



Tipo do Documento	PLANO	PL.UPLAN.001 – Página 1/13	
Título do Documento	PLANO DE COMUNICAÇÃO DO HOSPITAL UNIVERSITÁRIO DE LAGARTO	Emissão: 10/05/2022 Versão: 01	Próxima revisão: 10/05/2024

1. OBJETIVO

Auxiliar na construção e consolidação de uma imagem positiva do HUL-UFS perante a sociedade, difundindo e dando visibilidade aos objetivos, serviços, ações, imagem, papel e importância da instituição hospitalar; proporcionar acesso às informações e dados sobre o HUL-UFS em conformidade com a Lei de Acesso à Informação (LAI), assegurando a transparência da atuação da instituição hospitalar frente à sociedade; e definir estratégias de comunicação alinhadas aos interesses entre a instituição e seus públicos interno e externo, considerando suas expectativas, necessidades e recursos disponíveis.

2. PLANO DE AÇÃO PARA ATENDIMENTO DOS OBJETIVOS

É responsabilidade da Comunicação Social do Hospital Universitário de Lagarto (HUL-UFS/Ebserh) a preservação da identidade e construção da imagem da unidade hospitalar perante os públicos interno e externo, estruturada por meio de estratégias, planejamento e uso de tecnologias para uma sistematização e alinhamento estratégico das ações.

Em conformidade com a Política de Comunicação Institucional da Ebserh, o propósito é contribuir com as boas práticas de governança praticadas pela instituição, com o estabelecimento de canais de comunicação e relacionamento que aumentem a credibilidade, estimule a interação e facilitem a interlocução do hospital com o público interno, externo e meios de comunicação em geral.

Interlocução essa, que deve estar alinhada aos propósitos de fortalecimento, defesa e crescimento da unidade hospitalar, trabalhando a boa imagem da instituição e assistindo para que os processos de comunicação social aconteçam de forma adequada e resolutiva, ajustados com os objetivos institucionais.

Deve ainda estar em interface com os diversos setores do hospital no sentido de viabilizar pautas ou informações sobre o trabalho desenvolvido na instituição, com o produto final podendo ser publicado em meios próprios e na mídia externa.

Daí o esforço em trabalhar conteúdos e informações de forma objetiva e transparente, de modo a que se adaptem e sejam efetivas junto aos diversos públicos com os quais se relaciona, com vistas à qualidade dos processos e impactos provocados com as ações levadas a efeito.

Dessa forma, o plano de ação para o Hospital Universitário de Lagarto é composto pelas seguintes atividades:

a) Assessoria de Imprensa:



Tipo do Documento	PLANO	PL.UPLAN.001 – Página 2/13	
Título do Documento	PLANO DE COMUNICAÇÃO DO HOSPITAL UNIVERSITÁRIO DE LAGARTO	Emissão: 10/05/2022 Versão: 01	Próxima revisão: 10/05/2024

I - Colher, apurar, produzir e publicar material jornalístico sobre as atividades do HUL-UFS, dando visibilidade públicas a esses conteúdos;

II - Monitorar e analisar publicações veiculadas na mídia de interesse do HUL-UFS, dando conhecimento e orientando a partir daí os gestores quanto às melhores práticas de relacionamento com os veículos e comunicadores;

III - Atender demandas dos profissionais de comunicação e da mídia quanto a informações e dados relacionados às atividades e prestação de serviço da unidade hospitalar. E quanto a intermediar entrevistas com gestores e colaboradores do hospital.

b) Audiovisual, com as funções de:

I - Organizar e produzir registro audiovisual visando a produção de conteúdo informativo para e sobre a instituição;

II - Alimentar e manter banco de imagens fotográficas institucionais.

c) Comunicação Digital, com as funções de:

I - Administrar, sugerir e atualizar conteúdos informativos e institucionais em páginas e sites e redes sociais;

II - Acompanhar, monitorar e analisar a presença da instituição de saúde nas mídias digitais e redes sociais;

III - Produzir, editar e publicar conteúdo digital em iniciativas de comunicação e divulgação do hospital.

