

POLÍTICA DE COMUNICAÇÃO

UNIDADE GESTORA: DIREX - Diretoria Executiva

Aprovada pelo Conselho Deliberativo do SERGUS em 20/10/2025

SUMÁRIO

CAPÍTULO I - APRESENTAÇÃO	2
CAPÍTULO II - OBJETIVO	2
CAPÍTULO III - VALORES E PRINCÍPIOS	2
CAPÍTULO IV - ABRANGÊNCIA	3
CAPÍTULO V - PÚBLICOS DE INTERESSE	3
CAPÍTULO VI - TIPOS DE COMUNICAÇÃO	3
CAPÍTULO VII - CANAIS E INSTRUMENTOS DE COMUNICAÇÃO	4
CAPÍTULO VIII - DIRETRIZES	4
CAPÍTULO IX - RESPONSABILIDADES	6
CAPÍTULO X - CONDUTA DE COMUNICAÇÃO PARA REPRESENTANTES INSTITUCIONAIS	7
CAPÍTULO XI - GESTÃO DE CRISE DE IMAGEM	8
CAPÍTULO XII - VIOLAÇÕES DA POLÍTICA	8
CAPÍTULO XIII - DISPOSIÇÕES FINAIS	8

CAPÍTULO I - APRESENTAÇÃO

Art. 1º O Instituto Banese de Seguridade Social - SERGUS, por meio desta Política de Comunicação, reafirma seu compromisso institucional com uma comunicação transparente e ética, alinhada aos valores e objetivos estratégicos. Fundamentada nos princípios da boa governança, esta Política busca fortalecer o relacionamento com participantes e assistidos, patrocinadores, colaboradores e demais partes interessadas.

CAPÍTULO II - OBJETIVO

Art. 2º Garantir o fluxo eficaz de informações entre o SERGUS e seus públicos interno e externo, promovendo o entendimento mútuo, o fortalecimento da cultura organizacional e a construção de uma imagem institucional sólida e confiável, em conformidade com os normativos internos e as legislações aplicáveis, considerando:

I - Comunicação interna: A comunicação interna deve promover a integração e o engajamento dos colaboradores, fortalecendo o senso de pertencimento e a cultura organizacional, além de estimular a escuta ativa, o diálogo contínuo e o compartilhamento de informações e conhecimentos. Também deve padronizar fluxos entre áreas e níveis hierárquicos, definindo formatos e canais adequados para reduzir falhas de comunicação e retrabalho. Ao incentivar a comunicação horizontal e multidirecional, fomenta-se um ambiente colaborativo e transparente, assegurando a divulgação clara e regular de informações estratégicas, táticas e operacionais, em alinhamento com os valores da Entidade.

II - Comunicação externa: A comunicação institucional do SERGUS tem como objetivo reforçar sua imagem junto a patrocinadores, participantes e órgãos reguladores, assegurando a transparência e o compartilhamento das informações de forma fidedigna, clara, acessível e oportuna. Visa, ainda, construir relações de confiança e credibilidade com os públicos externos, ampliar o alcance das mensagens por meio de canais, mídias e tecnologias adequadas e garantir padronização na linguagem, identidade visual e conteúdos divulgados. Além disso, busca gerir crises de maneira eficaz, com estratégias previamente definidas que preservem a reputação da Entidade e fortaleçam a satisfação e o engajamento das partes interessadas.

CAPÍTULO III - VALORES E PRINCÍPIOS

Art. 3º Esta Política fundamenta-se nos princípios da **Missão, Visão e Valores** que regem o SERGUS, estabelecendo as diretrizes estratégicas para:

I - Fortalecer o relacionamento com todos os públicos de interesse, incluindo participantes, assistidos, colaboradores, dirigentes, conselheiros, patrocinadores e parceiros.

II - Consolidar a imagem da Entidade como referência em gestão técnica qualificada, transparência administrativa e credibilidade no mercado de previdência complementar.

III - Assegurar a conformidade com as exigências legais e regulatórias, bem como com os padrões de melhores práticas de comunicação.

Art. 4º Os princípios devem estar pautados na transparência, acessibilidade, ética e consistência, assegurando a confiabilidade das informações, a proatividade na antecipação de demandas, a agilidade nas respostas e o respeito à diversidade e às necessidades dos diferentes públicos.

