FUNDAÇÃO DE ENSINO
SUPERIOR DO VALE DO SAPUCAÍ

Política de Comunicação Institucional

CONSELHO DIRETOR

Portaria 005/2025

Institui a POLÍTICA DE COMUNICAÇÃO INSTITUCIONAL da Fundação de Ensino Superior do Vale do Sapucaí e de suas Mantidas.

O Conselho Diretor da Fundação de Ensino Superior do Vale do Sapucaí – FUVS, representado neste ato pelos seus conselheiros, no uso das atribuições que lhe confere o inciso "XII" do art. 22, de seu Estatuto, aprovado pelo Conselho Deliberativo em 25 de março de 2024, e

Considerando que a missão da FUVS é "promover o desenvolvimento das pessoas por intermédio de suas Mantidas, oferecendo soluções qualificadas em educação e saúde".

Considerando que a visão da FUVS é "consolidar-se como gestora eficiente e eficaz de recursos, que contribui para o cumprimento das missões, visões e demais objetivos de suas Mantidas".

Considerando que os valores institucionais são: **Segurança** – Cuidado e responsabilidade em todos os atos e processos; **Profissionalismo** – Foco na entrega das melhores soluções viáveis; **Empatia** – Compreensão verdadeira das necessidades das pessoas; **Resultado sustentável** – Fundamental para a perenidade institucional; e **Responsabilidade social** – Atuação com respeito às questões ambientais, sociais e à governança íntegra, ética e transparente.

Considerando a importância de fortalecer a imagem institucional da FUVS e suas Mantidas perante a sociedade e públicos de seu interesse *(stakeholders)*.

Considerando a necessidade de padronizar e orientar a interação entre a FUVS e suas Mantidas com seus públicos de interesse, sejam eles clientes, usuários, funcionários, fornecedores, prestadores de serviços e, ainda, entes públicos.

Considerando a importância de instituir uma Política de Comunicação Institucional que auxilie no trabalho profissional e eficaz por parte dos funcionários, que contribua para a melhoria dos processos e possa maximizar o desempenho da FUVS e de suas Mantidas, respeitando a legalidade dos atos,

Considerando que o conteúdo desta política foi aprovado em reunião ordinária do **Conselho Deliberativo** da FUVS, em 28/04/2025, ata 02/2025, **RESOLVE**:

Art. 1º. Fica instituída a POLÍTICA DE COMUNICAÇÃO INSTITUCIONAL da FUVS e de suas Mantidas, nos termos dos capítulos e artigos descritos a seguir:

Capítulo I

DOS PRINCÍPIOS NORTEADORES

Art. 2º. Esta política está em consonância com as missões, visões e valores da FUVS e de suas Mantidas e tem como princípios norteadores a transparência nos atos e ações, a ética e profissionalismo nas relações e o respeito às normas e regulamentos.

Capítulo II
DOS OBJETIVOS

Art. 3º. O objetivo desta Política de Comunicação Institucional é estabelecer diretrizes para:

I. Orientar a forma de comunicação da FUVS e suas Mantidas com seus públicos estratégicos internos e externos;
II. Padronizar a comunicação institucional, definindo responsabilidades a fim de garantir que a mensagem transmitida seja clara, consistente e alinhada aos valores e objetivos da FUVS e suas Mantidas;
III. Fortalecer a instituição junto às partes interessadas (*stakeholders*), garantindo tempestividade, integridade, assertividade e transparência em todas as suas formas de comunicação;
IV. Ser instrumento orientador e normativo para integração de todas as unidades internas e externas, seus funcionários e equipes, qualificando a informação e disseminando conhecimento;
V. Criar e manter canal aberto e transparente com os meios de comunicação para divulgação de ações, produtos e serviços de interesse institucional e da comunidade.

Capítulo III
DA ABRANGÊNCIA

Art. 4º. As diretrizes estabelecidas nesta Política de Comunicação Institucional são aplicáveis em todos os setores da FUVS e suas mantidas, devendo ser seguidas e implementadas pela diretoria, todos os seus funcionários e *stakeholders*.

Art. 5º. A implementação desta política é uma decisão estratégica e, desta forma, a diretoria e os responsáveis de cada área devem liderar pelo exemplo, criando condições necessárias para que os objetivos e metas sejam alcançados e a cultura seja estabelecida, compreendida e disseminada por todas as partes atuantes nas unidades.

