	<b>POLÍTICA</b>		<b>IDENTIFICAÇÃO</b> PL-0062	
	<b>POLÍTICA DE COMUNICAÇÃO INSTITUCIONAL DA PETROS</b>		<b>REVISÃO</b>	01
			<b>DATA PUBLICAÇÃO</b>	30/11/2023
			<b>PÁGINA: 1/6</b>	

## 1. OBJETIVO

Estabelecer as principais diretrizes para disciplinar e orientar as práticas de comunicação da Petros, fortalecendo a imagem institucional da Fundação, sua reputação, seu dever de transparência e preservando o alinhamento de discurso às estratégias de negócio da Fundação.

## 2. APLICAÇÃO


Este documento aplica-se a todas as áreas da Petros.

## 3. DOCUMENTOS DE REFERÊNCIA

- Constituição Federal
- Lei Complementar 109/2001
- Lei Geral de Proteção de Dados (LGPD)
- Resolução CGPC nº 13, de 1º de outubro de 2004
- Resolução CNPC nº 32, de dezembro de 2019
- Instrução Previc nº 18, de 24 de dezembro de 2014, art. 13
- Estatuto Social da Petros
- Código de Condutas Éticas
- Manual de Crise de Imagem e Reputação da Petros
- Manual de Identidade Visual da Marca
- PL-0001 Política de Responsabilidade Social
- PL-0018 Política de Conflito de Interesses
- PL-0028 Política de Medidas Disciplinares
- PR-1163 Gerir Canais de Comunicação Externa
- PR-0156 Gerir Canais de Comunicação Interna
- PR-1168 - Gerir Relacionamento com a Imprensa e Situações de Crise
- IT-0152 - Utilizar o Logotipo da Petros
- IT-0153 - Produzir e Disponibilizar Relatório Anual
- Programa de Integridade
- Guia de Boas Práticas em Redes Sociais
- Guia de Referência de Políticas de Comunicação da Abrapp

## 4. DEFINIÇÕES E SIGLAS

**ESG** - sigla que representa três critérios amplamente utilizados para avaliar o desempenho de uma empresa ou organização nas áreas ambiental, social e de governança. "E" refere-se a questões relacionadas ao meio ambiente, como sustentabilidade e gestão de recursos naturais. "S" abrange aspectos sociais, como práticas trabalhistas, diversidade, equidade e responsabilidade social. "G" diz respeito à governança corporativa, incluindo transparência e práticas éticas.

	<b>POLÍTICA</b>	<b>IDENTIFICAÇÃO</b> PL-0062	
	<b>POLÍTICA DE COMUNICAÇÃO INSTITUCIONAL DA PETROS</b>	<b>REVISÃO</b>	01
		<b>DATA PUBLICAÇÃO</b>	30/11/2023
		<b>PÁGINA: 2/6</b>	

**Porta-voz** - pessoa designada pela empresa para representar e transmitir informações da organização, mantendo o discurso institucional em defesa da imagem da instituição.

**Ativos intelectuais** - são ativos não físicos que têm seu valor atribuído ao conhecimento, criatividade e inovação, tais como documentos, estudos, pareceres técnicos, imagens, apresentações e outros materiais gerados pelos empregados da Petros.

## 5. DESCRIÇÃO

### 5.1. ABRANGÊNCIA


A Política de Comunicação é aplicável a todas as formas de comunicação da Petros com seus públicos de interesse, como participantes, empregados, patrocinadores, institucional e externo em geral, por meio de veículos internos, externos, impressos, digitais e relacionamento com a mídia. Esta Política deve ser adotada pelos conselheiros, dirigentes, gestores, empregados e demais integrantes do corpo funcional e fornecedores.

### 5.2. DIVULGAÇÃO

A Política de Comunicação deve ser publicada nos normativos da Petros, disseminada nos canais de comunicação interna e disponibilizada no Portal Petros, para acesso de participantes, patrocinadores e demais públicos de interesse.

### 5.3. DIRETRIZES GERAIS DA COMUNICAÇÃO

- a) Fortalecer a imagem da Petros, reforçando os atributos da marca e contribuindo para a disseminação dos princípios éticos, de integridade, missão, visão, valores e propósito da Petros;
- b) Prezar pela transparência, governança e tempestividade na divulgação de informações, prestação de contas e resultados aos participantes e demais públicos de interesse, por meio de linguagem clara e acessível.
- c) Observar o cumprimento de exigências previstas na Constituição Federal, na Lei Complementar 109/2001 e nos demais normativos, portarias, resoluções e legislações vigentes, a exemplo da Resolução CNPC 32, que dispõem sobre procedimentos a serem adotados para a divulgação de informações aos participantes;
- d) Promover uma comunicação integrada, preservando a unidade de discurso institucional e garantindo adequação à linguagem, tom e padrão visual;