3. COMUNICAÇÃO INTERNA E EXTERNA

a) A comunicação social voltada ao público interno / características:

I - Colher, apurar, produzir, editar e publicar material jornalístico sobre atividades administrativas direcionadas ao público interno;

II - Desenvolver materiais de apoio à divulgação interna, como a produção de posts, cards e designs para compartilhamento em redes digitais, wallpapers, banners, panfletos e cartazes;



Tipo do Documento	PLANO	PL.UPLAN.001 – Página 3/13	
Título do Documento	PLANO DE COMUNICAÇÃO DO HOSPITAL UNIVERSITÁRIO DE LAGARTO	Emissão: 10/05/2022 Versão: 01	Próxima revisão: 10/05/2024

III - Produzir conteúdo para divulgação de iniciativas de gestores e colaboradores que tenham como público-alvo os colaboradores do HUL, como cursos, seminários, simpósios e treinamentos;

IV - Realizar a cobertura jornalística de ações e eventos internos para publicação em meios próprio e na mídia externa;

V - Promover sinergia e integração entre gestores, colaboradores, residentes, acadêmicos, docentes, alunos e estagiários, buscando o comprometimento de todos com a missão e propósitos da Instituição de saúde pública;

VI - Pautar-se pela transparência e correção na divulgação de conteúdos e informações nos veículos e mídias institucionais, contribuindo assim para o estabelecimento de boas práticas organizacionais, buscando a humanização dos conteúdos e a aproximação com esse público-alvo.

b) A comunicação social voltada ao público externo / características:

I - Visibilizar as ações realizadas no âmbito da instituição junto aos veículos, profissionais de comunicação e público externo, divulgando a imagem e iniciativas do hospital, como também esclarecendo dúvidas sobre as atividades do HUL-UFS. Nessa interlocução, facilitando o diálogo entre as partes, baseado no compromisso com a ética e a transparência;

II - Intermediar o contato do jornalista/comunicador com o HUL-UFS; e do porta-voz da instituição com a imprensa;

III - Redigir e enviar informações para a mídia por meio de releases, notas e conteúdos sobre temas de interesse da unidade hospitalar;

IV - Sugerir pauta ou concessão de entrevistas por parte dos gestores do HUL-UFS sobre assuntos de interesse público relacionados ao hospital;

V - Solicitar e abrir espaços para entrevistas em meios de comunicação como rádio, TV, Portal, Blog, jornal, dentre outras mídias impressas ou digitais;

VI - Acompanhar/analisar a publicação das respostas enviadas e os conteúdos que saíram na mídia sobre a instituição de saúde;

VII - Gerenciar crises decorrentes de matérias, informações ou posicionamentos publicados em impressos, portais, rádios, TVs e mídias sociais;

VIII - Orientar entrevistados do hospital sobre como se portar durante entrevistas e abordagens da mídia, a exemplo de como lidar com perguntas, questionamentos e estratégias adotadas pelos profissionais de comunicação nessas oportunidades;



Tipo do Documento	PLANO	PL.UPLAN.001 – Página 4/13	
Título do Documento	PLANO DE COMUNICAÇÃO DO HOSPITAL UNIVERSITÁRIO DE LAGARTO	Emissão: 10/05/2022 Versão: 01	Próxima revisão: 10/05/2024

IX - Acompanhar e analisar a exposição do HUL-UFS na mídia, sugerindo construção de conteúdos e posicionamentos para manter a boa imagem da instituição;

X - Acompanhar os gestores em entrevistas, auxiliando nas situações que possam surgir, contribuindo para uma comunicação positiva e com informações e dados mais completos sobre o hospital;

XI - Exercer um bom e adequado relacionamento com os profissionais da mídia, prezando pelo fortalecimento da relação entre o HUL-UFS e os meios de comunicação, resultando em trocas de informações produtivas e que gerem credibilidade.

XII - A Comunicação do HUL-UFS não se responsabiliza por informações que possam ser veiculadas, repassadas ou compartilhadas por colaboradores da unidade hospitalar para divulgação na mídia ou via redes sociais, sem o conhecimento e trâmite pelos processos e fluxos estabelecidos.

