

# Política da Gestão da Comunicação



**POLÍTICA DE GESTÃO DA COMUNICAÇÃO**

<b>Código:</b> POL.DIR.0005	<b>Sector:</b> COMUNICAÇÃO E MARKETING	<b>Data da elaboração:</b> 02/08/2024	<b>Validade:</b> 2 anos	<b>Revisão Nº:</b>	<b>Última revisão:</b>	<b>Página: 1 de 5</b>
--------------------------------	----------------------------------------------	------------------------------------------	----------------------------	------------------------	------------------------	-----------------------

**CAPÍTULO I - Objetivos e Finalidades**

Art. 1º A Política de Comunicação do Hospital São Francisco na Providência de Deus visa a estabelecer diretrizes e normas que garantam a efetividade, transparência, privacidade e clareza nas comunicações internas e externas, além de zelar pela imagem institucional.

Art. 2º Esta política tem como objetivos:

- Assegurar a confidencialidade das informações dos pacientes.
- Estabelecer um fluxo claro e eficiente para a comunicação de mudanças nos serviços, produtos e processos.
- Promover a imagem do hospital junto ao público e às partes interessadas.
- Garantir a disseminação de informações relevantes para colaboradores, pacientes e comunidade.
- Estabelecer um plano de comunicação em situações de crise ou sempre quando for necessário implementar essas diretrizes em casos concretos, com um foco mais operacional e tático.
- Divulgar os canais para manifestações éticas, denúncias e ouvidorias de qualquer parte interessada.
- Assegurar o cumprimento das normativas do Manual de Publicidade Médica do CFM.

**CAPÍTULO II - Princípios Gerais**

Art. 3º A comunicação deve ser transparente, ética, objetiva e respeitosa, seguindo as normas regulamentares aplicáveis e os princípios de boa conduta, que incluem:

- Lei Geral de Proteção de Dados (LGPD - Lei nº 13.709/2018): Normas para a proteção de dados pessoais.
- Código de Ética e Conduta do Hospital São Francisco.
- Demais Códigos de Ética aplicáveis.

Art. 4º Toda comunicação deve respeitar a privacidade e o sigilo das informações sobre os pacientes, em conformidade com a legislação vigente e com as diretrizes internas do hospital.

**CAPÍTULO III - Comunicação Interna**

Art. 5º A comunicação interna deve promover a integração entre os colaboradores, disseminando informações sobre procedimentos, políticas, eventos e mudanças no ambiente de trabalho.

Art. 6º As ferramentas de comunicação interna incluem:

- E-mails: Para comunicados gerais e específicos.

	<b>ELABORADO POR:</b>	<b>VALIDADO POR:</b>	<b>APROVADO POR:</b>
<b>Nome:</b>	Leandro Queres e Bruno Goulart	Nycolas Kunzler Alcorta	Márcio Oliveira Nunes
<b>Cargo/setor:</b>	Analistas   Comunicação e Marketing	Coordenador da Qualidade	Diretor Administrativo

**POLÍTICA DE GESTÃO DA COMUNICAÇÃO**

<b>Código:</b> POL.DIR.0005	<b>Sector:</b> COMUNICAÇÃO E MARKETING	<b>Data da elaboração:</b> 02/08/2024	<b>Validade:</b> 2 anos	<b>Revisão Nº:</b>	<b>Última revisão:</b>	<b>Página: 2 de 5</b>
--------------------------------	----------------------------------------------	------------------------------------------	----------------------------	------------------------	------------------------	-----------------------

- HSF Notícias: Publicações mensais com atualizações sobre o hospital e da Associação Lar São Francisco na Providência de Deus.
- Murais e Cartazes: Fixados em locais estratégicos para informar sobre eventos e avisos importantes.
- Reuniões e Encontros: Realização de encontros presenciais ou virtuais para esclarecimentos e alinhamentos.
- Estímulo do uso de tecnologias para disseminação da informação.