Capítulo IV
DAS DIRETRIZES GERAIS

Art. 6º. A fim de otimizar e padronizar os processos de comunicação da FUVS e suas Mantidas, todas as suas ações deverão se pautar nas diretrizes que constam a seguir:

Seção I
DA DEFINIÇÃO DE QUEM SÃO OS CLIENTES E PARTES INTERESSADAS

Art. 7º. A FUVS e suas Mantidas atendem um público de clientes relacionados a educação e saúde, sendo composto de alunos, pacientes e seus relacionamentos, além de funcionários, prestadores de serviços, órgãos públicos, imprensa e fornecedores em geral.

§ 1º. Entende-se por "seus relacionamentos" as pessoas envolvidas direta ou indiretamente no processo de seus clientes, a exemplo de provedores e pais dos alunos, parentes e acompanhantes de pacientes.

§ 2º. A Rádio Educativa UNIVÁS possui um público ouvinte que interage com a instituição devendo também ser considerado como "público ouvinte" consumidor.

Seção II
DOS CANAIS DE COMUNICAÇÃO

Art. 8º. Os canais de atendimento aos clientes e usuários são as formas mais diretas de conversas entre público e empresa, servindo para interação com os clientes, usuários, funcionários, sociedade, mídia e comunicação e fornecedores.

Art. 9º. Os canais de comunicação, internos e externos, da FUVS e suas Mantidas serão os seguintes:

I. **Chat *on line*** – É um canal facilitador para tirar dúvidas em *sites*. Sua disponibilidade, porém, prevê uma operacionalização tempestiva e *on line* com pessoas ou com um sistema de resposta automática para questionamentos pré-definidos;
II. ***E-mail*** – Canal tradicional, seguro e eficiente, de fácil utilização e excelente para formalizar decisões e deixá-las com seu histórico disponível para todos;
III. **FAQ (*Frequently Asked Questions*)** – Por tratar as dúvidas comuns entre clientes e usuários, essa ferramenta facilita a interação institucional;
IV. **Ferramentas de Gestão** – A exemplo dos KANBANS utilizados no Complexo Hospitalar Samuel Libânio (CHSL), permitem a organização de tarefas e a comunicação entre as pessoas e suas equipes. Sua disponibilização é sempre via algum outro canal de exposição, como *intranet*, painéis de gestão, murais etc;
V. ***Intranet*** – De acesso limitado aos funcionários, a intranet corporativa da FUVS é um canal utilizado para compartilhar informações nos mais variados formatos;
VI. **Murais** – Tradicionalmente utilizados em sua forma física e em locais de visibilidade estratégica, ainda é um canal efetivo principalmente nos corredores do CHSL e das unidades escolares. Atualmente já se utiliza TVs ou painéis eletrônicos como murais digitais, com a mesma finalidade, porém com atualizações automáticas, principalmente para gestão à vista;
VII. **Ouvidoria** – Canal aberto ao público em geral, com direcionamento para sugestões, elogios, reclamações ou falhas de conduta, com a possibilidade de um contato mais direto, que auxilia quando nenhuma das outras opções disponibilizadas foram suficientes para solucionar o problema;
VIII. **Publicações corporativas: Revistas, jornais etc.** – São instrumentos para divulgar eventos e resultados, a exemplo de realizações que compõem os balanços sociais;
IX. **Telefone** – Meio de comunicação usual, sem formalidades, utilizado em canal de voz ou mensagens de texto SMS ou *WhatsApp*;
X. **Rádio Educativa UNIVÁS** – Sob concessão da FUVS, a rádio é um instrumento de formação e divulgação dos produtos e serviços, além do entretenimento;
XI. **Reuniões de trabalho:** Espaço para apresentações e discussões de temas relacionados às estratégias institucionais;
XII. **Redes sociais** – Uma das principais ferramentas de comunicação pela popularidade, sendo fundamental sua organização, agilidade e forma de acompanhamento nas interações;

XIII. **SAC – Serviço de Atendimento ao Cliente** – Canal aberto ao público em geral, principalmente para pedido de informações, com possibilidade de registro formal via *site* da FUVS ou de suas Mantidas ou por telefone;
XIV. **Transmissões (*Webinars*)** – Por atingir um grande público, a utilização dessa modalidade vem crescendo a cada dia, interagindo cada vez mais pessoas;
XV. **Canais externos de propaganda e informações:** São as diversas emissoras de rádios, canais televisivos, *outdoors*, jornais e outras publicações que podem ser utilizados pela FUVS e suas Mantidas.

