Empresa Brasileira de Serviços Hospitalares

**POLÍTICA DE**

**COMUNICAÇÃO**

**INSTITUCIONAL**

**Novembro**

**, 2014**

**CCS**



Empresa Brasileira de Serviços Hospitalares

Setor Comercial Sul

-

SCS, Quadra 09, Lote C, Ed. Parque Cidade Corporate,

Bloco C, 1º ao 3º pavimento | CEP: 70308

-

200

 | Brasília

-

DF |

Telefone: (61) 3255

-

8900

 | Site: www.ebserh.gov.br

**JOSÉ HENRIQUE**

**PAIM**

**FERNANDES**

Ministro de Estado da Educação

**JOSÉ RUBENS REBELATTO**

Presidente

**CELSO FERNANDO RIBEIRO DE ARAÚJO**

Diretor de Atenção à Saúde

**GARIBALDI JOSÉ CORDEIRO DE ALBUQUERQUE**

Diretor de

Administração

e Infraestrutura

**WALMIR GOMES DE SOUSA**

Diretor

d

e

Controladoria e

Finanças

**JEANNE LILIANE MARLENE MICHEL**

Diretora de Gestão de Pessoas

**CRISTIANO CABRAL**

Diretor de Gestão de Processos e Tecnologia da Informação

**HELOISA CRISTA**

**L**

**DO**

Coordenadora de Comunicação Social



**SUMÁRIO**

POLÍTICA DE COMUNICAÇÃO INSTITUCIONAL

................................

................................

..

4

1.

Princípios e diretrizes gerais

................................

................................

................................

.

4

2.

A Estrutura de Comunicação Social

................................

................................

.....................

6

3.

A Comunicação Social Interna e Externa

................................

................................

.............

8

4.

Comunicação Digital

................................

................................

................................

..........

10

5.

Comunicação Visual

................................

................................

................................

...........

10

6.

Disposições finais

................................

................................

................................

...............

11

PROCESSOS DE COMUNICAÇÃO

................................

................................

...........................

12

1.

Objetivos Estratégicos

................................

................................

................................

........

12

2.

Gestão da Comunicação

................................

................................

................................

.....

13

3.

Gestão de Conteúdo

................................

................................

................................

............

13

4.

C

omunicação Interna

................................

................................

................................

..........

13

5.

Relação com a Imprensa

................................

................................

................................

.....

14

6.

Comunicação Institucional

-

Publicidade

................................

................................

...........

14



**POLÍTICA DE COMUNICAÇÃO INSTITUCIONAL**

**1.**

**Princípios e diretrizes gerais**

1.1.

A Comunicação Social reger

-

se

-

á pelos seguintes princípios:

I

-

respeito aos direitos fundamentais;

II

-

impessoalidade;

III

-

verdade;

IV

-

transparência;

V

-

unidade;

VI

-

visão

estratégica;

VII

-

sustentabilidade;

VIII

-

economicidade;

IX

-

acessibilidade;

X

-

simplicidade;

XI

-

educação;

XII

-

integração;

XIII

-

diversidade regional.

1.2.

As ações de comunicação social deverão obedecer às seguintes diretrizes:

I

-

promover o

respeito à Constituição Federal e às leis;

II

-

contribuir para o fortalecimento da imagem institucional perante a sociedade;

III

-

divulgar iniciativas, ações e serviços à disposição do cidadão de forma sistemática, em

linguagem acessível e didática;

IV

-

oferecer amplo conhecimento à sociedade sobre a atuação estratégica da Ebserh na gestão,

qualificação e oferta dos serviços de saúde à população no âmbito do Sistema Único de Saúde

(

SUS);



V

-

disseminar informações sobre os serviços de apoio ao ensino e

à pesquisa e à extensão, ao

ensino

-

aprendizagem e à formação de pessoas no campo da saúde pública, em consonância com

as diretrizes do Poder Executivo;

VI

-

utilizar instrumentos variados de divulgação para atingir os diversos setores da sociedade,

adequan

do a linguagem às especificidades de cada público e de cada meio;

VII

-

observar as orientações do Manual de Padronização, Redação e Estilo, do Manual de Mídias

Sociais e do Manual de Identidade Visual;

VIII

-

divulgar ações vinculadas ao exercício das fun

ções institucionais da Ebserh;

IX

-

capacitar funcionários para o aperfeiçoamento das aptidões relacionadas à comunicação

social;

X

-

avaliar continuadamente seus resultados, com definição de indicadores e realização de

pesquisas.

