



POLÍTICA DE COMUNICAÇÃO

Brasília/DF

Aprovada pelo Conselho Deliberativo na 120ª Reunião Ordinária, de 24 de fevereiro de 2023, por meio da Resolução nº 557.

Vigência: 05/04/2023

SUMÁRIO

CAPÍTULO I – DISPOSIÇÕES GERAIS	3
Seção I – OBJETIVO.....	3
Seção II – APLICAÇÃO	3
Seção III – REFERÊNCIAS	3
Seção IV – DEFINIÇÕES	4
CAPÍTULO II – DOS PRINCÍPIOS E DIRETRIZES	6
CAPÍTULO III – GESTÃO DA COMUNICAÇÃO	8
Seção I – GESTÃO DO CONTEÚDO	8
Seção II – GESTÃO DE FONTES	9
Seção III – GESTÃO DOS CANAIS DE COMUNICAÇÃO	10
Seção IV – GESTÃO DA MARCA	10
Seção V – GESTÃO DE CRISE	10
CAPÍTULO IV – TRATAMENTO E SIGILO DE INFORMAÇÕES	11
Seção I – TRATAMENTO E SIGILO DOS DADOS	11
Seção II – USO DE DADOS	11
Seção III – RETIFICAÇÃO DE INFORMAÇÕES	12
CAPÍTULO V – DISPOSIÇÕES FINAIS	12

O CONSELHO DELIBERATIVO DA FUNDAÇÃO DE PREVIDÊNCIA COMPLEMENTAR DO SERVIDOR PÚBLICO DO PODER EXECUTIVO FEDERAL, NO USO DAS ATRIBUIÇÕES QUE LHE CONFERE O INCISO I DO ART. 34 DO ESTATUTO, APROVA OS PRINCÍPIOS E DIRETRIZES DE COMUNICAÇÃO CORPORATIVA.

CAPÍTULO I DISPOSIÇÕES GERAIS

Seção I OBJETIVO

Art. 1º. A Política de Comunicação da Fundação de Previdência Complementar do Servidor Público Federal do Poder Executivo – Funpresp-Exe terá por objetivo estabelecer princípios, diretrizes e orientações gerais das estratégias e ações de comunicação corporativa desenvolvidas pela Entidade.

Seção II APLICAÇÃO

Art. 2º. Esta Política aplica-se à estrutura organizacional e aos profissionais da Funpresp-Exe.

Seção III REFERÊNCIAS

Art. 3º. Serão utilizados como referência os seguintes normativos:

- I - Lei Complementar nº 108, de 29 de maio de 2001;
- II - Lei Complementar nº 109, de 29 de maio de 2001;
- III - Lei nº 12.618, de 30 de abril de 2012;
- IV - Lei nº 12.965, de 23 de abril de 2014;
- V - Lei nº 13.709, de 14 de agosto de 2018;

- VI - Lei nº 12.527, de 18 de novembro de 2011;
- VII - Resolução CNPC nº 32, de 4 de dezembro de 2019;
- VIII - Estatuto da Funpresp-Exe;
- IX - Regimento Interno da Funpresp-Exe;
- X - Código de Ética e de Conduta;
- XI - Política de Privacidade e de Proteção de Dados;
- XII - Política de Relacionamento com Participantes, Assistidos e Patrocinadores;
- XIII - Política de Gestão e Segurança da Informação;
- XIV - Política de Gestão de Integridade, Riscos e Controles Internos; e
- XV - Guia de Referência/Abrapp – Política de Comunicação nas Entidades Fechadas de Previdência Complementar.

