



ASSESSORIA DE IMPRENSA E COMUNICAÇÃO - ASSIC

RELATÓRIO DE ATIVIDADES

2023 – 1º SEMESTRE





Governo do Estado do Rio de Janeiro
Secretaria de Estado de Fazenda
Fundo Único de Previdência Social do Estado do Rio de Janeiro

I. APRESENTAÇÃO

Em maio de 2022, a **Assessoria de Imprensa e Comunicação** do Rioprevidência passou por uma reformulação, devido à mudança em sua gestão, com o objetivo de aprimorar suas atividades tanto no escopo interno (*endomarketing*) quanto no externo (assessoria de imprensa).

Durante esse processo, todos os documentos e veículos de comunicação sob responsabilidade da ASSIC foram revisados e compilados em uma **nova seção da Intranet**, denominada página da Assessoria de Imprensa e Comunicação - ASSIC. Essa iniciativa teve como propósito demonstrar à instituição, como um todo, que o setor é funcional, sempre ativo e aberto para atender às demandas de todos os colaboradores da autarquia.

Após receber uma resposta positiva por parte da Diretoria e, com base no resultado grau de **Satisfação Nítida**, da escala *Likert*, na Pesquisa de Clima Organizacional de 2022, a equipe da ASSIC iniciou o ano com o objetivo de manter o ritmo crescente de desenvolvimento de novos produtos e métodos de disseminação de informações para o público interno e externo.

II. REDES SOCIAIS

Neste sentido, a **retomada do uso do Twitter** do Rioprevidência, que conta com mais de 1,5 mil seguidores e um engajamento crescente por parte dos segurados, foi essencial para cumprir as últimas obrigações de divulgação da prova de vida de 2022, anunciar o recenseamento previsto para ocorrer ainda em 2023 e informar aos segurados sobre eventuais ocorrências pontuais no *site* da Autarquia, entre outras questões.

Ainda como parte das iniciativas da Autarquia na plataforma, foram produzidos, como produtos-piloto, **vídeos informativos** baseados no conteúdo da recém-publicada edição da Cartilha dos Segurados e sobre o Dia Nacional do Aposentado e da Previdência Social. Esses vídeos, no formato de “pílulas”, têm como objetivo cativar os segurados que estão presentes no mundo digital e direcioná-los para o perfil do Twitter do Rioprevidência. A intenção é tornar o perfil na plataforma parte da rede social da Autarquia. Como meta para o segundo semestre, a ASSIC planeja realizar, no mínimo, duas publicações por semana com conteúdo informativo.

Embora o Twitter seja ainda a única plataforma de rede social utilizada pela Autarquia para se comunicar com seus segurados, a ASSIC **tem o interesse de expandir o escopo para o Instagram**, replicando as postagens feitas no Twitter



Governo do Estado do Rio de Janeiro
Secretaria de Estado de Fazenda
Fundo Único de Previdência Social do Estado do Rio de Janeiro

(geralmente compostas por arte informativa + legenda) na futura página. Além disso, a Escola de Educação Previdenciária e o RP Cultural possuem páginas no Instagram e no Facebook, nas quais a ASSIC **oferece suporte recorrente** para a produção de material gráfico, audiovisual e revisão de texto.

I III. RELACIONAMENTO COM A IMPRENSA

A equipe da ASSIC está disponível para atender às demandas dos repórteres, responder a perguntas, fornecer dados estatísticos, agendar entrevistas com porta-vozes da autarquia e auxiliar no acesso a informações públicas relacionadas à previdência social.

O veículo de mídia que busca o Rioprevidência com mais frequência é o Jornal Extra, devido à coluna do Servidor Público, inicialmente assinada por Júlia Noia até maio de 2023 e, atualmente, assinada por Gustavo Silva. A maioria das pautas da ASSIC se tornam notícias nessa coluna, e, por outro lado, onde os **maiores pontos de atenção** da Autarquia são aproveitados para matérias negativas.

De acordo com levantamento interno, o Rioprevidência também é muito procurado pelo Jornal O Dia e pela Rádio Bandeirantes, especificamente o programa Reclamar Adianta, apresentado por Átila Nunes. Durante o primeiro semestre deste ano, o Rioprevidência também recebeu solicitações do Jornal O Globo (Coluna do Ancelmo) e da TV Record Rio.

A pauta mais recorrente na mídia ao longo do primeiro semestre foi a recomposição salarial de 5,9% aos pensionistas. As demandas e matérias sobre esse assunto começaram a surgir na mídia no final de fevereiro, quando a autarquia prometeu o pagamento na folha seguinte, incluindo retroativos. Em março, devido ao atraso na recomposição, mais matérias sobre o assunto foram publicadas e a autarquia, juntamente com a Casa Civil e a SEPLAG, foram convidadas a participar de uma audiência pública realizada pela Comissão de Servidores Públicos para esclarecer o motivo do atraso no pagamento.

