

	PREVIDÊNCIA BRB	Página	Grau de Sigilo \$
	Política de Comunicação Institucional	1/6	00 - Público

TÍTULO:	Política de Comunicação Institucional
CLASSIFICAÇÃO:	Documento Executivo
REFERENCIAL NORMATIVO:	<p>Lei Complementar nº 109, de 29 de maio de 2001</p> <p>Resolução CGPC nº 13, de 1º de outubro de 2004</p> <p>Resolução CGPC nº 23, de 06 de dezembro de 2006</p> <p>Lei nº 13.709, de 14 de agosto de 2018</p> <p>Código de Conduta e Ética</p>
ASSUNTO:	Estabelecer as diretrizes para a gestão da comunicação institucional e do relacionamento da REGIUS com seu público de interesse, com a finalidade de fortalecer a imagem Institucional em cumprimento ao referencial estratégico, primando pelos princípios éticos da Entidade.
ELABORADOR:	Área de Comunicação
APROVAÇÃO:	<p>Revisão 00</p> <p>Aprovada na 1.049ª reunião da Diretoria Executiva, de 06/12/2019</p> <p>Aprovada na 573ª reunião do Conselho Deliberativo, de 10/12/2019</p>
	<p>Revisão 01</p> <p>Aprovada na 1110ª reunião da Diretoria Executiva, de 25/03/2021</p> <p>Aprovada na 591ª reunião do Conselho Deliberativo, de 31/03/2021</p>
	<p>Revisão 02</p> <p>Aprovada na 1191ª reunião da Diretoria Executiva, de 29/09/2022</p> <p>Aprovada na 624ª reunião do Conselho Deliberativo, de 26/10/2022</p>
	<p>Revisão 03</p> <p>Aprovada na 1276ª reunião da Diretoria Executiva, de 05/01/2024</p> <p>Aprovada na 662ª reunião do Conselho Deliberativo, de 30/01 /2024</p>

	PREVIDÊNCIA BRB	Página	Grau de Sigilo \$
	Política de Comunicação Institucional	2/6	00 - Público

ÍNDICE

1. OBJETIVO	3
2. VALORES.....	3
3. PÚBLICOS ALVOS	3
4. CONCEITOS.....	3
5. ABRANGENCIA	4
6. DIRETRIZES.....	4
7. GESTÃO DE CRISE DE IMAGEM	5
8. CANAIS E INSTRUMENTOS DE COMUNICAÇÃO	5
9. RESPONSABILIDADE	6
10. DISPOSIÇÕES GERAIS	6
11. VIOLAÇÕES E PENALIDADES.....	6

	PREVIDÊNCIA BRB	Página	Grau de Sigilo \$
	Política de Comunicação Institucional	3/6	00 - Público

1. OBJETIVO

Estabelecer os princípios, os valores e as posturas que orientarão as ações de comunicação e de relacionamento da Entidade com os públicos de interesse ou estratégicos, visando fortalecer, preservar e consolidar a imagem e a marca da PREVIDÊNCIA BRB, garantindo a transparência das ações, a preservação da Entidade, a construção de relações duradoras e sua credibilidade e prestígio no mercado previdenciário.

2. VALORES

A Comunicação Institucional da REGIUS, doravante denominada PREVIDÊNCIA BRB reger-se-á pelos seguintes princípios:

- Transparência;
- Legalidade;
- Ética;
- Moralidade;
- Confiabilidade;
- Integridade;
- Responsabilidade Corporativa;
- Responsabilidade Socioambiental;
- Respeito à diversidade e aos direitos fundamentais.

3. PÚBLICOS ALVOS

Público Externo: Participantes e assistidos e demais beneficiários dos Planos de Benefícios, representantes das patrocinadoras e dos instituidores, empregados não participantes dos patrocinadores e pessoas que possuem vínculos com instituidores bem como seus familiares, correspondentes e/ou agentes que atuem em nome da PREVIDÊNCIA BRB, entidades de classe, sindicatos ou associações vinculados ou não aos participantes e assistidos, Órgãos de Fiscalização direta e indireta, organizações parceiras, imprensa, Instituições financeiras, auditores independentes, consultores, outras entidades de previdência complementar, governo, prestadores de serviços.

Público Interno: Membros dos Órgãos Estatutários, gestores e colaboradores.

4. CONCEITOS

Comunicação: processo de interação entre dois ou mais interlocutores, que buscam trocar informações entre si.

Comunicação externa: conjunto de ações de comunicação realizadas pela PREVIDÊNCIA BRB para alcançar os públicos externo.

Comunicação institucional: processo de comunicação que almeja atingir tanto o público interno quanto o externo por meio de ações que reflitam os valores e os objetivos da Entidade.

Comunicação interna: conjunto de ações de comunicação que tem por finalidade alcançar o público interno.

Comunicação mercadológica: conjunto de ações de marketing e publicidade com a finalidade de venda ou melhoria dos produtos ou serviços oferecidos pela PREVIDÊNCIA BRB.

