

POLÍTICA INSTITUCIONAL



TÍTULO	CONTROLE	REVISÃO
POLÍTICA DE PORTA VOZES	PI-INSGQ-016	000
ÁREA RESPONSÁVEL		VIGÊNCIA
MARKETING E COMUNICAÇÃO		2023

ABRANGÊNCIA

Todas as unidades do Hospital Materno Infantil Francisco de Assis.

TERMOS E DEFINIÇÕES

Crise: qualquer situação que ameaça ou pode ameaçar a integridade de pessoas ou propriedades, arranhar reputações ou impactar negativamente a imagem e/ou o valor de mercado;

Fonte: são pessoas que transmitem informações para a imprensa. Todo porta-voz é fonte, mas nem toda fonte é porta-voz;

Informação sigilosa: aquela submetida temporariamente à restrição de acesso público em razão de sua imprescindibilidade para a segurança da sociedade e do Estado, conforme a Lei;

Media training: curso destinado a porta-vozes que visa aperfeiçoar continuamente os assessorados em compreender a imprensa, atender adequadamente suas demandas, ser proativo e aproveitar as oportunidades para transmitir mensagens de maneira eficiente e com elas influenciar os interessados;

Meios de comunicação: veículos e plataformas através dos quais o HIFA comunica-se oficialmente com os seus públicos internos e externos;

Porta-voz: são aqueles que, ao transmitir estas informações, se assumem oficialmente como representante da instituição, independentemente do cargo;

Público: Qualquer organização ou indivíduo que possa ser afetado pelas atividades da empresa e cujas ações possam afetar a capacidade da empresa de implantar suas estratégias e atingir seus objetivos.

1. OBJETIVO

A Política de Porta Vozes tem o objetivo de alinhar as informações oficiais do HIFA de forma a garantir unidade e consistência do discurso institucional na prestação e transmissão de informações, eliminando o risco de contradição entre informações de diversas áreas que forem autorizadas a falar em nome do hospital e potencializar oportunidades.

2. DIRETRIZES

As diretrizes contidas nesse documento visam garantir a integridade e confiabilidade das informações prestadas à imprensa e ao público em geral, proporcionando acesso tempestivo às informações de interesse público, ressalvadas as de caráter sigiloso.

A APLICAÇÃO DESTA POLÍTICA VISA:

- Manter um relacionamento transparente com a imprensa e o público em real, atendendo com rapidez aos jornalistas e a esclarecimento de modo a proporcionar acesso às informações de interesse da imprensa/sociedade;
- Priorizar a imagem positiva e a visibilidade institucional do HIFA, devendo-se tomar todas as iniciativas para neutralizar as exposições e desgastes. Para isso, declarações públicas devem considerar os procedimentos e orientações propostas por esta política;
- Alinhar as informações para manter a coerência e evitar os riscos de contradição entre informações de diversas áreas e as dos gestores do hospital;
- Manter o relacionamento com a imprensa e demais públicos pautado na veracidade das informações e pelo uso responsável, ético e lícito dessa interlocução;
- Não emitir opiniões pessoais.

*A presente Política entrará em vigor a partir da data de sua aprovação, sendo a mesma revisada e atualizada sempre que necessário.

POLÍTICA INSTITUCIONAL



TÍTULO	CONTROLE	REVISÃO
POLÍTICA DE PORTA VOZES	PI-INSGQ-016	000
ÁREA RESPONSÁVEL		VIGÊNCIA
MARKETING E COMUNICAÇÃO		2023

* Os casos omissos e as dúvidas surgidas na aplicação desta Política devem ser submetidos à ao setor de Comunicação e Marketing do HIFA e resolvidos pela superintendência ao qual é diretamente subordinado.

COMPETÊNCIAS:

Setor de Comunicação e Marketing

- Atender às demandas nacionais dos órgãos de imprensa e dar os devidos direcionamentos;
- Designar empregados para exercer a função de porta-voz após a aprovação da gestão e superintendência;
- Promover media training sempre que necessário visando preparar os porta-vozes para as demandas jornalísticas com as quais poderão se deparar quando em contato com profissionais de veículos de comunicação;
- Assessorar os porta-vozes da empresa no que diz respeito ao objeto desta Política;
- Produzir textos, que serão enviados à Imprensa (press releases) a partir de briefing verbal ou por escrito fornecido pelas áreas técnicas da empresa. Os textos podem ser submetidos à aprovação técnica das fontes, dependendo do seu teor;
- Dar aval a todos os artigos assinados, elaborados pelos porta-vozes em nome do HIFA, para adequação do texto às normas da empresa e à linguagem jornalística;

Superintendência

- Compete ao superintendente aprovar a Política de Porta-vozes do HIFA;
- Indicar porta-vozes e cobrar a atuação dos mesmos.

Colaboradores

- Compete aos colaboradores contribuir e fazer cumprir as orientações estabelecidas nesta Política.

SÃO PORTA-VOZES:

- Fica atribuída aos membros da Diretoria, preferencialmente a superintendência, a função de portavoz quando a matéria tiver referência a assuntos estratégicos ou situações críticas;
- Demandas de veículos de comunicação de grande representatividade no Estado e mídias nacionais, devem falar preferencialmente os diretores/coordenadores médicos.