4. COMUNICAÇÃO EM MOMENTO DE CRISE

Em situações de crise comunicar da maneira assertiva e em tempo hábil é vital. O gerenciamento dessas situações traz desafios de dimensão importante para a instituição, ensejando o envolvimento também de gestores no gerenciamento da dificuldade a ser superada quanto a definição de estratégias, teor de mensagens, metas e ações a serem adotadas.

A identificação de sinais que possam antever a sua chegada, como também a possível preparação de estrutura para enfrentá-la deve ser estratégia a ser adotada. Some-se a isso a importância da construção continuada por parte da instituição de uma reputação alicerçada em boas práticas de governança, transparência e confiança no relacionamento com os públicos interno, externo e comunidade.

O esforço de gerenciamento, conforme a situação de crise, pode considerar os seguintes passos: procurar ter clareza sobre o que realmente está ocorrendo; levantamento de fatos e informações relevantes; centralização da comunicação em nota ou informe oficial - ou sendo repassada pelo porta-voz da instituição; definir estrategicamente qual a mídia mais adequada para atuar, conforme a demanda de crise; e, em sendo necessário e se for o caso, mostrar preocupação genuína com pessoas ou usuários diretamente envolvidos, ouvindo queixas, dirimindo dúvidas, mostrando o que está sendo providenciado para resolver o problema.

5. PRODUTOS DE COMUNICAÇÃO SOCIAL

I - Clipping



Tipo do Documento	PLANO	PL.UPLAN.001 – Página 5/13	
Título do Documento	PLANO DE COMUNICAÇÃO DO HOSPITAL UNIVERSITÁRIO DE LAGARTO	Emissão: 10/05/2022 Versão: 01	Próxima revisão: 10/05/2024

Listar e analisar conteúdos e informativos diretamente relacionados ou de interesse da unidade hospitalar, a partir de publicações feitas pela imprensa local e do estado; como também através de mídias sociais, contendo queixas, denúncias e citações quanto ao atendimento ofertado pelo hospital, sendo possível assim avaliar o impacto e alcance da imagem do hospital. O clipping reflete a imagem da instituição nos veículos de comunicação, servindo para planejamento de respostas e outras estratégias de reforço de mensagem ou reversão de danos à imagem institucional.

II - Release

São comunicados de imprensa produzidos em linguagem jornalística para levar ao conhecimento dos meios de comunicação e dos profissionais da área conteúdos de interesse e relevância pública sobre iniciativas, diferenciais e prestação de serviços de saúde ofertados pelo HUL-UFS, gerando com isso mídia espontânea em favor do hospital.

III - Atendimento à imprensa

Mediante demandas dos meios de comunicação quanto a informações, dados, entrevistas e comunicados que possam ser concedidos pela instituição de saúde, cabendo à comunicação do hospital centralizar o recebimento das questões ou sugestões encaminhadas, buscando as respostas e os gestores que irão se posicionar através de notas, matérias ou entrevistas sobre temas gerais ou específicos.

IV - Redação de notas

Útil para fazer um contraditório, posicionar-se frente a denúncias ou queixas ou esclarecer informações distorcidas sobre a instituição, a redação e envio de notas para os meios de comunicação é um dos recursos a serem considerados nas ações de Comunicação. Em geral, reunidas as informações e dados a serem considerados frente ao tema ou pauta específica, uma das ações pertinentes é a redação de nota oficial única para ser direcionada a todos os veículos de comunicação, de modo a evitar distorções ou posicionamentos divergentes sobre o caso ou assunto.

V - Coletivas de imprensa

Em casos pontuais, de interesse público e notória relevância, a comunicação pode organizar entrevistas coletivas, nas quais membros de diferentes veículos de imprensa são convidados a comparecer à instituição para um pronunciamento da direção ou outro setor específico, com posterior abertura para perguntas.

