

Política de Comunicação Institucional

Hospital Universitário da Universidade
Federal de Juiz de Fora (HU-UFJF/Ebserh)

2022

HOSPITAL UNIVERSITÁRIO DA UNIVERSIDADE FEDERAL DE JUIZ DE FORA – HU-UFJF

AV. EUGÊNIO DO NASCIMENTO, S/N – DOM BOSCO

CEP: 36.038-330 | Juiz de Fora (MG)

(32) 4009-5351 / 4009-5352

RUA CATULO BREVIGLIERI, S/N – SANTA CATARINA

CEP: 36.036-110 | Juiz de Fora (MG)

(32) 4009-5159 / 4009-5179

www.huufjf.ebserh.gov.br

DIMAS AUGUSTO CARVALHO DE ARAÚJO

Superintendente do HU-UFJF/Ebserh

LUDMILLA RODRIGUES COSTA GONÇALVES

Gerente Administrativa do HU-UFJF/Ebserh

JOSÉ OTÁVIO DO AMARAL CORRÊA

Gerente de Ensino e Pesquisa do HU-UFJF/Ebserh

SÉRGIO PAULO DOS SANTOS PINTO

Gerente de Atenção à Saúde do HU-UFJF/Ebserh

ALESSANDRA SOARES MUNIZ GOMES

Chefe da Unidade de Comunicação Social do HU-UFJF/Ebserh

Organização e revisão

Alessandra Soares Muniz Gomes, Lucas Lisboa Peths, Kleber Ramos de Queiroz, Johnny

Machado Pereira, Andreia de Oliveira

SUMÁRIO

Definição	4
1. Objetivo	4
1.1 Gerais	4
1.2 Específicos	4
2. Descrição	5
2.1 Diretrizes	5
2.2 Estrutura	6
2.3 Atividades	7
2.4 Comunicação Interna	7
2.5 Comunicação Externa	9
2.6 Comunicação em Momento de Crise	10
2.7 Comunicação Digital	10
2.8 Comunicação Visual	11
3. Campo de Aplicação	11
3.1 Dos Objetivos e das Competências	12
3.2 Das Solicitações	13
Disposições Finais	16
Referências	16

DEFINIÇÃO

Política de Comunicação Institucional – documento aprovado pela Superintendência que expressa as diretrizes e intenções do hospital para cumprir a política de comunicação institucional.

1. OBJETIVO

A seguir serão tratados os objetivos gerais e específicos da presente política de comunicação institucional do Hospital Universitário da Universidade Federal de Juiz de Fora (HU-UFJF/Ebserh).

1.1. Gerais

- a) Promover a comunicação integrada e participativa no HU-UFJF;
- b) Garantir a integridade da identidade do HU-UFJF 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 Rede Ebserh;
- 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 do HU-UFJF 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 Rede Ebserh.

1.2. Específicos

- a) Conscientizar os públicos de que a comunicação eficaz é responsabilidade de todos e gerida estrategicamente pela Unidade de Comunicação Social do HU-UFJF;
- b) Seguir e orientar a respeito de normas e critérios sobre padrões e procedimentos, formato, veículos e apresentação das comunicações da Rede Ebserh;
- c) Alinhar os interesses entre a instituição e seus públicos, considerando suas expectativas, necessidades, barreiras e os recursos disponíveis;
- d) Promover amplo acesso às informações e dados sobre o HU-UFJF, 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;

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

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

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

h) Aprimorar os canais externos e internos de comunicação para que o HU-UFJF, a Ebsersh e suas ações sejam mais conhecidas, de forma a dar mais visibilidade aos resultados institucionais.