1.2.1

. Qualquer veículo

de comunicação institucional, inclusive perfis em mídias sociais, deverá

ser criado, produzido, editado, distribuído e/ou divulgado pelos setores de comunicação social da

Ebserh.

1.2. 2

. A Coordenadoria de Comunicação Social (CCS) poderá, excepcionalmente

, autorizar o

desenvolvimento das atividades constantes do item acima por qualquer outra área da empresa,

desde que o conteúdo e a forma estejam de acordo com a Política Institucional de Comunicação

Social da Empresa Brasileira de Serviços Hospitalares e s

uas normas complementares.

1.2.3

. É responsabilidade de todos que trabalham na Ebserh zelar pela boa imagem da Instituição

e cuidar para que os processos de comunicação social se realizem adequadamente aos objetivos

institucionais.

1.2.4

. As ações de pu

blicidade da Ebserh serão definidas de acordo com os princípios e as diretrizes

constantes desta Política de Comunicação Social e deverão ser desenvolvidas a partir de um

planejamento nacional para a Comunicação Social.

-

Todas as peças das ações de publi

cidade devem prezar pela diversidade na escolha dos modelos.



-

As fontes e imagens utilizadas nas ações de publicidade devem ser previamente autorizadas,

salvo aquelas que não permitirem a identificação de pessoas.

**2.**

**A Estrutura de Comunicação Social**

2.1.

A Estrutura de Comunicação Social da Empresa Brasileira de Serviços Hospitalares é

constituída pelas seguintes unidades:

I

-

Coordenadoria de Comunicação Social (CCS) da Empresa Brasileira de Serviços Hospitalares,

como unidade central, subordinada direta

mente ao Presidente da Ebserh;

II

-

Unidades de Comunicação Social (UCS) dos Hospitais Universitários nos Estados, vinculadas

ao superintendente da respectiva filial.

2.2

. A Política de Comunicação Social será implementada pela CCS da Ebserh, a qual é

res

ponsável por coordenar as atividades desenvolvidas na sede e nas Unidades de Comunicação

Social (UCS) das filiais.

2.3.

A comunicação social engloba as seguintes atividades:

2.3.1

. Assessoria de Imprensa, com as funções de

:

a) colher, apurar, produzir e pub

licar material jornalístico sobre as atividades da Ebserh e divulgá

-

la externamente;

b) acompanhar e analisar as notícias da mídia de interesse da Ebserh; orientar gestores,

funcionários e servidores quanto às melhores práticas de relacionamento com a impr

ensa;

c) atender demandas de imprensa.

2.3.2

. Audiovisual, com as funções de

:

a) realizar registro audiovisual para divulgação institucional;

b) alimentar e manter banco de imagens fotográficos institucionais;

c) coordenar a indexação do banco de imagens

com a área de documentação.



2.3.3

. Comunicação Digital, com as funções de

:

a) propor, criar, gerir e atualizar portais, páginas e sites, intranets, comunidades internas e redes

sociais;

b) analisar e monitorar a presença da Instituição nas mídias

digitais;

c) produzir conteúdo digital para a divulgação.

2.3.4

. Comunicação Interna, com as funções de

:

a) colher, apurar, produzir, editar e publicar material jornalístico sobre atividades administrativas

direcionadas ao público interno;

b) desenvolver

materiais de apoio à divulgação interna, como a produção de boletins,

*newsletters*

, jornais murais, cartazes e conteúdo para a intranet;

c) promover a divulgação do plano de ações de campanhas para o público interno;

d) realizar a cobertura jornalística de

ações e eventos internos.

e) coordenar a produção dos manuais relativos às atividades, aos processos de trabalho e aos

documentos da Ebserh, em parceria com os setores pertinentes.

2.3.5

. Publicidade, com as funções de

:

a) coordenar, orientar, propor e el

aborar ações e/ou produtos oriundos do planejamento de

comunicação, como campanhas de divulgação institucional, conteúdo para divulgação online ou

não, design de material gráfico e de web;

b) gerenciar a marca da Empresa Brasileira de Serviços Hospitalares

.

