



# Política de Comunicação

## **1. INTRODUÇÃO**

- 1.1 A Previc – Superintendência Nacional de Previdência Complementar- é uma autarquia especial, vinculada ao Ministério do Trabalho e Previdência. Criada em 23 de dezembro de 2009 pela lei 12.154, a Previc é responsável pela fiscalização e supervisão das atividades das entidades fechadas de previdência complementar, mais conhecidas como fundos de pensão.
- 1.2 A Previc tem como missão atuar na supervisão dos fundos de pensão de forma ágil, eficiente e transparente, com o objetivo de assegurar higidez e confiabilidade ao sistema de previdência complementar fechada brasileiro. A visão de futuro da autarquia é a de ser reconhecida como uma instituição de excelência na supervisão das entidades fechadas de previdência complementar.
- 1.3 Transformar a comunicação e o relacionamento da autarquia com seus públicos – interno e externo – é um dos objetivos estratégicos da Previc. Portanto, a comunicação tem papel estratégico e fundamental e deve auxiliar na consolidação da imagem institucional e no fortalecimento do conceito de comunicação interna e externa, funcionando como elo entre as áreas da autarquia e entre esta e seus públicos de relacionamento.
- 1.4 A excelência na consolidação da imagem da Previc deve ser buscada com o esforço constante de todos os seus servidores e colaboradores.
- 1.5 Este documento define as políticas e diretrizes de comunicação da autarquia. As orientações e recomendações aqui apresentadas devem nortear toda e qualquer ação de comunicação da Previc, de modo que a sua imagem seja a melhor possível perante os seus públicos internos e externos.

## **2. OBJETIVOS**

- 2.1 Posicionar adequadamente a Previc junto a mídia.
- 2.2 Aperfeiçoar o relacionamento institucional da autarquia com os públicos de interesse.
- 2.3 Consolidar a imagem e a reputação da Previc.
- 2.4 Aprimorar a comunicação interna.

## **3. PRESSUPOSTOS**

- 3.1 Envolvimento de todos os servidores.
- 3.2 Comprometimento da alta administração da autarquia.
- 3.3 Treinamento dos servidores para o desenvolvimento adequado de suas funções e para o relacionamento com a mídia.

3.4 Padronização do atendimento, que não é só com a mídia, mas também e, principalmente, no relacionamento com o público alvo (entidades, participantes e assistidos). A padronização envolve a confecção de manuais de editoração/redação de textos, identidade visual, participação em eventos, recepção, atendimento telefônico, secretaria, etc.

3.5 Todo o processo de identidade visual deve ser articulado com o Ministério do Trabalho e Previdência.

3.6 Parceria com a Ouvidoria para o atendimento ao público.

3.7 Mecanismos de aferição de resultados, como por exemplo a pesquisa de satisfação interna.

3.8 A comunicação da autarquia deve ser dinâmica e, portanto, sujeita a constante aperfeiçoamento.

## **4. PRINCÍPIOS BÁSICOS**

4.1 São princípios básicos da Política de Comunicação:

- a) Ter clareza, transparência e simplicidade na comunicação com os diversos públicos.
- b) Promover e valorizar a imagem institucional da Previc.
- c) Abrir e manter canais de comunicação com os diversos públicos.
- d) Procurar manter elevado o nível de satisfação dos servidores da Previc com a comunicação interna.
- e) Uniformizar os procedimentos de comunicação interna e externa, de modo a criar um padrão de relacionamento reconhecido e valorizado nas áreas de atuação da Previc.

## **5. VALORES**

5.1 Ética

5.2 Excelência

5.3 Respeito

5.4 Valorização dos servidores

5.5 Equidade

5.6 Cultura organizacional

5.7 Inovação

5.8 Foco em resultados

5.9 Sustentabilidade

5.10 Conformidade legal

## **6. PROCESSOS**

- 6.1 Gestão da comunicação
- 6.2 Gestão de conteúdo
- 6.3 Comunicação interna
- 6.4 Relação com a imprensa
- 6.5 Comunicação institucional
- 6.6 Comunicação com o sistema
- 6.7 Comunicação com a sociedade

## **7. RESPONSABILIDADES**

- 7.1 Cabe à Assessoria de Comunicação Social e Parlamentar da Previc- ACSP - conduzir os processos de comunicação, segundo as diretrizes aprovadas pela Diretoria Colegiada da autarquia.
- 7.2 Todos os servidores têm a responsabilidade de preservar a imagem da Previc e seguir as regras estabelecidas nesta política.

