POLÍTICA DE COMUNICAÇÃO E RELACIONAMENTO COM O PÚBLICO

O ICI tem o compromisso com todos os seus públicos e principalmente com a sociedade de informar de maneira ética todos os assuntos relacionados ao ICI e a causa do câncer infantojuvenil no âmbito Nacional e Internacional.

A Política de Comunicação orienta e esclarece o público interno, sobre temas importantes para a comunicação interna e externa, também indica a maneira como a instituição compreende a relação com seus públicos. O objetivo é incentivar todos a terem uma visão comum sobre a importância da comunicação, bem como de aspectos gerais de seu funcionamento interno e externo e dar diretrizes norteadoras das formas de comunicação do ICI.

Princípios

- Responsabilidade social;
- Agilidade e precisão;
- Capacitação, criatividade e inovação;
- Comprometimento e respeito ao ser humano;
- Conformidade legal;
- Eficiência e eficácia;
- Equidade e respeito à diversidade;
- Ética;
- Sustentabilidade;
- Verdade e Transparência;
- Clareza;
- Impessoalidade;
- Comprometimento com reporte imediato de desvios éticos e de integridade;
- Critérios e mecanismos éticos e íntegros nos relacionamentos com terceiros.

Objetivos Gerais:

- ✓ Estabelecer a confiança entre o ICI e os diversos públicos – internos e externos – fortalecendo sua missão institucional;
- ✓ Fortalecer a imagem da instituição perante os seus diversos públicos;
- ✓ Estimular a criação de clima interno favorável ao desenvolvimento, à inovação e à qualificação das melhores práticas organizacionais;

- ✓ Informar com transparência e assertividade as iniciativas organizacionais, criando uma compreensão adequada sobre as metas estratégicas;
- ✓ Estabelecer processos e mecanismos ágeis de comunicação sempre que fatos relevantes e/ou emergenciais exigirem posicionamento;
- ✓ Promover e ampliar o diálogo e o relacionamento do ICI com seus públicos estratégicos;
- ✓ Ampliar parcerias com os veículos de comunicação e fortalecer as já existentes;
- ✓ Trabalhar de forma integrada para potencializar os resultados da comunicação;
- ✓ Promover internamente uma cultura de transparência e de comprometimento com processos e resultados;
- ✓ Fomentar um processo de tomada de decisões embasado em informações sólidas e confiáveis;
- ✓ Limitar o acesso a informações sobre ato ou fato relevante, ou de natureza estratégica, antes da divulgação, às pessoas vinculadas diretamente envolvidas com o assunto em pauta, até que sua divulgação ao público interno e/ou externo seja oportuna;
- ✓ Consolidar internamente a cultura de proteção de dados sigilosos, em especial aqueles relacionados aos pacientes assistidos.

Alinhamento com Direcionadores Estratégicos

O ICI deve se comunicar de acordo com os instrumentos que conduzem a orientação do seu Planejamento e Gestão Estratégica, para todos os seus públicos internos de alta gestão, colaboradores e voluntários. É fundamental que todos tenham amplo conhecimento e domínio sobre os seus direcionadores estratégicos: “Missão, Visão e Valores” da instituição.

A comunicação do ICI está alinhada também ao Código de Ética da instituição, cuja meta é estabelecer um compromisso público de maneira a fazer valer esses princípios em práticas concretas do nosso dia a dia.

Os procedimentos definidos nesta Política aplicam-se a todas as situações que envolvam necessidade de divulgação ou proteção de informações e devem ser observados por todos os integrantes do público interno.

COMPORTAMENTO E PRINCÍPIOS BÁSICOS

COMPORTAMENTO DOS COLABORADORES E VOLUNTÁRIOS

No seu dia a dia, os colaboradores e voluntários atuam dentro e fora da organização como agentes de divulgação. Portanto cabe a eles:

- Conhecer os objetivos e a missão do ICI, assim como suas políticas e regulamentos;
- Identificar oportunidades de divulgação dentro de suas áreas e atividades, encaminhando-as à área de comunicação da instituição;
- Participar de eventos, ações e palestras promovidas pelo ICI e divulgar nas suas áreas;
- Não usar da imagem de pacientes, obedecendo a regra de uso de imagem institucional;

COMPORTAMENTO DOS LÍDERES

Cabe as lideranças da instituição e os responsáveis de núcleos:

- Garantir e estimular a livre circulação de informações, respeitando princípios éticos e de não discriminação, de modo que todos os colaboradores e voluntários estejam devidamente informados sobre o que ocorre no ICI e estimulados a contribuir com a inovação;
- Garantir que os colaboradores e voluntários tenham abertura para trazer suas opiniões;
- Garantir a confidencialidade das informações exclusivas em reuniões de alinhamento;
- Dar o exemplo de uma comunicação que observe o respeito entre as pessoas e em relação ao espaço que elas ocupam.

