



POLÍTICA

Comunicação Institucional

Esta Política foi aprovada na 3ª Reunião Ordinária do Conselho Deliberativo no dia 07 de agosto de 2026, através da DL CDE 44/2026.

	POLÍTICA	
	Código: SERPROS-DP-GERCO-POL-01	Página 2 de 17
Título: Política de Comunicação Institucional		Classificação: Pública
Macroprocesso: 7. Gestão de Relacionamento		Área Emitente: Gerência de Relacionamento, Comunicação e Cadastro
Elaborador: Gerência de Relacionamento e Comunicação	Verificador: Diretoria Executiva	Aprovador: Conselho Deliberativo

Versão	Data	Descrição de revisão	Elaborador
1.0	07/06/2019	Redação inicial.	Clymara Lopes
2.0	03/08/2020	Inclusões dos itens 1.2.8 a 1.2.10, 4.1.7 a 4.1.14, 4.2.3 e 4.2.4, 5.4.6, 5.5 e 6.3.	Clymara Lopes e Clélia Orlete
3.0	28/03/2022	Foram incluídos os itens 4.2.5 e 5.4.1 para adequação à recomendação do ICSS para a aquisição do Selo de Autorregulação em Governança Corporativa.	Clymara Lopes
4.0	10/11/2022	Exclusão dos itens 1.2 e 1.3, inclusão dos itens 6.3.6 e 6.3.7, bem como adequação da nomenclatura de área e correções ortográficas e redacionais.	Glória Gomes
5.0	13/03/2024	Revisão da Política em atendimento às recomendações do Conselho Deliberativo e atualização dos itens: Gestão de Crise e Imagem; Gestão dos Canais e Instrumentos de Comunicação e Públicos de Interesse.	Priscila Braga Vieira
6.0	20/07/2026	Revisão da Política em atendimento às recomendações do Conselho Deliberativo e às adequações regulatórias da Resolução PREVIC nº 26/2025, com atualização das diretrizes de comunicação institucional, governança dos canais de comunicação e responsabilidades dos agentes envolvidos.	Priscila Braga Vieira

Sumário

1. OBJETIVO	4
2. ABRANGÊNCIA	4
3. DOCUMENTOS DE REFERÊNCIAS	4
4. DIRETRIZES.....	5
5. RESPONSABILIDADES	8
6. CONTEÚDO ESPECÍFICO	10
7. INFORMAÇÕES COMPLEMENTARES	15
8. GLOSSÁRIO	15
9. APROVAÇÃO.....	17

1. OBJETIVO

1.1 Estabelecer princípios, diretrizes, responsabilidades e critérios gerais para a comunicação institucional do Serpros, promovendo o relacionamento transparente, claro, ético e consistente com seus públicos de interesse, em alinhamento com os objetivos estratégicos da Entidade.

1.2 A Política busca assegurar que a comunicação institucional contribua para o fortalecimento da reputação, da credibilidade, da governança e da confiança na atuação do Serpros, observadas as disposições legais, regulatórias e normativas aplicáveis.

2. ABRANGÊNCIA

2.1 A Política de Comunicação Institucional do SERPROS aplica-se a todas as áreas e profissionais que compõem a estrutura organizacional da Entidade incluindo conselheiros, diretores, colaboradores, empregados, estagiários, prestadores de serviços, fornecedores, parceiros e demais terceiros que, direta ou indiretamente, atuem em nome do Serpros ou participem de ações relacionadas à comunicação institucional da Entidade.,

2.2 Este documento abrange todos os processos e atividades do SERPROS, visando assegurar a consistência, a uniformidade e o alinhamento da comunicação institucional com os princípios, diretrizes e objetivos estratégicos da Entidade.

2.3 Esta política é aplicável a qualquer ação interna ou externa, relacionada à divulgação de documentos, informações, posicionamentos ou conteúdos institucionais, bem como a qualquer manifestação que possa ser interpretada como representação institucional do Serpros perante seus públicos de interesse.

