPRESENTANTES DO TECPAR	5
CAPÍTULO VI - DA ATUAÇÃO SOCIALMENTE RESPONSÁVEL	6
CAPÍTULO VII - DA ASSESSORIA DE IMPRENSA	6
CAPÍTULO VIII - DOS PROCEDIMENTOS GERAIS PARA ASSINATURAS DE E-MAIL, CARTÕES DE VISITAS E CARIMBOS	7
CAPÍTULO IX - DAS DISPOSIÇÕES FINAIS	8

POLÍTICA DE COMUNICAÇÃO EMPRESARIAL

CAPÍTULO I - DO OBJETIVO

Art. 1º Implementar a Política de Comunicação Empresarial do Tecpar, com base em diretrizes estratégicas instituídas no Planejamento Estratégico do período de 2025-2029.

CAPÍTULO II - DAS DISPOSIÇÕES PRELIMINARES

Art. 2º Esta Política é aplicável a todos os colaboradores, à Governança Corporativa e demais partes interessadas do Tecpar.

Art. 3º Para efeitos desta Política consideram-se:

I. Colaboradores: pessoas que exercem atividades em caráter permanente, eventual ou temporário em nome do Tecpar, incluindo empregados, estagiários, prestadores de serviços terceirizados, pesquisadores bolsistas, residentes técnicos, menores aprendizes, entidades parceiras, entre outros.

II. Governança corporativa: estrutura que assegura a gestão estratégica da organização e o efetivo monitoramento dos negócios, composta pela Assembleia Geral, pelo Conselho de Administração, pelo Conselho Fiscal, pela Ouvidoria, pelo Compliance, pelo Controle Interno, pela Auditoria Interna, pela Secretaria de Governança Corporativa e pela Diretoria Executiva.

III. Partes interessadas (stakeholders): pessoas, grupos, instituições, empresas privadas e órgãos governamentais que de alguma forma afetam ou são afetados pela organização.

IV. Comunicação empresarial: ferramenta de planejamento usada no Tecpar com o objetivo de melhorar sua imagem e os resultados obtidos. Engloba as atividades de Relações Públicas, relacionamento com a imprensa, com a comunidade interna e com o mercado.

V. Canais de comunicação: meios e veículos que o Tecpar utiliza para transmitir informações aos seus diferentes públicos.

VI. Assessoria de Imprensa: área responsável por apoiar todas as atividades de comunicação internas e externas em conformidade com a Política de Porta-Vozes do Tecpar e de Relacionamento com a Imprensa;

VII. Divisão de Relações Públicas: área responsável por acompanhar os processos de comunicação organizacional com foco na construção e preservação da imagem institucional.

VIII. Divisão Comercial: área responsável pelo planejamento e avaliação das atividades relacionadas ao portfólio de produtos e serviços a fim de atingir os objetivos estratégicos relacionados com o cumprimento das metas de vendas e atendimento ao cliente, alinhado com a política de comercialização estabelecida pela Diretoria do Tecpar.

IX. Porta-voz(es): representante(s) previamente designado(s) para conceder entrevistas aos veículos de comunicação representando o posicionamento ainda para se manifestando em nome da Instituição em eventos.

CAPÍTULO III - DA FINALIDADE

Art. 4º A Política de Comunicação Empresarial do Tecpar tem como finalidade instituir diretrizes para criar, estabelecer, manter e ampliar canais de comunicação, promovendo o diálogo e melhorando o relacionamento da Empresa com seus colaboradores, parceiros, clientes, comunidade e demais partes interessadas, fortalecendo a sua imagem, sua reputação e sua marca, contribuindo, assim, para a sustentabilidade institucional.

Parágrafo único. A Política a que se refere o *caput* deste artigo está pautada pelos valores do Tecpar: ética, respeito, transparência e comunicação, compromisso com resultados e valorização das pessoas.

CAPÍTULO IV - DA RESPONSABILIDADE

Art. 5º A Diretoria Executiva é responsável por propor e o Conselho de Administração por aprovar esta Política, as estratégias e as formas de relacionamento do Instituto com seu público de interesse.