2. DESCRIÇÃO

2.1. Diretrizes

As ações de Comunicação Social, no âmbito do HU-UFJF, deverão obedecer às seguintes diretrizes:

a) Melhorar e/ou criar canais de diálogo e interatividade com os públicos de interesse do HU-UFJF, 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 área de Comunicação da Rede Ebsersh;

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 em relação ao alcance das metas previstas no Plano Diretor Estratégico (PDE) do HU-UFJF;

e) Participar ativamente no gerenciamento de crises de imagem institucional, assessorando as áreas diretamente envolvidas e mediando o contato com a imprensa;

f) Avaliar continuamente seus resultados, com definição de indicadores;

g) Adotar medidas que visem à diversificação dos veículos de comunicação, se necessárias, tais como publicações impressas e digitais, considerando as peculiaridades de cada unidade;

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

i) Contribuir para o fortalecimento da imagem institucional perante a sociedade e públicos de interesse, internos ou externos;

j) Buscar estratégias para capacitação contínua dos profissionais que atuam na área de comunicação;

k) Oferecer amplo conhecimento à sociedade sobre a atuação do HU-UFJF no atendimento aos usuários do Sistema Único de Saúde (SUS), bem como nas atividades de formação profissional, pesquisa e extensão;

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, ao ensino-aprendizagem e à formação de pessoas no campo da saúde pública;

2.2. Estrutura

A Unidade de Comunicação Social do HU-UFJF é vinculada diretamente à Superintendência, sendo pautada também pela Coordenadoria de Comunicação Social (CCS) da Ebserh, como unidade central. A Política de Comunicação Social segue as determinações da política da CCS para a Rede Ebserh, com as devidas especificidades da unidade.

A Unidade de Comunicação Social conta, hoje, com os seguintes profissionais contratados:

- 1 Jornalista - Chefe de Unidade
- 1 Assistente Administrativo

Também podem fazer parte do quadro de colaboradores bolsistas e estagiários (em número variável) previamente aprovados em processo seletivo próprio.

Dessa forma, o desenvolvimento de tarefas pela Unidade está condicionado à viabilidade de execução pelos profissionais do quadro permanente, que terão também a atribuição de orientar os alunos dos cursos de Comunicação e Design no cumprimento de seus respectivos planos de atividades quando em atuação na unidade.

2.3. Atividades

- a) Organização e planejamento das atividades jornalísticas (incluindo definição de estratégias, veículos e período de publicação);
- b) Produção e edição de conteúdo para veículos de comunicação institucionais;
- c) Assessoramento do hospital na comunicação institucional interna e externa;
- d) Elaboração de materiais a serem divulgados à imprensa (artigos, notas, *releases*, *press kits*);
- e) Assessoramento aos dirigentes do hospital no tratamento com a mídia;
- f) Planejamento, execução e apoio em ações e produtos voltados à comunicação da instituição com colaboradores, usuários e sociedade;
- g) Promoção da imagem pública do HU-UFJF e da Ebserh;
- h) Assessoramento na organização e cerimonial dos eventos internos e externos promovidos pela empresa, a partir da contratação de profissional concursado de Relações Públicas;
- i) Execução das atividades relacionadas ao planejamento, desenvolvimento, supervisão, gerenciamento e implantação de campanhas publicitárias institucionais e atividades auxiliares no desenvolvimento e gestão da marca Ebserh e do HU-UFJF, em especial em peças publicitárias, conteúdos textuais e visuais. A realização de tais ações dependerá da contratação de profissional concursado com habilitação em Publicidade e Propaganda;
- j) Desempenho de demais atribuições inerentes à profissão dos que atuam na Comunicação Social, respeitada a legislação vigente.

As atividades deverão ser desenvolvidas por profissionais de Comunicação habilitados de acordo com a atribuição inerente a cada área. Deverão ser resguardados ainda o conhecimento técnico individual e a capacidade de produção (levando-se em conta a quantidade de profissionais disponíveis), independentemente de o profissional ocupar, ou não, cargo comissionado ou função gratificada.

Todos os setores do HU-UFJF devem considerar a Comunicação Social no planejamento de suas atuações e atender às demandas de informações com prontidão, tendo em vista as especificidades da prática jornalística e da urgência das redações, principalmente em situações de iminente prejuízo à imagem institucional.