Art. 10. A comunicação digital na FUVS e suas Mantidas deverá observar que:
I. A criação de perfis específicos para atividades, programas, campanhas, serviços, unidades, ligas e demais deverá ser autorizada pela Diretoria Executiva da FUVS, após parecer fundamentado da Unidade vinculada e o "de acordo" do Departamento de Relações Institucionais;
II. O uso do e-mail institucional no domínio @fuvs.br, @hcsl.br, @jpii.edu.br, @univas.edu.br e @anglopousoalegre.com.br é obrigatório na troca de documentos, informações e mensagens institucionais a todos aqueles que tiverem esta ferramenta disponível;
III. É responsabilidade do Departamento de Tecnologia da Informação a segurança e a conformidade dos parâmetros técnicos e do Departamento de Relações Institucionais a criação e o gerenciamento de perfis da FUVS e de suas Mantidas.

§ 1º. A criação de perfis institucionais nas redes sociais, sua manutenção e interatividade visa garantir que tais canais sejam utilizados corretamente em benefício da instituição, suas Mantidas e das pessoas.

§ 2º. A gestão das contas institucionais em redes sociais estará sob responsabilidade do Departamento de Relações Institucionais, que deverá monitorar os conteúdos diariamente.

Art. 11. Serão excluídos os seguintes conteúdos que contenham:
I. Textos ou mensagens que promovam quaisquer tipos de discriminação e/ou violência;
II. Textos, conteúdos e comentários que não se relacionem ao assunto publicado;
III. Propagandas político-partidárias;
IV. *Spams* e *links* compartilhados de conteúdo incerto, não certificados, verificados ou conferidos;
V. Outros analisados pela equipe do Departamento de Relações Institucionais e do Departamento de Tecnologia da Informação.

Art. 12. O desrespeito às normas estipuladas por esta política poderá acarretar o banimento do usuário.

Seção III
DA RÁDIO EDUCATIVA UNIVÁS

Art. 13. A Rádio Educativa UNIVÁS é mantida pela FUVS e sua concessão foi expedida pelo Governo Federal em 29/09/1992, com o propósito de promover atividades de extensão para os acadêmicos da UNIVÁS e como meio de divulgação dos serviços prestados pela FUVS por intermédio de suas Mantidas, além de ser uma parceira ativa da comunidade local.

Art. 14. O principal objetivo da Rádio é promover, por meio de programas educativos e jornalísticos, a educação, a cultura, o entretenimento e a informação ao seu público, atendendo às necessidades da comunidade acadêmica da UNIVÁS, bem como as estratégias da FUVS.

Seção IV
DA PADRONIZAÇÃO DA COMUNICAÇÃO

Art. 15. O processo de comunicação da FUVS e suas Mantidas prevê o alinhamento de ações voltadas para a promoção e desenvolvimento da instituição, de suas Mantidas e das pessoas, buscando coerência e eficácia ao processo de relacionamento, fortalecendo essa integração com o público.

Art. 16. A FUVS e suas Mantidas deverão manter canais abertos e permanentes com seu público, oferecendo diversas formas de interação, facilitando o acesso e garantindo segurança e sigilo dos contatos e informações.

Subseção I - Da Identidade Visual

Art. 17. A logomarca institucional representa graficamente a imagem de uma empresa e deve traduzir competência, seriedade e atratividade. No caso da FUVS e de suas Mantidas, as logomarcas propiciam identificação com suas identidades sendo sua assinatura institucional.

§ 1º. É vedado o uso da logomarca para fins particulares, fora do padrão especificado nos Manuais de Identidade Visual e em peças ou ações com fins contrários aos princípios e diretrizes da FUVS e de suas Mantidas.