	<b>POLÍTICA</b>	<b>IDENTIFICAÇÃO</b> PL-0062	
	<b>POLÍTICA DE COMUNICAÇÃO INSTITUCIONAL DA PETROS</b>	<b>REVISÃO</b>	01
		<b>DATA PUBLICAÇÃO</b>	30/11/2023
		<b>PÁGINA: 3/6</b>	

- e) Fomentar a cultura de educação financeira e previdenciária, ampliando o nível de conhecimento dos participantes e demais públicos de interesse sobre a gestão dos planos, utilizando linguagem didática, infográficos e imagens que auxiliem na clareza das informações;
- f) Fortalecer o relacionamento e o diálogo permanente, aumentando a aproximação com os participantes, patrocinadores e demais públicos de interesse, contribuindo para o vínculo de confiança e credibilidade da Fundação;
- g) Guardar os princípios de promoção da equidade de gênero, raça, idade, diversidade, entre outros temas relacionados à agenda ESG (Ambiental, Social e Governança);

#### 5.4. PILARES DE ATUAÇÃO


Os principais pilares de atuação desta política de comunicação abrangem: comunicação institucional; comunicação com participante; comunicação interna; relacionamento com a imprensa; gestão de eventos e mídias sociais.

**5.4.1 - Comunicação institucional:** cabe à Assessoria de Comunicação conduzir os processos de comunicação institucional, realizando a gestão de imagem da Petros e agenda de eventos e relacionamento, preservando a reputação da instituição, por meio de ações de comunicação junto aos públicos de interesse;

**5.4.2 - Comunicação com participante:** cabe à Assessoria de Comunicação conduzir os processos de comunicação com os participantes, por meio de uma comunicação integrada, transparente, tempestiva, clara e acessível e que envolva todos os canais e ferramentas disponíveis para ampliar o alcance das informações, como site, aplicativo, e-mail, lives, podcasts, YouTube, campanhas educacionais e de marketing, entre outros. Esse processo deve garantir que os participantes tenham acesso às informações de interesse sobre a gestão do seu plano de previdência, aumentando o conhecimento de todos sobre investimentos, resultados, regras do regulamento, benefícios, produtos, entre outros.

**5.4.3 - Comunicação interna:** cabe à Assessoria de Comunicação conduzir todos os processos de comunicação interna, engajando a força de trabalho às estratégias de negócio, propósito, missão e visão, contribuindo para o fortalecimento da cultura desejada e para o alcance dos objetivos do negócio. O público interno deve ser sempre comunicado sobre acontecimentos relevantes para a entidade.

**5.4.4 - Relacionamento com a imprensa:** cabe à Assessoria de Comunicação conduzir o processo de atendimento e relacionamento com a imprensa e, portanto, todo e qualquer contato de veículos de imprensa deve ser direcionado à COM. Também é de responsabilidade da Assessoria de Comunicação o gerenciamento e prevenção de crise de imagem.

	<b>POLÍTICA</b>	<b>IDENTIFICAÇÃO</b> PL-0062	
	<b>POLÍTICA DE COMUNICAÇÃO INSTITUCIONAL DA PETROS</b>	<b>REVISÃO</b>	01
		<b>DATA PUBLICAÇÃO</b>	30/11/2023
		<b>PÁGINA: 4/6</b>	

**5.4.4.1 - Sobre porta-voz:**

- a) São porta-vozes prioritários da Petros o presidente e os diretores por ele indicados. Qualquer exceção deverá ser autorizada previamente pelo presidente;
- b) Os porta-vozes devem atuar em defesa da imagem institucional e respeitando as normas da empresa, e as informações prestadas pelo porta-voz devem estar alinhadas às estratégias do negócio, não sendo permitida a emissão de opiniões pessoais ou políticas sobre os temas em pauta. Os porta-vozes devem, ainda, respeitar as estratégias de comunicação e o fluxo estabelecidos de atendimento à imprensa.


**5.4.5. - Eventos/Apresentações Institucionais:** a participação em eventos/apresentações institucionais externas para grupo de participantes, patrocinadores/instituidores ou mercado deve ser comunicada previamente ao presidente e à Assessoria de Comunicação, sejam elas presenciais ou online; o tema deve estar alinhado às estratégias de negócio e, quando houver apresentação, esta deve respeitar o padrão visual da estratégia de marca da Petros.

