



ASSOCIAÇÃO DAS OBRAS PAVONIANAS DE ASSISTÊNCIA CEAL "LUDOVICO PAVONI"

Objetivo:

Promover a comunicação institucional da marca Do CEAL LUDOVICO PAVONI (CEAL/LP) com os seus públicos de relacionamento de forma alinhada, coordenada e sinérgica, tendo como base as diretrizes do Planejamento Estratégico e do Código de Conduta Ética, visando ampliar a percepção da marca da Instituição, assim como sua reputação.

Objetivos específicos:

- Destacar a importância da comunicação como um processo estratégico de gestão que permeia todas as ações da organização;
- Padronizar diretrizes, posturas, valores e princípios para garantir coerência e eficácia ao processo de relacionamento com os públicos estratégicos;
- Promover e ampliar o diálogo e o relacionamento da INSTITUIÇÃO com seus públicos estratégicos;
- Dar maior visibilidade às ações da Instituição, utilizando as ferramentas de comunicação para concretizar a visão da Instituição;
- Trabalhar de forma integrada para potencializar os resultados da comunicação.

1.

DIRETRIZES

As diretrizes globais que nortearam a elaboração de dessa Política são apresentadas a seguir:

- Fortalecimento da marca da Instituição

SGAN 909 /B – Brasília-DF
Tel.: (61) 3349-9944
70790-090

Site: www.ceallp.org.br
Instagram: @ceallp
Facebook: @CEALLP
Youtube: CEALLP



ASSOCIAÇÃO DAS OBRAS PAVONIANAS DE ASSISTÊNCIA CEAL "LUDOVICO PAVONI"

É de responsabilidade da Área de Comunicação fortalecer e preservar a credibilidade da marca da Instituição, garantindo que a Instituição se apresente à sociedade de maneira alinhada aos seus valores.

É fundamental a conscientização da equipe interna a respeito da importância da marca como patrimônio da Instituição.

- Unidade do discurso

A comunicação da Instituição deve pautar-se pela busca da unidade, de modo que o discurso institucional se apresente íntegro e coerente, favorecendo uma leitura única pelos distintos públicos de interesse.

- Qualificação da informação

A Área de Comunicação deve garantir que o tratamento dado às informações divulgadas e o nível de complexidade do discurso se adaptem ao universo do público a ser atingido. Também deverá ser adotado o melhor formato, bem como a linguagem e abordagem mais adequadas aos conteúdos.

- Clareza e precisão da informação

A comunicação da Instituição deve estar comprometida em fornecer aos seus públicos informações assertivas e precisas, de forma clara e inspiradora. Os textos devem ter uma linguagem mais leve, pois, mesmo tratando de temas sérios, precisam ser de fácil entendimento.

- **COMPORTAMENTO E PRINCÍPIOS BÁSICOS**

- Comportamento gerencial

Cabe ao corpo executivo (diretoria e coordenadores):



ASSOCIAÇÃO DAS OBRAS PAVONIANAS DE ASSISTÊNCIA CEAL "LUDOVICO PAVONI"

- Garantir e estimular a livre circulação de informações, respeitando princípios éticos e de não discriminação, de modo que todos os funcionários estejam devidamente informados sobre o que ocorre na Instituição;
- Garantir que os funcionários tenham abertura para trazer suas opiniões em reuniões;
- Garantir a confidencialidade das informações exclusivas da Instituição;
- Dar o exemplo de uma comunicação que observe o respeito entre as pessoas e em relação ao espaço que elas ocupam.

3.

COMPORTAMENTO DOS COLABORADORES

No seu dia a dia, os funcionários atuam, dentro e fora da organização, como agentes de divulgação. A eles competem, portanto:

Conhecer os objetivos, a missão, os valores e a visão da Instituição, assim como suas políticas e procedimentos internos, que devem ser fornecidos já no processo de integração que se realiza logo após a admissão;

Identificar oportunidades de divulgação dentro de suas áreas e atividades e encaminhá-las à Coordenadora;

Consultar a Área de Comunicação ao elaborar materiais de promoção e divulgação, de modo a garantir que os materiais estejam de acordo com as diretrizes contidas no Manual de Identidade Visual da marca.

● DEFINIÇÃO DOS PÚBLICOS ESTRATÉGICOS DA INSTITUIÇÃO

Ao se elaborar a Política de Comunicação Institucional, é imprescindível que sejam considerados e dimensionados os diferentes públicos de



ASSOCIAÇÃO DAS OBRAS PAVONIANAS DE ASSISTÊNCIA CEAL "LUDOVICO PAVONI"

interesse com os quais a Instituição se relaciona. São tidos como fundamentais:

- Público Externo Prioritário
 - Usuários (incluindo familiares e responsáveis);
 - Veículos de comunicação e imprensa;
 - Representantes de órgãos governamentais que regem e fiscalizam as atividades da Instituição;
 - Instituições ligadas ao Terceiro Setor;
 - Formadores de opinião;
 - Rede de Sustentabilidade.
 - Público Interno Prioritário
 - Diretoria;
 - Gestores e funcionários da Instituição;
 - Estagiários;
 - Prestadores de serviços internos.
-
- **DIRETRIZES AOS PÚBLICOS PRINCIPAIS**

- Funcionários

A relação com os funcionários deve pautar-se pelo respeito e transparência.

