



Complexo  
HUPES

**EBSERH**  
UNIVERSIDADE ESTADUAL DE JUIZ DE FORA

**POLÍTICA  
COMUNICAÇÃO INSTITUCIONAL  
2ª Revisão – 2017**

**Assessoria de Comunicação**



Complexo  
HUPES

**EBSERH**  
HOSPÍTAIS UNIVERSITÁRIOS FEDERAIS

**POLÍTICA  
COMUNICAÇÃO INSTITUCIONAL  
2ª Revisão – 2017**

2ª revisão – 2017



Complexo  
HUPES

**EBSERH**  
HOSPÍCIO UNIVERSITÁRIO FEDERAL

**COMPLEXO HOSPITALAR UNIVERSITÁRIO PROFESSOR EDGARD  
SANTOS**

Rua Augusto Viana, s/n – Canela  
CEP: 40110-060 – Salvador – BA  
Telefone: (71) 3283-8000

José Mendonça Bezerra Filho  
**Ministro da Educação**

Kleber de Melo Moraes  
**Presidente da EBSERH**

Antônio Carlos Moreira Lemos  
**Superintendente do Complexo Hospitalar Universitário Professor Edgard Santos**

Susy Ribeiro dos Santos Moreno  
**Assessora de Comunicação**



Complexo  
HUPES

**EBSERH**  
RECURSOS HUMANOS, TÍTULOS, PESSOAL

## APROVAÇÃO

---

Susy Ribeiro dos Santos Moreno  
**Chefe da Assessoria de Comunicação**  
**Presidente da Comissão de Comunicação**

---

Antônio Carlos Moreira Lemos  
**Superintendente do HUPES**



Complexo  
HUPES

**EBSERH**  
HOSPITALS UNIVERSITÁRIOS FEDERAIS

## HISTÓRICO DE REVISÕES

| Data       | Versão | Descrição       | Gestor do Protocolo       | Autor/responsável por alterações |
|------------|--------|-----------------|---------------------------|----------------------------------|
| 10/01/2013 | 0.0    | Emissão Inicial | Facilitadores Acreditação | Facilitadores Acreditação        |

| Data       | Versão | Descrição                        | Gestor da Política        | Autor/Responsável por alterações  |
|------------|--------|----------------------------------|---------------------------|---|
| 07/10/2014 | 1.0    | Revisão do conteúdo e formatação | Facilitadores Acreditação | Facilitadores Acreditação   |
| 01/06/2017 | 2.0    | Revisão do conteúdo e formatação | Susy Moreno               | Adriana Latado, Alexandre de Souza, Kathlene Rocha, Liliane de Almeida, Luciana Boa Morte de Santana, Luciana Sacramento, Magda Carvalho, Maralba Jordão, Miguel Junior, Susy Moreno, Wilker de Oliveira, Viviane Sarmento. |



## SUMÁRIO

|                               |    |
|-------------------------------|----|
| 1. APRESENTAÇÃO.....          | 8  |
| 2. OBJETIVOS.....             | 8  |
| 3. PRINCÍPIOS.....            | 9  |
| 4. ABRANGÊNCIA.....           | 9  |
| 5. DEFINIÇÕES.....            | 9  |
| 6. RESPONSABILIDADES.....     | 11 |
| 7. DESCRIÇÃO.....             | 11 |
| 8. DIRETRIZES.....            | 12 |
| 9. ATUALIZAÇÃO/REVISÃO.....   | 15 |
| 10. CONSIDERAÇÕES FINAIS..... | 15 |
| REFERÊNCIAS.....              | 17 |

*[Handwritten signatures and initials]*



Complexo  
HUPES

**EBSERH**  
HOSPITALS UNIVERSITARIOS FEDERAIS

## SIGLÁRIO

**ASCOM** – Assessoria de Comunicação

**Ebserh** – Empresa Brasileira de Serviços Hospitalares

**UFBA** – Universidade Federal da Bahia

**SUS** – Sistema Único de Saúde

*Handwritten signatures and initials in blue ink, including the name "Krisanto" and other illegible marks.*



## 1. APRESENTAÇÃO

Este documento foi elaborado para subsidiar os processos de comunicação entre o Complexo Hospitalar Universitário Professor Edgard Santos e seus públicos de interesse.

A Política de Comunicação é um instrumento orientador e normativo que objetiva favorecer o relacionamento sistemático, continuado e competente da organização com seus públicos interno e externo. Ela serve de base para a formulação do planejamento e do plano de comunicação institucional, com ações de comunicação concretas em curto, médio e longo prazo. As lideranças devem estar comprometidas com a internalização de conceitos e ações de comunicação propostos, bem como os funcionários devem ter pleno conhecimento.