DAS ORIENTAÇÕES AOS PORTA-VOZES:

- Antes de falar à Imprensa, o porta-voz receberá da Comunicação Social informações sobre o veículo, o repórter, o teor da entrevista e orientações sobre como abordar o assunto em questão. Sempre que possível, o porta-voz ou entrevistado receberá, antecipadamente, as perguntas por escrito e estará acompanhado de um representante da Comunicação ao conceder entrevistas presencialmente;
- As informações prestadas pelo porta-voz devem estar sempre alinhadas à missão, visão e valores do Complexo Hospitalar HIFA;
- O porta-voz não deverá posicionar-se de maneira oposta às políticas e normas definidas pelo HIFA;
- O porta-voz deverá preservar as informações cujo acesso não possa ser fornecido por força de sigilo previsto na legislação de regência;
- Na produção de artigos, textos e publicações, quando o porta-voz posicionar-se diferentemente das orientações do HIFA, o mesmo deve informar o conteúdo previamente a gestão/setor de Comunicação e Marketing, devendo ainda registrar a ressalva que “as opiniões divulgadas são de responsabilidade do autor e não representam necessariamente as opiniões do HIFA”;
- O porta-voz deve se reportar à área responsável pela comunicação sempre que for procurado por qualquer veículo de comunicação, com a finalidade de identificar o assunto e a forma mais conveniente de atender a demanda;
- As solicitações de informação recebidas de mídias deverão ser encaminhadas a área de Comunicação e Marketing do HIFA que, por sua vez, submeterá a solicitação às Gerências, Diretorias, Superintendência

TÍTULO	CONTROLE	REVISÃO
POLÍTICA DE PORTA VOZES	PI-INSGQ-016	000
ÁREA RESPONSÁVEL		VIGÊNCIA
MARKETING E COMUNICAÇÃO		2023

e/ou Presidência para avaliação;

- Convites para eventos que necessitem de representação oficial do HIFA deverão ser encaminhados à Superintendência, que decidirá quem fará a representação oficial do hospital no evento;
- São considerados potenciais porta-vozes no atendimento das demandas da imprensa, aqueles vinculados à Comunicação, preferencialmente que tenham cargo de coordenação e que detenham conhecimento técnico suficiente sobre o tema em questão;
- Nas situações de crise, que acarretem risco aos resultados, à imagem institucional do HIFA, somente o Superintendente pode exercer a função de porta-voz;
- Os porta-vozes devem estar preparados para esclarecer as dúvidas dos jornalistas e demais profissionais dos meios de comunicação, baseados em atos oficiais, processos administrativos, deliberações e atos normativos ou ainda partir de definições aprovadas pela Diretoria;

ORIENTAÇÕES AOS PORTA-VOZES NO RELACIONAMENTO COM A IMPRENSA:

- Atenda ao jornalista com respeito. Não se irrite mesmo diante de perguntas desagradáveis. Perguntas indiscretas fazem parte da profissão jornalística;
- Evite entrar em polêmicas e não discuta com o jornalista. Um clima de hostilidade pode comprometer a entrevista;
- Respostas curtas são mais eficazes. Seja objetivo;
- Evite termos técnicos. Lembre-se de que sua resposta deverá ser compreendida por todos;
- Prepare-se para a entrevista anotando as prováveis perguntas e analise as respostas apropriadas. Tenha em mãos dados e documentos que possam consultar.
- Jamais entregue a um jornalista qualquer documento confidencial;
- Não se sinta constrangido em dizer ao jornalista que não entendeu a pergunta e pedir que repita;
- Sempre que possível, conceda a entrevista em ambiente confortável e tranquilo;
- Caso perceba que o repórter não compreendeu uma resposta, não deixe de voltar ao assunto e de insistir na sua posição;
- Jamais peça ao repórter para lhe mostrar o texto antes de publicá-lo;
- Evite expressões como “nada a declarar”. Para quem ouve ou lê uma matéria, isso soa como rispidez ou negligência perante uma situação de crise.

NORMALMENTE OS QUESTIONAMENTOS DA IMPRENSA GIRA EM TORNO DE:

- O que aconteceu?
- Por que aconteceu?
- Quando aconteceu?
- Quais as consequências em curto e médio prazo?
- Quem são os responsáveis pelo ocorrido?
- Houve ocorrências anteriores?
- Quem está envolvido na apuração do ocorrido?
- Quais as medidas que já foram tomadas?
- Como fica o atendimento dos pacientes no HIFA?

PENALIDADES:

- Os casos de não cumprimento desta Política poderão sofrer sanções administrativas de acordo com gravidade da situação.

POLÍTICA INSTITUCIONAL



TÍTULO	CONTROLE	REVISÃO
POLÍTICA DE PORTA VOZES	PI-INSGQ-016	000
ÁREA RESPONSÁVEL		VIGÊNCIA
MARKETING E COMUNICAÇÃO		2023

3. REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Não se aplica.

4. ANEXOS E DOCUMENTOS DE APOIO

Não se aplica.

ELABORAÇÃO

DATA: 07/2023	CARGO: Analista da Qualidade	RESPONSÁVEL: Robertha Polonini Lirio
07/2023	Analista da Qualidade	Karoline da Silva Quadras
07/2023	Assessora de Comunicação e Relacionamento	Tayla Oliveira

APROVAÇÃO

DATA: 07/2023	CARGO: Gerente de Projetos	AUTORIZADOR: Andrea Cellin
DATA: 07/2023	CARGO:	AUTORIZADOR:

HISTÓRICO DE REVISÕES

DATA: 07/2023	REVISÃO: 000	DESCRIÇÃO: Implantação
------------------	-----------------	---------------------------