2.4 As disposições desta Política aplicam-se independentemente do meio utilizado para comunicação, incluindo canais físicos, digitais, redes sociais, aplicativos de mensagens, eventos, manifestações públicas ou quaisquer outros instrumentos de divulgação de informações institucionais.

3. DOCUMENTOS DE REFERÊNCIAS

- Código de Conduta e Ética do Serpros
- Estatuto do Serpros
- Política de Privacidade e Proteção de Dados Pessoais do Serpros
- Política de Segurança da Informação do Serpros
- Manual de Uso da Marca Serpros

- Resolução CNPC nº 32, de 4 de dezembro de 2019
- Regimento Interno do Serpros
- Resolução Previc nº 23, de 14 de agosto de 2023, e alterações posteriores, especialmente a Resolução Previc nº 26, de 16 de dezembro de 2025
- Guia de Referência/Abrapp – Política de Comunicação nas Entidades Fechadas de Previdência Complementar.

4. DIRETRIZES

As estratégias e iniciativas de comunicação do Serpros serão baseadas nos seus princípios e valores. As diretrizes terão como referência o Planejamento Estratégico e serão pautadas por padrões de comunicação corporativa. São diretrizes da presente Política:

4.1 Inclusão e Diversidade

4.1.1 Promover a igualdade de oportunidades para expressão, compreensão e participação.

4.1.2 Garantir ao público interno e externo, independentemente de origem, características pessoais, condições socioeconômicas ou quaisquer outras diferenças, o acesso equitativo às informações, serviços e oportunidades oferecidas pela Entidade.

4.1.3 Valorizar e promover a inclusão igualdade de gênero, raça, idade e diversidade, elementos fundamentais para a sustentabilidade organizacional, alinhando suas ações aos princípios Ambientais, Sociais e de Governança (ASG) e às melhores práticas de governança aplicáveis às Entidades Fechadas de Previdência Complementar.

4.1.4 Adotar gradualmente práticas de acessibilidade, garantindo que todas as pessoas, independentemente de suas habilidades físicas ou perceptivas, tenham acesso aos produtos, serviços e informações da Entidade.

4.1.5 Proibir o uso de informações pessoais para fins discriminatórios ilícitos ou abusivos, assegurando que todas as formas de comunicação respeitem a dignidade e os direitos humanos, promovendo a igualdade e a inclusão nas interações.

4.2 Transparência e Acesso à Informação

4.2.1 Assegurar a transparência na comunicação, fornecendo informações precisas, claras, objetivas, atualizadas e tempestivas, em linguagem simples e adequada ao perfil dos públicos de interesse.

4.2.2 Facilitar o acesso rápido às informações relevantes para os públicos internos e externos.

4.2.3 Promover a compreensão das informações divulgadas, especialmente aquelas relacionadas aos planos de benefícios, resultados, riscos, direitos, deveres e decisões que possam impactar participantes, assistidos e beneficiários.

4.3 Respeito à Proteção de dados Pessoais

4.3.1 Exercer tratamento de dados pessoais nas ações de comunicação, por meio de critérios adequados e legais, assegurando a conformidade com Política de Privacidade e Proteção de Dados Pessoais da entidade e com a Lei Geral de Proteção de Dados Pessoais - LGPD.

4.4 Conformidade Legal

4.4.1 Garantir que a comunicação esteja em conformidade com as regras estabelecidas em leis e normas em vigor.

4.5 Inovação

4.5.1 Manter busca contínua por novas maneiras de se conectar, alcançar e engajar os públicos interno e externo, adaptando-se às tendências emergentes e explorando novas oportunidades de comunicação, respeitando a legislação em vigor.

4.6 Interatividade

4.6.1 Estimular o diálogo aberto e recíproco com todos os públicos, promovendo espaços de escuta ativa e interação.

4.6.2 Incentivar a participação ativa dos públicos utilizando canais de comunicação apropriados e mecanismos eficientes de feedback.

4.7 Integridade e Ética

4.7.1 Pautar todas as ações de comunicação pela transparência, ética, honestidade e respeito, observando especialmente o Código de Conduta e Ética do Serpros, a Lei Geral de Proteção de Dados Pessoais e os demais normativos aplicáveis.