2.4. Comunicação interna

A Comunicação Interna é um conjunto de estratégias que possuem o objetivo de intermediar o contato e a interação da organização com todos os seus

colaboradores e públicos de interesse. No âmbito do HU-UFJF, deve seguir as seguintes diretrizes:

a) A Unidade de Comunicação Social poderá criar veículos específicos de comunicação interna, adequados à sua especificidade, aos seus públicos e às suas necessidades, observado o disposto nesta Política de Comunicação Social. É vedada a criação de canais específicos de comunicação pelas diversas áreas do HU sem conhecimento ou autorização prévia da UCS;

b) As ações de comunicação interna devem favorecer o fluxo de informação, com o objetivo de promover 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;

c) As informações divulgadas serão provenientes da Superintendência, Gerências/Divisões/Setores/Unidades e são de interesse para toda comunidade interna e se referem a benefícios, orientações, procedimentos, normas, eventos, entre outros;

d) A administração dos murais deverá ser realizada exclusivamente pela Unidade de Comunicação Social. Os materiais impressos devem ser encaminhados para aprovação e afixação. É vedada a divulgação de materiais com fins comerciais ou que estejam em desacordo com os objetivos da instituição; nesse caso, os referidos materiais poderão ser removidos a qualquer momento;

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

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

g) Não é permitida a revisão prévia de matérias pela área solicitante, salvo quando requerido pelo profissional de Comunicação ou a pedido da Superintendência ou Gerências;

h) Campanhas devem ser anteriormente planejadas com a UCS.

São canais de comunicação interna do HU-UFJF:

Site (na ausência de intranet específica), e-mail institucional, grupo de WhatsApp das chefias do organograma, descanso de tela dos computadores, mural, boletim informativo impresso e digital, display nos postos de enfermagem, televisores, sistema de som, banner de lona e banner digital no site.

2.5. Comunicação externa

A Comunicação Externa pode ser compreendida como aquela direcionada à sociedade e aos diversos públicos externos à organização. No âmbito do HU-UFJF, deve-se seguir as seguintes diretrizes:

a) A Unidade de Comunicação Social deve divulgar ações de relevância desenvolvidas pelo HU-UFJF junto à sociedade, observando os critérios jornalísticos e os objetivos estratégicos da instituição;

b) Imagens do HU-UFJF e seus pacientes e colaboradores 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 pela Lei Geral de Proteção de Dados Pessoais, Código de Ética e Conduta da Ebserh 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 expresso no item anterior;

e) Nos casos em que forem constatados erros factuais ou de entendimento da mensagem nas informações divulgadas pelo hospital, a Comunicação Social deverá efetuar a correção ou buscar a retratação do veículo. Erros corriqueiros como grafia de nomes ou outros deverão ser analisados, se há realmente necessidade de exigir retratação;

f) O contato com a imprensa sobre temas relacionados ao HU-UFJF será, obrigatoriamente, intermediado pela Comunicação Social. A unidade deverá ser informada nos casos de contato direto dos meios de comunicação com empregados ou servidores (área médica, assistencial e administrativa), professores, alunos, preceptores, residentes e voluntários, o quanto antes;

g) A UCS deverá ser comunicada previamente sobre todas as gravações/realização de entrevistas e produção de conteúdos nas dependências do HU-UFJF;

h) As solicitações de informações que coloquem em risco a imagem da Ebserh ou do hospital devem ser respondidas/validadas pela Superintendência, com o apoio da Comunicação;

i) Diante da impossibilidade de o gestor atender à demanda de imprensa, outro profissional por ele indicado poderá conceder entrevista ou autorizar o repasse de informações sobre o caso, em comum acordo com o responsável pela área e em conformidade com a Política de Porta-Vozes da Ebserh;

j) As demandas de imprensa solicitadas ao hospital que tenham relevância nacional, potencial para gerar pauta nacional, e/ou demandas locais que

façam referência à Ebserh, ou ainda que possam afetar outras unidades da rede, devem ser comunicadas imediatamente pela Unidade de Comunicação Social à Coordenadoria de Comunicação Social da Sede para conhecimento e alinhamento institucional, antes de seu atendimento.