Além da supracitada, outras pautas do Rioprevidência que tiveram relevância na mídia, ao longo da primeira metade de 2023:

- Os números finais da prova de vida 2022, estes referentes aos nascidos em dezembro, foram publicados no Jornal Extra;
- A interrupção da Prova de Vida 2022 nas agências do Bradesco foi noticiada no Jornal Extra e no Jornal O Dia, os segurados irregulares também foram informados com um pop-up no site principal;



Governo do Estado do Rio de Janeiro
Secretaria de Estado de Fazenda
Fundo Único de Previdência Social do Estado do Rio de Janeiro

- A suspensão da prova de vida, válida no ano de 2022, e o anúncio de recenseamento para os servidores para 2023;
- Problemas com estágio experimental/estágio probatório para servidores da Secretaria Estadual de Saúde que buscavam aposentadoria;
- Campanha do Rioprevidência contra assédio moral e sexual;
- Exposição virtual organizada pelo RP Cultural.

I IV. PORTAL DO RIOPREVIDÊNCIA

A comunicação com os segurados do Rioprevidência é realizada em conjunto com setores técnicos, como a Gerência de Relacionamento com o Segurado e a Gerência de Benefícios. Dentro da responsabilidade da Assessoria de Imprensa e Comunicação, todos os documentos, notícias e avisos relevantes para os segurados são publicados, primeiramente no canal principal de comunicação da autarquia: o **portal do Rioprevidência**.

O *pop-up* da página inicial do Rioprevidência e o carrossel de imagens localizado na parte superior do portal são os elementos mais utilizados do site. A ASSIC está ciente da prática de muitos segurados que visitam o site quase diariamente em busca de novidades, e, por isso, busca manter o portal sempre atualizado.

Banners informativos sobre o informe de rendimentos, o próximo recenseamento de aposentados e pensionistas, e o encerramento do procedimento de prova de vida no Bradesco, por exemplo, foram publicados e replicados em vários veículos de mídia e redes sociais. Além dos informes pontuais sobre a concessão de pensão e outros procedimentos realizados pela Autarquia, também foram divulgadas notícias sobre a participação do Rioprevidência em eventos como o COSUD, congressos e seminários ao longo da primeira metade de 2023.

I V. COMUNICAÇÃO INTERNA

A Comunicação Interna tem a finalidade de não apenas divulgar informações institucionais, mas também de estabelecer conexão, por meio de canais próprios, entre todos os setores da corporação, visando o bom entendimento completo das mensagens, procurando proporcionar excelência de *feedback*, ferramenta estratégica para tomada de decisão.



Governo do Estado do Rio de Janeiro
Secretaria de Estado de Fazenda
Fundo Único de Previdência Social do Estado do Rio de Janeiro

Para tanto, INTRANET, E-MAIL INSTITUCIONAL, informes, *house organ*, entre outros, são os veículos/meios de comunicação utilizados.

No período, foram produzidas três edições do RP EM FOCO, revista virtual, com pautas afins de serviço e notícias do Rioprevidência, além do atendimento de 33 produções de Comunicados Internos das diversas demandas das gerências e coordenadorias, além de 18 cartazes publicitários de exposição externa e interna nas dependências de Agência e postos do Rioprevidência.

HOUSE ORGAN: RP EM FOCO

EX: COMUNICADO INTERNO



EX: E-BOOK

EX: TV RP



II VI. OBSERVAÇÕES FINAIS



Governo do Estado do Rio de Janeiro
Secretaria de Estado de Fazenda
Fundo Único de Previdência Social do Estado do Rio de Janeiro

O senso crítico desta assessoria implica no reconhecimento de que alguns ajustes são necessários, pois comunicação exige versatilidade, e as mudanças constantes exigem adequação correspondente. Entende esta assessoria que a dinâmica de procedimentos é condição básica para que a expectativa de divulgação e ampliação da marca Rioprevidencia seja satisfatória.

Considera ainda que a autarquia **está inserida no planejamento de Comunicação do Governo do Estado**, principalmente quanto ao assunto Previdência, pois possivelmente o tema previdenciário tomará evidência, também no contexto maior da fundamental importância para a recuperação econômica do Estado.

Esta assessoria alerta, porém, para pautas de repercussão negativa, com pontos de atenção, que tradicionalmente fazem parte das preferências das editorias: pautas sobre a autarquia, em órgãos de controle e Legislativo, certamente têm repercussão (relativizada ao momento político), bem como situações da reforma que atingem **aposentados e pensionistas (servidores)**, além da **prova de vida/recenseamento**, com as quais essa ASSIC acompanha com atenção.

Há ainda o imponderável das questões políticas/administrativas, o que faz da mídia instrumento de cobrança ao poder público, no qual o Rioprevidência está inserido.

Para estas, as respostas deverão obedecer fundamentalmente a **unidade de discurso, no sentido de evitar divergências de interpretação, que possam alimentar negativamente a imagem da autarquia**, além de criar ambiente conflituoso e/ou de crise a nível gerencial/administrativo e político.

Por fim, consideramos a Comunicação corporativa como parte essencial à excelência de gestão, não somente na promoção positiva de imagem, mas, e principalmente, contribuir com a eficiência do serviço prestado.

Por Carlos Henrique da C. Silva

Jornalista/Servidor

ID: 2059426-6

Giulio Bruno

Jornalista

ID: 51299763

www.rioprevidencia.rj.gov.br



**GOV
RJ**