Diante dessas premissas, a Política de Comunicação do Complexo Hospitalar Universitário Professor Edgard Santos estabelece diretriz, fixando normas e posturas a serem adotadas por todos. Ela representa um importante instrumento de gestão estratégica, comprometida com o momento de sua elaboração. Para manter-se adequada ela deverá ser revisada periodicamente.

## 2. OBJETIVOS

### 2.1 Objetivo Geral

Promover uma comunicação integrada e participativa entre o Complexo Hospitalar Universitário Professor Edgard Santos e os seus públicos de interesse, tendo como base as diretrizes do Plano Diretor Estratégico<sup>1</sup>, alinhando às práticas para promoção de uma comunicação efetiva para a criação de uma cultura de comunicação.

### 2.2 Objetivos Específicos

Criar, consolidar e reestruturar ações e canais de comunicação que promovam a interação com o público interno, assegurando acesso às informações institucionais;

Fortalecer o relacionamento do Complexo Hospitalar Universitário Professor Edgard Santos com o público externo, através de ações de comunicação que garantam uma maior visibilidade dos resultados institucionais<sup>2</sup>;

Promover ações junto aos serviços para o fortalecimento da atividade da Assessoria de Imprensa, da divulgação científica e acadêmica na mídia especializada em saúde e educação contemplando à assistência, ensino, pesquisa e extensão.

Abraão  
8



### 3. PRINCÍPIOS

Esta Política de Comunicação e suas ações serão norteadas pelos seguintes princípios:

- **Celeridade:** as ações de comunicação devem oferecer respostas rápidas antecipando-se na identificação das necessidades de seus públicos;
- **Clareza:** as ações de comunicação devem ser precisas, concisas e de fácil entendimento;
- **Ética e responsabilidade social:** são essenciais o respeito aos fatos, a manutenção de um clima propício ao diálogo, à explicitação dos esforços realizados para atender as demandas da sociedade, a defesa da diversidade cultural, o respeito aos direitos dos cidadãos e a eliminação de preconceitos de qualquer natureza;
- **Legalidade:** as ações de comunicação devem respeitar as atribuições regimentais, bem como as leis, normas e políticas organizacionais, administrativas, técnicas e operacionais;
- **Proatividade:** a comunicação institucional deve ser proativa, antecipando-se na identificação das necessidades de seus públicos e para resolução de possíveis problemas;
- **Transparência:** colocar-se de maneira transparente nas relações estabelecidas com os seus diversos públicos, comprometendo-se com a integralidade das informações;
- **Unidade:** promover a busca do discurso único, da integralidade das informações cuja fonte oficial deve ser a própria Instituição. Essa prática deve ser disseminada e exercida por todos os gestores e funcionários.

### 4. ABRANGÊNCIA

Esta política aplica-se a toda estrutura organizacional do Complexo Hospitalar Universitário Professor Edgard Santos.

### 5. DEFINIÇÕES

**Comunicação:** é o processo de trocar informações. É um ciclo, inerente à condição social do ser humano, no qual é pressuposto o compartilhamento de ideias e compreensão da mensagem entre o emissor (fonte da informação) e o receptor (quem recebe a informação e dá retorno);<sup>3</sup>



**Comunicação externa:** esforço planejado e deliberado de uma organização voltado à construção e a manutenção estratégica de ações e canais de relacionamento com o público externo;<sup>4</sup>

**Comunicação formal:** veiculada pela estrutura formal da empresa, transmitida por canais de comunicação existentes no organograma, sendo quase toda feita por escrito e devidamente documentada;<sup>5</sup>

**Comunicação informal:** aquela desenvolvida espontaneamente através da estrutura informal e fora dos canais de comunicação estabelecidos pelo organograma. É a forma dos funcionários obterem mais informações, através de boatos e rumores;<sup>5</sup>

**Comunicação interna:** conjunto de práticas planejadas e deliberadas de uma organização voltadas à construção e a manutenção estratégica de ações e canais de relacionamento com o público interno;<sup>5</sup>

**Comunicação institucional:** é o conjunto de procedimentos comunicacionais destinados a difundir informações de interesse público sobre as políticas, práticas e objetivos de uma instituição, interna e externamente, de modo a tornar compreensíveis e aceitáveis essas proposições;<sup>5</sup>