Canais e ferramentas de comunicação externa do HU-UFJF:

Site, murais em locais de acesso ao público externo, e-mail institucional, YouTube, *press releases* e *press kits* enviados à imprensa, materiais impressos, banner de lona, banner digital no site e eventos com foco nas relações públicas.

2.6. Comunicação em momento de crise

A Unidade de Comunicação Social desenvolverá Plano específico sobre o assunto, que deverá detalhar e conter (entre outras), as seguintes diretrizes em relação ao tratamento com a imprensa e os *stakeholders* do HU-UFJF: quem se pronunciará; o que dizer; como dizer; a quem dizer.

2.7. Comunicação digital

A Comunicação Digital compreende as estratégias desenvolvidas na *web*, compreendendo redes sociais, intranet, sites institucionais, informativos, entre outros. No âmbito do HU-UFJF terá as seguintes características:

a) O HU-UFJF conta com um site institucional próprio, seguindo padronização e estrutura determinadas pela Coordenadoria de Comunicação Social da Ebserh;

b) O hospital poderá contar com intranet própria validada pela Coordenadoria de Comunicação Social e Diretoria de Tecnologia da Informação. Cabe à Unidade de Comunicação Social a atualização dos conteúdos noticiosos nela contidos;

c) O HU não conta com perfis em redes sociais. No entanto, poderá vir a ter com a ampliação da estrutura da Unidade de Comunicação Social, que deverá ser responsável por mantê-las permanentemente atualizadas, mediante aprovação prévia da Coordenadoria de Comunicação Social;

d) É vedada a criação de perfis específicos em redes sociais para gerências, divisões, setores, unidades, atividades, programas ou campanhas, serviços, ligas e demais grupos do HU-UFJF;

e) Para cada rede social do HU-UFJF, deverão ser seguidas as orientações do Manual de Mídias Sociais da Ebserh;

f) O Setor de Tecnologia da Informação e Saúde Digital deverá viabilizar, em conformidade com as políticas de segurança da informação e resguardadas as limitações técnicas, o acesso às redes sociais aos profissionais de comunicação do HU-UFJF;

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

2.8. Comunicação visual

A Comunicação Visual terá as seguintes características:

a) A Coordenadoria de Comunicação Social será a gestora da marca da Ebserh, monitorando sua aplicação, devendo a Unidade de Comunicação Social e profissionais de comunicação validarem a aplicação da marca;

b) A Comunicação Social 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 do HU-UFJF, podendo haver marcas de programas, campanhas e similares, desde que validadas pela Unidade de Comunicação Social e pela Coordenadoria de Comunicação Social;

d) As logomarcas do HU-UFJF e da UFJF serão respeitadas, devendo ser acompanhadas da logomarca da Ebserh em todos os casos.

É vedado o uso das logomarcas:

a) Para fins particulares;

b) Fora dos padrões especificados no Manual de Identidade Visual;

c) Em peças ou ações com fins comerciais ou contrários aos princípios e diretrizes institucionais previstos na Política de Comunicação Institucional da Ebserh.

A Ebserh adotará como identidade visual a logomarca única, a ser aplicada em todos os produtos de comunicação de divulgação institucional.