Seção IV

DEFINIÇÕES

Art. 4º Para fins desta Política considera-se:

- I - ASSISTIDOS: participantes ou seus beneficiários em gozo de benefício de prestação continuada;
- II - FONTES: porta-vozes autorizados em função da sua competência ou designados para manifestar-se em nome da Funpresp-Exe;
- III - GECOM: Gerência de Comunicação e Relacionamento da Funpresp-Exe;
- IV - GESTORES: gerentes e coordenadores da Funpresp-Exe;
- V - GUIA DA MARCA: documento que discrimina as regras para o uso de cores e fontes que garantem a padronização da marca Funpresp-Exe;
- VI - IDENTIDADE VISUAL: conjunto de elementos gráficos que refletem um nome, ideia, produto, empresa ou serviço;

VII - IMAGEM INSTITUCIONAL: percepções que são transmitidas ao público por meio de ações, formas e conteúdo que formam sua reputação;

VIII - IMPRENSA: veículos e profissionais de comunicação externos;

IX - MARCA: representação simbólica de uma entidade, que pode ser interpretada por uma logomarca, valores e conceitos que definem uma empresa;

X - MARKETING DIGITAL: conjunto de ações utilizadas em ambiente digital, telefonia celular ou outros meios para divulgar seus produtos e marcas a fim de fidelizar seus clientes e atrair novos;

XI - MARKETING INSTITUCIONAL: estratégia para promover uma marca ou instituição, destacando seus valores e impactos positivos que geram valor para a vida de seus clientes;

XII - MÍDIA: meios de comunicação como rádio, TV, jornal, blogs e sites de internet;

XIII - ÓRGÃOS DE GOVERNANÇA: Conselho Deliberativo, Conselho Fiscal e Diretoria Executiva;

XIV - PARCEIROS: prestadores de serviços que atuam junto à Funpresp-Exe;

XV - PARTICIPANTES: pessoa física que aderir e permanecer filiada a um dos planos de benefícios administrados pela Funpresp-Exe;

XVI - PATROCINADORES: órgãos da administração direta, autarquias e fundações dos Poderes Executivo e Legislativo Federais;

XVII - PROFISSIONAL: servidor público ou empregado cedido, estagiário e profissional de empresa contratada para prestação de serviços à ela Funpresp-Exe;

XVIII - PÚBLICO DE INTERESSE: participantes, assistidos, beneficiários, patrocinadores, servidores públicos federais, consultores e gestores, representantes das entidades de previdência complementar e dos servidores públicos;

XIX - REPRESENTANTES DAS ENTIDADES REPRESENTATIVAS DE PREVIDÊNCIA COMPLEMENTAR: sindicatos, federações, associações e organizações de entidades de previdência complementar;

XX - REPRESENTANTES DAS ENTIDADES REPRESENTATIVAS DOS SERVIDORES PÚBLICOS: sindicatos, federações, associações e organizações de servidores públicos; e

XI - RISCO DE IMAGEM: possibilidade de ocorrência de eventos que podem comprometer a confiança dos participantes e demais partes envolvidas em relação à capacidade da Fundação de cumprir sua missão.

CAPÍTULO II

DOS PRINCÍPIOS E DIRETRIZES

Art. 5º. As estratégias e ações de comunicação serão fundamentadas nos valores da Funpresp-Exe e pautadas em princípios e boas práticas de comunicação corporativa:

I - Transparência: disponibilização de informações de interesse dos participantes, assistidos, patrocinadores e demais interessados, de forma contínua, ampla, tempestiva, clara e precisa.

II - Ética: comportamento ético, por meio do zelo pela integridade pessoal e profissional dos colaboradores;

III - Tempestividade: atendimento célere e adequado às características da demanda e do solicitante;

IV - Proatividade: antecipação às necessidades e aspirações dos públicos de interesse, bem como zelo pela imagem institucional;

V - Excelência técnica: qualidade almejada das informações e serviços prestados que garante a comunicação correta, objetiva e clara;

VI - Inovação: exploração de novas soluções, que visam a aperfeiçoar constantemente os canais, produtos e serviços de comunicação;

VII - Interatividade: escuta ativa, compreensão e interação, na busca pelo engajamento do público de interesse; e

VIII - Privacidade: direito fundamental no tratamento de dados pessoais, de acordo com a legislação aplicável.