**Identidade Visual:** conjunto de características visuais comuns, constantes e exclusivas da Instituição utilizadas em materiais impressos e audiovisuais, sistemas de identificação e sinalização, publicações, estandes, homepages que visam transmitir unidade.<sup>6</sup>

**Imagem Institucional:** é a percepção que os vários públicos possuem de uma organização. Essa percepção está em constante construção e depende da forma e conteúdo de suas ações de comunicação interna e externa;<sup>5</sup>

**Informação:** é um conjunto de dados organizados com sentido (intenção) e utilidade (objetivo);<sup>3</sup>

**Logomarca:** é a forma como o nome da marca é representado graficamente por uma tipografia específica. É a assinatura institucional;<sup>6</sup>

**Público Externo:** é aquele que não apresenta claras ligações socioeconômicas e jurídicas com a organização, mas que interessam à mesma por objetivos mercadológicos, políticos e sociológicos;<sup>7</sup>

**Públicos de Interesse:** indivíduos ou grupos de indivíduos que, direta ou indiretamente, influenciam ou são influenciados pela ação da organização;<sup>3</sup>

**Público Interno:** é composto pelos seus funcionários e os seus dependentes. Abrange as pessoas que possuem uma relação direta com a instituição e que dependem dela financeiramente para viver;<sup>7</sup>



**Usuário:** todo aquele que se utiliza diretamente dos resultados gerados por uma organização e seus parceiros; <sup>3</sup>

## 6. RESPONSABILIDADES

### **Cabe à Governança:**

- I. Aprovar a Política de Comunicação;
- II. Promover a cultura de comunicação;

### **Cabe à Assessoria de Comunicação:**

- I. Promover e disseminar a cultura de comunicação;
- II. Promover e gerir a Política de Comunicação;
- III. Acompanhar e analisar os procedimentos que atendam a esta Política e, se necessário, apresentar propostas para adequação das ações estabelecidas;
- IV. Produzir documentos normativos específicos que complementem este documento.

### **Cabe aos gerentes, chefes de unidades, setores e serviços:**

- I. Promover a cultura de comunicação;
- II. Garantir a implementação da Política de Comunicação em seu local de trabalho;
- III. Consultar a ASCOM, sempre que necessário, sobre assuntos pertinentes a comunicação na Instituição.

### **Cabe aos profissionais:**

- I. Promover a cultura de comunicação;
- II. Conhecer e cumprir as diretrizes desta Política;
- III. Comunicar qualquer inconformidade relacionada às diretrizes aqui estabelecidas;
- IV. Consultar a ASCOM, sempre que necessário, sobre assuntos pertinentes a comunicação na Instituição.

## 7. DESCRIÇÃO

### **7.1. Definição dos Públicos de interesse do Complexo Hospitalar Universitário Professor Edgard Santos**

A comunicação do Complexo Hospitalar Universitário Professor Edgard Santos com a sociedade deve ser mediada pelos diversos públicos que a integram. Para cada um desses, a comunicação deverá assumir formato e

*Edgard Santos*  
*11*  
*Edgard Santos*  
*Edgard Santos*

linguagem adequados, da mesma forma que cada canal de comunicação deverá ser escolhido de acordo com o perfil dos públicos de interesse. São eles:

**I - Público interno:** funcionários, residentes, professores, estudantes de graduação, pós-graduação, estagiários e terceirizados;

**II - Público externo:** usuários, fornecedores, dirigentes e profissionais vinculados à saúde, demais órgãos da Universidade Federal da Bahia – UFBA, sede e filiais da Ebserh, hospitais universitários, instituições públicas e privadas de saúde, imprensa, governo, organizações não-governamentais, órgãos e agências de regulação, sindicatos e associações de classes.

## 8. DIRETRIZES

### 8.1 Diretrizes Gerais

As diretrizes desta política constituem os principais pilares da Gestão da Comunicação no Complexo Hospitalar Universitário Professor Edgard Santos, sendo norteadores para elaboração de documentos normativos necessários para o cumprimento dos objetivos institucionais como normas, planos, manuais, procedimentos operacionais padrão (POPS) dentre outros;

I - Zelar pela boa imagem da Instituição e cuidar para que os processos de comunicação se realizem adequadamente;

II - Utilizar instrumentos variados de divulgação para atingir os diversos setores da sociedade, adequando a linguagem às especificidades de cada público e de cada meio;

III - Capacitar chefias de serviços e profissionais para o aperfeiçoamento das aptidões relacionadas à comunicação;

IV - Qualquer veículo de comunicação institucional, inclusive perfis em mídias sociais, deverá ser criado, produzido, editado, distribuído e/ou divulgado pela ASCOM.