4.7.2 Garantir a veracidade das informações divulgadas e evitar qualquer forma de manipulação ou distorções.

4.7.3 Primar pela proteção da privacidade e autodeterminação informativa, da intimidade, da honra e da imagem dos indivíduos, promovendo um ambiente de comunicação aberto, inclusivo, ético e responsável, que assegure a liberdade de expressão e opinião, sempre com a observância dos normativos internos aplicáveis.

4.7.4 Zelar pela preservação da reputação, credibilidade e imagem institucional do Serpros, assegurando que informações relacionadas à Entidade sejam divulgadas exclusivamente por meio dos canais e porta-vozes autorizados.

4.8 Coerência e Consistência

4.8.1 Aprimorar a assertividade na comunicação para atrair e reter participantes aos planos de benefícios.

4.8.2 Manter uma comunicação alinhada à identidade, missão, visão, valores e propósito do Serpros, promovendo sua imagem institucional como referência em transparência, governança e excelência no atendimento.

4.8.3 Utilizar uma linguagem clara, acessível e livre de jargões técnicos, compreensível a todos os públicos e livre de estereótipos ou linguagem discriminatória.

4.8.4 Observar padrões institucionais de mensagem, identidade visual e linguagem, de forma a evitar comunicações contraditórias, incompletas ou desalinhadas ao posicionamento oficial da Entidade.

4.9 Foco no Participante

4.9.1 Orientar as estratégias de comunicação com foco nas necessidades dos participantes e assistidos, dando preferência a abordagens que lhes proporcionem valor e satisfação.

4.9.2 Adaptar a mensagem e o formato da comunicação de acordo com as características e necessidades específicas de cada público.

4.9.3 Segmentar adequadamente a comunicação, considerando os diferentes perfis, interesses e preferências dos públicos.

4.9.4 Promover comunicação e atendimento pautados pela linguagem simples, acessível, ética, acolhedora e resolutiva, observando a qualidade do relacionamento, a rastreabilidade das interações, a acessibilidade dos canais, os prazos aplicáveis e o respeito aos direitos dos participantes, assistidos, beneficiários, patrocinadores e instituidores.

4.9.5 Manter canais de relacionamento adequados, acessíveis e compatíveis com as necessidades dos públicos atendidos, buscando assegurar resposta tempestiva, orientação clara e tratamento uniforme das demandas recebidas.

4.10 Governança da Comunicação

4.10.1 Integrar a comunicação institucional aos processos de governança corporativa, gestão de riscos, controles internos, conformidade, segurança da informação, privacidade e proteção de dados pessoais da Entidade.

4.10.2 Assegurar que ações, campanhas, conteúdos e posicionamentos institucionais observem os normativos internos, as diretrizes estratégicas aprovadas pelos órgãos estatutários e os princípios de transparência, integridade e responsabilidade institucional.

4.10.3 Promover a atuação coordenada entre a Gerência de Relacionamento, Comunicação e Cadastro e as demais áreas da Entidade, de forma a garantir a qualidade, a precisão e a consistência das informações divulgadas.

4.10.4 Assegurar que a comunicação institucional disponha de responsabilidades, fluxos de validação e critérios de aprovação compatíveis com a relevância, a sensibilidade, a classificação das informações e o público destinatário, sempre respeitado os critérios de classificação das informações.

5. RESPONSABILIDADES

5.1. Do Conselho Deliberativo do Serpros

5.1.1 Fornecer orientações estratégicas sobre os princípios e diretrizes que devem nortear a comunicação da organização, assegurando que ela esteja alinhada com a missão, visão e valores da Entidade.

5.1.2. Apreciar e deliberar sobre a aprovação da Política de Comunicação Institucional do Serpros e suas revisões.

5.2. Da Diretoria Executiva do Serpros

5.2.1. Supervisionar a implementação da Política de Comunicação Institucional, zelando pela observância de seus princípios e diretrizes em suas decisões em cumprimento às orientações estratégicas do Conselho Deliberativo e normas legais vigentes.