2.3.6

. Relações Públicas, com as funções de

:

a) articular parcerias institucionais;

b) articular ações de mobilização interna e externa;

c) propor, apoiar e executar atividades culturais e educativas, com foco na divulgação institucional

da Ebserh na so

ciedade;



d) prospectar e desenvolver atividades internas e externas para consolidar positivamente a

reputação institucional;

e) participar e acompanhar o processo ou as atividades para avaliar o impacto da ação;

f) elaborar e implementar diagnósticos, prog

nósticos, estratégias e políticas de comunicação e

avaliações de resultados, por meio de planejamentos adequados às necessidades institucionais.

g) coordenar a organização e a execução dos eventos e solenidades institucionais da Ebserh.

h) Apoiar o gabinet

e da Presidência e diretorias em compromissos oficiais, viagens, recepção de

autoridades, missões estrangeiras e reuniões.

2.4

. Outras funções relacionadas à área de atuação da Comunicação Social.

2.4.1

. A Ebserh deverá atuar de maneira proativa na

comunicação social.

2.4.2

. Os funcionários que atuam no sistema de Comunicação Social da Empresa Brasileira de

Serviços Hospitalares devem atender às demandas de comunicação com celeridade e eficiência.

2.4.3

 Todos os setores da Ebserh devem considerar a

comunicação social no planejamento de suas

atuações e atender às demandas de informações com prontidão.

**3.**

**A Comunicação Social Interna e Externa**

3.1

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

:

I

-

as unidades hospit

alares filiadas à Ebserh adotarão os veículos de caráter nacional, sendo

facultada a criação de veículos específicos de comunicação interna, adequados à sua especialidade,

aos seus públicos e às suas necessidades, observado o disposto nesta Política de Com

unicação

Social;

II

-

as matérias ou releases veiculados nos portais das unidades hospitalares filiadas à Ebserh

deverão ser encaminhadas para o setor de imprensa da sede, para publicação e divulgação no portal

da Instituição, considerando padrões e norma

s oportunas.

1. - as ações de comunicação interna devem favorecer o fluxo de informação, com o objetivo de promover a sinergia e a integração de gestores, funcionários, servidores, estagiários, prestadores de serviço e adolescentes aprendizes, buscando o comprometimento de todos com o trabalho da Instituição;
2. - a atuação administrativa deve pautar-se pela transparência, difundindo-se prontamente as informações de interesse dos públicos internos nos veículos institucionais;

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

3.2. A comunicação social voltada ao público externo orientar-se-á pelas seguintes diretrizes:

1. - o setor de Comunicação Social deve ter acesso às ferramentas e aos sistemas necessários para acompanhar o trabalho institucional e assessorar os gestores, de modo a identificar e propor a divulgação de peças de relevante interesse público;
2. - a Ebserh deve divulgar sua atuação em casos e projetos que tenham grande alcance, efeito paradigmático ou caráter pedagógico, observando os critérios editoriais.
3. – Imagens de hospitais e seus pacientes deverão ter autorização expressa para veiculação em sistemas midiáticos, conforme anexo;
4. – 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.
5. - nos casos em que for constatado erro factual nas informações divulgadas, o setor de Comunicação Social da unidade deverá efetuar a correção;
6. - o contato com a imprensa deverá sempre ser intermediado pelo setor de Comunicação Social, que será informado nos casos de contato direto com funcionários, logo que possível;
7. - as solicitações de informações relacionadas a casos concretos devem ser atendidas pelo presidente ou superintendente do Hospital Universitário Federal em questão;
8. - diante da impossibilidade de o presidente atender à demanda de imprensa, o diretor, ou outro gestor por ele indicado, poderá conceder entrevista ou autorizar o repasse de informações sobre o caso, em comum acordo com o diretor da área;

- Todas as demandas de imprensa solicitadas às filiais da Ebserh devem ser comunicadas imediatamente à CCS para conhecimento e alinhamento institucional.