### 8.2 Diretrizes Específicas

#### 8.2.1 Comunicação Interna

As ações de comunicação interna estão voltadas para os públicos internos e devem contribuir para o estabelecimento e fortalecimento de boas práticas institucionais, buscando a satisfação e o comprometimento de todos de forma humanizada, além de garantir o acesso às informações de interesse,



por meio dos canais ou veículos internos de comunicação, estabelecidos na norma interna da ASCOM.

I - Todo e qualquer documento institucional deve seguir o padrão estabelecido no Manual de Redação, Correspondência e Atos Oficiais da Ebserh;<sup>8</sup>

II - Nenhum impresso ou formulário institucional pode ser criado ou alterado sem a aprovação da Comissão de Impressos;

III – Todo profissional deve utilizar, sempre que possível, o e-mail institucional em suas comunicações eletrônicas;

IV - Todos os canais de comunicação internos devem ser criados e gerenciados pela ASCOM, com a aprovação da superintendência;

V - A comunicação formal será promovida através dos canais e/ou veículos oficiais gerenciados pela ASCOM;

VI - Os princípios da celeridade, unidade e transparência deverão ser cumpridos por todos para evitar o ruído na comunicação informal.

### 8.2.2 Comunicação Externa

As ações de comunicação externa estão diretamente relacionadas aos públicos externos. Considera-se relevante privilegiar a comunicação com os usuários do SUS, através de estratégias, meios e canais de comunicação que possibilitem o acesso às informações de seu interesse, assistenciais e administrativas para a busca da melhor qualidade e segurança no atendimento.

I - Assegurar a transparência das informações, por meio do cumprimento da Lei de Acesso à Informação<sup>9</sup> observando o caráter sigiloso e confidencial das informações do paciente;

II - Imagens de pacientes deverão ter autorização expressa para veiculação ou publicação em qualquer veículo impresso, digital ou midiáticos;

III- 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.

13



### 8.2.3. Relacionamento com a Imprensa

O contato com os jornalistas deve ser mediado apenas pela ASCOM, que atenderá a imprensa de maneira igualitária, sem priorizar veículos ou jornalistas. Em caso de contato direto com o profissional a assessoria de comunicação deve ser informada com brevidade.

As fontes oficiais devem ser legitimadas pela superintendência. Outros profissionais podem tornar-se fonte quando designados pela fonte oficial com a validação da superintendência;

Como regra geral, qualquer profissional pode exercer seu direito de liberdade de expressão e manifestar-se sobre assuntos de sua área de competência profissional sem, no entanto, representar oficialmente a Instituição ou fornecer informações institucionais.

Todos devem seguir as orientações contidas no Manual de Relacionamento com a Imprensa do Complexo Hospitalar Universitário Professor Edgard Santos.<sup>10</sup> A ASCOM orientará gestores e funcionários quanto às melhores práticas de relacionamento com a imprensa.

### 8.2.4. Comunicação Visual

A identidade visual do Complexo Hospitalar Universitário Professor Edgard Santos é representada por logomarca única, a ser aplicada em peças gráficas, sinalizações, enxoval e roupa, identificação funcional, papelaria e material de divulgação institucional cujo modelo e normas de utilização constarão em Manual de Identidade Visual da Ebserh<sup>11</sup> e em consonância com o Decreto 5296<sup>12</sup> - que estabelece normas gerais e critérios básicos para a promoção da acessibilidade das pessoas portadoras de deficiência ou com mobilidade reduzida;

A marca do Complexo Hospitalar Universitário Professor Edgard Santos é vinculada à sua própria imagem e deve ser preservada e valorizada pela ação de todos os seus funcionários.

É vedado o uso de submarcas e logomarcas distintas para identificação de setores internos e uso da logomarca para fins particulares. As submarcas existentes na Instituição deixarão de ser utilizadas no prazo de seis meses, contados da data de publicação deste documento.<sup>13</sup>

A ASCOM deve zelar para que seja respeitada a integridade da identidade visual, avaliar a conformidade das aplicações da logomarca com esta Política de Comunicação Institucional e com o Manual de Identidade Visual da Ebserh.

14



## 9. ATUALIZAÇÃO/REVISÃO


Esta Política será revisada a cada 02 (dois) anos e atualizada quando necessário.