5.2.2. Designar os porta-vozes para representação do Serpros em manifestações com a imprensa, o público em geral ou outros stakeholders, levando em consideração a relevância do tema em discussão.

5.2.3. Submeter à aprovação do Conselho Deliberativo a proposta da Política de Comunicação Institucional, bem como as suas revisões.

5.2.4. A Diretoria Presidência é responsável pela comunicação institucional e pelo atendimento aos participantes e assistidos, em conformidade com o Regimento Interno.

5.3. Da Gerência de Relacionamento, Comunicação e Cadastro do Serpros

A Gerência de Relacionamento, Comunicação e Cadastro deve realizar a triagem, avaliação e encaminhamento das demandas provenientes de públicos internos e externos, sendo o ponto focal para este processo, garantindo que as questões relevantes e estratégicas sejam submetidas à deliberação da Diretoria Executiva.

5.3.1. Coordenar, no âmbito de suas atribuições, a elaboração, execução, monitoramento e avaliação das ações de comunicação institucional, observadas as diretrizes desta Política.

5.3.2 Zelar pela padronização, atualização, qualidade, acessibilidade e consistência das informações divulgadas nos canais oficiais do Serpros.

5.3.3 Articular-se com as áreas técnicas responsáveis pelas informações, a fim de assegurar a precisão, completude e tempestividade dos conteúdos institucionais divulgados.

5.3.4 Emitir e circular orientações institucionais, por meio dos canais internos disponíveis, sobre a divulgação e circulação de documentos, informações e conteúdos institucionais, com o objetivo de orientar os agentes de comunicação e contribuir para a preservação da imagem, reputação e credibilidade do Serpros.

5.3.5 Coordenar, no âmbito de suas atribuições, as ações de comunicação institucional, interna, digital e mercadológica do Serpros, observadas as diretrizes estratégicas da Entidade, os canais oficiais, os normativos internos aplicáveis e a participação das áreas técnicas responsáveis pelas informações, produtos, serviços ou conteúdos divulgados.

5.4 Da Gerência Atuarial, de Desenvolvimento e Comercialização de Produtos - GEADC

5.4.1 Compete à GEADC planejar, propor e executar ações, campanhas e iniciativas de marketing, comercialização e divulgação de produtos, serviços e soluções da Entidade, assegurando que as informações técnicas, comerciais e negociais sejam precisas, atualizadas e compatíveis com as condições efetivamente aplicáveis.

5.4.2 As ações de marketing, promoção de produtos, campanhas de adesão, relacionamento comercial e divulgação de serviços dirigidas a públicos externos, quando realizadas nos canais oficiais da Entidade, deverão ser previamente alinhadas com a Gerência de Relacionamento, Comunicação e Cadastro, de modo a assegurar coerência com a comunicação institucional, observância à identidade visual, linguagem adequada, proteção da imagem do Serpros e conformidade com os normativos aplicáveis.

5.4.3 A gestão, atualização e manutenção do site do Plano Ser+ e dos perfis do plano em redes

sociais são de responsabilidade da Gerência Atuarial, de Desenvolvimento e Comercialização de Produtos (GEADC), por se tratar de canais voltados à divulgação do plano, à promoção de produtos e serviços e às ações de prospecção e captação de novas adesões.

5.5. Dos Agentes de Comunicação do Serpros

5.5.1. Seguir as diretrizes definidas nessa Política de Comunicação Institucional e promover sua divulgação, atuando para resguardar a imagem institucional do Serpros.

5.5.2. Ajudar no fluxo das informações, garantindo que a comunicação com os participantes e outros públicos relevantes seja clara e oportuna.

5.5.3. Manter a Gerência de Relacionamento, Comunicação e Cadastro informada sobre qualquer assunto de interesse dos participantes e demais públicos relevantes, bem como fornecer, quando demandados, as informações técnicas de responsabilidade, atualizadas, completas e validadas a fim de apoiar a correta divulgação nos canais oficiais da Entidade.