**5.4.6 - Gestão de mídias sociais:** cabe à Assessoria de Comunicação a gestão das estratégias de presença nas mídias sociais, bem como a criação de perfis corporativos, mediante aprovação do presidente, e o gerenciamento de contas institucionais da Fundação. Cabe também à Assessoria de Comunicação definir a estratégia mais adequada de interagir com os públicos nos perfis oficiais da Petros, preservando a imagem e a reputação da Fundação. A conduta do público interno nas redes sociais deve estar em consonância com as regras do Código de Condutas Éticas da Petros e aos normativos internos correlacionados ao tema, assegurando o tratamento adequado das informações estratégicas, preservando a imagem da instituição.

## 5.5. RESPONSABILIDADES

**5.5.1 - PÚBLICO INTERNO** - estão classificados neste segmento conselheiros, diretores, toda força de trabalho da Petros, como empregados, estagiários, empregados cedidos, cabendo-lhes;

- a) Cumprir as orientações estabelecidas nesta Política de Comunicação Institucional e disseminar suas diretrizes, agindo em defesa da imagem institucional da Petros;
- b) Contribuir para o fluxo das informações, permitindo clareza e tempestividade na comunicação com os participantes e demais públicos de interesse. Por isso, as áreas internas devem manter a Assessoria de Comunicação informada sobre todo e qualquer assunto que seja de interesse dos participantes, além de manter sempre atualizadas todas as informações técnicas de responsabilidade, disponíveis no site, aplicativo e demais canais para que as publicações, documentos e informações da Fundação estejam sempre em dia;

	<b>POLÍTICA</b>	<b>IDENTIFICAÇÃO</b> PL-0062	
	<b>POLÍTICA DE COMUNICAÇÃO INSTITUCIONAL DA PETROS</b>	<b>REVISÃO</b>	01
		<b>DATA PUBLICAÇÃO</b>	30/11/2023
		<b>PÁGINA: 5/6</b>	

- c) Contribuir para a preservação e segurança das informações da Petros e de seus participantes. Além disso, respeitar os prazos de publicação oficial das informações da Petros, salvo em caso de confidencialidade legal ou definida pelo Conselho Deliberativo ou Diretoria, no âmbito de suas atribuições.

## 5.6. CONSIDERAÇÕES GERAIS

**5.6.1** – Todos os documentos, estudos, pareceres técnicos, imagens e apresentações – denominados ativos intelectuais -, gerados por força das suas atividades, pertencem exclusivamente à Petros. O material é de responsabilidade da área técnica que o gerou e o seu uso externo depende de autorização da Assessoria de Comunicação;

**5.6.2** – Todas as insígnias, marcas, logomarcas, inclusive suas aplicações, sejam institucionais ou relativas a produtos e serviços, pertencem exclusivamente à Petros, sob responsabilidade da Assessoria de Comunicação. Ficam os seus usos por terceiros condicionados à expressa permissão ou cessão justificadas e, preferencialmente, onerosas.


**5.6.3** – Todos os documentos, apresentações e aplicação de logomarcas da entidade, de plano e produtos - devem estar de acordo com as orientações do Manual de Identidade Visual da Marca;

**5.6.4** – A padronização das apresentações tem o objetivo de garantir a consistência da comunicação da marca entidade em todas as suas formas de apresentação - seja na aplicação dos elementos essenciais da marca (sistema visual) ou na expressão da missão, visão, valores, propósito, posicionamento e atributos da marca.

**5.6.5** – Nenhum fornecedor/parceiro está autorizado a conceder entrevista ou dar publicidade sobre produtos ou serviços fornecidos à Petros, sem autorização da Petros.

**5.6.6** – O descumprimento de qualquer diretriz estabelecida nesta Política de Comunicação está sujeito à análise de enquadramento às regras estabelecidas pela Política de Medidas Disciplinares da Petros e suas sanções. Além disso, o descumprimento de qualquer legislação pertinente às garantias de confidencialidade, propriedade intelectual e representação, dentre outras, legitimará à Petros à adoção das medidas legais pertinentes.

**5.6.7** – Esta Política não veda em hipótese alguma que os órgãos colegiados e seus membros falem diretamente com os participantes por meio de publicações de conteúdo para sites e blogs pessoais ou participação em eventos, fortalecendo a transparência e relacionamento no contato com os participantes. Contudo, é preciso observar o respeito às divulgações institucionais e seus prazos, preservando a imagem da Petros e as estratégias de negócio;

	<b>POLÍTICA</b>	<b>IDENTIFICAÇÃO</b> PL-0062	
	<b>POLÍTICA DE COMUNICAÇÃO INSTITUCIONAL DA PETROS</b>	<b>REVISÃO</b>	01
		<b>DATA PUBLICAÇÃO</b>	30/11/2023
		<b>PÁGINA: 6/6</b>	

## 6. ANEXOS

Não se aplica.