Art. 7º Todo comunicado interno deve ser previamente aprovado pelo setor de comunicação e Direção, garantindo consistência e clareza nas informações.

Art. 8º Devem ser estabelecidos, implementados e mantidos meios e canais de comunicação entre diferentes níveis hierárquicos e perfis de profissionais da organização, incluindo:

- Os supracitados são para alcance de todos.
- Grupos de WhatsApp com a Liderança que desdobrará para sua equipe quando necessário.
- Contracheque: Mensagens de feliz aniversário, mensagens religiosas, lembrete para imposto de renda, etc.
- Tecnologias: Permite a abertura de ordem de serviços, comunicados internos individuais e notificação de ocorrência.

#### **CAPÍTULO IV - Comunicação Externa**

Art. 9º A comunicação externa tem como foco a construção e manutenção da imagem positiva do hospital, bem como a transparência e acessibilidade das informações para a comunidade e imprensa, com objetivos estratégicos de:

- Consolidar a marca do Hospital São Francisco na Providência de Deus sempre considerando a sua Missão, Visão e Valores institucionais.
- Promover a Associação Lar São Francisco na Providência de Deus.
- Promover a instituição com ênfase no incremento da receita.

Art. 10º As ferramentas de comunicação externa incluem:

- Assessoria de Imprensa: Gerenciamento de relações com a mídia e coordenação de entrevistas e press releases para fortalecer a imagem institucional.
- Redes Sociais: Uso de plataformas como Instagram, LinkedIn, entre outras, para divulgação de informações, promoção dos valores filantrópicos e engajamento com o público visando o aumento da visibilidade e receita.
- Site Institucional: Portal oficial do hospital com informações sobre serviços, notícias e contatos, enfatizando os valores e as ações filantrópicas da instituição.

	<b>ELABORADO POR:</b>	<b>VALIDADO POR:</b>	<b>APROVADO POR:</b>
<b>Nome:</b>	Leandro Queres e Bruno Goulart	Nycolas Kunzler Alcorta	Márcio Oliveira Nunes
<b>Cargo/setor:</b>	Analistas   Comunicação e Marketing	Coordenador da Qualidade	Diretor Administrativo

**POLÍTICA DE GESTÃO DA COMUNICAÇÃO**

<b>Código:</b> POL.DIR.0005	<b>Sector:</b> COMUNICAÇÃO E MARKETING	<b>Data da elaboração:</b> 02/08/2024	<b>Validade:</b> 2 anos	<b>Revisão</b> Nº:	<b>Última revisão:</b>	<b>Página: 3 de 5</b>
--------------------------------	----------------------------------------------	------------------------------------------	----------------------------	-----------------------	------------------------	-----------------------

- Eventos e Campanhas: Realização de eventos e campanhas para promoção da saúde, conscientização pública e divulgação das iniciativas filantrópicas, buscando incrementar a receita e fortalecer a imagem do hospital.

**CAPÍTULO V – Comunicação com Paciente e/ou Responsáveis Legais**

Art. 11º As informações sobre o estado de saúde do(a) paciente só podem ser divulgadas aos seus responsáveis legais sob a forma **presencial**, respeitando-se a privacidade e o sigilo médico.

Art. 12º Todas as informações dos pacientes são confidenciais e devem ser tratadas com o mais alto grau de sigilo e segurança, conforme legislação aplicável e políticas internas de privacidade e proteção de dados.

Art. 13º É proibido fotografar, filmar ou entrevistar pacientes para fins publicitários sem autorização prévia por escrito.