§ 2º. É vedado o uso de submarcas e logomarcas distintas para identificação de setores e/ou departamentos da FUVS e suas Mantidas, devendo os casos, se existentes, ser informados ao Departamento de Relações Institucionais para as devidas correções.

§ 3º. Campanhas e programas específicos lançados pela FUVS e suas Mantidas terão sua diagramação formatada pelo Departamento de Relações Institucionais.

Subseção II – Do Guia de Materiais

Art. 18. O Departamento de Relações Institucionais editará um guia contendo documentos, formulários, panfletos, apresentações e outros modelos visando a padronização de formulários da FUVS e suas Mantidas.

Parágrafo único. Tais modelos ficarão disponíveis na página da Intranet da FUVS, com opções de solicitação ou mesmo de sua utilização digitalmente.

Seção V
DA DIVULGAÇÃO DOS PRODUTOS E SERVIÇOS

Art. 19. A FUVS e suas Mantidas assumem o compromisso de divulgar, de forma padronizada, transparente, ética e rotineira, informações sobre os produtos e serviços oferecidos por suas Mantidas, sejam de apoio ao ensino, à pesquisa, à extensão e ao ensino-aprendizagem para a formação de pessoas.

Art. 20. As ações de marketing serão pautadas pelas boas práticas de mercado e pelas normas dos órgãos reguladores da comunicação publicitária, valendo-se das ferramentas e instrumentos de comunicação para orientar e capacitar os profissionais que atuam na Fundação e suas Mantidas, independente da área de atuação.

Art. 21. As ferramentas de marketing utilizadas pela instituição devem seguir os preceitos éticos estabelecidos em seu Código de Conduta e Ética, respeitar os clientes e demais públicos, garantindo uma comunicação que não seja enganosa ou abusiva.

Art. 22. As informações exclusivas de assuntos relacionados ao Hospital das Clínicas Samuel Libânio e seus pacientes deverão observar:

I. O respeito ao sigilo de informações de pacientes;
II. Boletins médicos sobre a saúde de pacientes somente serão fornecidos com autorização do próprio paciente ou de seus responsáveis legais, e ainda com autorização dos médicos responsáveis;
III. Observar o Protocolo Assistencial de "Comunicação efetiva entre os profissionais da Saúde", segunda meta internacional de segurança do paciente.

Seção VI
DO RELACIONAMENTO COM A IMPRENSA

Art. 23. Esta seção tem o objetivo de orientar e auxiliar os gestores da FUVS e de suas Mantidas no contato com a imprensa, orientando que o relacionamento seja sempre por intermédio do Departamento de Relações Institucionais.

Parágrafo único. As solicitações de entrevista devem ser atendidas com agilidade, sempre que possível e oportuno, devendo ser concedidas, preferencialmente, em local que identifique as instituições vinculadas ao tema e com acompanhamento do Departamento de Relações Institucionais.

Art. 24. As pessoas autorizadas a falar oficialmente pelas instituições estão abaixo relacionadas, nominadas pelo cargo e/ou função exercida:

I. FUVS – Presidente e/ou Diretor Executivo
II. CHSL – Diretora Administrativa: Questões administrativas do HCSL
III. CHSL - Diretor Técnico: Questões técnicas do HCSL
IV. UNIVÁS – Reitor
V. Colégio João Paulo II – Diretor
VI. Colégio Vale do Sapucaí - Diretor

§ 1º Em caso de indisponibilidade, será permitida a delegação da autorização a outro profissional para falar em nome das unidades retro mencionadas, com orientação específica, a devida formalização da autorização e, ainda, com o acompanhamento do Departamento de Relações Institucionais.

§ 2º. O Departamento de Relações Institucionais estará disponível para auxiliar e orientar, inclusive atuando com tempestividade em casos de informação incorreta publicada ou outra falha técnica.

§ 3º. Quando a demanda da imprensa não tratar de casos específicos, o Departamento de Relações Institucionais deverá identificar, entre os profissionais da instituição, aquele que tem maior domínio e afinidade com o tema abordado.

§ 4º. Valendo-se dos conhecimentos técnicos, das normativas internas e das estratégicas institucionais, o papel do Departamento de Relações Institucionais da FUVS é expor de forma positiva a instituição e suas Mantidas.