3. CAMPO DE APLICAÇÃO

A comunicação deve ser considerada parte inerente às instituições, tendo em vista que elas são compostas por diferentes (e complexos) públicos de interação. Nesse sentido, a presente Política de Comunicação Institucional tem como objetivo principal esclarecer detalhes da prática profissional desempenhada pela Unidade de Comunicação Social (UCS), além de evidenciar ferramentas e fomentar a interação entre os diferentes atores que se relacionam com o Hospital Universitário da Universidade Federal de Juiz de Fora (HU-UFJF/Ebserh). Dessa forma, é importante esclarecer que, em sentido amplo, a comunicação correta e eficaz é papel de todos os colaboradores da

instituição, sendo obrigatória, para tanto, a observância das diretrizes aqui determinadas.

Além de trazer as especificidades do HU-UFJF, o presente documento é pautado pela Política de Comunicação Institucional da Rede Ebserh (reproduzindo alguns conceitos-chave), bem como outras normas e regulamentos. O propósito é contribuir com a boa prática de governança corporativa, estabelecendo canais de comunicação e mensagens efetivas para a sensibilização dos públicos de interesse – internos e externos – inclusive dos diferentes veículos de imprensa.

O fluxo de informação e o atendimento a demandas recebidas pela Unidade de Comunicação Social do HU-UFJF/Ebserh serão regulamentados com base na Política de Comunicação e na Norma Operacional nº 01/2018 – Coordenadoria de Comunicação Social da Rede Ebserh.

3.1. Dos objetivos e das competências

Art. 1º O presente documento tem por objetivo definir as responsabilidades e regulamentar o fluxo de informação e atendimento a demandas recebidas pela Unidade de Comunicação Social (UCS) do HU-UFJF.

Art. 2º Compete à Unidade de Comunicação Social do HU-UFJF:

I - Planejar e executar as atividades de comunicação, quanto a jornalismo, publicidade e relações públicas, com autonomia para definir os conteúdos, a periodicidade e a forma de publicação nos diferentes meios de comunicação;

II - Difundir objetivos, serviços, ações, imagem, papel e importância do HU-UFJF e da Ebserh;

III - Orientar os setores internos na execução de suas atividades, alinhadas às políticas de Comunicação da Rede Ebserh;

IV - Intermediar o relacionamento com os veículos de comunicação e profissionais de imprensa;

V - Produzir, organizar e divulgar, interna e externamente, material comunicacional, levando-se em consideração os princípios desta política, principalmente a impessoalidade;

VI - 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;

VII - Orientar os entrevistados sobre como lidar adequadamente com a imprensa;

VIII - Assessorar os gestores nas ações que envolvam comunicação social, promoção institucional e realização de eventos;

IX - Estabelecer e administrar processos e procedimentos para a realização de solenidades e eventos, de acordo com normas de Cerimonial e de Protocolo;

X - 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;

XI - Coordenar, elaborar ou editar todo e qualquer material gráfico ou audiovisual com vistas à divulgação da empresa para o público interno ou externo;

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

XIII - Propor parcerias para ações promocionais da empresa, apoiadas na legislação vigente.

3.2. Das solicitações

Art. 3º As solicitações de cobertura jornalística, produção e divulgação de notícias e comunicados nos canais de comunicação do HU-UFJF devem ser encaminhadas à Unidade de Comunicação Social com prazo mínimo de 72 horas, salvo casos excepcionais e de urgência, contendo as informações do assunto que se pretende divulgar, como por exemplo: o que é a atividade, quando e como será realizada, onde, por quê e por quem. Também deverão ser informados os contatos dos envolvidos e/ou organizadores do evento/ação.

§1º – Os pedidos deverão ser encaminhados ao e-mail ucs.hu-ufjf@ebserh.gov.br ou realizados presencialmente, obedecendo ao horário de funcionamento da Unidade (segunda a sexta-feira, entre 7h30 e 16h30h).

§ 2º – A linguagem e o meio que serão utilizados para a divulgação dos materiais produzidos serão definidos exclusivamente pela UCS, não sendo permitida a revisão prévia pela área solicitante, salvo quando requerido pelo profissional de comunicação.

Art. 4º As solicitações de divulgação direcionadas aos veículos da imprensa deverão ser encaminhadas com antecedência mínima de 72h, salvo casos excepcionais e de urgência.