Art. 14º O hospital deve manter um canal acessível e seguro para manifestações éticas e denúncias, reclamações, dúvidas, sugestões e elogios garantindo o anonimato e a proteção das partes envolvidas. Estão disponíveis os seguintes canais:

- Manual do Paciente: Guia com informações essenciais sobre os direitos e deveres dos pacientes, procedimentos e serviços oferecidos.
- Ouvidoria: Canal para receber sugestões, reclamações e elogios, assegurando o atendimento e a resolução das demandas. Disponível em:
  - a. Atendimento presencial
  - b. Tel. (21) 3294-4500 ou (21) 3294-4300 – Ramal: 2250
  - c. Email: [ouvidoria.hsf@alsf.org.br](mailto:ouvidoria.hsf@alsf.org.br)
  - d. <https://hospitalsaofranciscorj.com.br/mande-sua-mensagem/>
- Informações sobre Emergência, demais serviços, como chegar e telefone no site
- Termos de Consentimento Informado: Documentos que asseguram que os pacientes estão cientes e concordam com os procedimentos médicos propostos.
- Canal de Integridade e Manual de ética e condutas: Canal de comunicação destinado a reportar qualquer atitude ou prática em desacordo com o Código de Ética e Conduta do Hospital São Francisco na Providência de Deus e com a legislação vigente. Todas as denúncias serão apuradas pelo Comitê de Integridade, com a aplicação das medidas cabíveis. Disponível em: <https://hospitalsaofranciscorj.com.br/canal-de-integridade/>

**CAPÍTULO VI - Planos de Comunicação**

Art. 15º Em situações de crise, deve ser ativado um plano de comunicação específico que inclua a formação de uma equipe de gestão de crise, elaboração de mensagens-chave, e definição de canais prioritários para disseminação de informações.

Art. 16º O plano de comunicação para interação com o público interno e externo deve ser elaborado periodicamente e incluir, no mínimo, os seguintes elementos: data, responsável, conteúdo, objetivos de comunicação, públicos-alvo, argumentos principais, ações e estratégias, meios e canais, cronograma e

	<b>ELABORADO POR:</b>	<b>VALIDADO POR:</b>	<b>APROVADO POR:</b>
<b>Nome:</b>	Leandro Queres e Bruno Goulart	Nycolas Kunzler Alcorta	Márcio Oliveira Nunes
<b>Cargo/setor:</b>	Analistas   Comunicação e Marketing	Coordenador da Qualidade	Diretor Administrativo

**POLÍTICA DE GESTÃO DA COMUNICAÇÃO**

<b>Código:</b> POL.DIR.0005	<b>Sector:</b> COMUNICAÇÃO E MARKETING	<b>Data da elaboração:</b> 02/08/2024	<b>Validade:</b> 2 anos	<b>Revisão Nº:</b>	<b>Última revisão:</b>	<b>Página: 4 de 5</b>
--------------------------------	----------------------------------------------	------------------------------------------	----------------------------	------------------------	------------------------	-----------------------

orçamento. Além das situações de crise, planos de comunicação devem ser elaborados para situações específicas como lançamento de novos serviços, eventos, ativações de marca ou sempre quando for necessário implementar essas diretrizes em casos concretos, com um foco mais operacional e tático.

### **CAPÍTULO VII – Mudanças de fluxo**

Art. 17º O fluxo de comunicação para divulgação de mudanças em serviços, produtos e processos deve seguir as seguintes etapas:

- Identificação da Mudança: Detalhamento da alteração a ser comunicada.
- Aprovação: Avaliação e aprovação da Direção do hospital que delega a elaboração de comunicado.
- Elaboração do Comunicado: Criação de material informativo adequado ao público-alvo.
- Disseminação: Uso das ferramentas de comunicação interna ou externa conforme apropriado (e-mails, murais, redes sociais, etc.).

### **CAPÍTULO VIII - Publicações em Redes Sociais pelos Colaboradores**

Art. 18º Os colaboradores devem seguir as seguintes diretrizes ao realizar publicações nas redes sociais:

- Respeitar as normas e valores do hospital.
- Verificar se o evento ou informação já foi publicado oficialmente pela Instituição antes de realizar qualquer postagem relacionada.
- Certifica-se que as postagens sejam respeitadas e profissionais, evitando linguagem ofensiva ou inadequada.
- Não criar páginas e perfis de serviço do hospital sem aprovação do setor de Comunicação.