Sempre que possível, os funcionários devem ser informados em primeira mão sobre os atos e decisões da alta administração que serão divulgados aos demais públicos.

As informações relativas a contratações ou mudanças de atribuições de pessoas ou áreas, bem como as demais alterações de procedimentos internos, deverão ser compartilhadas por meio de informativos vindos da Direção.



ASSOCIAÇÃO DAS OBRAS PAVONIANAS DE ASSISTÊNCIA CEAL "LUDOVICO PAVONI"

- **Usuários**

Os usuários são o principal público da Instituição, devendo a comunicação garantir que todo material dedicado a eles contenha informações relevantes e com linguagem adequada;

As mensagens dirigidas aos usuários devem estar adaptadas aos diferentes perfis, conforme perfil e idade do público (usuários, responsáveis, etc.);

A base de dados do mailing da Instituição não pode ser divulgada nem oferecida, doada ou emprestada para fins comerciais ou de interesse privado, sob pena de infração à Lei Geral de Proteção de Dados;

Os contatos de relacionamento da base de dados do mailing da Instituição não deverão ser divulgados, coletiva ou individualmente, sem o seu consentimento.

- **Imprensa**

O relacionamento com a imprensa e com os veículos de comunicação deve contribuir para fortalecer a credibilidade e o posicionamento estratégico da Instituição, por meio do fornecimento de informações com transparência, prontidão e consistência e pela atenção aos compromissos assumidos com jornalistas;

O contato com os jornalistas deve ser feito, prioritariamente, pelo Diretor, coordenadoras ou área de comunicação responsável pela divulgação das informações de interesse da Instituição;

Qualquer pedido de informação a respeito de atividades desenvolvidas pela Instituição deve ser respondido preferencialmente pelo Diretor ou por quem tenha autorização expressa para falar em nome da Instituição.

- **Governo**



ASSOCIAÇÃO DAS OBRAS PAVONIANAS DE ASSISTÊNCIA CEAL "LUDOVICO PAVONI"

A comunicação com órgão do poder público é considerada estratégica para a Instituição e deverá ser feita exclusivamente pelo Diretor do CEAL/LP ou por pessoa expressamente autorizada.

● **PROCEDIMENTOS ESPECÍFICOS DE COMUNICAÇÃO**

São procedimentos específicos em relação aos públicos do CEAL/LP:

- Comunicação institucional
- Rever anualmente o planejamento de comunicação, considerando seus objetivos específicos, veículos e os públicos de interesse;
- Traduzir os valores, visão e missão da Instituição em todos os materiais e canais de comunicação;
Estabelecer um padrão estético em todos os pontos de contato com público-alvo (papeleria, site institucional, mídias sociais, campanhas etc.).

6.2. Comunicação interna

- Definir uma estratégia para criar uma cultura corporativa que traduza os valores e objetivos da Instituição;
- Estabelecer quais serão os canais de comunicação com os colaboradores (quadro de avisos, comunicados eletrônicos, e-mail, etc.);
- Alinhar a estratégia de comunicação interna com a Direção no desenvolvimento e implantação de suas ações dirigidas aos colaboradores.
- Comunicação com Usuários



ASSOCIAÇÃO DAS OBRAS PAVONIANAS DE ASSISTÊNCIA CEAL "LUDOVICO PAVONI"

- Diferenciar as estratégias de comunicação de acordo com o perfil dos usuários, sempre considerando a mensagem institucional norteada nas diretrizes de comunicação;
- Utilizar os veículos de comunicação mais apropriados de acordo com o conteúdo da divulgação e o perfil do público.

6.4. Comunicação com órgãos estatutários e governamentais

- Identificar e estabelecer um canal de relacionamento com as autoridades competentes dos segmentos relacionados às áreas de atuação da Instituição;
- Utilizar as ferramentas que esses órgãos dispõem (diário oficial, notas técnicas etc.) para complementar/reforçar as ações comunicativas da Instituição.

6.5. Relacionamento com a imprensa

- Promover ações periódicas que permitam conquistar mídia espontânea nos veículos de comunicação, difundindo informações positivas sobre a Instituição;
- Criar a consciência corporativa sobre a importância da imprensa para a presença, de forma positiva, da Instituição na mídia e para consolidar a imagem e reputação da INSTITUIÇÃO perante a sociedade;

7.

GESTÃO DE MARCA E IDENTIDADE VISUAL

A marca é um dos ativos mais valiosos da Instituição e é papel da Diretoria e Comunicação trabalhar pela preservação de sua credibilidade. Sendo assim, é seu dever:



ASSOCIAÇÃO DAS OBRAS PAVONIANAS DE ASSISTÊNCIA CEAL "LUDOVICO PAVONI"

- 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 da Instituição em peças de comunicação, sejam elas produzidas internamente, por fornecedores ou por organizações parceiras;
- Buscar manter um padrão estético para as ações comunicativas e peças de divulgação institucional;
- Criar recursos de publicidade que promovam a criação constante e a manutenção da confiança dos públicos de interesse com a missão, visão e valores da Instituição;
- Estabelecer a arquitetura da marca, procurando contar com a ajuda de profissionais especializados.