## 10. CONSIDERAÇÕES FINAIS

A internalização da Política de Comunicação deve ser facilitada por meio da publicação em espaço próprio e de fácil acesso, assim como a disseminação das informações na promoção de campanhas, realização de eventos e capacitações que favoreçam o envolvimento dos profissionais para a criação de uma autêntica cultura de comunicação;

Esta Política será desdobrada em outros documentos normativos específicos e em planos de ação sempre alinhados aos princípios e diretrizes aqui estabelecidas;

Esta Política entra em vigor a partir da data de sua homologação.

  
15  
15



### 11. ASSINATURA

|                       | Titular/Suplente                      | Data       | Assinatura                   |
|-----------------------|---------------------------------------|------------|------------------------------|
| ATUALIZAÇÃO/VALIDAÇÃO | Adriana Lopes Latado Braga            | 3/9/17     | Adriana Lopes Latado Braga   |
|                       | Alexandre Jesus de Souza              | 01/08/2017 | Alexandre Jesus de Souza     |
|                       | Kathlene Rocha dos Santos             | 02/08/17   | Kathlene Rocha dos Santos    |
|                       | Luciana Batista Sacramento dos Santos | 01/08/2017 | Luciana Santos               |
|                       | Luciana Boa Morte de Santana          | 08/08/17   | Luciana Boa Morte de Santana |
|                       | Magda Oliveira Seixas Carvalho        | 01/08/2017 | Magda Oliveira S. Carvalho   |
|                       | Maralva Oliveira Santos Jordão        | 01/8/17    | Maralva Jordão               |
|                       | Susy Ribeiro dos Santos Moreno        | 01/08/17   | Susy Moreno                  |
|                       | Wilker Invenção Azevedo de Oliveira   | 01/08/17   | Wilker Azevedo               |
| APROVAÇÃO             | Dr. Antônio Carlos Lemos              | 07/08/17   | Antônio Carlos Lemos         |



## REFERÊNCIAS

1. COMPLEXO HOSPITALAR UNIVERSITÁRIO PROFESSOR EDGARD SANTOS. **Plano Diretor Estratégico do Complexo Hospitalar Universitário Professor Edgard Santos** . Salvador, 2015.
2. EMPRESA BRASILEIRA DE SERVIÇOS HOSPITALARES. **Modelo de Relacionamento Ebserh e Hospitais Universitários Federais**. Brasília, 2015.
3. COMPLEXO HOSPITALAR UNIVERSITÁRIO PROFESSOR EDGARD SANTOS. **Política de Comunicação**. Salvador, 2013.
4. BUENO, Wilson da Costa. **Comunicação empresarial: teoria e pesquisa**. Barueri: Manole, 2003.
5. CURVELLO, João José. **Comunicação interna e cultura organizacional**. São Paulo: Scortecci, 2002.
6. RABAÇA, Carlos Alberto; BARBOSA. Gustavo. **Dicionário de Comunicação**. São Paulo: Editora Ática, 1987.
7. SILVA, A; DIAS, D. **Públicos: Evolução histórica, definições e tipologias**. UNESP São Paulo, 2008. Disponível em: [http://www2.faac.unesp.br/pesquisa/lecotec/eventos/simposio/anais/2008\\_Lecotec\\_386-403.pdf](http://www2.faac.unesp.br/pesquisa/lecotec/eventos/simposio/anais/2008_Lecotec_386-403.pdf)>. Acessado em: 02 mai 2017.
8. EMPRESA BRASILEIRA DE SERVIÇOS HOSPITALARES. **Manual de Identidade Visual**. Brasília, 2017.
9. BRASIL. Congresso Nacional. Lei Nº 12.527, de 18 de Novembro de 2011. Disponível em: [http://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/\\_ato2011-2014/2011/lei/112527.htm](http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2011-2014/2011/lei/112527.htm)>. Acessado em 01 de jun 2017.
10. COMPLEXO HOSPITALAR UNIVERSITÁRIO PROFESSOR EDGARD SANTOS. **Manual de relacionamento com a imprensa do Complexo Hospitalar Universitário Professor Edgard Santos** . Salvador, 2017.
11. EMPRESA BRASILEIRA DE SERVIÇOS HOSPITALARES. **Manual de Identidade Visual**. Brasília, 2017.
12. BRASIL. Presidência da República. Decreto nº 5.296, de 2 de dezembro de 2004. Disponível em: [http://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/\\_ato2004-2006/2004/decreto/d5296.htm](http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2004-2006/2004/decreto/d5296.htm)>. Acessado em 09 de jun 2017.
13. EMPRESA BRASILEIRA DE SERVIÇOS HOSPITALARES. **Política de Comunicação Institucional**. Brasília, 2014.



17