

NOVA PREVIDÊNCIA: GOVERNO FEDERAL LANÇA CAMPANHA PARA ESCLARECER POPULAÇÃO SOBRE A PROPOSTA



Um exemplo de dúvida comum entre os brasileiros, de acordo com pesquisas internas da Secretaria Especial de Comunicação Social da Presidência da República (Secom/PR), é a seguinte questão: “Nessa Nova Previdência aí, como fica para mim que ganho um salário mínimo? Vou ter de pagar mais?”. Mas, a partir de hoje, essas e outras dúvidas serão sanadas através da campanha da Nova Previdência.

A campanha, com o mote “Nova Previdência. Pode Perguntar”, estimula a participação da sociedade no debate para a construção de um sistema de Previdência novo. A ideia é tirar dúvidas do cidadão comum, com objetividade e transparência, e conscientizar a população para a necessidade da revisão do sistema de aposentadorias do país, trazendo os cidadãos para o centro do debate.

As mudanças propostas pelo governo poderão promover justiça social e ampliar a capacidade de investimento do país. Fábio Wajngarten, secretário à frente da Secom, explica que: “Há muita desinformação sobre o que é e o que muda na proposta da Nova Previdência em tramitação no Congresso. Queremos evitar que as pessoas tenham opiniões baseadas em informações erradas, fake news espalhadas aos montes, quando se trata do sistema de aposentadorias”.

As mensagens ressaltam, com o intuito de esclarecer a população sobre o tema, por exemplo, a manutenção das regras vigentes para quem já está aposentado e a redução de privilégios, já que, pela proposta, quem ganha menos pagaria menos impostos.

As respostas apresentadas pela campanha são dadas por uma apresentadora em estúdio. Ao final, surge um selo na tela com a mensagem: “Essa é a verdade”. Os comerciais sempre terminam com o conceito: “Nova Previdência. É para todos. É melhor para o Brasil”.

Um reforço para ajudar a esclarecer os pontos da Nova Previdência no Rádio e na tevê será a utilização de comunicadores. Os merchandisings terão a mesma dinâmica das demais peças: perguntas e respostas. A expectativa é que, com o apoio dos comunicadores, a mensagem chegue mais facilmente aos públicos mais sensíveis à proposta e que ainda não conhecem detalhes da PEC.

Mídia

A campanha começou a ser veiculada na segunda-feira (20/05) e deve durar até meados de julho de 2019. A propagação ocorre na tevê, rádio, mídia exterior, em terminais aeroportuários, metroviários e rodoviários, painéis em comunidades urbanas, revistas do segmento gestão pública e internet (redes sociais e de vídeos, buscadores, distribuidores de conteúdos e de streaming de áudio). No meio digital, será feito um estudo de segmentação para tratar os conteúdos.