

POLÍTICA DE COMUNICAÇÃO

I. Objetivo

Estabelecer diretrizes para preservar a imagem e a reputação da VIAVOZ e aos *Stakeholders*, engajando-os de forma proativa em uma comunicação clara, tempestiva e transparente, pautada nos nossos valores.

II. Abrangência

Todos os colaboradores (incluindo terceirizados), estagiários, jovens aprendizes, investidores, bancos, fornecedores, concorrentes, governo, órgãos reguladores, imprensa, comunidade, sociedade, entre outros.

III. Diretrizes

1. Processos, recursos, relações com *Stakeholders* e identidade da marca são administrados pela Empresa, com a ciência de que todos esses fatores impactam em sua imagem e consistem em uma forma de comunicação.
2. O processo de comunicação da VIAVOZ prevê o alinhamento de ações a fim de promover os valores, a cultura e os objetivos de negócio permitindo desenvolver, manter ou transformar a sua reputação.
3. As ferramentas de marketing utilizadas pela Empresa devem seguir os preceitos éticos estabelecidos em seu Código de Conduta Ética, respeitar os clientes e os demais públicos envolvidos, os espaços públicos e o meio ambiente, garantindo uma comunicação que não seja enganosa ou abusiva. As ações de marketing são pautadas pelas boas práticas de mercado e por órgãos reguladores da comunicação publicitária.
4. A Comissão de Gestão do Programa de Integridade – CGPI e Social Media se pautam pelo conjunto de atributos culturais da marca estabelecidos no Código de Conduto Ética, que são imprescindíveis para garantir a construção de uma visão

compartilhada sobre os objetivos organizacionais e o foco necessário para atingi-los. Os atributos culturais são:

I. Espírito de servir.

II. Execução Simples e Fácil.

III. Atuação Sistêmica e Inovadora.

IV. Colaboração e Confiança.

V. Autonomia com responsabilidade.

5. Todos os gestores da Empresa, incluindo a Diretoria-Executiva, são responsáveis por fomentar o engajamento dos colaboradores em relação às mensagens institucionais e canais internos de comunicação.

6. Canais de comunicação devem ser disponibilizados aos colaboradores, com o intuito de promover um ambiente em que a informação possa trafegar de acordo com os cinco atributos culturais da VIAVOZ.

7. O diálogo aberto, transparente, tempestivo, íntegro e relevante com os Stakeholders deve ser praticado e valorizado na VIAVOZ.

8. Nos termos da regulamentação em vigor, a VIAVOZ, reserva-se no direito de manter a confidencialidade dos assuntos que considera estratégicos, respeitando as exigências legais aplicáveis à comunicação, em especial a regulamentação aplicável às Empresas abertas.

9. Os porta-vozes autorizados podem representar a Empresa, interna ou externamente, junto a diferentes públicos de interesse ou indicar outro colaborador para tanto, de acordo com as diretrizes de comunicação.

10. A Empresa não autoriza a divulgação de seu nome, marca ou a vinculação de sua imagem sem a prévia aprovação da Social Media e Ouvidoria, em conformidade com as suas diretrizes de comunicação.

11. A Empresa mantém perfis institucionais, além de canais de atendimento ao cliente.

IV. Exceções

As exceções à essa Política deverão ser aprovadas pelo Diretor e pela Social Media e Ouvidoria.

V. Gestão de Consequências

Colaboradores, fornecedores ou outros stakeholders (públicos de interesse) que observarem quaisquer desvios às diretrizes desta Política, poderão relatar o fato ao Canal de Ética, podendo ou não se identificar:

Internamente, o não cumprimento das diretrizes desta Política enseja a aplicação de medidas de responsabilização dos agentes que a descumprirem conforme a respectiva gravidade do descumprimento, e de acordo com os normativos internos.

VI. Responsabilidades

- **Administradores e Colaboradores:** Observar e zelar pelo cumprimento da presente Política e, quando assim se fizer necessário, acionar a Social Media e a Comissão de Gestão do Programa de Integridade – CGPI para consulta sobre situações que envolvam conflito com esta Política, bem como mediante a ocorrência de situações nela descritas.
- **Social Media e Comissão de Gestão do Programa de Integridade – CGPI:** Manter essa Política atualizada, garantir que as diretrizes de comunicação da VIAVOZ sejam seguidas e definir as ações de gestão de consequência referentes à não observância do determinado nesta Política.
- **Porta-vozes:** Sócio administrador, Social Media e autorizados formalmente para falar em nome da Empresa.

VII. Documentação Complementar

- Código de Conduta Ética da VIAVOZ.

- Normas internas aperfeiçoadas constantemente, aprovadas pelas alçadas competentes e disponibilizadas a todos os colaboradores.

VIII. Conceitos e Siglas

- **Stakeholders (públicos de interesse):** Todos os públicos relevantes com interesses pertinentes à VIAVOZ, bem como indivíduos ou entidades que assumam algum tipo de risco, direto ou indireto, em face da Empresa. Entre outros, destacam-se: investidores, colaboradores, sociedade, clientes, fornecedores, parceiros, credores, governos, órgãos reguladores, concorrentes, imprensa, associações e entidades de classe, usuários dos meios de eletrônicos de pagamento e organizações não governamentais.

IX. Disposições Gerais

É competência da Comissão de Gestão do Programa de Integridade – CGPI alterar esta Política sempre que se fizer necessário.

Esta Política entra em vigor na data de sua aprovação pela Comissão de Gestão do Programa de Integridade – CGPI e revoga quaisquer normas e procedimentos em contrário.

Sinval Ladeira

Diretor

Política aprovada pela Comissão de Gestão do Programa de Integridade – CGPI em 10 de abril de 2023