

# POLÍTICA DE COMUNICAÇÃO INSTITUCIONAL



Código do documento:  
POL-009

Emissão:  
08/10/2022

Aprovação:  
08/10/2022

Revisão:  
-

## SUMÁRIO

1. CONCEITO .....	3
2. PRINCÍPIOS.....	4
3. OBJETIVOS GERAIS .....	4
4. OBJETIVOS ESPECÍFICOS.....	5
5. DIRETRIZES .....	6
6. ESTRUTURA.....	7
7. ATIVIDADES .....	7
8. COMPETÊNCIAS .....	8
9. COMUNICAÇÃO INTERNA .....	9
10. COMUNICAÇÃO EXTERNA.....	10
11. COMUNICAÇÃO DIGITAL.....	11
12. COMUNICAÇÃO VISUAL .....	11
13. DISPOSIÇÕES FINAIS.....	12

Código do documento:  
POL-009

Emissão:  
08/10/2022

Aprovação:  
08/10/2022

Revisão:  
-

## 1. CONCEITO

Como parte do processo estratégico que permeia todas as esferas da gestão e ações de uma instituição de saúde, a comunicação deve qualificar a interação com o público, auxiliar a manter uma imagem pública de qualidade, transparência e credibilidade, além de estimular o senso de pertencimento dos seus colaboradores. Além disso, a Comunicação Efetiva é um dos pilares da assistência em saúde e uma das metas em Segurança do Paciente da Organização Mundial de Saúde (OMS), portanto, esta política se baseia nas recomendações do órgão citado.

A Política de Comunicação Institucional visa criar e aperfeiçoar fluxos de comunicação e estabelecer padrões de comunicação, tanto com o público quanto com os colaboradores de modo a contribuir com a missão da instituição.

A política deve ser a base para o Manual de Comunicação o qual deve guiar os colaboradores e gestores da Fundação Araucária e suas unidades filiais, o Hospital São José e o Hospital São Paulo, padronizando diretrizes, posturas, valores e princípios.

Também conterá orientações para o uso de todas as ferramentas de comunicação internas como: prontuário eletrônico do paciente, e-mail institucional, grupos institucionais de aplicativos de conversa, livro de ocorrências, livros de atas, murais, manuais e folhetos informativos, dentre outros e externas como: PABX, redes sociais, ouvidoria, articulação com órgãos de saúde e serviços, alta responsável e mídias sociais institucionais.

Para atender as demandas geradas sobre o tema a Fundação Araucária e suas unidades filiais possui uma Comissão Interna de Mídias Sociais, que pautada em Plano de Comunicação Social por esta criado direcionará os trabalhos.

É responsabilidade de todos que trabalham na instituição zelar pela boa imagem da instituição e cuidar para que os processos de comunicação social se realizem adequadamente, conforme os objetivos institucionais. Portanto, é importante a sensibilização de toda a equipe, independentemente da área em que atua.

A presente Política tem por finalidade ser um instrumento orientador e normativo de ações alinhadas aos planos estratégicos da matriz e filiais. Desta maneira, a Política de Comunicação constitui um valioso instrumento a ser observado e praticado por todos os colaboradores, independentemente do vínculo.

Código do documento:  
POL-009

Emissão:  
08/10/2022

Aprovação:  
08/10/2022

Revisão:  
-

## **2. PRINCÍPIOS**

A Comunicação Social reger-se-á pelos seguintes princípios:

- a) Legalidade;
- b) Impessoalidade;
- c) Moralidade;
- d) Publicidade;
- e) Eficiência;
- f) Respeito à diversidade e aos direitos fundamentais;
- g) Verdade;
- h) Unidade;
- i) Sustentabilidade;
- j) Urbanidade;
- k) Transparência;
- l) Ética.