Parágrafo único: A Divisão de Relações Públicas e a Assessoria de Imprensa são responsáveis por divulgá-la, apoiando os colaboradores na sua aplicação.

CAPÍTULO V - DOS PROCEDIMENTOS GERAIS PARA EVENTOS E DA PARTICIPAÇÃO DE COLABORADORES EM REUNIÕES E EVENTOS NA QUALIDADE DE REPRESENTANTES DO TECPAR

Art. 6º Todos os eventos organizados pelo Tecpar, tais como feiras, palestras, dentre outros, sejam eles virtuais ou presenciais realizados no ambiente interno ou externo, devem ser comunicados à Divisão de Relações Públicas (DRP), preferencialmente, com antecedência de mínimo de 15 (quinze) dias, por meio de formulário eletrônico.

§1º. As áreas que necessitarem assessoramento da DRP, na organização do seu evento, devem informar o tipo de apoio necessário para a sua realização.

§2º Para dar maior visibilidade à imagem e marca Tecpar, os eventos com convidados externos deverão contemplar, em sua programação, espaço mínimo para apresentação do Instituto, assim como seus produtos e serviços.

Art. 7º Os colaboradores designados pela diretoria a representá-los ou convidados a participar de eventos na qualidade de palestrantes, painelistas e afins, devem contemplar, em suas falas, a apresentação do Instituto, seus produtos e serviços.

Art. 8º A Divisão de Relações Públicas disponibilizará, na intranet, uma apresentação padronizada do Tecpar com a finalidade de promover o alinhamento e padronização visual das apresentações do Instituto.

§1º. A apresentação a que se refere o *caput* deste artigo deve conter telas iniciais com conteúdo padrão objetivando divulgar o Instituto.

§2º. A apresentação deve conter telas em branco nas quais devem ser inseridas informações detalhadas sobre produtos e serviços da área ou assunto que está sendo apresentado.

Art. 9º A Divisão de Relações Públicas e a Divisão Comercial devem orientar os colaboradores para que apresentem o Tecpar de maneira padronizada e coerente com os objetivos estratégicos do Instituto.

Art. 10. As unidades que receberem solicitação de visita proveniente de instituições de ensino e/ou outros grupos, com a finalidade de conhecer o Instituto ou áreas específicas, devem encaminhá-la à Divisão de Relações Públicas para que tome as providências, seguindo as normas preestabelecidas.

CAPÍTULO VI - DA ATUAÇÃO SOCIALMENTE RESPONSÁVEL

Art. 11. A Divisão de Relações Públicas e a Divisão de Gestão Estratégica de Pessoas devem propor as estratégias de relacionamento do Instituto com seus colaboradores, com a comunidade onde está inserido e com as instituições da sociedade civil, com a finalidade de contribuir para a sustentabilidade institucional.

Parágrafo único: As estratégias aprovadas devem ser implementadas pelas respectivas áreas, com o acompanhamento da Divisão de Relações Públicas, e avaliação da Divisão de Gestão Estratégica.

CAPÍTULO VII - DA ASSESSORIA DE IMPRENSA

Art. 12. A Assessoria de Imprensa deve realizar a cobertura jornalística em eventos internos e externos, objetivando dar visibilidade às ações desenvolvidas pelo Tecpar.

Art. 13. As solicitações de mídias efetuadas diretamente às unidades de negócio e de apoio, devem ser encaminhadas a Assessoria de Imprensa, que fornecerá o devido direcionamento ao(s) porta-voz(es) adequado(s).

§1º. As demandas feitas diretamente às unidades devem ser encaminhadas imediatamente à Assessoria de Imprensa, para que o veículo de comunicação possa ser atendido no prazo delimitado, evitando prejuízos à imagem do instituto.

§2º. Ao ser abordado por veículo de comunicação ou profissional de imprensa, é importante que o colaborador não forneça nenhuma informação sobre ações estratégicas da empresa, enviando a demanda para a Assessoria de Imprensa respondê-la de maneira padronizada com a última informação disponível.

Art. 14. Cabe à Assessoria de Imprensa realizar *media training* com o(s) porta-voz(es) da organização, de modo que haja clareza no relacionamento com as partes interessadas e com a imprensa. A capacitação pode se dar tanto por orientações individuais prévias às entrevistas aos veículos de comunicação como por eventos coletivos.