VI - Sítio eletrônico

Manter uma página na internet é uma estratégia para contar com veículo próprio de divulgação e comunicação oficial das necessidades de comunicação da instituição, com o portal podendo disponibilizar conteúdos dinâmicos e factuais, envolvendo notícias, comunicados e informes, além de informações e dados institucionais de caráter mais



Tipo do Documento	PLANO	PL.UPLAN.001 – Página 6/13	
Título do Documento	PLANO DE COMUNICAÇÃO DO HOSPITAL UNIVERSITÁRIO DE LAGARTO	Emissão: 10/05/2022 Versão: 01	Próxima revisão: 10/05/2024

administrativo, que tendem a ser mais perenes durante determinado período.

O site HUL-UFS é uma ferramenta importante dentro dessa estratégia de comunicação, caracterizando-se por sua modernidade e visual limpo, otimização para uso em dispositivos móveis, publicação de conteúdos relevantes e disponibilização de dados sobre os serviços prestados em favor do público usuário. Com isso, passando credibilidade e fortalecendo a imagem da unidade hospitalar.

VII - Murais

Sendo disponibilizados em pontos estratégicos da unidade hospitalar, como corredores e vias de acesso, a utilização de murais compõem uma ferramenta de comunicação a ser considerada na estratégia de comunicação institucional, sendo útil para afixação de cartazes, pôsteres e avisos. Ressalte-se a importância do disciplinamento do seu uso, para evitar poluição visual, uso de conteúdos inapropriados e afixação de materiais em locais inapropriados.

VIII - Newsletter

Podendo ser enviado de maneira recorrente para lista de e-mail institucional, são boletins informativos utilizados na divulgação de conteúdos sobre iniciativas, eventos e ações institucionais. Tem caráter informativo, periodicidade, com redação e conteúdo editorial sendo direcionados ao público interno. Aqui, as notícias publicadas no sítio eletrônico podem ser reformuladas e complementadas, utilizando-se diagramação e uso de recursos gráficos específicos.

IX - Criação Gráfica:

Produção de peças gráficas para necessidades internas de comunicação e divulgação de eventos, cursos, seminários, simpósios e ações que tenham como público-alvo os colaboradores do HUL-UFS, envolvendo elementos textuais e não-textuais na composição de layouts, designs, templates, posts, folders e cartazes.

X - Lista de e-mails institucionais

Canal para divulgar e dar visibilidade a todos os colaboradores do HUL-UFS sobre documentos, avisos, mensagens e iniciativas internas como cursos, seminários, eventos e ações de interesse institucional realizados no hospital, sendo portanto ferramenta versátil em comportar diversos formatos de comunicação.

XI - Redes Sociais

Administração e criação de perfis institucionais do HUL-UFS em redes sociais, possibilitando criar e estreitar relacionamento com os públicos de interesse da unidade hospitalar.

XII - Audiovisual corporativo



Tipo do Documento	PLANO	PL.UPLAN.001 – Página 7/13	
Título do Documento	PLANO DE COMUNICAÇÃO DO HOSPITAL UNIVERSITÁRIO DE LAGARTO	Emissão: 10/05/2022 Versão: 01	Próxima revisão: 10/05/2024

Produção de vídeos institucionais sobre iniciativas, ações e diferenciais da unidade hospitalar, e acerca de informações sobre perspectivas e avanços da instituição.

6. FLUXO DE INFORMAÇÕES E ATENDIMENTO A DEMANDAS

I - Caso uma solicitação de entrevista e/ou gravação de imagens e áudios seja feita diretamente pela imprensa a colaborador do HUL-UFS, deve este orientar o solicitando a procurar a comunicação da unidade hospitalar para avaliação e atendimento da solicitação;

II - Conteúdos e informativos, digitais ou impressos, que levem a marca do HUL-UFS, como vídeos, áudios, cartazes, convites, banners, placas, folders, panfletos, dentre outros, devem seguir as regras para aplicação da logomarca, em conformidade com o Manual de Identidade Visual da Ebserh.

III - A afixação de cartazes e informativos publicitários nas dependências, murais de avisos e em pontos aleatórios da área interna do HUL-UFS deve ser previamente autorizada pela área responsável na unidade hospitalar, objetivando manter a organização e harmonia da sinalização e visual interno.

