

Participante de plano não é consumidor, na forma como a palavra é normalmente entendida, mesmo porque a previdência complementar não tem finalidade de lucro e ele e os demais que contribuem estão representados na administração por conselheiros e mesmo diretores eleitos. Mas quem participa, mesmo sendo “dono” da entidade gestora, merece hoje e cada vez mais, mesmo não existindo uma relação de consumo, toda a atenção, é nele que está colocado todo o foco. Daí a importância crescente com que são vistos dentro dos fundos de pensão os profissionais de comunicação e de relacionamento com ativos e assistidos.

Assim, cada vez mais chamados a opinar, esses profissionais têm naturalmente desenvolvida uma agenda de temas que são motivo de uma permanente preocupação, algo que facilita as respostas cada vez que são consultados pela alta direção. Nesse sentido, os dirigentes vem sendo mais e mais alertados para a necessidade de as entidades saberem trabalhar a comunicação em suas novas linguagens e utilizando crescentemente novas tecnologias que não param de evoluir e se transferem do ambiente corporativo e residencial para a palma da mão do participante e seus familiares, onde quer que estes estejam utilizando os seus dispositivos móveis. Da mesma maneira, quem está no comando é advertido para uma realidade cada vez mais incontestável: atender bem o participante requer um trabalho a quatro, oito ou mais mãos, envolvendo e integrando as diferentes áreas dos fundos de pensão.

Conhecer o que há de novo no mercado, saber como lidar com a novidade e ser capaz de trabalhar com as novas tecnologias é um desafio permanente e não há como escapar disso, resume Márcia Locachevic (Fundação Cesp), Coordenadora da Comissão Técnica Nacional de Comunicação e Marketing da Abrapp. No mesmo grau de exigência está inteirar-se das principais tendências observadas na comunicação, suas melhores práticas e sinais do que está por vir.

A motivação é clara: o participante exige. Por certo, ainda há uma massa, especialmente de assistidos, menos familiarizada com as tecnologias que estão surgindo e se impondo, mas junto aos demais públicos a forma de se comunicar está mudando muito rapidamente e até entre os aposentados e pensionistas começa a notar-se essas mudanças.

Sem esquecer que a comunicação digital é o presente e cada vez mais o futuro. O que significa dizer que, se não lhe for dada a devida atenção, a entidade que persistir nesse caminho perigoso terá fechado o caminho para o seu crescimento. Ao não conversar com os novos públicos estarão muitas delas condenadas a estacionar, um risco que o nosso sistema não pode correr.

Mesmo cuidando para não perder o foco no público mais velho, que deve ser alvo de um esforço visando a sua inclusão, tanto em termos de ferramentas com que precisa passar a lidar quanto em matéria de cuidados com a linguagem utilizada, observa Márcia.

Marisa Santoro Bravi, Coordenadora da Comissão Técnica Nacional de Relacionamento com o Participante, vai além de pregar a necessidade de as entidades fazerem as suas diferentes áreas cooperarem entre si todas as vezes em que forem responder a uma demanda dos participantes. Uma outra preocupação que deve a seu ver ser muito presente é fazer do discurso realidade e não mera fantasia retórica, construindo com essa coerência uma verdadeira estrada no caminho da valorização da marca da EFPC. Saber das tendências, acredita Marisa, é outra coisa fundamental, diz ela pensando em aspectos que são igualmente importantes tanto para profissionais de relacionamento quanto de comunicação.

Mas há preocupações, observa Marisa, nas quais estão focados muito mais os profissionais de relacionamento. Ela cita a importância da postura, da atitude proativa, da habilidade na qualidade do atendimento. “Nessa linha a força da argumentação é muito importante, pois claramente não basta conhecimento, é preciso ser hábil ao expressá-lo”, observa Marisa. Esse saber embalar e desdobrar o raciocínio, encadeando um após outro de forma que favoreça o entendimento, pode

ser algo fundamental para evitar até mesmo uma reação de frustração que leve o participante a desnecessariamente judicializar uma questão.

6º Encontro - Todas essas são questões que ocupam as atenções dos especialistas e, por isso mesmo, irão desaguar no 6º Encontro Nacional de Profissionais de Comunicação e Relacionamento, dias 12 e 13 de maio, no Rio de Janeiro. Os temas e a forma de abordá-los no evento estão sendo trabalhados em comum acordo pelas duas CTNs, juntamente com o Núcleo de Relacionamento e Educação Corporativa da Abrapp.

**Fonte:** [ABRAPP](#), em 02.03.2015.