Art. 5º A efetividade na aplicação desta política está intrinsecamente vinculada ao **envolvimento coletivo** na observância de seus princípios e diretrizes, no comprometimento da alta administração em tratar a comunicação de forma integrada aos processos estratégicos da Entidade e a responsabilidade de dirigentes, gestores e demais colaboradores em assegurar a conformidade nas operações do SERGUS, sempre visando ao cumprimento de sua missão social. A gestão ética e a comunicação estratégica convergem para a preservação da reputação institucional e para a segurança patrimonial dos participantes.

CAPÍTULO IV - ABRANGÊNCIA

Art. 6º Esta política aplica-se a todos os colaboradores, diretores, conselheiros e prestadores de serviços que atuem, direta ou indiretamente, nos processos comunicacionais do SERGUS, sendo válida para todas as formas de comunicação da Entidade, realizadas por meio de veículos internos, externos, impressos, digitais ou no relacionamento com a mídia.

CAPÍTULO V - PÚBLICOS DE INTERESSE

Art. 7º Os principais agentes dos públicos externo e interno com os quais a Entidade se relaciona são:

I - Externo: participantes e assistidos, patrocinadores ou instituidores, prestadores de serviços, entidades de classe, sindicatos, associações vinculadas aos participantes ou assistidos, órgãos reguladores e governamentais, veículos de comunicação e imprensa, além do público em geral.

II - Interno: dirigentes, membros dos Conselhos Deliberativo e Fiscal e colaboradores da Entidade.

CAPÍTULO VI - TIPOS DE COMUNICAÇÃO

Art. 8º Para fins desta Política, a comunicação é classificada em:

I - Institucional: tem por objetivo fortalecer a imagem do SERGUS, por meio de ações que promovam o diálogo e a interação com seus públicos externos e internos, bem como a divulgação dos valores e da cultura organizacional, utilizando relatórios, site e redes sociais.

II - Mercadológica: compreende as estratégias que reforçam a imagem da marca e dos planos de benefícios administrados pelo SERGUS, visando à sustentabilidade e à perenidade.

III - Interna: abrange ações e estratégias de comunicação voltadas aos colaboradores, diretores e conselheiros. Seu principal objetivo é alinhar, informar, motivar e engajar a equipe, construindo um ambiente de trabalho positivo e produtivo.

CAPÍTULO VII - CANAIS E INSTRUMENTOS DE COMUNICAÇÃO

Art. 9º Meios e ferramentas utilizados para transmitir informações, interagir e manter relacionamento com seus públicos, sendo esses:

I - Canais institucionais e públicos: site e redes sociais institucionais.

II - Canais exclusivos de participantes e assistidos: portal do participante, aplicativos e plataformas digitais.

III - Canais internos: e-mail e plataforma interna de documentos.

IV- Canais de relacionamento direto: eventos presenciais ou online e atendimento presencial, telefônico, por e-mail ou chat corporativo.

V- Instrumentos de comunicação: relatórios, boletins e materiais informativos e periódicos destinados a diferentes públicos de interesse.

CAPÍTULO VIII - DIRETRIZES

Art. 10 Correspondem aos valores que devem ser seguidos pelo público interno do SERGUS, baseando-se na Visão e Missão da Entidade, sendo esses:

I - Comunicação interna

- a) Promover o alinhamento e o uso de linguagem adequada em todos os meios e veículos de comunicação, de forma a criar uma cultura organizacional que traduza os valores da Entidade.
- b) Assegurar que todas as informações divulgadas sejam precisas, consistentes e alinhadas aos normativos internos e às legislações aplicáveis.
- c) Preservar o sigilo das informações confidenciais às quais tenham acesso em razão de sua função, independentemente de seu nível hierárquico, sendo vedado o uso, a divulgação ou o compartilhamento dessas informações.
- d) Realizar a gestão de todo o conteúdo da comunicação, desde a criação até o descarte, mantendo padrão corporativo.
- e) Desenvolver ações de comunicação, como a criação de cartilhas, *folders*, eventos etc., de forma articulada com as áreas envolvidas, assegurando uniformidade, consistência e alinhamento institucional.
- f) Revisar, editar e atualizar, sempre que necessário, o conteúdo existente nas mídias digitais da Entidade.
- g) Inserir os membros dos órgãos estatutários nos meios de comunicação da Entidade.