IV - Pedidos de criação, diagramação e edição de materiais informativos de comunicação interna, a exemplo de folders, cartazes, panfletos, manuais, placas, dentre outros - que demandem um maior tempo para a sua confecção e finalização - devem ser solicitados no prazo de antecedência de 15 dias, para que possam ser viabilizados em tempo hábil. Caso se trate de material extenso, o prazo deverá ser combinado entre as partes.

V - As áreas que necessitem publicar conteúdos administrativos no site institucional da unidade hospitalar devem ser diligentes por essa iniciativa. Para a liberação do acesso às abas e cards do portal, a área solicitante informará os dados dos colaboradores que serão responsáveis pela atualização da referida página, para que a Sede libere o acesso à plataforma.

VI - Solicitação de divulgação direcionada ou envolvendo veículos da imprensa deverá ser encaminhada à comunicação com antecedência de 48 horas, face ao tempo que se faz necessário para que a solicitação de espaço seja negociada com as redações e profissionais de comunicação.

VII - Para uma maior organização e efetividade, as atividades de comunicação são desenvolvidas de acordo com critérios de prioridade, grau de importância e interesse institucional, considerando o impacto direto na manutenção dos serviços prestados pela instituição e as solicitações demandadas pelos gestores, conforme relevância, abrangência, urgência das pautas demandadas e parâmetros técnicos da área jornalística.

7. NORMATIVA PARA FOTOGRAFAR E FILMAR, NO ÂMBITO DO HUL, PARA FINS DE



Tipo do Documento	PLANO	PL.UPLAN.001 – Página 8/13	
Título do Documento	PLANO DE COMUNICAÇÃO DO HOSPITAL UNIVERSITÁRIO DE LAGARTO	Emissão: 10/05/2022 Versão: 01	Próxima revisão: 10/05/2024

COMUNICAÇÃO SOCIAL

De acordo com a Norma Operacional - SEI nº 1/2021/CCS/PRES-EBSERH, de 27 de dezembro de 2021:

Art. 4º É proibido que os profissionais que atuam na Rede EBSERH, independentemente do vínculo empregatício, e que pessoas da comunidade acadêmica, sejam professores, estudantes ou residentes, fotografem ou filmem áreas internas das Unidades Hospitalares da Rede EBSERH, pacientes, acompanhantes, profissionais ou pessoas da comunidade acadêmica com a finalidade de tornar pública a captação das imagens em quaisquer veículos de comunicação ou meios de comunicação para fins de Comunicação Social, sem autorização e a devida justificativa para a divulgação.

§ 1º Em casos específicos, poderá haver autorização para a produção fotográfica ou filmagem para fins de Comunicação Social.

§ 2º Nas Unidades Hospitalares, a autorização será concedida pela Superintendência ou pelas Gerências designadas para tal, por meio da Unidade de Comunicação Social ou profissionais de Comunicação atuantes na instituição, sendo providenciada em alinhamento com a chefia da área onde serão realizadas as fotografias ou as filmagens, desde que justificados os objetivos da divulgação.

§ 3º As fotografias e filmagens realizadas nas Unidades Pediátricas ou com menores de 18 anos exigem, além de autorização das Unidades de Comunicação dos Hospitais ou dos profissionais de Comunicação Social, anuência expressa e por escrito dos pais ou responsável legal pelos menores.

§ 4º A autorização para filmar ou fotografar para fins de Comunicação Social é condicionada à autorização e assinatura por escrito do Termo de Autorização do Uso da Imagem (anexo I) por pacientes, acompanhantes, profissionais ou estudantes, para a composição dos conteúdos produzidos pelas Unidades de Comunicação Social ou pelos profissionais de Comunicação Social das Unidades Hospitalares.

§ 5º As filmagens ou fotografias devem ser produzidas de forma transparente e com respeito à intimidade, vida privada, honra e imagem das pessoas, bem como às liberdades, garantias individuais e dados pessoais, em conformidade com a Lei de Acesso à Informação (LAI) e à Lei Geral de Proteção de Dados Pessoais (LGPD).



