

1. FINALIDADE

Estabelecer as diretrizes para a comunicação entre a Companhia Paulista de Trens Metropolitanos – CPTM e os seus públicos de relacionamento, de forma estratégica, integrada e sinérgica; e para a atuação dos porta-vozes na divulgação de informações, considerando sempre os valores:

- Comprometimento com a transparência, integridade e respeito;
- Ética;
- Eficiência e eficácia administrativa;
- Legalidade;
- Zelo inegociável pela melhor técnica;
- Relevância da informação;
- Sustentabilidade.

2. ABRANGÊNCIA

Aplica-se a todos os membros estatutários, diretores, empregados, estagiários além dos fornecedores, prestadores de serviços e parceiros, sejam eles pessoas físicas ou jurídicas, que atuam para ou em nome da CPTM no escopo das atividades conduzidas pela Companhia.

3. DEFINIÇÕES

3.1. Comunicação Institucional

Responsável direta pela construção e formação de uma imagem e de uma identidade corporativa forte e positiva.

3.2. Comunicação Integrada

Conjunto articulado de esforços, estratégias e ações de comunicação, com o objetivo de fortalecer o nome e a imagem da organização junto a públicos específicos e à sociedade como um todo.

3.3. Imagem Institucional

Percepção que os públicos interno e externo têm da Companhia.

3.4. Marca

É a forma que um produto ou empresa encontra de identificar-se ou de se fazer notar no mercado, podendo ser um símbolo, um sinal, um emblema, uma insígnia, uma “identidade”, cuja finalidade é identificar produtos e serviços.

3.5. Porta-Voz

Representante indicado pela Companhia, responsável pelo relacionamento com a

imprensa, em concordância com a Diretoria, para assegurar que os pronunciamentos públicos e entrevistas sejam feitos da forma mais apropriada e por meio dos canais competentes.

3.6. Público de Relacionamento

Toda e qualquer pessoa, empregados, passageiros, empresas, instituições, organizações, entidades civis, estudantes e academias, universidades, governos, imprensa, ONGs, associações de classe, acionistas/investidores, fornecedores, população em geral e quaisquer outros públicos com os quais a Companhia Paulista de Trens Metropolitanos – CPTM se relacione.

3.7. Midia Training

Curso destinado a porta-vozes que visa aperfeiçoar continuamente os mesmos em compreender a imprensa, atender adequadamente suas demandas, ser proativo e aproveitar as oportunidades para transmitir mensagens de maneira eficiente e com elas influenciar os interessados.

3.8. Crise

Evento ou percepção negativa que apresente grave ameaça aos resultados, imagem e reputação da Companhia.

3.9. Risco

Possibilidade de um evento ocorrer e afetar negativamente a realização dos objetivos corporativos, causando impacto desfavorável à criação de valor para a CPTM ou desgaste do valor existente.

4. DIRETRIZES

- Garantir uma comunicação em conformidade com a gestão estratégica e com o Plano de Negócios da Companhia;
- Assegurar uma estratégia integrada de comunicação, com disseminação das informações de forma assertiva, sinérgica, transparente, clara e de linguagem de fácil compreensão;
- Assegurar o fortalecimento da marca e da imagem institucional, comunicando-se com o público interno e externo de maneira proativa e alinhada aos valores e a cultura da Companhia;
- Implementar a comunicação como cultura, a ser disseminada pela Administração da empresa, em um processo sinérgico envolvendo todos os empregados;
- Assegurar a uniformidade das ações de comunicação, internas ou externas, das estratégias de divulgação de informações da Companhia Paulista de Trens Metropolitanos – CPTM e dos discursos dos porta-vozes sob a responsabilidade da unidade responsável pelo relacionamento com a imprensa;

- Garantir que a comunicação da Companhia Paulista de Trens Metropolitanos – CPTM seja pautada pela busca de unidade, integração e coerência, favorecendo a compreensão pelos distintos públicos e eliminando o risco de contradição de informações;
- Garantir que as informações divulgadas sejam adequadas ao público de relacionamento;
- Zelar pela divulgação de informações em conformidade com os normativos de segurança e a legislação;
- Aprimorar o relacionamento institucional com os diversos públicos de relacionamento.

5. ATUALIZAÇÕES

A CPTM revisitará a presente Política periodicamente e promoverá modificações sempre que necessário.

6. PROPONENTE

São responsáveis por essa Política o Conselho de Administração, conforme Lei 13.303/2016, Seção IV - Art.18, a Presidência – PR e a Gerência de Comunicação e Marketing – GRM.