Parágrafo único – A divulgação de informações aos meios de comunicação deverá ser feita considerando o caráter estratégico da informação. Cabe à Unidade de Comunicação, com o apoio da Superintendência, julgar e definir a relevância do assunto, com base em critérios institucionais, jornalísticos e de imprensa.

Art. 5º O contato com os veículos de comunicação e a produção de textos internos, assim como demais conteúdos jornalísticos e de assessoria de imprensa deverão ser realizados, exclusivamente, pelos profissionais da Unidade de Comunicação

Social. Cabe aos gestores e demais áreas do HU-UFJF fornecer subsídios, em tempo hábil, para a apuração dos materiais.

Art. 6º A Unidade poderá solicitar informações a todas as áreas do HU-UFJF para subsidiar veículos de comunicação.

§ 1º Levando-se em consideração os prazos geralmente exíguos, os gestores e seus substitutos serão responsáveis por atender prontamente às demandas;

§ 2º Em caso de possível repercussão negativa, a Unidade de Comunicação Social deverá ter acesso irrestrito a todas as informações que julgar conveniente, para que possa avaliar o cenário e responder adequadamente às demandas da imprensa, sob risco de danos à imagem institucional.

Art. 7º Somente a Unidade de Comunicação Social pode autorizar ou negar pedidos de entrevista direcionados a profissionais do HU-UFJF, assim como determinados tipos de filmagem ou produção fotográfica ou áudio nas dependências da instituição, realizadas por terceiros ou pelo público interno.

Parágrafo único – Caso uma solicitação de entrevista e/ou gravação de imagens e áudios seja feita diretamente pela imprensa a profissional do Hospital Universitário, cuja participação seja em nome do HU-UFJF ou da Rede Ebserh, este deve orientar o solicitante a procurar a Unidade de Comunicação Social para avaliação e atendimento da solicitação, de acordo com Política de Porta-Vozes da Ebserh.

Art. 8º Todo material, digital ou impresso, que leve a marca do HU-UFJF/Ebserh, como vídeos, áudios, cartazes, convites, banners, placas, folders, panfletos, apresentações, adesivos, camisetas, entre outros, deve seguir as regras para aplicação da logomarca, definidas no Manual de Identidade Visual da Rede Ebserh. Nos casos em que a Unidade de Comunicação Social tome conhecimento de uso indevido da marca, a área deverá providenciar a correção imediata ou a suspensão da publicação do material.

Art. 9º A afixação de cartazes, informativos, faixas e outros materiais nas dependências, nos murais de avisos e em qualquer área interna das unidades do HU-UFJF, deve ser previamente autorizada pela Unidade de Comunicação Social.

Parágrafo único – Não será autorizada a afixação de conteúdos publicitários de cunho comercial nas dependências da instituição, salvo os casos legalmente formalizados por meio de licitação, chamamento público ou processo equivalente. Também não será autorizado o ingresso e/ou permanência de pessoas nas dependências do HU-UFJF que venham praticar comércio e propaganda em quaisquer de suas formas. Entende-se como dependências do hospital na Unidade Dom Bosco toda a área a partir do pórtico de entrada na Avenida Eugênio do Nascimento.

Art. 10 Pedidos de criação, correção, edição e diagramação de materiais informativos de comunicação interna (manuais, folders, placas, vídeos etc.) dependerão de viabilização de estrutura física (computadores e *softwares*), contratação de profissional específico ou da existência de bolsistas/estagiários para a Unidade de Comunicação Social.

Parágrafo único - Cumpridas as exigências, os pedidos devem ser feitos no prazo mínimo de 15 dias, salvo casos excepcionais e de urgência, e deverão ser encaminhados ao e-mail ucs.hu-ufjf@ebserh.gov.br para avaliação e planejamento da UCS. Caso o volume do material solicitado seja extenso, o prazo deverá ser combinado entre as partes.