**4.**

**Comunicação Digital**

4.1

. A comunicação digital da Empresa Brasileira de Serviços Hospitalares orientar

-

se

-

á pelas

seguintes diretrizes:

I

-

cabe à CCS a criação e o gerenciamento de perfis nacionais,

e às Unidades de Comunicação

Social a criação e o gerenciamento de perfis das respectivas unidades em redes sociais;

II

-

os perfis sociais deverão seguir as normas estabelecidas no Manual de Mídias Sociais,

elaborado e alinhado com a Secretaria de Comunic

ação da Presidência da República;

III

-

deve

-

se evitar a criação de perfis específicos para atividades ou campanhas, cabendo à CCS

a análise da conveniência de criação de perfis segmentados;

IV

-

os perfis em mídias sociais devem deixar claro que não são c

anais para recebimento de

denúncias, demandas e orientações, assim como indicar ao usuário o canal adequado para o envio

de sua demanda;

V

-

para cada rede social em que a Ebserh tiver perfil, deverá ser divulgada a respectiva Política

de Uso e Convivência

, com as regras que orientam as publicações e a forma de interação naquele

canal;

VI

-

a Diretoria de Gestão de Processos de Tecnologia da Informação (DGPTI) da Ebserh deverá

permitir o acesso dos usuários às redes sociais, como instrumento importante de a

proximação com

o cidadão e ferramenta de divulgação institucional.

**5.**

**Comunicação Visual**

5.1

. A Ebserh adotará como identidade visual a logomarca única, a ser aplicada em todos os

produtos de comunicação de divulgação institucional, cujo modelo e normas de

utilização

constarão em Manual de Identidade Visual.

5.2

. A gestão da marca e a aplicação da logomarca deverão observar as seguintes diretrizes

:

I

-

a CCS será a gestora da marca da Ebserh, devendo monitorar as suas variações de prestígio ou

reputação;

I

I

-

as Unidades

de Comunicação Social serão guardiãs da marca;



III

-

as Armas Nacionais, nos termos da Lei nº 5.700/1971, deverão ser utilizadas nas peças de

divulgação institucional, em conformidade com os padrões estabelecidos no Manual de Identidade

Vis

ual;

IV

-

é vedado o uso de submarcas e logomarcas distintas para identificação de setores internos da

Ebserh;

V

-

As logomarcas dos Hospitais Universitários Federais filiados à Ebserh e das Universidades

Federais às quais essas unidades de saúde estão vin

culadas serão respeitadas, devendo ser

acompanhadas da logomarca da Ebserh em todos os documentos;

VI

-

o setor de Comunicação Social fiscalizará a conformidade das aplicações da logomarca com

esta Política de Comunicação Social e com o Manual de Identida

de Visual, adotando as medidas

cabíveis;

VII

-

a CCS produzirá, a cada biênio, com base nas pesquisas de imagem, relatório que subsidiará

possível redesenho e reposicionamento da logomarca e revisão do Manual de Identidade Visual.

5.3

. É vedado o uso da l

ogomarca:

I

-

para fins particulares;

II

-

fora dos padrões especificados no Manual de Identidade Visual;

III

-

em peças ou ações com fins comerciais ou contrários aos princípios e diretrizes institucionais

previstos nesta Política de Comunicação Social.

5.4

. As submarcas existentes na Instituição deixarão de ser utilizadas no prazo de seis meses,

contados da data de publicação desta Portaria.

**6.**

**Disposições finais**

6.1

. Esta Política de Comunicação Institucional deverá ser revisada periodicamente.

6.2

. É

incumbência da CCS desenvolver, elaborar e implementar planos de comunicação social

gestão de crises, com apoio do Gabinete da Presidência. Esses planos, acompanhados de

respectivos manuais, serão aprovados por ato da Diretoria Executiva da Ebserh.



6.3.

Compete à Chefia de Gabinete da Presidência da Ebserh dirimir eventuais dúvidas, sendo os

casos omissos decididos pelo Presidente da Instituição.

**PROCESSOS DE COMUNICAÇÃO**

**1.**

**Objetivos Estratégicos**

1.

Criar uma identidade única da Ebserh, além de orientar os

hospitais universitários da rede

no cumprimento das ações de divulgação institucional;

2.

Conscientizar a todos sobre o papel da estratégia na construção da boa imagem da empresa;

3.

Dar transparências às informações relativas à implementação da estratégia

nas diversas

áreas;

4.

Integrar as unidades

de comunicação dos hospitais universitários parceiros, para que as

informações tenham destaque em todas as unidades e para que o referencial estratégico seja

repassado e entendido por todos;

5.

Divulgar ações, dados

estatísticos e projetos em prol da sociedade, seus resultados e temas

finalísticos ao público externo, como forma de mostrar à sociedade o papel e a importância da

Ebserh;

6.

Ampliar canais externos de comunicação, para que a Ebserh e suas atribuições sejam m

ais

conhecidos do cidadão, de forma a garantir a visibilidade dos resultados institucionais.