Art. 25. Para um relacionamento transparente e eficiente com a imprensa, o funcionário, com a orientação ~~da~~ do Departamento de Relações Institucionais deverá:

I. Estar acessível disponibilizando os canais de relacionamento e interação;
II. Ser objetivo, preciso e seguro nas informações, evitando-se termos técnicos;
III. Limitar-se aos fatos, à demanda solicitada e à atuação da FUVS e suas Mantidas;
IV. Se necessário, explicar a resposta para que não dê margens para interpretações errôneas;
V. Atender a todos os veículos de comunicação com isonomia; e

VI. Ser cuidadoso e atento com as informações.

Seção VII
DO PLANO DE COMUNICAÇÃO

Art. 26. O plano de comunicação é o documento que estabelece os objetivos a serem alcançados, bem como fornece uma ordem para as tarefas e ações que precisam ser realizadas, devendo contemplar a comunicação interna, voltada para os funcionários, por meio da implementação de um conjunto de ações que promovam a transferência da informação e conhecimento entre os profissionais e voltado para o público externo que aborda os assuntos voltados a clientes e usuários.

Subseção I - Do plano para comunicação em momentos de crise

Art. 27. Como forma de atuação planejada nas intercorrências e contingências, a FUVS determina a elaboração de planos contingenciais e de comunicação individualizado para cada uma de suas Mantidas, devendo conter minimamente as ações para:

I. Evitar a descontinuidade do cuidado;
II. Evitar a descontinuidade de aulas;
III. Minimizar dados e efeitos de intercorrências; e
IV. Informações disponíveis e de acesso a todos.

Art. 28. É responsabilidade do Departamento de Relações Institucionais a confecção dos planos individualizados, com a participação efetiva de cada mantida.

Capítulo V
DAS COMPETÊNCIAS E RESPONSABILIDADES

Art. 29. A comunicação institucional na FUVS e suas Mantidas ocorre diariamente em todas as Unidades de Negócios, em seus diversos setores, devendo ser tratada com todo o cuidado e atenção, não apenas pelo Departamento de Relações Institucionais, mas por todos os funcionários e demais *stakeholders* envolvidos.

Art. 30. O Departamento de Relações Institucionais é o departamento responsável pela coordenação das atividades de comunicação institucional e marketing.

Parágrafo único. Todas as ações de comunicação institucional e marketing deverão ser aprovadas previamente pela Diretoria Executiva da FUVS.

Art. 31. Compete ao Departamento de Relações institucionais:

I. Analisar as demandas de imprensa, intermediando o relacionamento com os veículos de comunicação e seus profissionais, providenciando as devidas informações;
II. Orientar os funcionários, quando na qualidade de porta-voz da FUVS e suas Mantidas, sobre como lidar adequadamente com a imprensa;
III. Acompanhar e analisar as notícias da mídia de interesse da FUVS e suas Mantidas, para direcionamentos estratégicos dos gestores e demais funcionários quanto ao relacionamento com a imprensa;
IV. Subsidiar os órgãos de direção em relação ao comportamento e à imagem da FUVS e suas Mantidas na mídia, por meio de monitoramento e avaliação das informações a respeito da instituição, divulgadas pelos veículos de comunicação impressos e eletrônicos;