8.

WEBSITE INSTITUCIONAL

O site institucional oficial da Instituição é acessado através do endereço: www.ceallp.org.br. Neste veículo são encontradas todas as informações mais relevantes sobre a Instituição, como: missão, visão e valores, áreas de atuação, história, publicações, notícias, além de informações sobre seu fundador e como entrar em contato (e-mail, telefone, formulário, canal de denúncia, etc).

• REDES SOCIAIS

A Instituição possui um perfil oficial na rede social Facebook e Instagram, que pode ser acessado através do endereço: [@ceallp](https://www.instagram.com/ceallp). Nessas páginas são publicadas notícias sobre a Instituição de interesse da comunidade, como: campanhas, atividades, ações, etc.

• GESTÃO DE CRISE E IMAGEM

Risco de Imagem é a possibilidade de ocorrência de perdas de credibilidade da Instituição junto à sociedade. Risco de Imagem



ASSOCIAÇÃO DAS OBRAS PAVONIANAS DE ASSISTÊNCIA CEAL "LUDOVICO PAVONI"

(comunicação interna) é a possibilidade de perda ocasionada à imagem da Instituição junto a seus colaboradores, causado pela má interpretação ou falha na comunicação interna. Risco de Imagem (divulgação de informações) é a possibilidade de perda decorrente da divulgação de informações incorretas, incompletas, imprecisas ou não autorizadas sobre a Instituição ou plano ou divulgadas por pessoas não autorizadas. Risco de Imagem (publicidade e propaganda) é a possibilidade de perda ocasionada pela veiculação de informações inadequadas por meio de peças publicitárias.

Principal fundamento no terceiro setor, o atributo confiança decorre das relações de longo prazo e da transparência das informações e dos processos de uma Instituição. Por esse motivo, qualquer "arranhão" na imagem da Instituição pode provocar prejuízos de reputação e crises diversas.

Imagem, reputação e credibilidade são ativos tão importantes para qualquer Instituição quanto o seu patrimônio e seus investimentos. Protegê-las requer responsabilidade e participação de todos da Instituição, sem qualquer distinção de cargo ou função, pois todo o corpo funcional é parte desse processo. É importante ter a consciência de que o trabalho de comunicação se inicia antes de uma crise se instalar. Para isso, é fundamental manter uma comunicação atuante, com o objetivo de estreitar o relacionamento da Instituição com seus diversos públicos, realçando os atributos de confiabilidade e respeito à comunidade.

Faz parte desse contexto um planejamento adequado e preventivo, incluindo o fortalecimento das relações com a imprensa, decisivo na administração de crises. Abaixo, pontuamos quatro ações básicas para o enfrentamento de crise de imagem pela Instituição. Por se tratar de uma proposta simplificada, ela pode ser pormenorizada a partir da realidade de cada cenário de crise instalado:



ASSOCIAÇÃO DAS OBRAS PAVONIANAS DE ASSISTÊNCIA CEAL "LUDOVICO PAVONI"

Identificar e detalhar o problema: origem, fato gerador (interno ou externo), avaliação de pontos vulneráveis da Instituição e diagnóstico do ambiente são alguns itens de atenção, cujo correto entendimento pode influenciar diretamente o encaminhamento das ações e o desfecho esperado;

Agilizar as respostas, antecipando-se a desdobramentos previsíveis; transparência e rapidez ao reconhecer erros e a incapacidade de preveni-los devem ser encaradas como aprendizado e treinamento corporativos, e são pontos positivos no gerenciamento da crise;

Constituir um grupo para gerir as ações, comumente chamado de Comitê de Crise; com caráter multidisciplinar. Deve ser composto de profissionais-chave da Instituição, além da participação indispensável da alta direção. Deve-se atentar para a identificação correta dos componentes do grupo, uma vez que a presença de profissionais sem o perfil adequado pode dificultar a gestão do processo;

Acompanhar a reação dos principais públicos diante do problema, a partir de um mapeamento atualizado dos principais canais de comunicação com esses públicos e monitorar permanentemente a presença da Instituição na internet são providências prioritárias.

Em tempos de plena expansão das redes sociais, um simples comentário negativo pode se alastrar de forma instantânea e descontrolada, com riscos graves para a imagem da Instituição. Finalmente, como se deve reconhecer, a melhor maneira de evitar uma crise é preveni-la. Para tanto, ter um plano, por mais simples que seja, pode ajudar a Instituição a gerir eventuais turbulências.

Vale ressaltar ainda que, além de conservar um histórico de boas relações com os diversos públicos, é necessário que a Instituição tenha efetivo comprometimento com investimentos em prevenção e respeito permanente à opinião pública.