## **3. OBJETIVOS GERAIS**

- a) Promover a comunicação integrada e participativa da entidade;
- b) Garantir a integridade da identidade Fundação Araucária, Hospital São José e Hospital São Paulo, por meio das ações de comunicação que reforcem os direcionadores, o propósito, a visão, a proposição de valor, os pilares, os objetivos estratégicos e os valores da instituição;
- c) Conscientizar sobre a importância da Comunicação no processo de construção e fortalecimento da imagem institucional e sobre o seu papel estratégico na gestão;
- d) Promover a unificação do discurso e zelar pela integridade da identidade institucional;
- e) Estabelecer normas que orientem o relacionamento da Fundação e Hospitais com seus públicos, definindo atribuições e responsabilidades no processo da Comunicação;
- f) Promover a comunicação e seus recursos como ferramentas para o desenvolvimento dos direcionadores, do propósito, da visão, da proposição de valor, dos pilares, dos objetivos estratégicos e dos valores da Fundação e suas filiais.

Código do documento:  
POL-009

Emissão:  
08/10/2022

Aprovação:  
08/10/2022

Revisão:  
-

## **4. OBJETIVOS ESPECÍFICOS**

a) Conscientizar os públicos de que a comunicação eficaz é responsabilidade de todos e gerida estrategicamente pela Unidade de Comunicação Social;

b) Integrar as unidades de comunicação dos hospitais, para que as informações tenham destaque em todas as unidades e para que o referencial estratégico seja repassado e entendido por todos;

c) Definir orientações, normas e critérios sobre padrões e procedimentos, formato, veículos e apresentação das comunicações da Fundação e filiais;

d) Desenvolver planos estratégicos da comunicação, alinhando os interesses entre a instituição e seus públicos, considerando suas expectativas, necessidades, barreiras e os recursos disponíveis;

e) Promover amplo acesso às informações e dados sobre a instituição, observada a Lei de Acesso à Informação, ampliando e qualificando a visibilidade das ações, com o objetivo de assegurar a transparência da atuação da instituição junto à sociedade;

f) Manter e promover canal aberto e permanente com a imprensa para noticiar informações de interesse da sociedade, disponibilizando informações de forma transparente e eficaz;

g) Orientar o desenvolvimento de políticas, programas e planos de comunicação, buscando maior integração e direcionamento de esforços com a finalidade de contribuir para o propósito da Fundação Araucária e seus direcionadores estratégicos, em especial o seu compromisso com a sociedade;

h) Contribuir para a promoção e melhoria das condições de saúde da população brasileira, conforme preconiza o Sistema Único de Saúde (SUS);

i) Promover parcerias estratégicas com instituições públicas e privadas observadas as disposições legais, visando o desenvolvimento de ações que contribuam para o cumprimento dos objetivos organizacionais e aproximação com a comunidade;

j) Aprimorar os canais externos e internos de comunicação, para que a Fundação Araucária e suas ações sejam mais conhecidas, de forma a dar mais visibilidade aos resultados institucionais.

Código do documento:  
POL-009

Emissão:  
08/10/2022

Aprovação:  
08/10/2022

Revisão:  
-

## 5. DIRETRIZES

As ações de Comunicação Social deverão obedecer às seguintes diretrizes:

- a) Melhorar e/ou criar canais de diálogo e interatividade com os públicos da Fundação Araucária e seus hospitais adotando novas linguagens e formatos, sempre que necessário;
- b) Buscar a conscientização do público interno no cumprimento do disposto nos demais manuais e normativos da Fundação Araucária;
- c) Promover o envolvimento das diferentes áreas e atores na disseminação de processos de comunicação, potencializando seu alcance;
- d) Orientar o planejamento das estratégias de comunicação da Fundação Araucária e seus Hospitais em relação ao alcance das metas;
- e) Buscar a viabilização das condições para que, em situações de risco, a Comunicação participe ativamente da condução para o seu enfrentamento;
- f) Avaliar continuamente seus resultados, com definição de indicadores e realização de pesquisas;
- g) Adotar medidas que visem a diversificação dos veículos de comunicação, se necessárias, tais como sites institucionais, publicações impressas e digitais, considerando as peculiaridades de cada unidade;
- h) Contribuir para o fortalecimento da imagem institucional perante a sociedade e públicos de interesse, internos ou externos.
- i) Utilizar instrumentos variados de divulgação para atingir os diversos setores da sociedade, adequando a linguagem às especificidades de cada público e de cada meio;
- j) Promover estratégias para capacitação contínua dos profissionais que atuam na área de comunicação;
- k) Oferecer amplo conhecimento à sociedade sobre a atuação estratégica da Fundação Araucária e dos hospitais mantidos;
- l) Divulgar iniciativas, ações e serviços à disposição do cidadão de forma sistemática, em linguagem acessível e didática;
- m) Disseminar informações sobre os serviços de apoio ao ensino, à pesquisa e à extensão, a educação continuada e à formação de pessoas no campo da saúde pública;
- n) Auxiliar na promoção e manutenção de um clima organizacional agradável e propício ao bom desenvolvimento das atividades da Fundação Araucária.

