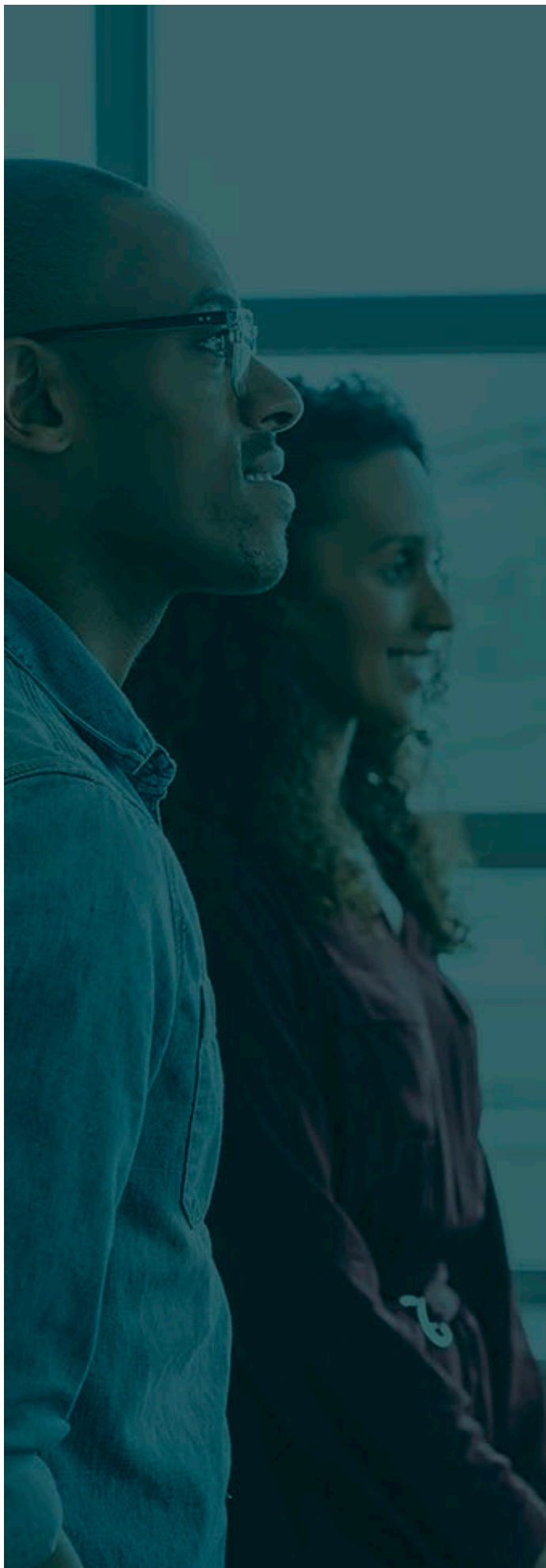


The background of the entire page is a teal-tinted photograph of a calendar. Several pushpins are pinned to the calendar pages. The text is overlaid on this background.

# PLANO DE COMUNICAÇÃO 2024

***HU-UFMA***

---



## SUMÁRIO

---

Sobre o HUF ..... 3

1. Documentos norteadores ..... **Erro! Indicador não definido.**

2. Diagnóstico.....**Erro! Indicador não definido.**

3. Públicos ..... 11

4. Objetivos ..... 19

5. Estratégias.....**Erro! Indicador não definido.**

6. Plano de ação.....**Erro! Indicador não definido.**

7. Avaliação e controle ..**Erro! Indicador não definido.**

Anexos ..... **Erro! Indicador não definido.**

Modelo de Plano de Ação

Modelo de formulário (pesquisa)

Modelo de roteiro para grupo focal

Matriz de priorização de públicos

Modelo - Planejamento de Evento

Modelo - Planejamento de Campanha

# INTRODUÇÃO

---

## HOSPITAL UNIVERSITÁRIO DA UFMA

### ❖ Apresentação e breve histórico:

O Hospital Universitário da Universidade Federal do Maranhão (HU-UFMA), localizado em São Luís, capital do Estado do Maranhão, é um órgão público federal, vinculado à Empresa Brasileira de Serviços Hospitalares (Ebserh).

O Estado do Maranhão situa-se na Região Nordeste do Brasil, e historicamente, apresenta índices de desenvolvimento social desfavoráveis: Índice de Desenvolvimento Humano (IDH) de 0,676 no ano 2022, colocando-o no último lugar no ranking nacional (IBGE, 2022).

Esse cenário desfavorável, no qual se insere o Estado, evidencia a relevância do HU-UFMA que, atualmente, dispõe em sua estrutura física de duas unidades hospitalares, com 517 leitos, sendo 77 de cuidados intensivos, e nove unidades ambulatoriais externas. Conta, atualmente, com mais de três 3.000 colaboradores, entre empregados/ servidores públicos e terceirizados.