Art. 6º Tendo como referência o Planejamento Estratégico da Funpresp-Exe, serão diretrizes da comunicação corporativa:

I - Fortalecer e consolidar a imagem institucional da Entidade como referência em transparência, governança, atendimento de excelência e zelo na gestão dos recursos que administra;

II - Potencializar a assertividade da comunicação para captação e fidelização de participantes dos planos de benefícios;

III - Pautar as ações de comunicação sob a ótica do participante, priorizando soluções que agreguem valor e satisfação a este público;

IV - Estimular o relacionamento institucional ativo com participantes, assistidos, patrocinadores, parceiros e sociedade em geral;

V - Buscar, de forma progressiva, implementar as melhores práticas de acessibilidade; assegurando a todos os públicos, independentemente de suas capacidades físico-motoras e/ou perceptivas, o acesso a produtos, serviços e informações da Entidade;

VI - Divulgar as ações de educação financeira e previdenciária;

VII - Disseminar informações e esclarecimentos no âmbito interno a respeito da Missão e Visão da Funpresp-Exe; e

VIII - Estimular a interação entre os colaboradores para promover sensação de pertencimento e motivação do público interno.

CAPÍTULO III

GESTÃO DA COMUNICAÇÃO

Seção I

GESTÃO DO CONTEÚDO

Art. 7º Os conteúdos de comunicação corporativa produzidos para consecução das atividades de assessoria de imprensa, promoção de eventos, comunicação institucional externa e interna, marketing digital e de conteúdo, publicações, entre outros, deverão observar as seguintes orientações:

- I - Linguagem simples: busca permanente de utilização de conteúdos digitais, termos, frases, expressões de fácil entendimento;
- II - Precisão técnica: alinhamento entre as mensagens transmitidas e os dados técnicos dos processos e serviços da Funpresp-Exe;
- III - Entrega de valor: fortalecimento da percepção a todo o público de interesse quanto ao valor dos serviços e produtos oferecidos pela Funpresp-Exe;
- IV - Integração: coerência entre as mensagens institucionais e informativas veiculadas pelos diferentes canais de comunicação e atendimento, buscando padronizar e harmonizar as informações;
- V - Segmentação: direcionamento das ações de comunicação para cada um dos públicos da Funpresp-Exe, considerando suas características, necessidades e interesses em comum; e
- VI - Humanização: aproximação com o público, conciliando o uso da tecnologia com técnicas de atendimento baseadas na empatia, na exclusividade e no diálogo.

Art. 8º O planejamento e execução das ações de comunicação observarão pesquisas qualitativas e quantitativas, monitoramento de mídias digitais e convencionais, bem como temas demandados por meio dos canais de atendimento.

Art. 9º Orientações procedimentais relativas ao tipo, formato, temporalidade e monitoramento de conteúdos serão estabelecidos em normativo específico.

Seção II

GESTÃO DE FONTES

Art. 10. As fontes da Funpresp-Exe serão definidas, prioritariamente, conforme o público ao qual se dirige e às ações para as quais são voltadas.

Art. 11. A Diretoria Executiva, representada por seus membros, atuará como fonte prioritária na comunicação com o público externo e interno.

Art. 12. O presidente do Conselho Deliberativo e, em caso de impedimento deste, seu substituto, atuará como fonte nos assuntos que transcendam a competência da Diretoria Executiva ou naqueles em que houver conflito de interesse.

Art. 13. Os gestores poderão atuar como fontes nas ações voltadas para o público externo e interno da Fundação a partir da avaliação de conveniência e oportunidade pela Gerência de Comunicação e Relacionamento (Gecom).

Art. 14. As manifestações emitidas pelas fontes afetam diretamente a imagem da Fundação, razão pela qual deverão buscar alinhamento com a Gecom antes de conceder entrevistas à imprensa ou pronunciar-se publicamente.

Art. 15. Sempre que possível, a Gecom acompanhará as entrevistas e manifestações públicas das fontes da Funpresp-Exe.

Art. 16. As manifestações institucionais, o uso de imagem e voz de colaboradores, membros dos órgãos colegiados e as instalações da Fundação poderão ser utilizados exclusivamente com o devido consentimento, conforme normativos internos e legislação vigente.

Art. 17. A utilização da marca e da imagem institucional, bem como citações à Fundação em ambientes privados ou pessoais pelos colaboradores, deverão considerar as disposições do Código de Ética e de Conduta e demais normativos internos relacionados à orientação da conduta do colaborador.