7. DISPOSIÇÕES FINAIS

- 7.1.** É vedado aos empregados e representantes da Companhia Paulista de Trens Metropolitanos – CPTM manifestarem-se através da imprensa, em entrevistas ou declarações que não tenham sido acordadas previamente com a unidade organizacional responsável pelo relacionamento com a imprensa, ou utilizar o recurso da declaração anônima ou “em off”, quando uma informação é passada para um terceiro sem que a fonte seja identificada. O descumprimento do disposto acima poderá submeter o infrator a sanções disciplinares aplicáveis.
- 7.2.** Os porta-vozes da Companhia Paulista de Trens Metropolitanos – CPTM, são indicados pela unidade organizacional responsável pelo relacionamento com a imprensa, em concordância com a Diretoria e Gerências envolvidas, para fazer pronunciamentos públicos e/ou conceder entrevistas em nome da Companhia. A definição do porta-voz e/ou porta-vozes levará em conta o conhecimento técnico do assunto abordado e desenvoltura do empregado para transmitir as mensagens.
- 7.3.** Nas situações de crise, que acarretem risco aos resultados, à imagem e à reputação da Companhia, o Diretor Presidente deverá exercer a função de porta-voz ou poderá designar membros da Diretoria Executiva ou empregados para exercer a função de porta-voz nessas situações especificando os limites de sua atuação.
- 7.4.** É vedado aos empregados interagir com os passageiros e a população nas redes sociais em nome da Companhia Paulista de Trens Metropolitanos – CPTM sem que sejam designados para tal fim. O descumprimento do disposto acima submete o infrator a sanções disciplinares aplicáveis.

- 7.5. É vedado o uso de nomes, símbolos ou imagens que caracterizem promoção pessoal de autoridades ou de empregados.
- 7.6. As informações prestadas pelos porta-vozes devem estar alinhadas com as estratégias e os negócios da Companhia, não sendo admitida a emissão de opinião pessoal de qualquer natureza que seja em desacordo com as Políticas da Companhia Paulista de Trens Metropolitanos – CPTM.
- 7.7. Os casos não contemplados neste instrumento normativo serão analisados e deliberados pela Diretoria.
- 7.8. O disposto acima se aplica, imediatamente, para toda a CPTM, a partir da publicação do presente Política.

8. REFERÊNCIAS

- Lei 10.294, de 20 de abril de 1999;
- Lei 12.527, de 18 de novembro de 2011;
- Decreto Estadual 58.052, de 16 de maio de 2012;
- Lei 13.303, de 30 de junho de 2016, em especial o art. 8º, inciso IV e art. 18º, inciso III;
- Decreto Estadual 62.349, de 26 de dezembro de 2016;
- Código de Conduta e Integridade da CPTM;
- Estatuto Social da CPTM.

9. CONTROLE DE VERSÕES

Versão	Data	Pág.	Motivo
01	26/10/2020	Todas	RD 15461 de 16/10/2020 RCA 012 de 26/10/2020 Em cumprimento à Lei 13303/2016 e Estatuto Social da CPTM. A PR é responsável por esta Política. Texto analisado conforme: Parecer nº 0493/2020 – GRJ Relatório de Conformidade nº 028/2020 - GRI
02	25/10/2021	01	RD 16008 de 20/10/2021 RCA 044 de 25/10/2021 Em cumprimento à Lei 13303/2016 e Estatuto Social da CPTM. A PR é responsável por esta Política. Texto analisado conforme: Relatório de Conformidade nº 134/2021 - GRI
03	De acordo com o item 7	Todas	PRD PR 007 DE 02/02/204; RD 16946 DE 08/02/2024; PCA 005/2024 DE 09/02/2024; RCA 141 DE 20/02/2024; Parecer jurídico - FD.DRJP.116/2023 - Gerência Jurídica e Relatório de Conformidade nº 241/2023 da Gerência de Conformidade, Controles Internos e Gestão de Riscos. Em cumprimento a Lei 13.303/2016 e Atualização na Companhia.

10. ÍNDICE

1. FINALIDADE	1
2. ABRANGÊNCIA	1
3. DEFINIÇÕES	1
4. DIRETRIZES	2
5. ATUALIZAÇÕES	3
6. PROPONENTE	3
7. DISPOSIÇÕES FINAIS	3
8. REFERÊNCIAS	4
9. CONTROLE DE VERSÕES	5
10. ÍNDICE	5