Tipo do Documento	PLANO	PL.UPLAN.001 – Página 9/13	
Título do Documento	PLANO DE COMUNICAÇÃO DO HOSPITAL UNIVERSITÁRIO DE LAGARTO	Emissão: 10/05/2022 Versão: 01	Próxima revisão: 10/05/2024

§ 7º As equipes das Unidades de Comunicação Social ou da Coordenadoria de Comunicação da EBSERH poderão fotografar ou filmar, sem autorização individual nos eventos públicos promovidos pelas Unidades Hospitalares ou pela Administração Central, desde que as imagens sejam contextualizadas em relação aos respectivos eventos e sem foco em indivíduo específico.

Art. 5º Nos casos de filmagem ou fotografias feitas pela imprensa nas dependências da Rede EBSERH, essas deverão ser precedidas de autorização.

8. RESULTADOS ESPERADOS

I - Contribuir para o fortalecimento da imagem institucional da unidade hospitalar;

II - Divulgar iniciativas, ações e serviços à disposição dos usuários no âmbito do

ANEXO I

Neste ato, eu, _____, nacionalidade _____, estado civil _____, portador da cédula de identidade RG nº, _____, inscrito no CPF sob nº _____, residente _____, AUTORIZO o uso de minha imagem, em caráter gratuito, em projetos da Administração Central da Empresa Brasileira de Serviços Hospitalares (EBSERH), bem como dos hospitais universitários federais vinculados à estatal. O material poderá ser divulgado pela empresa em qualquer dos seus meios (internos e externos), incluindo as redes sociais (youtube, facebook, instagram, twitter, entre outros), tanto pela Administração Central, quanto pelas suas filiais e órgãos públicos parceiros, em qualquer tempo ou ocasião, em todo território nacional e no exterior, sem nenhum tipo de ônus para a empresa, filiais ou parceiros.

_____/_____/_____, dia..... de de

(assinatura)

Sistema Único de Saúde (SUS);

III – Dar visibilidade a informações sobre serviços e iniciativas de apoio à formação, ao ensino e à pesquisa no âmbito do hospital;

IV - Utilizar ferramentas variadas de divulgação para atingir o público interno e comunidade usuária.



UNIVERSIDADE FEDERAL DE SERGIPE
HOSPITAL UNIVERSITÁRIO MONSENHOR
JOÃO BATISTA DE CARVALHO DALTRÓ –
HUL



Tipo do Documento	PLANO	PL.UPLAN.001 – Página 10/13	
Título do Documento	PLANO DE COMUNICAÇÃO DO HOSPITAL UNIVERSITÁRIO DE LAGARTO	Emissão: 10/05/2022 Versão: 01	Próxima revisão: 10/05/2024

É responsabilidade de todos que trabalham no HUL zelar pela boa imagem da Instituição e cuidar para que os processos de comunicação social aconteçam consonância com os objetivos institucionais.

9. CONSIDERAÇÕES FINAIS

Este documento deve ser utilizado como base quando do desenvolvimento de ações e iniciativas de comunicação levadas a efeito na unidade hospitalar, concorrendo para a boa imagem, defesa e visibilidade pública do hospital frente aos seus públicos de interesse.

Deverá ser revisado periodicamente, no prazo máximo de 3 (três) anos, ou de acordo com necessidades estratégicas da instituição.

Este documento deverá ser aprovado por ato do Colegiado do HUL-UFS/Ebserh, e assumido doravante como instrução e padronização de procedimentos comunicacionais no âmbito do Hospital Universitário de Lagarto (HUL-UFS/Ebserh).



Tipo do Documento	PLANO	PL.UPLAN.001 – Página 11/13	
Título do Documento	PLANO DE COMUNICAÇÃO DO HOSPITAL UNIVERSITÁRIO DE LAGARTO	Emissão: 10/05/2022 Versão: 01	Próxima revisão: 10/05/2024

10. REFERÊNCIAS

DUARTE, Jorge. **Assessoria de Imprensa e Relacionamento com a Mídia – Teoria e Técnica**. 4ª Edição. Editora Atlas, 2011.