Código do documento:  
POL-009

Emissão:  
08/10/2022

Aprovação:  
08/10/2022

Revisão:  
-

## 6. ESTRUTURA

A Comunicação Social da Fundação Araucária é constituída pelas seguintes unidades:

- a) Comissão de Comunicação Social;
- c) Profissionais de comunicação vinculados à Superintendência e Conselho de Administração.

## 7. ATIVIDADES

- a) Organização e planejamento das atividades jornalísticas da sede da Fundação Araucária e unidades vinculadas;
- b) Produção e edição de conteúdo para veículos de comunicação institucionais;
- c) Assessoramento da entidade e dos hospitais na comunicação institucional interna e externa;
- d) Elaboração de materiais a serem divulgados na imprensa e respostas para divulgação por meio dos instrumentos de mídia institucionais;
- e) Assessoramento dos dirigentes da sede e dos hospitais no tratamento com a mídia;
- f) Planejamento, execução e apoio em ações e produtos voltados à comunicação da instituição com funcionários, usuários e sociedade;
- g) Promoção da imagem pública da Fundação Araucária e suas unidades;
- h) Assessoramento na organização e cerimonial dos eventos internos e externos promovidos pela empresa;
- i) Assessoramento dos dirigentes na participação de eventos, em questões relacionadas à cerimonial e protocolo;
- j) Execução das atividades relacionadas ao planejamento, desenvolvimento, supervisão, gerenciamento e implantação de campanhas publicitárias institucionais, mercadológicas e atividades auxiliares no desenvolvimento e gestão, em especial em peças publicitárias, conteúdos textuais e visuais;
- k) Utilização de criatividade em diferentes técnicas de comunicação para divulgar produtos, serviços, ideias e ações;
- l) Fortalecimento da imagem da instituição. Demais atribuições inerentes à profissão dos que atuam na Comunicação Social, respeitada a legislação vigente. Deverá ser

Código do documento:  
POL-009

Emissão:  
08/10/2022

Aprovação:  
08/10/2022

Revisão:  
-

resguardado o conhecimento técnico individual e a capacidade de produção (levando-se em conta a quantidade de profissionais disponíveis), independentemente de o profissional ocupar.

## **8. COMPETÊNCIAS**

Compete à Comunicação Social da sede e filiais:

- a) Planejar e executar as atividades de comunicação, quanto a jornalismo, publicidade e relações públicas;
- b) Elaborar, supervisionar e avaliar a execução do Plano Anual de Comunicação, classificado mês a mês;
- c) Difundir objetivos, serviços, ações, imagem, papel e importância da Fundação Araucária e dos hospitais da rede;
- d) Intermediar o relacionamento com os veículos de comunicação e profissionais de imprensa;
- e) Produzir, organizar e divulgar, interna e externamente, material comunicacional;
- f) Subsidiar os órgãos de direção em relação ao comportamento e à imagem da empresa e hospitais na mídia, por meio de monitoramento e avaliação das informações a respeito da instituição, divulgadas pelos veículos de comunicação impressos e eletrônicos;
- g) Orientar os empregados, quando na qualidade de porta-voz da empresa, sobre como lidar adequadamente com a imprensa;
- i) Assessorar os gestores nas ações que envolvam comunicação social, promoção institucional e realização de eventos;
- j) Estabelecer e administrar processos e procedimentos para a realização de solenidades e eventos, de acordo com normas de Cerimonial e de Protocolo;
- k) Desenvolver, regulamentar e monitorar o uso correto e padronizado da marca e demais elementos relacionados à identidade visual da empresa, disponibilizadas na intranet, internet, redes sociais, banners, cartazes, folders e demais publicações institucionais;
- l) Coordenar, elaborar ou editar todo e qualquer material gráfico ou audiovisual com vistas à divulgação da empresa para o público interno ou externo;