6. CONTEÚDO ESPECÍFICO

6.1 PILARES DE ATUAÇÃO

6.1.1 Comunicação Interna

6.1.1.1 Garantir que os colaboradores, dirigentes e conselheiros tenham acesso tempestivo, claro e transparente às informações relevantes para o desempenho de suas atribuições e para o cumprimento da missão institucional do Serpros.

6.1.1.2 Fomentar uma cultura organizacional sólida, motivar os colaboradores, disseminar valores e princípios éticos no fortalecimento do senso de pertencimento e facilitar o fluxo de informações dentro da organização.

6.1.1.3 Fortalecer a cultura organizacional, o senso de pertencimento e o compromisso com a missão de administrar planos de benefícios previdenciários de forma segura, responsável e sustentável, em benefício dos participantes e assistidos.

6.1.2 Comunicação Institucional

6.1.2.1 Desempenhar um papel fundamental na construção e gestão da reputação da Entidade.

6.1.2.2 Posicionar o Serpros como uma referência em previdência complementar fechada, reforçando sua credibilidade, solidez e compromisso com a segurança previdenciária, por meio de uma comunicação alinhada aos valores e objetivos estratégicos da Entidade.

6.1.2.3 Promover a estratégia de comunicação institucional, a visibilidade do Serpros fortalecendo seu relacionamento com participantes, parceiros, órgãos reguladores e demais stakeholders, de forma transparente e tempestiva.

6.1.2.4 Fortalecer a Imagem Institucional do Serpros por meio de ações de comunicação que reforcem sua identidade, valores e diferenciais competitivos.

6.1.2.5 Posicionar a Entidade como referência em previdência complementar, destacando sua governança, gestão eficiente, inovação, sustentabilidade, transparência e compromisso com a geração de valor para participantes, assistidos e demais partes interessadas.

6.1.3 Comunicação Mercadológica

6.1.3.1 Criar estratégias e atividades de comunicação voltadas para promover os produtos, serviços e valores da Entidade no mercado de previdência complementar.

6.1.3.2 Buscar o estabelecimento de um vínculo de confiança com o público-alvo, destacando os valores e diferenciais da entidade e construindo relacionamentos sólidos e duradouros com os participantes e potenciais clientes.

6.1.3.3 As campanhas, promoções, peças publicitárias, materiais de divulgação, conteúdos comerciais e demais comunicações relacionadas a produtos e serviços, quando destinadas a públicos externos, deverão observar fluxo prévio de alinhamento entre a área demandante, a GEADC, quando aplicável, e a Gerência de Relacionamento, Comunicação e Cadastro, sem prejuízo da participação das áreas técnicas, jurídicas, de conformidade, segurança da informação ou proteção de dados, quando necessário.

6.1.4 Comunicação Digital e Redes Sociais

6.1.4.1 Utilizar canais digitais e redes sociais como ferramentas estratégicas de comunicação, ampliando o alcance e a interação com os públicos.

6.1.4.2 Gerir de forma adequada os canais digitais, prezando pela segurança, ética, autenticidade e qualidade das informações veiculadas.

6.1.5 Comunicação de Assuntos Relevantes e Educacionais

6.1.5.1 Abordar de forma clara e acessível temas relevantes para os públicos, como educação financeira, previdência complementar e bem-estar.

6.1.5.2 Promover a disseminação de conhecimento e o fortalecimento da cultura previdenciária, conscientizando os públicos sobre a importância da previdência complementar e do planejamento financeiro a longo prazo, contribuindo para a formação de participantes mais informados, engajados e preparados para construir sua segurança financeira futura por meio da poupança previdenciária.

6.2 USO DE CANAIS OFICIAIS E REPRESENTAÇÃO INSTITUCIONAL

6.2.1 Divulgação de Informações Institucionais

6.2.1.1 A divulgação de informações institucionais do Serpros deverá ocorrer exclusivamente por meio de canais oficiais da Entidade, definidos, administrados ou autorizados pela Gerência de Relacionamento, Comunicação e Cadastro, observados os fluxos internos de validação, aprovação e atualização das informações.