### **CAPÍTULO IX- Termo de Autorização de Uso de Imagem**

Art. 19º O uso de imagens de pacientes, colaboradores e outras partes interessadas para fins publicitários ou institucionais deve ser precedido da obtenção de um termo de autorização de uso de imagem, devidamente assinado pela pessoa ou seu representante legal.

### **CAPÍTULO XX - Cumprimento das Normativas do CFM**

Art. 20º O setor de comunicação deve garantir o cumprimento das diretrizes estabelecidas pelo Manual de Publicidade Médica do CFM (Resolução CFM nº 2.336/2024) promovendo a ética na comunicação e evitando prejuízos judiciais ao hospital.

	<b>ELABORADO POR:</b>	<b>VALIDADO POR:</b>	<b>APROVADO POR:</b>
<b>Nome:</b>	Leandro Queres e Bruno Goulart	Nycolas Kunzler Alcorta	Márcio Oliveira Nunes
<b>Cargo/setor:</b>	Analistas   Comunicação e Marketing	Coordenador da Qualidade	Diretor Administrativo

**POLÍTICA DE GESTÃO DA COMUNICAÇÃO**

<b>Código:</b> POL.DIR.0005	<b>Sector:</b> COMUNICAÇÃO E MARKETING	<b>Data da elaboração:</b> 02/08/2024	<b>Validade:</b> 2 anos	<b>Revisão Nº:</b>	<b>Última revisão:</b>	<b>Página: 5 de 5</b>
--------------------------------	----------------------------------------------	------------------------------------------	----------------------------	------------------------	------------------------	-----------------------

Art. 21º É proibido divulgar informações sobre o estado de saúde dos pacientes sem consentimento dos familiares, utilizar linguagem sensacionalista ou realizar postagens do formato “antes e depois” para promover o sucesso de terapias ou prometer cura.

Art. 22º É proibido pelos colaboradores utilizar a imagem do hospital para fazer link a partidos políticos.

**CAPÍTULO XI - Disposições Finais**

Art. 22º Esta política deve ser revisada a cada dois anos ou quando necessário, para garantir a sua eficácia e conformidade com as normas regulamentares e necessidades do hospital.

Art. 23º Todos os colaboradores do hospital devem ser informados sobre esta política e receber treinamento adequado para seu cumprimento.

Art. 24º Casos omissos ou dúvidas sobre a aplicação desta política devem ser encaminhados ao setor de comunicação para esclarecimento e resolução.

**REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS**

BRASIL. Lei nº 13.709, de 14 de agosto de 2018. Lei Geral de Proteção de Dados Pessoais. Diário Oficial [da] República Federativa do Brasil, Brasília, DF, 15 ago. 2018. Disponível em: [https://www.in.gov.br/materia/-/asset\\_publisher/Kujrw0TZC2Mb/content/id/42825612](https://www.in.gov.br/materia/-/asset_publisher/Kujrw0TZC2Mb/content/id/42825612). Acesso em: 01/08/2024.

Código de Ética Médica: Resolução CFM nº 2.217, de 27 de setembro de 2018, modificada pelas Resoluções CFM nº 2.222/2018 e 2.226/2019 / Conselho Federal de Medicina – Brasília, 2019.

Conselho Federal de Medicina (CFM) - Manual de Publicidade Médica - Resolução CFM nº 2.336, de 13 de julho de 2023 / Conselho Federal de Medicina - Brasília, DF: Conselho Federal de Medicina, 2024.

ONA, Organização Nacional de Acreditação. Manual para Organizações Prestadoras de Serviços de Saúde - OPSS: versão 2022-2025. São Paulo: Organização Nacional de Acreditação, 2021.

	<b>ELABORADO POR:</b>	<b>VALIDADO POR:</b>	<b>APROVADO POR:</b>
<b>Nome:</b>	Leandro Queres e Bruno Goulart	Nycolas Kunzler Alcorta	Márcio Oliveira Nunes
<b>Cargo/setor:</b>	Analistas   Comunicação e Marketing	Coordenador da Qualidade	Diretor Administrativo