Elaborador: Área de Comunicação

Aprovador: CONDE

	PREVIDÊNCIA BRB	Página	Grau de Sigilo \$
	Política de Comunicação Institucional	4/6	00 - Público

Gestão da marca: conjunto de estratégias com o objetivo de criar, proteger e de consolidar a marca PREVIDÊNCIA BRB.

Imagem Institucional – imagem a ser transmitida e assimilada pelos receptores.

Agentes de comunicação – conselheiros, diretores, gestores, participantes, colaboradores.

5. ABRANGENCIA

Esta Política aplica-se aos conselheiros, diretores, empregados, gestores, participantes e assistidos, contratados, fornecedores, parceiros e outras partes envolvidas com a PREVIDÊNCIA BRB. Deve ser lida e conhecida por todos os usuários da informação.

Esta Política é aplicável a qualquer ação interna ou externa relativa à divulgação de documentação institucional e a divulgação de informações institucionais por qualquer meio que exponha a imagem ou a marca da PREVIDÊNCIA BRB.

6. DIRETRIZES

6.1 GLOBAIS

6.1.1. Fortalecimento da marca PREVIDÊNCIA BRB que se dará, principalmente, pela:

a) Promoção e a divulgação da marca visando fortalecer, preservar e dar credibilidade e a segurança na marca na PREVIDÊNCIA BRB e, ainda, garantindo que a Entidade se apresente à sociedade de maneira alinhada aos seus valores e não fragmentada;

b) Adoção de estratégias de gestão da marca e de programa de identidade visual e verbal consistente.

6.1.2. Unidade do discurso - A comunicação da PREVIDÊNCIA BRB terá como premissa a unidade, de modo que o discurso institucional se apresente íntegro e coerente, favorecendo a leitura por distintos públicos de interesse. Todas as áreas da PREVIDÊNCIA BRB são agentes de comunicação e deverão manter a unidade do discurso, bem como alinhar os seus procedimentos às diretrizes da Política de Comunicação Institucional.

6.1.3. Qualidade da informação - A Comunicação da PREVIDÊNCIA BRB terá por base o respeito e cumprimento dos seus Valores, do Código de Conduta Ética e da Lei Geral de Proteção de Dados Pessoais, devendo garantir que o tratamento dado à divulgação de informações e o nível de complexidade do discurso estejam alinhados à participação dos públicos-alvo e que o formato adotado seja de fácil manuseio, consistente, acessível e seguro.

6.1.4. Clareza e precisão da informação - Na comunicação da PREVIDÊNCIA BRB as informações deverão ser claras, verídicas, precisas e de forma transparente, fidedigna, ágil, objetiva e direta. Os textos deverão ter linguagem simples e completa, pois, mesmo em se tratando de temas complexos, precisam ser de fácil entendimento e deverá, ainda, adotar o melhor formato considerando a linguagem e o meio de comunicação.

6.1.5. Padrão de Identidade Visual - Todos os veículos de comunicação da PREVIDÊNCIA BRB deverão manter padrão da identidade visual, primando sempre pela percepção de qualidade, confiança e idoneidade.

6.1.6. Imagem da PREVIDÊNCIA BRB – Todos os que se relacionam com a Entidade, colaboradores, dirigentes, terceiros, são responsáveis pela preservação da imagem da Entidade.

6.1.7. Situação de crise de imagem – serão utilizados meios estratégicos de comunicação, de modo a limitar o foco da exposição e tratar o problema de forma tempestiva, minimizando os efeitos do problema.

6.2. ESPECÍFICAS

6.2.1. As estratégias de comunicação para interação com os colaboradores deverão primar pela cultura corporativa que traduza a missão, a visão e os valores da PREVIDÊNCIA BRB.

	PREVIDÊNCIA BRB	Página	Grau de Sigilo \$
	Política de Comunicação Institucional	5/6	00 - Público

6.2.2. A Comunicação Institucional da Entidade, além de promover, preservar e defender a identidade da PREVIDÊNCIA BRB, deverá reforçar o referencial estratégico estampado na Missão, Visão, os Valores e, ainda, ter o compromisso com os diferentes públicos de relacionamento.

6.2.3. Na comunicação com o participante deverão ser demonstrados e esclarecidos os aspectos dos Planos de Benefícios administrados, seus diferenciais, promovendo a educação financeira e previdenciária e a orientação de buscar a proteção social na idade madura, seja por novas adesões, seja na manutenção de planos previdenciários.

6.2.4. A efetividade da comunicação, com os variados públicos, deverá ser mensurada por indicadores, conforme dispuser o normativo do processo de comunicação.

6.2.5. Todas as áreas da Entidade devem se conscientizar que o Participante é o cliente prioritário. Nesse sentido, devem buscar a sinergia e a empatia na prestação dos serviços e nas ações comunicativas e de relacionamento.

6.2.6. As ações de comunicação deverão prever medidas específicas que visem a ampliação da adesão aos Planos de Benefícios administrados.

6.2.7. A comunicação prezarão por conhecer os anseios e expectativas dos seus públicos de relacionamento, pesquisar suas demandas, identificar ameaças e oportunidades, para então analisar o ambiente e propor o que deve ser realizado, planejando todas as formas de divulgação;

6.2.8. A gestão do conteúdo de comunicação deverá ser realizada desde a sua elaboração até a sua disponibilização, arquivamento ou descarte.