Código do documento:  
POL-009

Emissão:  
08/10/2022

Aprovação:  
08/10/2022

Revisão:  
-

m) Estabelecer diretrizes para envio de mensagens dos diversos setores aos empregados, bem como administrar informes diversos a serem afixados nos quadros de aviso;

n) Propor parcerias para ações promocionais da empresa, apoiadas na legislação vigente;

o) Planejar e gerenciar as atividades de web com interface operacional de criação interna para briefing, layout, mídia interna online (banners, selos, popups, flashes, novas áreas, materiais multimídia), bem como propor e monitorar procedimentos de comunicação para meios digitais como internet, tecnologia móvel, redes sociais, blogs, alinhadas com os objetivos de comunicação do Ministério da Educação. A Comunicação Social deverá atuar de maneira proativa em relação às atividades de seu escopo.

Todos os setores devem considerar a Comunicação Social no planejamento de suas atuações e atender às demandas de informações com prontidão.

## 9. Comunicação Interna

A comunicação social voltada ao público interno terá as seguintes características:

a) As unidades hospitalares adotarão as mídias de caráter nacional, sendo facultada a criação de veículos específicos de comunicação interna, adequados à sua especificidade, aos seus públicos e às suas necessidades, observado o disposto nesta Política de Comunicação Social;

b) As matérias ou releases veiculados nos portais das unidades deverão ser encaminhadas para a sede, para publicação e divulgação no portal e na intranet da Instituição, considerando padrões e normas oportunas.

c) As ações de comunicação interna devem favorecer o fluxo de informação, com o objetivo de promover a sinergia e a integração de gestores, empregados, servidores, estagiários, prestadores de serviço, voluntários, docentes, residentes, estudantes e menores aprendizes, buscando o comprometimento de todos com o trabalho da Instituição;

d) A atuação administrativa deve pautar-se pela transparência, difundindo-se prontamente as informações de interesse dos públicos internos nos veículos institucionais;

Código do documento:  
POL-009

Emissão:  
08/10/2022

Aprovação:  
08/10/2022

Revisão:  
-

e) A comunicação interna deve contribuir para o estabelecimento de boas práticas organizacionais, buscando a humanização dos conteúdos e a aproximação com seu público-alvo;

f) Monitorar e atuar no clima organizacional de cada unidade operacional sempre que houver demandas, com vistas a minimizar/eliminar os problemas encontrados e maximizar as atividades que já tenham eficácia no seu dia a dia.

## **10. COMUNICAÇÃO EXTERNA**

A Comunicação Social voltada ao público externo terá as seguintes características:

a) A Fundação Araucária e suas filiais devem divulgar sua atuação em casos e projetos que tenham grande alcance, efeito paradigmático ou caráter pedagógico, observando os critérios editoriais;

b) Imagens de hospitais e seus pacientes deverão ter autorização expressa, por escrito, do paciente ou responsável legal, para veiculação em sistemas midiáticos, a não ser em caso de tomadas abertas, sem foco específico em determinado indivíduo. O profissional de comunicação deverá acompanhar e/ou direcionar as atividades;

c) As questões de sigilo das informações de pacientes ou terceiros deverão ser pautadas pelo Código de Ética e Conduta e das profissões correlatas;

d) Boletins sobre estado de saúde de pacientes somente poderão ser fornecidos com autorização destes ou de seus responsáveis legais e com aval do médico responsável, de acordo com o exposto no item anterior;

e) Nos casos em que for constatado erro factual nas informações divulgadas pela sede ou hospitais, a Comunicação Social deverá efetuar a correção. Em caso de erro em veículos externos, a Comunicação deverá atuar na busca pela correção ou retratação, no caso de erro no entendimento da mensagem. Erros corriqueiros como grafia de nomes ou outros deverão ser analisados, se há realmente necessidade de exigir retratação;

f) O contato com a imprensa deverá sempre ser intermediado pela Comunicação Social, que deverá ser informada nos casos de contato direto com empregados prestadores de serviço (área médica, assistencial e administrativa), residentes e voluntários, o quanto antes, incluindo casos de pautas de cunho pessoal em que as gravações sejam realizadas no hospital ou sede;