O HU-UFMA apresenta como objetivo primordial a formação de profissionais da área da saúde, por meio do ensino, pesquisa, extensão e prestação de uma assistência à saúde com qualidade e segurança aos usuários do Sistema Único de Saúde (SUS).

Desse modo, o Hospital Universitário se destaca como maior cenário de prática para área da saúde no Estado do Maranhão, contribuindo efetivamente para a formação acadêmica da área da saúde, mas, também, das ciências sociais, humanas e exatas, na medida em que recebe estagiários de diversos cursos, inclusive dos cursos técnicos de nível médio do Colégio Universitário (COLUN).

No que concerne à pós-graduação, oferece Programas de Residência Médica com 26 programas de especialidades e subespecialidades e o Programa de Residência em Área Profissional em Saúde, contemplando a Residência Multiprofissional, com sete programas, envolvendo 10 categorias profissionais, e a Residência Uniprofissional, contemplando dois programas (cirurgia e traumatologia bucomaxilofacial e enfermagem obstétrica).

### ❖ Data de criação:

**Em 17 de janeiro de 1991** o Ministro da Saúde, Alceni Guerra, assinou o Termo de Cessão e Uso do Hospital Presidente Dutra (inaugurado em 28 de julho de 1961 pelo presidente da República, Jânio Quadros) e do Hospital Materno Infantil (inaugurado

em 05 de agosto de 1984 pelo presidente da República, General João Batista Figueiredo), em solenidade no Palácio dos Leões, com a presença do então governador do Estado do Maranhão, João Alberto de Souza; dos professores Carlos Alberto Salgado Borges; Antonio Rafael da Silva; Natalino Salgado Filho; Terezinha de Jesus Penha Abreu; Maria Honorina Cordeiro Lopes; e Rose Marie de Jesus Jácome Castelo Gomes.

### ❖ **Início do contrato com a Ebserh:**

Em **2013**, a UFMA assinou o contrato com a Empresa Brasileira de Serviços Hospitalares, cuja criação integra um conjunto de medidas adotadas pelo Governo Federal para a reestruturação dos hospitais vinculados às instituições federais de ensino superior. A Ebserh, empresa pública vinculada ao Ministério da Educação, passou a ser a responsável pela gestão do HU-UFMA, assumindo a coordenação e avaliação da execução das atividades do hospital; apoiando tecnicamente à elaboração de instrumentos de melhoria da gestão, além da distribuição de recursos para melhoria dos serviços prestados.

### ❖ **Localização e Estrutura Física:**

Composto por duas Unidades Hospitalares e nove anexos, todos estão localizados no Centro de São Luís

#### **Unidades Hospitalares**

##### **- Unidade Presidente Dutra - sede administrativa**

Rua Barão de Itapary nº 227 - Bairro: Centro CEP: 65020-070

##### **- Unidade Materno Infantil**

Rua Silva Jardim nº 215 - Bairro: Centro CEP: 65020-560

#### **Unidades Ambulatoriais**

##### **- Prédio Lilian Flores (ambulatórios)**

Rua das Hortas-120, Centro - São Luís - MA.

##### **-Ambulatório de Cirurgia Bariátrica e Dermatologia**

Rua das Hortas- 114, Centro - São Luís - MA.

##### **- Programa de Assistência ao Paciente Asmático e Ambulatório de Dor Crônica**

Rua Barao de Itapary- 282, Centro - São Luís - MA.

# Hospital Universitário da Universidade Federal do Maranhão

## Plano de Comunicação

### - Centro Oftalmológico

Rua Silva Jardim- 93, Centro - São Luís - MA.

### - Centro de Prevenção de Doenças Renais

Rua Silva Jardim- 83

### - Serviço de Litotripsia e Análises Clínicas

Travessa do Currupira- 47

### - Centro de Referência em Endocrinologia e Hepatologia

Rua das Hortas- 239, Centro - São Luís - MA.

### - Unidade ambulatorial

### - Centro de Pesquisa Clínica- CEPEC

Rua Almirante Tamandaré- 01, Centro - São Luís - MA.