6.2.2 Vedações

6.2.2.1 É vedada a utilização de canais não oficiais, incluindo grupos de aplicativos de mensagens, redes sociais pessoais ou quaisquer outros meios não institucionalmente autorizados, para:

- a) divulgação de informações institucionais ainda não publicadas nos canais oficiais;
- b) antecipação de decisões, posicionamentos ou comunicados institucionais;
- c) emissão de manifestações em nome do Serpros;
- d) divulgação de conteúdo que possa ser interpretado como posicionamento oficial da Entidade.

6.2.2.2 As restrições previstas nesta seção não impedem manifestações em caráter pessoal, desde que observados os limites definidos nesta Política, o Código de Conduta e Ética e os demais normativos internos aplicáveis.

6.2.3 Representação Institucional

6.2.3.1 A Diretoria Executiva poderá designar porta-vozes para representar institucionalmente o Serpros perante a imprensa, participantes, patrocinadores, órgãos reguladores e demais públicos de interesse, observada a relevância, sensibilidade e natureza do assunto a ser tratado.

6.2.3.2 A designação de porta-voz poderá ocorrer independentemente da instauração do Comitê de Crise – COC, sempre que a Diretoria Executiva entender necessária a condução coordenada da comunicação institucional em assuntos de elevada relevância ou repercussão para a Entidade.

6.2.3.3 Somente os porta-vozes formalmente designados pela Diretoria Executiva poderão representar institucionalmente o Serpros perante a imprensa, patrocinadores, participantes, órgãos reguladores ou demais públicos externos, observado o tema e o contexto da manifestação.

6.2.3.4 Conselheiros, diretores e colaboradores não estão autorizados a representar institucionalmente o Serpros em canais não oficiais, exceto quando formalmente designados como porta-vozes.

6.2.4 Manifestações em Caráter Pessoal

6.2.4.1 A manifestação de conselheiros, diretores, colaboradores e demais agentes de comunicação em caráter pessoal é permitida, desde que:

- a) não implique divulgação antecipada de informações institucionais;
- b) não seja apresentada como posicionamento oficial do Serpros;
- c) preserve a distinção entre opinião pessoal e manifestação institucional;
- d) observe o Código de Conduta e Ética e os demais normativos internos aplicáveis.

6.2.5 Compartilhamento de Conteúdo Institucional

6.2.5.1 O Compartilhamento de conteúdos institucionais por agentes deverá observar, sempre que aplicável, as publicações veiculadas nos canais oficiais do Serpros, visando assegurar a integridade, atualização e uniformidade das informações divulgadas.

6.2.6 Descumprimento

6.2.6.1 O descumprimento das diretrizes e disposições estabelecidas nesta Política poderá acarretar riscos reputacionais, operacionais, regulatórios, de conformidade e de segurança da informação para o Serpros, comprometendo a confiabilidade das comunicações institucionais e a imagem da Entidade perante seus públicos de interesse.

6.2.6.2 Os responsáveis por tais descumprimentos estarão sujeitos às medidas administrativas, disciplinares, civis e demais providências cabíveis, conforme a legislação vigente, os normativos internos do Serpros, o Código de Ética e Conduta e as demais políticas institucionais aplicáveis.

6.2.6.3 Além disso, a divulgação não autorizada de informações institucionais, estratégicas, sigilosas ou passíveis de gerar interpretações equivocadas poderá ensejar a adoção das medidas cabíveis para proteção dos interesses, da reputação e da integridade institucional do Serpros.

6.3 PÚBLICOS DE INTERESSE

Estabelecer e fortalecer relacionamentos duradouros, transparentes e de confiança com os públicos internos e externos do Serpros, por meio de uma comunicação institucional estratégica, inclusiva e alinhada aos valores da Entidade, promovendo o engajamento, a proximidade e a valorização da previdência complementar.

6.3.1 DIRETRIZES

6.3.1.1 Construir e manter relacionamentos sólidos e de confiança com os públicos internos e externos, baseados pelo diálogo, empatia, respeito mútuo, transparência e credibilidade.

6.3.1.2 Desenvolver ações, canais e estratégias de comunicação para fortalecer o engajamento e a fidelização dos públicos ampliando a percepção de valor dos produtos e serviços oferecidos.