Código do documento:  
POL-009

Emissão:  
08/10/2022

Aprovação:  
08/10/2022

Revisão:  
-

g) As solicitações de informações que coloquem em risco a imagem da Fundação Araucária ou dos hospitais devem ser respondidas/validadas pelo gestor máximo da instituição (sede ou hospital vinculado) e departamento jurídico, com o apoio da Comunicação;

h) Diante da impossibilidade de o gestor atender à demanda de imprensa, outro gestor por ele indicado poderá conceder entrevista ou autorizar o repasse de informações sobre o caso, em comum acordo com o responsável pela área comunicação social.

i) As demandas de imprensa solicitadas aos hospitais da Fundação Araucária que tenham relevância nacional, potencial para gerar pauta nacional, e/ou demandas locais que façam referência à Fundação, ou ainda que possam afetar outras unidades da rede, devem ser comunicadas imediatamente à equipe comunicação para conhecimento e alinhamento institucional, antes de seu atendimento.

## 11. COMUNICAÇÃO DIGITAL

A Comunicação Digital terá as seguintes características:

a) As unidades da Fundação Araucária deverão possuir perfis institucionais em redes sociais na internet, seguindo padronização e estrutura estabelecidas pela sede.

b) A matriz deverá criar site para divulgação de dados e informações dos dois hospitais;

c) É vedada a criação de perfis específicos para atividades, programas ou campanhas, serviços, unidades, ligas e demais grupos.

g) O uso do e-mail institucional no domínio @araucaria.org.br é obrigatório na troca de documentos, informações e mensagens institucionais para todos aqueles tiverem esta ferramenta à disposição. O e-mail será fornecido pela Fundação Araucária e deverá ser usado por conferir maior credibilidade institucional perante os diversos públicos, principalmente o externo.

## 12. COMUNICAÇÃO VISUAL

A Comunicação Visual terá as seguintes características:

Código do documento:  
POL-009

Emissão:  
08/10/2022

Aprovação:  
08/10/2022

Revisão:  
-

a) A equipe de comunicação será a gestora da marca da Fundação Araucária, monitorando sua aplicação;

b) A equipe de comunicação fiscalizará a conformidade das aplicações da logomarca com esta Política de Comunicação Social e com o Manual de Identidade Visual, adotando as medidas cabíveis;

c) É vedado o uso de submarcas e logomarcas distintas para identificação de setores internos da Fundação e dos hospitais, podendo haver marcas de programas, campanhas e similares, desde que validadas pela equipe de comunicação.

d) As logomarcas da Fundação e Hospitais às quais estão vinculadas serão respeitadas, devendo ser acompanhadas da logomarca da Fundação Araucária em todos os casos.

É vedado o uso da logomarca:

a) Para fins particulares;

b) Fora dos padrões especificados nesta política e demais ordenamentos internos da instituição;

### 13. DISPOSIÇÕES FINAIS

As diretrizes presentes neste documento devem ser assumidas como normas, instruções e padronizações de procedimentos comunicacionais a serem adotados no âmbito de toda a Fundação Araucária. A partir da vigência deste documento, se estabelece sua observação como necessária para o desenvolvimento de todas as atividades comunicacionais da referida organização. Esta Política de Comunicação Institucional deverá ser revisada periodicamente no prazo máximo de um ano, ou de acordo com a mudança estratégica da empresa.

É incumbência da equipe de comunicação designada, elaborar e implementar planos de comunicação social da sede, com apoio dos órgãos administrativos.

Esses planos serão aprovados por ato do Diretor Superintendente. Os Planos desenvolvidos nas filiais deverão estar em consonância com esta Política e deverão ser aprovados por ato da Superintendência e Direção de cada unidade.

Código do documento:  
POL-009

Emissão:  
08/10/2022

Aprovação:  
08/10/2022

Revisão:  
-

Compete à equipe de comunicação, em conjunto com a área administrativa da instituição dirimir eventuais dúvidas em relação a esta Política, sendo os casos omissos decididos em conjunto com a Direção da Fundação Araucária.

Essa política entra em vigor a partir da sua publicação.