II - Comunicação com participantes e assistidos

- a) Promover ações de conscientização em todas as áreas do SERGUS para fortalecer a sinergia e o engajamento, visando aprimorar a comunicação e o relacionamento, bem como atender às expectativas de participantes e assistidos.
- b) Assegurar transparência e tempestividade na divulgação de informações e resultados aos participantes e assistidos, observado o cumprimento das legislações aplicáveis.
- c) Fortalecer o relacionamento e o diálogo permanente com participantes e assistidos, promovendo ações de captação de *feedback* por meio de pesquisas de satisfação.
- d) Promover canais de comunicação adequados às necessidades de cada público, utilizando linguagem apropriada e abordando temas relevantes.
- e) Promover a comunicação institucional em linguagem acessível e objetiva, adaptada a cada público, evitando o uso de termos técnicos sem a correspondente definição.
- f) Avaliar o teor das comunicações, independentemente de seu conteúdo, antes da divulgação aos participantes e assistidos, inclusive sob o aspecto jurídico, quando necessário.
- g) Fomentar a cultura de educação financeira e previdenciária, ampliando o nível de conhecimento dos participantes e demais públicos de interesse sobre os planos de benefícios, o planejamento da aposentadoria, o mercado financeiro, a gestão patrimonial e temas correlatos.

III - Comunicação com patrocinadores, instituidores e órgãos estatutários governamentais

- a) Promover canais de comunicação adequados às necessidades desse público.
- b) Observar o cumprimento das legislações aplicáveis nas relações entre a Entidade, os patrocinadores, os instituidores e os órgãos estatutários e governamentais.
- c) Fortalecer os canais de comunicação e de relacionamento com órgãos reguladores e fiscalizadores.

IV - Relacionamento com público em geral

- a) Comunicar, de forma clara, transparente, precisa, ágil e sistemática, situações ou fatos que possam afetar a imagem institucional do SERGUS.
- b) Pautar a atuação da Entidade na observância dos normativos internos e legais, reforçando a confiança institucional.
- c) Fortalecer a imagem institucional, valorizando os atributos da marca e contribuindo para a disseminação dos princípios éticos, de integridade, missão, visão, valores e propósito do SERGUS.

CAPÍTULO IX - RESPONSABILIDADES

Art. 11 Compete aos órgãos de governança da Entidade exercer as seguintes responsabilidades no âmbito desta Política:

I - Conselho Deliberativo:

- a) Aprovar esta Política e suas revisões.
- b) Zelar pela aderência desta Política à estratégia institucional e às legislações aplicáveis.
- c) Avaliar, quando de sua alçada, os impactos de campanhas ou crises de reputação e imagem.

II - Conselho Fiscal

- a) Acompanhar a execução das diretrizes definidas nesta Política.
- b) Zelar pela integridade das informações divulgadas, no âmbito de sua competência.

III - Diretoria Executiva

- a) Assegurar a disseminação dos princípios e diretrizes desta Política em todos os âmbitos, garantindo o seu cumprimento por conselheiros, colaboradores, prestadores de serviços e terceiros.
- b) Assegurar a existência de recursos e procedimentos que garantam o atendimento às legislações aplicáveis.
- c) Apoiar a promoção de ações que visem à mitigação de riscos e ao fortalecimento da cultura e da imagem do SERGUS.
- d) Aprovar os conteúdos das comunicações institucionais e mercadológicas.
- e) Gerenciar situações sensíveis e crises de reputação e imagem de forma eficiente, com estratégias comunicacionais previamente definidas que minimizem danos à reputação.

IV - Assessoria Jurídica

- a) Analisar, quando necessário, conteúdos de documentos e comunicações sob o ponto de vista legal, garantindo a conformidade com a LGPD, o Código Civil e demais legislações aplicáveis.
- b) Apoiar a produção de comunicações e notas de esclarecimento em caso de gestão de crises.

V - Comitê de ética

- a) Receber, avaliar, investigar e reportar as denúncias de violações desta Política.