V. Assessorar os diretores e gestores das unidades nas ações que envolvam comunicação social, promoção institucional e realização de eventos;
VI. Planejar e executar as atividades de comunicação, quanto a jornalismo, publicidade e relações públicas;
VII. Colher, apurar, produzir e publicar material jornalístico sobre as atividades da FUVS e de suas Mantidas, para divulgação interna e externamente;
VIII. Padronizar o uso das marcas, cores, pórticos etc;
IX. Desenvolver, regulamentar e monitorar o uso correto e padronizado da marca e demais elementos relacionados à identidade visual da FUVS e suas Mantidas, disponibilizadas na *intranet*, *internet*, redes sociais, *banners*, cartazes, folders e demais publicações institucionais;
X. Fiscalizar e zelar pela conformidade do uso das logomarcas da FUVS e suas Mantidas, de acordo com os Manuais de Identidade Visual;
XI. Cuidar para que, sempre que possível e viável, a logomarca da FUVS seja estampada em conjunto com suas Mantidas;
XII. Coordenar, produzir, elaborar ou editar e divulgar todo e qualquer material gráfico ou audiovisual com vistas à divulgação da FUVS e suas Mantidas para o público interno ou externo;
XIII. Planejar e gerenciar as atividades de *web* com interface operacional de criação interna para *briefing*, *layout*, mídia interna *online* (*banners*, selos, *pop-ups*, *flashes*, novas áreas, materiais multimídia), bem como propor e monitorar procedimentos de comunicação para meios digitais como *internet*, tecnologia móvel, redes sociais, *blogs*;
XIV. Gerir os sites institucionais em questões de conteúdo;
XV. Estabelecer diretrizes para envio de mensagens dos diversos setores aos funcionários, bem como administrar informes diversos a serem afixados nos quadros de aviso;
XVI. Realizar pesquisas e ações que visem apoiar ações estratégicas para o crescimento institucional;
XVII. Desenvolver estratégias, projetos e campanhas para divulgação institucional, dos produtos, serviços e ações que agreguem valor;
XVIII. Coordenar e/ou auxiliar a realização de solenidades e eventos;
XIX. Propor parcerias para ações promocionais da empresa, apoiadas na legislação vigente;
XX. Falar em nome da instituição quando formalmente autorizado;
XXI. Elaborar e executar, após validação do Conselho Diretor da FUVS, o Plano Anual de Comunicação; e
XXII. Observar e zelar pelo cumprimento da presente política.

Art. 32. A FUVS e suas Mantidas não autorizam a divulgação de suas marcas ou a vinculação de suas imagens sem prévia autorização de sua Diretoria Executiva e/ou aprovação por parte do Departamento de Relações Institucionais.

Capítulo VI
DA DOCUMENTAÇÃO COMPLEMENTAR

Art. 33. Constituem documentos e normas que deverão ser observados:
I. Estatuto da FUVS;
II. Código de Conduta e Ética da FUVS e suas Mantidas;
III. Regimentos e Regulamentos internos da Fundação e suas Mantidas;
IV. Políticas aprovadas pela FUVS;
V. Manuais de uso das marcas;
VI. Protocolo de Comunicação Efetiva entre os profissionais da saúde;

VII. Demais normas aprovadas pela FUVS e suas Mantidas.

Capítulo VII
DAS DISPOSIÇÕES GERAIS

Art. 34. As situações não previstas na presente de Comunicação Institucional devem ser submetidas à Diretoria Executiva para deliberação em conjunto com o Conselho Diretor.

Art. 35. O descumprimento das normas e orientações contidas nesta política ensejará a aplicação de medidas de responsabilização dos agentes envolvidos, conforme o nível de responsabilidade e gravidade, sendo fonte de referência para as penalidades os Estatutos, Regimentos e demais normas que regulam a FUVS e suas Mantidas.

Art. 36. A FUVS, por intermédio da Diretoria Executiva, avaliará a aplicação de penalidades em caso de descumprimento dos prazos acordados e reportará ao Conselho Diretor para providências julgadas necessárias.

Art. 37. Funcionários, fornecedores ou outros *stakeholders* que observarem quaisquer desvios às diretrizes desta política, poderão relatar o fato nos canais abaixo, podendo ou não se identificar:

I. www.fuvs.br
II. Telefone, ligação gratuita: 0800-591-3457

Art. 38. Esta política entra em vigor na data de sua publicação.

Art. 39. A revisão desta política deverá ocorrer em intervalos não superiores a 3 (três) anos.

Pouso Alegre, 30 de junho de 2025

FUNDAÇÃO DE ENSINO SUPERIOR DO VALE DO SAPUCAÍ

Júlio César da Silva Tavares
Presidente do Conselho Diretor

Daniela dos Santos Zica Noronha
Vice-presidente

Ângelo Junqueira Guersoni
Vogal

FUNDAÇÃO DE ENSINO
SUPERIOR DO VALE DO SAPUCAÍ

COMPLEXO HOSPITALAR SAMUEL LIBÂNIO

UNIVÁS
UNIVERSIDADE DO VALE DO SAPUCAÍ

anglo
POUSO ALEGRE

JOÃO PAULO II
COLÉGIO TÉCNICO

LIMA 1972
Lar Irmã Maria Augusta

www.fuvs.br