Art. 11 As áreas que necessitem publicar conteúdos administrativos no site institucional ou na intranet são responsáveis por essa ação. A área solicitante informará quais empregados terão autonomia para atualização da referida página para a criação de usuário e senha pela Diretoria de Tecnologia da Informação (DTI) da sede.

Art. 12 A Unidade de Comunicação Social deve ser previamente informada, com prazo mínimo de 10 dias (quando possível), sobre a visita de autoridades ou representantes de outras instituições ao HU-UFJF, para planejamento de cobertura jornalística e cerimonial e a fim de manter uma lista de contato de possíveis fontes para execução de projetos de comunicação.

Art. 13 A realização de eventos institucionais deverá ser orientada pela Comissão de Gestão de Eventos Institucionais (CGE) do HU-UFJF, instituída pela portaria Portaria-SEI nº 87, de 07 de maio de 2019. A assessoria, a organização e a condução de cerimonial dependerão da contratação de profissional concursado de Relações Públicas, que atuará junto à UCS.

Art. 14 Além dos prazos citados anteriormente, as atividades de comunicação serão desenvolvidas de acordo com os critérios de prioridade, por grau de importância:

- I. Impacto direto na manutenção dos serviços fins da instituição;
- II. Solicitações demandadas pela Superintendência;
- III. Demais solicitações, conforme ordem cronológica de acontecimentos, relevância ou abrangência.

Parágrafo único – Somente serão publicados conteúdos que atendam aos princípios da impessoalidade e do interesse público e, ainda, obedeçam aos critérios de valor-notícia, analisados pela Unidade de Comunicação Social. São exemplos de valores-notícia: novidade, interesse de grande número de pessoas envolvidas, proximidade, interesse humano, utilidade, qualidade, ineditismo, impacto, continuidade, qualidade, emoção, oportunidade.

Art. 15 Nos grupos de WhatsApp serão postados apenas:

- I. Artes e mensagens com o tamanho e linguagem adequados;
- II. Mensagens solicitadas pela Superintendência ou Gerências;
- III. Mensagens em formato de textos ou texto/imagem/artes confeccionadas pela UCS sobre ações e comunicados relevantes, além de campanhas do HU-UFJF;
- IV. Materiais a pedido da Ebserh;

V. Materiais produzidos pela UFJF, Ministério da Educação ou por instituições de saúde, a exemplo do Ministério da Saúde, Inca, Fiocruz, considerados relevantes pela UCS;

VI. Não serão postados conteúdos de cunho pessoal;

VII. Em caso de dúvidas, cabe ao superintendente autorizar ou não a postagem.

Art. 16 Nos descansos de tela dos computadores serão publicados:

I. Artes confeccionadas pela UCS ou Ebserh, com as respectivas logomarcas, sem identificação específica de setores;

II. Que tenham o tamanho e a resolução de imagem adequados;

III. Com conteúdo objetivo e de interesse de todos os colaboradores;

IV. Solicitações de divulgação devem ser encaminhadas com antecedência mínima de 30 dias para avaliação e planejamento da UCS.

DISPOSIÇÕES FINAIS

As diretrizes presentes neste documento devem ser assumidas como normas, instruções e padronizações de procedimentos comunicacionais a serem adotados no âmbito de todo o HU-UFJF. A partir da vigência deste documento, fica estabelecida a necessidade da sua observação para o desenvolvimento de todas as atividades comunicacionais do hospital.

Esta Política de Comunicação Institucional será revisada periodicamente pela Unidade de Comunicação Social, sempre que necessário, e deverá ser aprovada por ato da Superintendência.

A validade dos parâmetros aqui descritos está condicionada, ainda, ao respaldo e investimento institucionais em equipamentos e capacitação dos profissionais alocados na Unidade de Comunicação Social.