VI - Áreas de negócio

- a) Preservar e proteger as informações sob sua responsabilidade.
- b) Realizar análise crítica e detalhada dos materiais de sua responsabilidade antes de serem publicados, divulgados ou compartilhados com todos os públicos externos e internos.
- c) Realizar tempestivamente ações corretivas quando da divulgação ou disponibilização de informações incorretas ou que possam gerar interpretações inadequadas, devendo tais ações ser submetidas à Diretoria Executiva.
- d) Selecionar os canais e instrumentos de comunicação institucionais mais adequados ao perfil de seu público-alvo, ampliando a efetividade da comunicação.
- e) Adaptar os documentos internos, processos, procedimentos e sistemas sob sua responsabilidade para atender a esta Política e às demais legislações aplicáveis.
- f) Contribuir para uma comunicação colaborativa e pautada pelos princípios éticos definidos pela Entidade.
- g) Reportar eventuais desvios, vazamentos ou má utilização de canais institucionais.
- h) Abster-se de emitir opiniões públicas em nome da Entidade sem prévia autorização da Diretoria Executiva.

CAPÍTULO X - CONDOTA DE COMUNICAÇÃO PARA REPRESENTANTES INSTITUCIONAIS

Art. 12 Os dirigentes são os porta-vozes institucionais oficiais, especialmente em posicionamentos públicos, entrevistas, situações de crise e eventos oficiais, devendo, para tanto, seguir as seguintes diretrizes:

I - Sempre que se manifestarem em nome da Entidade, devem adotar o posicionamento oficial, previamente alinhado com os demais diretores.

II - Devem participar, quando aplicável, de processos de preparação para a condução de entrevistas e respostas a temas sensíveis.

III - Utilizar linguagem clara, objetiva e compatível com o público-alvo (interno ou externo), mantendo coerência com os valores da Entidade.

IV - Evitar manifestações espontâneas sobre temas estratégicos sem o devido respaldo técnico ou institucional.

V - Nas redes sociais pessoais, evitar publicações ou declarações polêmicas que possam ser interpretadas como posição oficial da Entidade.

Art. 13 Os dirigentes também atuam como guardiões da governança e podem ser consultados por participantes ou pela imprensa, nos seguintes casos:

I - Respeitar os limites do papel institucional, evitando antecipar decisões ou emitir opiniões não validadas pelo colegiado.

II - Abster-se de divulgar decisões internas antes de sua oficialização.

III – As comunicações externas devem ser realizadas por meio dos canais oficiais e devidamente alinhadas com a Diretoria Executiva.

CAPÍTULO XI - GESTÃO DE CRISE DE IMAGEM

Art. 14 Diante de uma crise de imagem, o SERGUS deve elaborar um plano de comunicação que contemple protocolos de resposta rápida, designação e preparo de porta-vozes, utilização de canais de contingência e aplicação de diretrizes de transparência, a fim de proteger a reputação institucional e mitigar impactos negativos.

CAPÍTULO XII - VIOLAÇÕES DA POLÍTICA

Art. 15 A não observância das diretrizes desta Política poderá implicar a adoção de medidas compatíveis com a gravidade da conduta, conforme previsto no Código de Ética da Entidade e em outros normativos aplicáveis.

CAPÍTULO XIII - DISPOSIÇÕES FINAIS

Art. 16 A Política de Comunicação não é apenas um documento, mas um instrumento de orientação dos processos e uma importante ferramenta de direcionamento para a execução de um trabalho de qualidade. Deve ser utilizada como referência para as ações de comunicação da Entidade.

Art. 17 Esta Política entra em vigor na data de sua aprovação pelo Conselho Deliberativo, com validade por prazo indeterminado, devendo ser revisada anualmente e/ou sempre que houver necessidade. Eventuais situações omissas ou não previstas neste documento deverão ser analisadas pela Diretoria Executiva do SERGUS, que poderá, quando julgar necessário, encaminhá-las para deliberação do Conselho Deliberativo.

Parágrafo único: Aprovada, a versão 1, na reunião do Conselho Deliberativo do SERGUS, realizada em 20 de outubro de 2025, esta Política deverá ser divulgada e disponibilizada na rede de acesso do SERGUS.