A comunicação, deve reforçar os seguintes

**valores**

:

 ética, transparência, atribuições,

responsabilidades, diretrizes e compromissos.

Nesse sentido, devem ser consid

erados pelo menos quatro itens:

I.

Atenção à formulação das mensagens que serão transmitidas a todos os públicos da Ebserh,

especialmente quando se tratar de temas sensíveis;

II.

Utilizar os canais adequados para cada tipo de mensagem e para cada público

;

III.

Desenvolver e implementar mecanismos de Feedback, para medir a efetividade da

comunicação;

IV.

Construir relacionamentos institucionais consistentes junto aos seus públicos, por meio de

processos estruturados de diálogo.



**2.**

**Gestão da Comunicação**

-

P

lanejar, monitorar, mensurar e avaliar as ações estratégicas de comunicação.

-

Definir as prioridades estratégicas e os temas

-

chave da comunicação.

-

Promover a integração das ações e a racionalização dos recursos dos planos de comunicação

entre a Ebserh e

filais.

-

Coordenar o desenvolvimento e a aplicação do modelo de gestão da marcas da Ebserh.

-

Definir e elaborar os indicadores de desempenho de imagem institucional.

-

Coordenar a produção de termos de referência relativos à Comunicação Social da Ebserh

.

**3.**

**Gestão de Conteúdo**

-

Propor conteúdos e canais prioritários e relevantes para veiculação interna e externa.

-

Definir as mídias nas quais os conteúdos serão veiculados.

-

Adaptar e contextualizar os conteúdos de acordo com os veículos definidos.

-

Editar os conteúdos e adaptá

-

los aos veículos internos de comunicação e ao perfil dos usuários

da estatal.

**4.**

**Comunicação Interna**

-

Criar e manter uma comunicação dinâmica e educativa para o público interno, capaz de motivá

-

lo e comprometê

-

lo com os objetivo

s estratégicos da estatal.

-

Apoiar as áreas internas no desenvolvimento de ações de comunicação.

-

Sensibilizar os empregados para os temas de interesse da Ebserh e filiais, visando consolidar a

percepção interna da marca Ebserh.

-

Gerar uma comunicação e

ficaz para comprometer o corpo gerencial, em função da sua

importância como agente de transformação.

-

Propor soluções para as áreas sensíveis em que a comunicação possa mitigar possíveis impactos

da ação institucional.

-

Imagem institucional de eventos pr

omovidos e/ou patrocinados pela Ebserh.



**5.**

**Relação com a Imprensa**

-

Desenvolver, manter e ampliar fluxos de comunicação, facilitando a relação entre Ebserh, filiais

e a imprensa nacional e internacional.

-

Mediar a relação entre as filiais da Ebserh e a impr

ensa.

-

Produzir conteúdo jornalístico para a imprensa.

-

Produzir notícias para os veículos da Ebserh.

-

Disponibilizar clipping eletrônico e impresso.

-

Propor ações estratégicas para o melhor posicionamento em relação a temas sensíveis para a

Ebserh e

filiadas.

-

Promover a capacitação dos porta

-

vozes da estatal no relacionamento com a imprensa (media

training).

-

Disseminar conhecimentos e especificidades do ambiente em que a Ebserh está inserida

(

Hospitais Universitários Federais que prestam serviços

para os profissionais de imprensa.

-

Desenvolver o planejamento de comunicação para gerenciamento de crises.

**6.**

**Comunicação Institucional**

**-**

**Publicidade**

-

Desenvolver estratégias publicitárias para veicular a mensagem da Ebserh, visando ampliar o

posicionamen

to da marca e reorientar a percepção da reputação corporativa.

-

Coordenar a criação de projetos de programação visual e outros materiais promocionais para

divulgação dos produtos e serviços da Ebserh e filiais.

-

Coordenar a produção e atualização do manu

al de identidade visual da Ebserh.

-

Organizar, promover, acompanhar e avaliar os eventos internos e externos, ações promocionais

que possam contribuir para a reputação da Ebserh, sempre observando o uso do espaço público.





Setor Comercial Sul - SCS, Quadra 09, Lote "C",

Edifício Parque Cidade Corporate, Bloco "C",

1° pavimento, Asa Sul

Brasília - Distrito Federal - 70308-200

Telefone: (61) 3255-8900