_____. **Glossário de comunicação pública [livro eletrônico]** / Jorge Duarte, Paulo Nassar, Lincoln Macário Maia, (org.). -- São Paulo : ABERJE : ABCPública, 2020.

Manual de Relacionamento com a Imprensa. Empresa Brasileira de Serviços Hospitalares(Ebserh). Disponível em:

file:///C:/Users/hp1/Documents/PLANO%20DE%20COMUNICA%C3%87%C3%83O%20HUL/EBSERH%20-%20MANUAL%20DE%20RELACIONAMENTO%20COM%20A%20IMPRESA.pdf

Universidade Federal do Pará. **Manual de Gerenciamento de Mídias Sociais**. 2019. Disponível em:file:///C:/Users/hp1/Documents/PLANO%20DE%20COMUNICA%C3%87%C3%83O%20HUL/MANUAL%20GERENCIAMENTO%20M%C3%8DDIAS%20SOCIAIS%20-%20CRISES%20-%20SECOM.pdf

Abrapp. **Manual de Gestão de Crise e Imagem**. 2015. Disponível em file:///C:/Users/hp1/Documents/PLANO%20DE%20COMUNICA%C3%87%C3%83O%20HUL/MANUAL%20DE%20GEST%C3%83O%20DE%20CRISE%20-%20ABRAPP.pdf

EBSERH. Empresa Brasileira de Serviços Hospitalares. **Manual de Identidade Visual da Empresa Brasileira de Serviços Hospitalares**. Disponível em file:///C:/Users/hp1/Documents/PLANO%20DE%20COMUNICA%C3%87%C3%83O%20HUL/MANUAL%20IDENTIDADE%20VISUAL%20EBSERH.pdf

EBSERH. Empresa Brasileira de Serviços Hospitalares. **Norma Operacional nº 01/2018**. Regulamenta o fluxo de informação e atendimento a demandas recebidas pela Coordenadoria de Comunicação Social da Rede Ebserh, no âmbito da sede e filiais. Disponível em:

file:///C:/Users/hp1/Documents/PLANO%20DE%20COMUNICA%C3%87%C3%83O%20HUL/N.O.%20FLUXO%20DE%20INFORMA%C3%87%C3%83O%20COORD.%20COM.%20Ebserh.pdf

EBSERH. Empresa Brasileira de Serviços Hospitalares. **Norma Operacional - SEI nº 1/2021/CCS/PRES-EBSERH**. Normatiza os procedimentos para fotografia e filmagem no âmbito da atuação da Comunicação Social na Rede EBSEH por profissionais e comunidade acadêmica com vínculo profissional ou acadêmico com a instituição. Disponível em <https://www.gov.br/ebserh/pt-br/acesso-a-informacao/boletim-de-servico/sede/2021/anexos/anexo-portaria-179-norma-operacional-sei.pdf>

Hospital de Clínicas da UFTM. **Plano de Comunicação**. Disponível em file:///C:/Users/hp1/Documents/PLANO%20DE%20COMUNICA%C3%87%C3%83O%20HUL/PLANO%20COMUNICA%C3%87%C3%83O%20TRI%C3%82NGULO%20MINEIRO.pdf



UNIVERSIDADE FEDERAL DE SERGIPE
HOSPITAL UNIVERSITÁRIO MONSENHOR
JOÃO BATISTA DE CARVALHO DALTRO –
HUL



Tipo do Documento	PLANO	PL.UPLAN.001 – Página 12/13	
Título do Documento	PLANO DE COMUNICAÇÃO DO HOSPITAL UNIVERSITÁRIO DE LAGARTO	Emissão: 10/05/2022 Versão: 01	Próxima revisão: 10/05/2024