## **8. IDENTIDADE DA PREVIC**

- 8.1 A identidade é o conjunto de características pelas quais a Previc é reconhecida. A imagem é o conceito resultante de todas as experiências, impressões, posições, sentimentos e percepções que as pessoas têm em relação à Previc.
- 8.2 O modo como os supervisionados são atendidos e a qualidade dos serviços prestados muito contribuem para a formação de uma imagem positiva para a Previc. A coerência entre o que é comunicado e o que é realizado é que dará credibilidade à autarquia.
- 8.3 Nesse contexto, o papel da ACSP, apoiada pelas demais áreas, é cuidar para que exista estreita correspondência entre a identidade da Previc e o que se diz sobre ela, interna e externamente.

## **9. DIRETRIZES**

- 9.1 São as seguintes as diretrizes da comunicação da Previc com seus públicos de interesse:
  - a) Promover, preservar e defender a identidade da Previc, reforçando a Missão, a Visão de Futuro, os valores e os compromissos com os diferentes públicos de relacionamento.

- b) Zelar pela marca da Previc, obedecendo rigorosamente as instruções para sua aplicação, em sintonia com o Ministério do Trabalho e Previdência.
- c) Fortalecer a unidade da comunicação, traduzindo os posicionamentos de maneira clara e relevante para todos os públicos.
- d) Disseminar para toda a autarquia a convicção de que a comunicação é responsabilidade de todos, reforçando a função indelegável dos gestores como agentes de comunicação.
- e) Transmitir com clareza, transparência e simplicidade as informações necessárias para os públicos envolvidos, utilizando-se dos meios adequados.
- f) Comunicar, de forma clara, transparente, precisa, rápida e sistemática, situações ou fatos que possam afetar a imagem institucional da Previc.
- g) Preservar informações estratégicas que possam prejudicar a operação da Previc, enquanto órgão de supervisão, ou seu papel institucional.
- h) Utilizar as ferramentas e os meios adequados a cada público, buscando atingir os objetivos pretendidos.
- i) Manter informações sobre o mercado de Previdência e articular-se, de modo constante, com os setores que produzem insumos para a comunicação.
- j) Desenvolver, em parceria com todas as áreas da autarquia, ações para promover uma comunicação aberta, constante e abrangente, com os diversos públicos envolvidos.
- k) É responsabilidade do servidor o tratamento dado à informação.

## 10. ORIENTAÇÕES GERAIS

10.1. A ACSP gerenciará as ações de comunicação da Previc.

10.2. Os setores dos quais emanam as informações devem cuidar para que elas sejam geradas com elevado padrão de qualidade. Esse cuidado deve ser tomado desde o dimensionamento e detalhamento da demanda até a correção e atualização das informações, que devem ser verificadas antes de encaminhadas à ACS.

10.3. A ACSP deve apoiar, com sugestões e orientações, os gestores e técnicos na produção de material específico das áreas e nas situações de representação formal da Previc.

10.4. Cabe a cada setor específico acompanhar as etapas de produção do serviço solicitado e revisar o conteúdo, para garantir que a interpretação e abordagem estejam de acordo com a mensagem que se quer transmitir.

- 10.5. É importante que os diversos setores da autarquia não desenvolvam ações isoladas (como criação de cartilhas, *folders*, realização de eventos, etc). A coordenação dessas atribuições cabe à ACSP.
- 10.6. O uso da logomarca da Previc deve ser feito de maneira criteriosa, respeitando o formato e as cores originais. Nesse sentido, a manipulação da marca deve ser feita com o máximo de zelo, devendo ser monitorada, uma vez que a identidade visual possui grande poder de comunicação.
- 10.7. A liberação para uso da marca da Previc está sob responsabilidade da ACSP, inclusive no tocante a iniciativas de terceiros que envolvam recursos e aplicação da logomarca, que também só poderão ser concebidos mediante prévia avaliação e aprovação.