6.2.9. Na gestão de crise, as ações de comunicação deverão garantir que a comunicação integre as instâncias da Alta Administração, de modo que se construa uma estratégia única de enfrentamento pela PREVIDÊNCIA BRB.

6.2.10. Na gestão de informações deverá ser garantido o sigilo das informações confidenciais que a PREVIDÊNCIA BRB tenha acesso, primando pela privacidade, inviolabilidade da intimidade, honra e imagem dos titulares dos dados.

6.2.11. No tratamento de acesso a informações e dados é de responsabilidade dos membros dos Órgãos Estatutários, gestores e demais colaboradores o tratamento dos dados a que tiverem acesso.

6.2.12. As estratégias de comunicação serão definidas a partir de planejamento específico, no Plano Anual de Comunicação, considerando o Planejamento Estratégico da Entidade e as necessidades de comunicação.

7. GESTÃO DE CRISE DE IMAGEM

7.1. Existindo qualquer crise relativa à imagem, reputação ou credibilidade em relação à PREVIDÊNCIA BRB perante a sociedade, aos colaboradores ou participantes, causada pela divulgação de informações veiculadas interna ou externamente, será imediatamente convocado o Comitê de Gerenciamento de Crise e de imagem para tratar o assunto até que o estado de normalidade seja recuperado.

7.2. O Comitê deverá ser acionado sempre que forem identificadas vulnerabilidades internas ou externas que possam afetar a imagem, bem como quando os indicadores que medem a imagem da Entidade apresentarem desvios ou mudança de tendência.

7.3. Todas as ações do Comitê de Gerenciamento de Crise e de Imagem serão realizadas de forma imediata e oficial, junto a órgãos internos, externos, inclusive junto à imprensa ou outros órgãos envolvidos, visando sanar o motivo da crise.

7.4. O Comitê de Gerenciamento de Crise e de Imagem será formado, conforme dispuser o seu regimento interno, cabendo ao seu presidente acionar o Comitê sempre que forem verificadas vulnerabilidades internas ou externas que possam afetar a imagem da Entidade.

8. CANAIS E INSTRUMENTOS DE COMUNICAÇÃO

	PREVIDÊNCIA BRB	Página	Grau de Sigilo \$
	Política de Comunicação Institucional	6/6	00 - Público

A PREVIDÊNCIA BRB disponibilizará Canal de Ética para o recebimento de denúncias, sugestões e dúvidas de condutas consideradas antiéticas ou que violem os princípios éticos e padrões de condutas e ou legislação vigente em fatos relacionados à Entidade.

A comunicação se utilizará de canais institucionalizados, de forma integrada, buscando maior eficiência operacional e aderência à estratégia da marca PREVIDÊNCIA BRB e será realizada por diversos instrumentos de comunicação, tais como: site institucional, plataforma *moodle*, vídeos, *e-mail marketing*, publicações, campanhas, revista eletrônica, marcas e logos institucionais, encontros, reuniões, *workshop*, intranet, dentre outros.

Os canais, instrumentos de comunicação, estratégias e táticas serão dispostos no Plano Anual de Comunicação.

9. RESPONSABILIDADE

A gestão do processo de comunicação institucional caberá à área de comunicação da Entidade, que se responsabilizará para o atendimento aos ditames desta Política, demais normativos e legislação afeta à comunicação, à disponibilização de informações e dados e à veiculação publicitária.

A gestão e o zelo com a imagem e a comunicação institucional da Entidade é de responsabilidade da área de comunicação institucional e de todo o seu corpo diretivo e funcional (diretores, conselheiros, empregados, colaboradores e contratados).

A seleção e contratação de agência, consultoria, assessoria de Comunicação e Marketing é de responsabilidade da área de comunicação e a aprovação da Diretoria Executiva.

A seleção adotará técnica e preço, sendo necessária a comprovação com atestado de capacidade técnica no segmento da escolha, comprovação de competência e expertise do time dos profissionais mediante análise curricular e atestado de serviços executados e, análise da capacidade e estrutura da empresa para prestar os serviços.

Os profissionais responsáveis pela gestão do processo de comunicação deverão ter formação superior e, preferencialmente, especialização na área de comunicação e marketing ou correlatos.

10. DISPOSIÇÕES GERAIS

A implementação das diretrizes tratadas nesta Política será feita por outros instrumentos normativos, conforme o direcionamento do sistema normativo da Entidade.

Esta Política foi elaborada pela área de comunicação, analisada e aprovada pela Diretoria Executiva e pelo Conselho Deliberativo e deve ser atualizada e avaliada na periodicidade que a mantém alinhada ao direcionamento, aos valores e aos objetivos de comunicação da Entidade, sendo que a revisão terá como limite 3 anos, entrando em vigor a partir da sua aprovação pelo Conselho Deliberativo da Entidade.

11. VIOLAÇÕES E PENALIDADES

As sanções serão as previstas no Regulamento Disciplinar, Código de Conduta e Ética e legislação vigente.