Hospital Universitário da Universidade Federal de São Carlos. **Plano de Comunicação**. 2018.
Disponível em:
[file:///C:/Users/hp1/Documents/PLANO%20DE%20COMUNICA%C3%87%C3%83O%20HUL/
PLANO%20DE%20COMUNICA%C3%87%C3%83O%20UFSCAR.pdf](file:///C:/Users/hp1/Documents/PLANO%20DE%20COMUNICA%C3%87%C3%83O%20HUL/PLANO%20DE%20COMUNICA%C3%87%C3%83O%20UFSCAR.pdf)

ESEBRH. Empresa Brasileira de Serviços Hospitalares. Política de Comunicação Institucional.
Disponível em:
[file:///C:/Users/hp1/Documents/PLANO%20DE%20COMUNICA%C3%87%C3%83O%20HUL/
Ebserh%20-%20POL%C3%8DTICA%20DE%20COM%20INSTITUCIONAL.pdf](file:///C:/Users/hp1/Documents/PLANO%20DE%20COMUNICA%C3%87%C3%83O%20HUL/Ebserh%20-%20POL%C3%8DTICA%20DE%20COM%20INSTITUCIONAL.pdf)

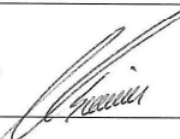

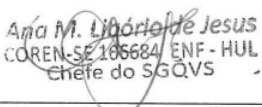
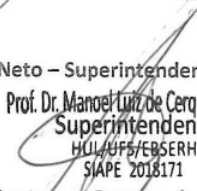
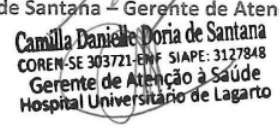

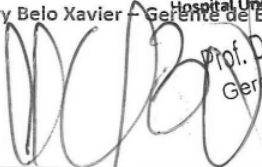
CÓPIA
CONTROLADA



Tipo do Documento	PLANO	PL.UPLAN.001 – Página 13/13	
Título do Documento	PLANO DE COMUNICAÇÃO DO HOSPITAL UNIVERSITÁRIO DE LAGARTO	Emissão: 10/05/2022 Versão: 01	Próxima revisão: 10/05/2024

11. HISTÓRICO DE REVISÃO

VERSÃO	DATA	DESCRIÇÃO DA ALTERAÇÃO

<p>Elaboração: Marcelo Sandes Xavier</p> 	<p>Data: 20/04/2022</p>
<p>Análise: Inajara de Moraes Peres</p>  <p>Inajara de Moraes Peres Chefe da Unidade de Planejamento HUL - UFS / EBSERH SIAPE: 055619</p>	<p>Data: 26/04/2022</p>
<p>Validação Ana Marta Libório de Jesus – Chefe do Setor de Gestão da Qualidade e Vigilância em Saúde</p>  <p>Ana M. Libório de Jesus COREN-SE 186684 / ENF - HUL Chefe do SGQVS</p>	<p>Data: 10/05/2022</p>
<p>Aprovação Manoel Luiz de Cerqueira Neto – Superintendente</p>  <p>Prof. Dr. Manoel Luiz de Cerqueira Neto Superintendente HUL/UFS/EBSEH SIAPE 2018171</p> <p>Camilla Danielle Dória de Santana – Gerente de Atenção à Saúde</p>  <p>Camilla Danielle Dória de Santana COREN-SE 303721-ENF SIAPE: 3127848 Gerente de Atenção à Saúde Hospital Universitario de Lagarto</p> <p>Gislane Ladeia Boa Sorte Borges – Gerente Administrativa</p>  <p>Gislane Ladeia Boa Sorte Borges Administradora SIAPE: 1982724 Gerente Administrativa Hospital Universitario de Lagarto</p> <p>Fernando Every Belo Xavier – Gerente de Ensino e Pesquisa</p>  <p>Prof. Dr. Fernando Every B. Xavier Gerente de Ensino e Pesquisa SIAPE 1838841 HUL - UFS/EBSEH</p>	<p>Data: 10/05/2022</p>

Permitida a reprodução parcial ou total, desde que indicada a fonte

1910
1911
1912
1913
1914

1915
1916
1917
1918
1919

1920
1921
1922
1923
1924