6.3.1.3 Assegurar que a comunicação seja adequada às necessidades e características de cada público, favorecendo a compreensão das informações institucionais, previdenciárias, financeiras e de governança.

– **Público Interno:** Membros dos Conselhos Deliberativo e Fiscal, membros da Diretoria Executiva e colaboradores do Serpros, incluindo empregados, profissionais cedidos do patrocinador, estagiários e menores aprendizes.

– **Público Externo:** Participantes, assistidos e beneficiários dos planos de benefícios, representantes das patrocinadoras, representantes dos instituidores, empregados da patrocinadora não participantes, pessoas que possuem vínculos com Instituidores, bem como seus familiares, representantes de classe, sindicatos ou associações vinculados ou não aos participantes e assistidos, representantes das entidades, reguladoras e fiscalizadoras, auditores independentes, consultores, prestadores de serviço, órgãos governamentais, imprensa, representantes de entidades ligadas à previdência complementar, dentre outros.

6.4 GESTÃO DE CRISE E IMAGEM

6.4.1.1 As situações de crise que possam impactar a imagem, a reputação, a credibilidade ou outros interesses institucionais relevantes do Serpros deverão ser tratadas em conformidade com o Regimento Interno do Comitê de Crise – COC, que disciplinará os critérios de caracterização da crise, sua instauração, composição, competências e forma de funcionamento.

6.4.1.2 A gestão das situações de crise deverá observar os princípios de tempestividade, transparência, alinhamento institucional, adequação da mensagem aos públicos impactados, monitoramento dos desdobramentos e adoção de medidas proporcionais à criticidade do evento.

6.4.1.3 As comunicações relacionadas às situações de crise deverão observar as diretrizes estabelecidas nesta Política, bem como as deliberações e procedimentos definidos pelo Comitê de Crise – COC.

6.5 GESTÃO DOS CANAIS E INSTRUMENTOS DE COMUNICAÇÃO

6.5.1 O Serpros empregará os canais de comunicação mais eficazes para seguir as orientações desta política, levando em consideração o objetivo da mensagem, os formatos apropriados, o público-alvo e as abordagens recomendadas do setor.

6.5.2 Serão utilizados critérios adequados para a seleção, planejamento, implementação, monitoramento e inovação dos canais e instrumentos de comunicação utilizados pela Entidade.

6.5.3 O Serpros deve aprimorar e fortalecer o relacionamento com a área de comunicação de seus patrocinadores. Este fortalecimento colaborativo visa permitir a promoção de ações estratégicas voltadas à disseminação eficiente de informações e notícias relevantes e à atualização contínua de dados pertinentes aos nossos participantes

6.5.4 A criação, alteração ou descontinuação de canais institucionais deverá observar critérios de alinhamento estratégico, efetividade da comunicação, segurança da informação, proteção de dados pessoais, capacidade operacional e necessidades dos públicos de interesse.

6.5.5 Os canais oficiais de comunicação deverão ser periodicamente avaliados quanto à sua efetividade, relevância, abrangência e aderência às necessidades dos públicos interno e externo, buscando a melhoria contínua dos processos de comunicação institucional.

6.5.6 A Entidade deverá manter visão integrada de seus canais e instrumentos de comunicação, identificando finalidade, público-alvo, responsável, frequência de atualização, tipo de conteúdo, critérios de uso e formas de monitoramento.

7. INFORMAÇÕES COMPLEMENTARES

7.1 VIGÊNCIA E REVISÃO

7.1.1 Esta Política entra em vigor na data de sua aprovação pelo Conselho Deliberativo e permanecerá válida até sua revisão ou substituição.

7.1.2 A presente Política deverá ser revisada a cada 24 meses, ou em prazo inferior, em razão de alterações regulatórias, mudanças estratégicas, evolução dos meios e canais de comunicação, orientações dos órgãos estatutários ou identificação de riscos que recomendem sua atualização.