Compete à Unidade de Comunicação Social dirimir eventuais dúvidas em relação a esta Política, sendo os casos omissos decididos em conjunto com a Superintendência e/ou Coordenadoria de Comunicação Social.

REFERÊNCIAS

DUARTE, Jorge. Produtos e serviços de uma assessoria de imprensa. In DUARTE, Jorge. **Assessoria de imprensa e relacionamento com a mídia: teoria e técnica**. São Paulo: Atlas, 2009.

_____. **Comunicação Pública.** 2007. Disponível em: https://d1wqtxts1xzle7.cloudfront.net/51400440/01_Comunicacao_Publica-with-cover-page-v2.pdf?Expires=1631644784&Signature=QkeKRQN3Tnh1O~nRpGMKD6CePDIvcazHpg55ES7J6KulGYS~2cQ1JuxHJpSJpTIsrp27G9DtwWqGWnf9bdVQlcPIjK0DvXPaRYL5T8G3UvWTgu9N451IBzK1DSNnw0GAb2V9aXVwVg3j4s2kkk9S~ic~Rm3tyqMxrw5xPJIXwkqK9Cf9f-TYbzm0hAqqCcz1XOTsf4bFLbt0cxGY5ntn9xK6Syec55TQ~1pkILC7W81SPHBPCJkS4EnD HdKClatxefanIrgPPGVtrCAjE9kY6I9VxtTmKhRC4OunAQyZeORcVjKJtz3BNtFTa9QnaZucWE8UbzSmAX3fwV11s6Gg_&Key-Pair-Id=APKAJLOHF5GGSLRBV4ZA. Acesso em: 14 set. 2021.

EBSERH. **Política de Comunicação Institucional.** Disponível em: [file:///C:/Users/alessandra.muniz/Downloads/Pol%C3%ADtica%20de%20Comunica%C3%A7%C3%A3o%20Institucional%20Ebserh%20Aprovada%20CA%20\(1\).pdf](file:///C:/Users/alessandra.muniz/Downloads/Pol%C3%ADtica%20de%20Comunica%C3%A7%C3%A3o%20Institucional%20Ebserh%20Aprovada%20CA%20(1).pdf). Acesso em: 10 set. 2021.

_____. **Norma Operacional 01/2018.** Fluxo de informação CCS. Disponível em: <file:///C:/Users/alessandra.muniz/Downloads/Norma%20Operacional%201-2018%20-%20Fluxo%20de%20Informa%C3%A7%C3%A3o%20CCS.pdf>. Acesso em 10 set. 2021.

KUNSCH, Margarida. **Planejamento de relações públicas na comunicação integrada.** São Paulo: Summus, 2003.

LAGE, Nilson. **A reportagem: teoria e técnica de entrevista e pesquisa jornalística.** Rio de Janeiro: Record, 2001.

LEMOS, Cláudia; DEL GÁUDIO, Rozália. Publicações jornalísticas. In DUARTE, Jorge. **Assessoria de imprensa e relacionamento com a mídia: teoria e técnica.** São Paulo: Atlas, 2011.

UFSCAR (Hospital Universitário da Universidade Federal de São Carlos). **Política de Comunicação,** 2018. Disponível em: <file:///C:/Users/alessandra.muniz/Downloads/Pol%C3%ADtica%20de%20Comunica%C3%A7%C3%A3o%20HU%20UFSCar.pdf>. Acesso em: 10 set. 2021.

UFTM (Hospital de Clínicas da Universidade Federal do Triângulo Mineiro). **Plano de Comunicação,** 2016.



UNIVASF (Hospital Universitário da Universidade Federal do Vale do São Francisco). **Diretrizes de comunicação institucional e normativa interna da Unidade de Comunicação Social**, 2017. Disponível em: <https://www.gov.br/ebserh/pt-br/hospitais-universitarios/regiao-nordeste/hu-univasf/comunicacao/DiretrizesdeComunicaoinstitucionalHUUnivasf.pdf>. Acesso em: 10 set. 2021.