GESTÃO DA MARCA

A marca é um dos ativos mais valiosos do ICI e é papel da área de Comunicação trabalhar pela preservação de sua credibilidade. A área de Desenvolvimento Institucional é responsável por:

- Desenvolver uma estratégia para o uso e aplicação da marca e de sua identidade visual e verbal em todos os materiais de comunicação, sejam eles institucionais ou de projetos;

- Orientar, avaliar e aprovar a aplicação da marca do ICI em peças de comunicação, sejam elas produzidas internamente, por fornecedores ou parceiros;
- Orientar, avaliar e aprovar a criação de novas marcas ou submarcas, quando estritamente necessário, como, por exemplo, no caso de projetos independentes e de gestão compartilhada com outras organizações;
- Aprovar a aplicação da marca em peças de comunicação de eventos apoiados pelo ICI;
- Receber e avaliar propostas de empresas para uma futura parceria com a utilização da marca do ICI, sendo expressamente proibido o uso da marca sem que se tenha oficialmente a parceria estabelecida.

Para que as demais áreas da instituição, também sejam responsáveis pela aplicação correta da marca do ICI, é obrigatório seguir as determinações do MIV (Manual de Uso da Marca) desenvolvido pelo Desenvolvimento Institucional, solicitando sempre que necessário.

POSICIONAMENTOS

Os posicionamentos públicos do ICI são uma estratégia da organização para atuar na conjuntura nacional e internacional. Assim:

- ✓ A iniciativa de um posicionamento poderá vir de diferentes áreas ICI, mas sua aprovação deve envolver a diretoria, superintendência e gerências quanto ao conteúdo e as possíveis implicações institucionais.
- ✓ A aprovação e emissão do posicionamento serão feitos somente pela Diretoria e Superintendência
- ✓ Aprovado o posicionamento, cabe ao Desenvolvimento Institucional divulgá-lo para os públicos relacionados.
- ✓ Todos os posicionamentos e declarações oficiais, devem passar pelo processo de aprovação interna ICI.

FONTES

Fontes são portadores de informação. Podem ser pessoas, documentos ou materiais audiovisuais. Para serem confiáveis, as fontes precisam ser transparentes quanto à origem e ao conteúdo divulgado.

- ✓ São porta-vozes do ICI: Diretoria, Superintendência, Gerências e Lideranças;
- ✓ Cabe a diretoria orientar os porta-vozes para definições;
- ✓ Quem fala em nome do ICI não deve emitir opinião pessoal sobre os assuntos relativos à instituição;
- ✓ Opiniões e posicionamentos pessoais, especialmente os de natureza política, que não reflitam as posições oficiais do Instituto não devem ser divulgados pelo e-mail do ICI;
- ✓ Os colaboradores e voluntários do ICI não estão autorizados a representá-lo nem a emitir opinião em eventos, entrevistas ou matérias jornalísticas que não sejam relacionados com o seu trabalho no ICI a menos que previamente autorizados.

COMUNICAÇÃO INTERNA

A Comunicação Interna contribui para o fortalecimento das equipes, seja colaborador ou voluntariado, cabendo a ela as funções de informar, motivar e engajar em todos com os valores e objetivos definidos no Planejamento Estratégico. Cabe aos processos de comunicação interna do ICI a função de estabelecer canais que configurem um processo de compartilhamento de conhecimento, pautados pela transparência e verdade, entre os integrantes das equipes de trabalho, em todos os níveis hierárquicos.

OBJETIVOS

- ➢ Criar e manter uma comunicação dinâmica e educativa para o público interno a fim de gerar motivação e comprometimento com os objetivos estratégicos da instituição.
- ➢ Apoiar as áreas internas no desenvolvimento de ações de comunicação.
- ➢ A Comunicação Interna deve estimular que os colaboradores possam participar do processo opinando e contribuindo com sugestões e críticas, construindo relacionamentos institucionais consistentes, por meio de processos estruturados de diálogo.
- ➢ Alinhar a comunicação institucional, oportunizando o conhecimento e informação linear.

CANAIS DE COMUNICAÇÃO INTERNA

- ✓ **Mural:** Situado no térreo a frente do ponto eletrônico com objetivo de informes gerais e ação de endomarketing;
- ✓ **Acrílicos:** Situado em pontos estratégicos como, elevadores, copas, cozinhas, recepção. Informações diretas de ações, eventos e campanhas;
- ✓ **Intranet:** Acesso para todos os colaboradores que utilizem computador, a ferramenta tem objetivo de reunir documentos e acessibilidade de materiais e logísticas diárias dos setores;
- ✓ **Workplace:** Rede Social interna para compartilhamento de notícias, informações, endomarketing, comunicação e aniversários;
- ✓ **Plano de fundo dos computadores:** Informações básicas do mês recorrente.