7.1.3 Os aspectos operacionais relacionados à gestão de canais, comunicação digital, relacionamento com a imprensa, identidade institucional, comunicação de crises e demais temas correlatos poderão ser detalhados em normas, manuais, procedimentos ou guias complementares, observada a hierarquia normativa do Serpros.

8. GLOSSÁRIO

- **Agentes de Comunicação:** São os conselheiros, diretores e colaboradores, incluindo empregados e estagiários, que em razão de suas atribuições ou atuação funcional, participam do fluxo de produção, validação, disseminação ou apoio à comunicação institucional do Serpros, observadas as responsabilidades e diretrizes estabelecidas nesta Política.
- **Assistido:** participantes ou seus beneficiários em gozo de benefício de prestação continuada;

- **Canais não oficiais:** Meios de comunicação não definidos, administrados ou autorizados pelo Serpros para divulgação de informações institucionais, incluindo perfis pessoais em redes sociais, grupos de aplicativos de mensagens, fóruns, comunidades digitais e quaisquer outros ambientes não reconhecidos formalmente como canais institucionais da Entidade.
- **Canais oficiais:** Meios de comunicação definidos, administrados, mantidos ou formalmente autorizados pelo Serpros para divulgação de informações, orientações, conteúdos e posicionamentos institucionais, observados os fluxos de validação, aprovação e atualização aplicáveis.
- **Comitê de Crise:** grupo de trabalho formado para contornar problemas relacionados à imagem do Serpros.
- **Comunicação externa:** conjunto de ações desenvolvidas pelo Serpros junto ao seu público externo, visando estabelecer canais que possibilitem o relacionamento ágil e transparente da entidade com o público externo.
- **Comunicação Institucional:** processo de gestão da comunicação do Serpros voltado à divulgação de informações, posicionamentos e conteúdos institucionais, ao fortalecimento do relacionamento com os públicos de interesse e à preservação da imagem, reputação e credibilidade da Entidade.
- **Comunicação interna:** conjunto de ações desenvolvidas pelo Serpros junto ao seu público interno, visando estabelecer canais que possibilitem o relacionamento ágil e transparente da entidade com o público interno.
- **ASG:** sigla que representa três critérios utilizados para avaliar o desempenho de uma empresa nas áreas ambiental, social e de governança. "A" (Ambiental) refere-se a questões ambientais, como sustentabilidade e gestão de recursos naturais. "S" (Social) abrange aspectos sociais, como práticas trabalhistas, diversidade, equidade e responsabilidade social. "G" (Governança) diz respeito à governança corporativa, incluindo transparência e práticas éticas.
- **Gestão da Marca:** conjunto de estratégias desenvolvidas com o objetivo de criar uma relação de valor entre a marca e as pessoas, alinhando a estratégia da marca à estratégia de negócios, compreendendo valores necessários à perenidade do negócio e definindo sua personalidade e os atributos a serem associados pelo mercado, bem como as diretrizes para uma comunicação consistente.
- **Imagem Institucional:** imagem a ser transmitida, por meio da qual o Serpros seja percebido pelas pessoas de forma inconsciente e emocional. As ações de comunicação interna e externa devem ser realizadas no sentido de transmitir a confiabilidade da instituição.
- **Participante:** pessoa física que aderir e permanecer filiada a um dos planos de benefícios administrados pelo Serpros.
- **Porta vozes:** pessoas formalmente autorizadas a falar em nome do Serpros, por designação da Diretoria Executiva, em função da sua competência.

- **Representação institucional:** Ato de manifestar-se, comunicar-se, posicionar-se ou atuar em nome do Serpros perante participantes, assistidos, patrocinadores, instituidores, órgãos reguladores, imprensa, fornecedores, parceiros ou demais públicos de interesse, por meio de porta-vozes formalmente autorizados pela Entidade.
- **Stakeholders:** são todas as partes interessadas que afetam ou são afetadas por decisões, ações e resultados do Serpros.

9. APROVAÇÃO

Esta Política foi aprovada na 3ª Reunião Ordinária do Conselho Deliberativo em 07/08/2026 através da DL CDE 44/2026, e vigora a partir da data de publicação.