## 11. DISPOSIÇÕES GERAIS

- 11.1. Este documento entra em vigor a partir de sua aprovação pela Diretoria Colegiada da Previc e publicação de portaria no Diário Oficial da União.
- 11.2. A Política de Comunicação da Previc deve ser disponibilizada a todos os servidores e colaboradores da autarquia, bem como ao público externo, por meio do site ([www.previc.gov.br](http://www.previc.gov.br)).

# ANEXO 1 - PROCESSOS DE COMUNICAÇÃO

## 1. GESTÃO DA COMUNICAÇÃO

- 1.1 Planejar, monitorar, mensurar e avaliar as ações estratégicas de comunicação.
- 1.2 Definir as prioridades estratégicas e os temas-chave da comunicação.

## 2. GESTÃO DE CONTEÚDO

- 2.1 Propor conteúdos relevantes para a Autarquia e divulgá-los interna e externamente.
- 2.2 Definir as mídias nas quais os conteúdos serão veiculados.
- 2.3 Editar, adaptar e contextualizar os conteúdos de acordo com os veículos definidos.

## 3. COMUNICAÇÃO INTERNA

- 3.1 Criar e manter uma comunicação dinâmica e educativa para o público interno, capaz de motivá-lo e comprometê-lo com os objetivos estratégicos da Autarquia.
- 3.2 Apoiar as áreas interessadas no desenvolvimento de ações de comunicação.
- 3.3 Sensibilizar os servidores para os temas de interesse da Previc.

## 4. RELAÇÃO COM A IMPRENSA

- 4.1 Desenvolver, manter e ampliar os fluxos de comunicação entre a Previc e a imprensa.
- 4.2 Produzir conteúdo jornalístico para a imprensa.
- 4.3 Produzir notícias para o sítio eletrônico.
- 4.4 Propor ações estratégicas para o melhor posicionamento da Autarquia em relação a temas sensíveis.
- 4.5 Responder as demandas da mídia, de forma clara, transparente e objetiva, preservando informações respaldadas por sigilo.
- 4.6 Promover a capacitação dos porta-vozes da Previc no relacionamento com a imprensa (*media training*).

## **5. COMUNICAÇÃO INSTITUCIONAL**

- 5.1 Promover processos que potencializem eficiência, eficácia e sinergia em todas as ações de comunicação da Previc.
- 5.2 Desenvolver a melhor estratégia para veicular mensagens ou informações de interesse da Autarquia.
- 5.3 Coordenar a criação de projetos de programação visual para a divulgação da Previc.
- 5.4 Colaborar na organização, promoção, acompanhamento e avaliação dos eventos internos e externos.

## **6. COMUNICAÇÃO COM O SISTEMA**

- 6.1 Estreitar o relacionamento da Previc com as entidades do sistema para, dessa forma, atingir também participantes e assistidos.
- 6.2 Manter um fluxo regular de informações e entrevistas com os veículos especializados do sistema.

## **7. COMUNICAÇÃO COM A SOCIEDADE**

- 7.1 Apoiar as ações da Ouvidora para que a Previc consiga responder as demandas da sociedade, de forma clara, transparente e objetiva.
- 7.2 Intermediar, quando necessário, a relação de participantes e assistidos com as entidades.
- 7.3 Aproveitar, sempre que possível, a participação em eventos públicos para divulgar o papel da Previc e a importância da Previdência Complementar para o público em geral.

## **8. ATUAÇÃO EM MÍDIAS SOCIAIS**

- 8.1 Divulgar conteúdos de interesse da sociedade nas principais mídias sociais.
- 8.2 Estabelecer canais de comunicação com os cidadãos.





 **PREVIC**  
Superintendência Nacional de  
Previdência Complementar