COMUNICAÇÃO EXTERNA

IMPRENSA

O atendimento à imprensa é de responsabilidade do setor de Desenvolvimento Institucional ou pela empresa especializada contratada pelo ICI "Assessoria de Imprensa", via telefone, e-mail, whatsapp ou presencial. As informações devem ser antes validadas com a coordenação de área.

SITE E REDES SOCIAIS

O conteúdo do site é de total responsabilidade do setor de Desenvolvimento Institucional, qualquer alteração/atualização de informações ou mudança na estrutura e design do site, como alteração de imagens, devem ser solicitadas e encaminhadas ao setor.

O conteúdo para as redes sociais, também são de responsabilidade do Desenvolvimento Institucional, sob as seguintes diretrizes:

- ✓ A participação do ICI nas redes sociais deve estar alinhada à sua missão.
- ✓ O relacionamento com os públicos nas redes sociais deve ser pautado pelo diálogo e pela colaboração, e não apenas pela divulgação dos conteúdos;
- ✓ A gestão do uso das redes sociais será de responsabilidade da Área de Comunicação, que deverá indicar quais funcionários terão permissão para administrar os perfis institucionais;
- ✓ O ICI não tolera nenhuma forma de opinião com conteúdos discriminatórios em relação a raça, cor, sexo, orientação sexual, qualquer tipo de deficiência,

classe ou idade, pautando-se por esse critério para sua presença nas redes sociais.

EM RELAÇÃO A FOTOS E VÍDEOS

O Desenvolvimento Institucional produz fotos apenas para seu uso próprio em divulgações (site, informativo, imprensa e redes sociais). Conta com uma equipe de voluntários que autorizam essas imagens.

É vedada completamente a divulgação de fotos de pacientes assistidos no ICI sem a devida autorização da instituição e da família do paciente.

AGÊNCIAS PARCEIRAS

O ICI possui parcerias com agências de publicidade, imprensa e endomarketing. O processo de campanhas e divulgação é sempre pautado sob supervisão do setor de Desenvolvimento Institucional, não tendo as agências autorização para falar em nome da instituição

GERENCIAMENTO DE CRISE

Em caso, de uma crise de imagem no Instituto do Câncer Infantil, se faz necessário as seguintes estratégias, na ordem:

1) Composição do Comitê;
2) Mapeamento das situações “potenciais crises”;
3) Identificação/classificação do grau de risco – repercussão e comprometimento da imagem institucional;
4) Plano de ação para cada situação;
5) Identificação de estratégias e ações para cada caso.;
6) Identificação do porta voz para cada caso;
7) Mídia training – capacitação para as fontes, comitê gestor e porta-voz (de cada situação).

Avaliar o tipo de crise de acordo com a sua gravidade para então definir as estratégias de ação.

FORMA DE DIVULGAÇÃO E PUBLICAÇÃO

- ✓ Todo representante da Instituição deve manter discurso alinhado com as estratégias de atuação, seja por meio de publicações, entrevistas, respostas a demandas de veículos de imprensa, interação com o público final, dentre outras, não sendo admitida a emissão de opinião pessoal de qualquer natureza que esteja em desacordo com as Políticas do ICI, em especial as Porta-Vozes.
- ✓ A publicação das informações obrigatórias e oficiais ficará a cargo da diretoria, e das gerencias, responsáveis pelos dados, devendo ser observada as legislações específicas, bem como as normas, diretrizes, portarias, Estatuto Social, Regimento Interno e manuais do ICI.
- ✓ Após alinhamento a divulgação das informações será de responsabilidade do Desenvolvimento Institucional, apenas quando demandada pelas áreas responsáveis, resguardada a análise da superintendência e gerencias.
- ✓ As informações deverão ser divulgadas ao público pelos meios mais adequados definidos pela Coordenação de Desenvolvimento Institucional do ICI.

EXCEÇÃO À DIVULGAÇÃO DE INFORMAÇÕES

- ✓ As informações relevantes podem, excepcionalmente, deixar de ser divulgadas se os membros da diretoria entenderem que sua divulgação coloca em risco interesses legítimos do ICI, respeitados os limites impostos pela Lei de Acesso à Informação.

SIGILO DAS INFORMAÇÕES

Os documentos classificados oficialmente como restritos ou sigilosos terão sua divulgação e tramitação adstrita somente aos profissionais formalmente autorizados, sendo vedado seu conhecimento por indivíduos não autorizados e a divulgação indevida de seu conteúdo.