Art. 15. A Assessoria de Imprensa é responsável pela produção dos textos a serem enviados à imprensa a partir de *briefing* verbal ou por escrito fornecido por membro da Diretoria Executiva, pelas gerências de unidades de negócios e de apoio ou por fontes por essas determinadas.

Art. 16. Compete à Assessoria de Imprensa a produção de conteúdo institucional das redes sociais, em atendimento ao Manual de Redes Sociais e Boas Práticas Digitais da Secretaria de Estado de Comunicação do Paraná (Secom).

Parágrafo único. O atendimento aos clientes e potenciais clientes que se comunicarem com o Instituto, por redes sociais, bem como a produção de conteúdo de promoção comercial de produtos/serviços voltado às redes sociais, fica sob responsabilidade da Diretoria de Novos Negócios e Relações Institucionais.

CAPÍTULO VIII - DOS PROCEDIMENTOS GERAIS PARA ASSINATURAS DE E-MAIL, CARTÕES DE VISITAS E CARIMBOS

Art. 17. Assinaturas de e-mail devem seguir as diretrizes do Governo do Estado conforme campos pré-definidos no expresso.pr.gov.br.

§1º. Assinaturas de e-mail devem ser geradas no *expresso* em Ferramentas/Preferências/Gerar assinatura.

§2º. O cargo deve ser descrito conforme deliberação (diretor, gerente ou assessor) ou de acordo com o cargo atual (analista, técnico ou assistente), se necessário.

Art. 18. Cartões de visita serão utilizados somente por diretores, assessores e gerentes.

§1º. Poderá ser confeccionado cartão de visita para a Divisão ou Setor, com as informações da Divisão ou Setor e Dados de Contato Geral da área.

§2º. Cabe aos Gerentes solicitarem a confecção da arte dos cartões de visita junto à Divisão de Relações Públicas.

Art. 19. Os carimbos das áreas deverão conter o nome do Instituto de Tecnologia do Paraná e da Divisão ou Setor. Nos casos de Diretores, Gerentes e Assessores deverão informar o cargo.

Parágrafo único. Compete aos gerentes a solicitação de confecção de carimbos.

CAPÍTULO IX - DAS DISPOSIÇÕES FINAIS

Art. 20. Cabe à Divisão de Relações Públicas o planejamento, a organização da Comunicação Visual do Instituto e orientação às demais áreas.

§1º. Compete à Divisão de Relações Públicas, mediante solicitação de qualquer unidade e após a aprovação prévia do diretor da área, confecção de materiais gráficos tais como impressos e outros materiais de comunicação visual para serem utilizados pelas unidades com a finalidade de apresentar o Instituto aos seus públicos de interesse. À Assessoria de Imprensa compete, quando couber, a redação e revisão dos conteúdos para esse fim.

§2º. A Divisão de Relações Públicas deve disponibilizar, no Portal do Tecpar, manual de identidade corporativa com orientações sobre uso da marca Tecpar.

§3º. Os materiais institucionais produzidos pelas áreas ou parceiros devem seguir as orientações do manual de identidade corporativa e serem encaminhados para validação da Divisão de Relações Públicas, no que tange ao uso da marca, antes da produção final e/ou divulgação. Como materiais institucionais, compreende-se relatórios, folders, cards virtuais, banners, vídeos, rótulos, jalecos, dentre outros.

Art. 21. O Tecpar pode realizar patrocínios para a promoção de atividades culturais, sociais, educacionais e de inovação tecnológica, conforme política de patrocínio vigente.

Parágrafo único. Solicitações de apoio e patrocínios devem ser encaminhadas à Divisão de Relações Públicas, a quem compete instruir o processo decisório.

Art. 22. Esta Política entra em vigor na data de sua aprovação pelo Conselho de Administração e será revisada sempre que houver necessidade ou num intervalo máximo de 3 anos.

CONTROLE DAS REVISÕES			
Revisão	Resolução CAD	Data	Publicação
REV00	Resolução Nº 036	29/11/2018	Site do Tecpar
REV01	Resolução Nº 027	30/10/2025	Site do Tecpar