Seção III

GESTÃO DOS CANAIS DE COMUNICAÇÃO

Art. 18. A Funpresp-Exe utilizará os canais mais eficientes para o cumprimento das diretrizes previstas nesta Política, observando a natureza da mensagem, os formatos adequados, o engajamento do público de interesse e as melhores práticas do mercado.

Seção IV

GESTÃO DA MARCA

Art. 19. A utilização da marca, sua aplicação e o conjunto de elementos que representam a identidade visual da Funpresp-Exe deverão seguir a padronização definida pelo “Guia da Marca”, tutorial elaborado pela Gecom.

Seção V

GESTÃO DE CRISE

Art. 20. Cenários e situações que possam ocasionar risco de imagem à Funpresp-Exe deverão ser continuamente monitorados pela Gecom, adotando, no campo da comunicação, e sem prejuízo de outras medidas, estratégias e ações para prevenir situações de crise ou lidar com o impacto do risco.

Art. 21. A Gecom adotará as medidas previstas na Política de Gestão de Integridade, Riscos e Controles Internos, na Política de Gestão e Segurança da Informação e demais normativos relacionados, para identificar e responder a eventos de risco de imagem que possam comprometer os objetivos estratégicos da Entidade.

Art. 22. Todos os colaboradores deverão zelar pela imagem institucional da Fundação e, sempre que identificado eventual problema, falha, erro ou outras circunstâncias que possam afetar negativamente a imagem da Fundação, deverão comunicar tempestivamente a Gecom, sem prejuízo de outras instâncias envolvidas.

CAPÍTULO IV

TRATAMENTO E SIGILO DE INFORMAÇÕES

Seção I

TRATAMENTO E SIGILO DOS DADOS

Art. 23. No desenvolvimento das estratégias e ações de comunicação deverão ser observadas as disposições da Política de Gestão de Segurança de Informação, da Política de Privacidade e de Proteção de Dados, dos demais normativos internos e da legislação vigente.

Seção II

USO DE DADOS

Art. 24. As ações de comunicação poderão utilizar informações coletadas pelo acesso ao portal ou aplicativos, pelo banco de dados dos servidores públicos, pelos dados fornecidos no momento da adesão, voluntária ou automática, ou pelos patrocinadores, respeitando o disposto no Convênio de Adesão à Funpresp-Exe, os normativos internos e a legislação vigente.

Art. 25. As informações coletadas serão utilizadas para ações de comunicação e produção de conteúdos segmentados por perfil de usuários, observados os princípios da finalidade e necessidade, que deverão se relacionar diretamente aos interesses do destinatário, observada a legislação vigente de proteção de dados e os normativos da Funpresp-Exe.

Art. 26. Todos os colaboradores, gestores, dirigentes e parceiros devem proteger os dados e as informações sensíveis as quais têm acesso, alinhado à estratégia de comunicação e divulgação, aos normativos internos e à legislação vigente.

Seção III

RETIFICAÇÃO DE INFORMAÇÕES

Art. 27. As informações divulgadas com conteúdo equivocado ou impreciso deverão ser retificadas tempestivamente, de acordo com estratégia definida pela Gecom e a validação das unidades responsáveis pelas informações.

Parágrafo único. As retificações deverão atender ao princípio da Transparência previsto no art. 5º, seja nas informações primárias ou secundárias, com o registro da motivação e a data da atualização da retificação.

CAPÍTULO V

DISPOSIÇÕES FINAIS

Art. 28. A Gecom será a unidade responsável pela gestão do conteúdo, dos canais de comunicação, da marca e de todas as demais ações de comunicação corporativa relativas às estratégias e ações de comunicação da Funpresp-Exe.

Art. 29. Os princípios e as diretrizes desta Política devem ser amplamente divulgados, visando à conscientização de seu conteúdo e à aderência por todos os profissionais e parceiros da Funpresp-Exe.

Art. 30. Esta Política entrará em vigor na data de sua publicação.

Art. 31. Fica revogada a Política de Comunicação e Divulgação de Informações aprovada pela Resolução CD n. 159, de 26 de julho de 2017.

Controle de Versões

Revisão	Data
02	05/04/2023