Serviços oferecidos:

Especialidades	CIRURGIAS	EXAMES
Anestesiologia Angiologia Alergologia (Alergia Imunológica) Buco-Maxilo Clínica Médica Cardiologia Dermatologia Endocrinologia-Infantil Reumatologia Estomaterapia Fisiatria Gastroenterologia Gastroenterologia-Infantil Ginecologia (Infantil: até 20 anos; Adulto: de 21 a 39 anos; Climatério: acima de 40 anos) Hematologia Infectologia Nutricionista (Pacientes do Programa de Obesidade –	Cabeça e Pescoço Cardíaca Geral Neuro-Ortopedia Plástica Torácica Transplantes (rim, córnea, fígado, tecido musculoesquelético e habilitado para coração) Vascular Periférica	Audiometria Colonoscopia (Triagem) Eco-Dopplercardiograma (infantil) Eco-Dopplercardiograma (adulto) Risco Cirúrgico Eletoencefalograma Endoscopia Digestiva Espirometria ou Prova de Função Pulmonar Teste Ergométrico Ressonância Magnética Tomografia Computadorizada Raio-X Ultrassonografias Análises Clínicas (sangue, urina e fezes)  Laboratoriais Papanicolau (exame preventivo do câncer do colo do útero.

# Hospital Universitário da Universidade Federal do Maranhão

## Plano de Comunicação

Pós-Operatório Nefrologia (Centro de Prevenção de Doenças Renais –CPDR) Neurologia Neurologia Infantil Ortopedia Ortopedia Infantil Oftalmologia (Centro Oftalmológico) Otorrinolaringologia Patologia Cervical Pneumologia Proctologia Psiquiatria		
-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	--	--

Missão, visão, valores:

### PROPÓSITO

Saúde, ensino, pesquisa e inovação a serviço da vida e do SUS.

### VISÃO DA REDE

Consolidar-se como uma rede de hospitais universitários de excelência para o SUS.

### VISÃO DO HU-UFMA

Consolidar-se como centro de referência de alta complexidade no ensino, assistência e inovação nas áreas de neurologia /neurocirurgia, cardiovascular e ortopedia até 2028 na rede EBSEH.

### VALORES

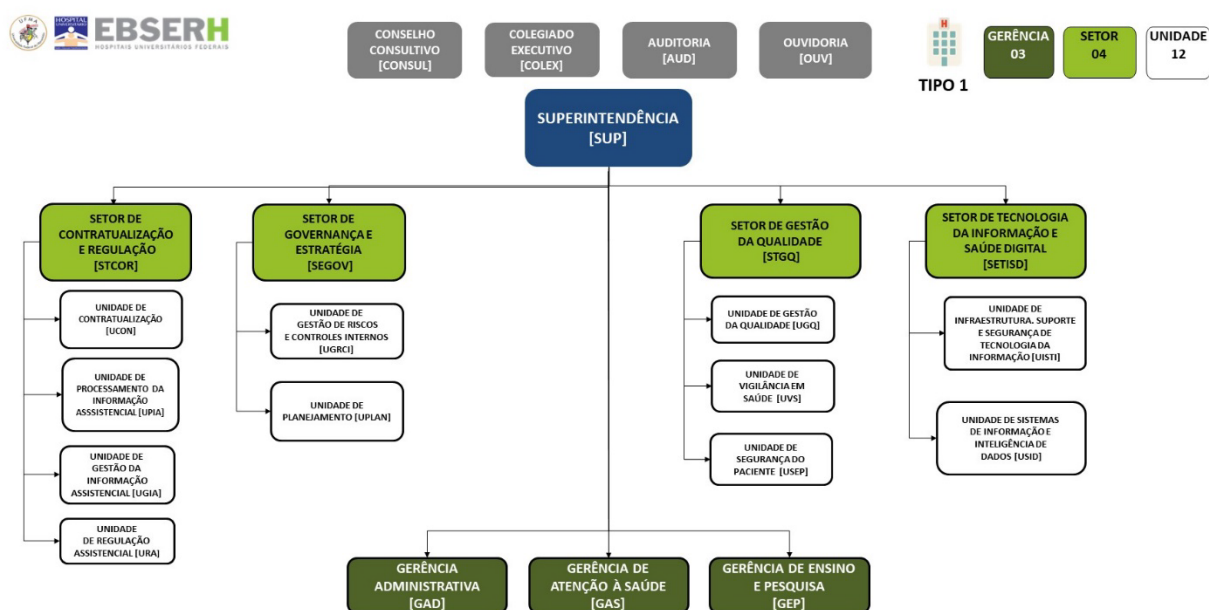
- Ética, integridade
- Compromisso com universalidade, integralidade e fortalecimento do SUS
- Promoção da equidade, respeito à diversidade e aos direitos humanos
- Ensino, pesquisa e inovação comprometidos com as necessidades do país
- Valorização do papel social do trabalho em saúde e dos trabalhadores

❖ Organograma:

# Hospital Universitário da Universidade Federal do Maranhão

## Plano de Comunicação

### Organograma Geral – Superintendência



Profissionais	Quantitativo
Servidores públicos da Universidade	532
Empregados públicos Ebserh	2427
Profissionais terceirizados	826
Servidores Ministério da Saúde	170

### Principais dados assistenciais:



Fonte: Relatório de Gestão 2023

# Hospital Universitário da Universidade Federal do Maranhão

## Plano de Comunicação

- ❖ Programas de Residência ativos e número de residentes/ano em média:

<b>Residências</b>	<b>Quantitativo/ano</b>
Residência médica	90
Residência multiprofissional e uniprofissional	76
Alunos de graduação	Em média 1000

# 1. DOCUMENTOS NORTEADORES

---

Para alcançar resultados efetivos, é imprescindível o alinhamento das ações de comunicação aos objetivos do HUF e da Ebserh, definidos nos seguintes documentos:

Mapa Estratégico e Plano de Negócio 2024 da Ebserh:

<https://www.gov.br/ebserh/pt-br/governanca/gestao-estrategica/plano-de-negocios>

- Política de Comunicação da Ebserh:  
<https://www.gov.br/ebserh/pt-br/hospitais-universitarios/regiao-sudeste/hc-ufmg/comunicacao/legislacao-de-normas-de-comunicacao/politica-de-comunicacao-institucional/view>

Política de Comunicação do HU: <https://www.gov.br/ebserh/pt-br/hospitais-universitarios/regiao-nordeste/hu-ufma/comunicacao/produtos-legislacoes-normas>

- Plano Diretor da CCS:
- PDE – Hospitais:  
<https://www.gov.br/ebserh/pt-br/hospitais-universitarios/regiao-nordeste/hu-ufma/governanca/superintendencia/pde>
- Manuais da Rede: <https://www.gov.br/ebserh/pt-br/comunicacao/legislacao-e-normas-de-comunicacao>

Política de Comunicação Institucional

Política de Porta-vozes

Norma Operacional de Fluxo de Demandas da CCS

Manual de Conduta em Mídias Sociais

Manual de Relacionamento com a Imprensa

Norma Operacional de procedimentos de fotografia ou filmagem

Manual de Produção de Mídia Digital em Formato Podcast

Manual de identidade visual - Versão 2.5 - fevereiro 2023

Manual de Redação da Presidência da República

Uso da marca do Governo Federal

## 2. PÚBLICOS

---

### ➤ Público interno:

- O público interno do HU-UFMA é composto por todos os colaboradores que trabalham diretamente na instituição ou têm um vínculo regular. Esse público desempenha papéis essenciais na prestação de cuidados, administração e manutenção do ambiente hospitalar.
- Esse universo engloba os profissionais de saúde das mais diversas categorias, como: médicos, enfermeiros, técnicos de enfermagem, fisioterapeutas, entre outros. A equipe assistencial representa a maior parte dos colaboradores, sendo a categoria de enfermagem, a maior, com mais de 1600 profissionais.
- Outro público estratégico são os colaboradores da área administrativa, que nas mais diversas áreas, prestam apoio para viabilizar o funcionamento da unidade hospitalar e envolvem as áreas de compras, licitações, infraestrutura e logística, serviços gerais, tecnologia da informação, colaboradores atuantes na gestão entre outros.
- Outro ponto de atenção são os empregados terceirizados, que no HU-UFMA são mais de 800 e, apesar de não terem vínculo permanente com a instituição, atuam em áreas importantes e muitas vezes são responsáveis pela linha de frente de atendimento, dessa maneira, precisando estar alinhados à identidade institucional e aos objetivos organizacionais. Profissionais terceirizados atuam, entre outras áreas: na recepção, limpeza, na segurança patrimonial, transporte de pacientes, transporte, nutrição e refeitórios.
- Além disso, temos a presença diária de docentes, pesquisadores e alunos da residência e da graduação que passam, pelo menos, dois anos diariamente integrados ao ambiente institucional e precisam ser acolhidos e incluídos na rotina e ao funcionamento, principalmente, por realizarem treinamento em serviço e participarem diretamente do cuidado aos pacientes.
- Por fim, por se tratar de uma unidade hospitalar de alta complexidade e em muitos casos, não dispor na rede de saúde de uma contrarreferência adequada, em muitos casos o HU-UFMA convive com pacientes e suas famílias por uma longa permanência, não podendo ser considerados como público externo ou transitório.

### ➤ Público externo:

**Sociedade:** Usuários do SUS, profissionais de saúde em geral.

**Formadores de opinião:** imprensa, perfis com alto número de seguidores, podcasts, canais no youtube.

**Instituições públicas de saúde:** Ministério da Saúde, Secretarias de Saúde Municipal e Estadual e Unidades Básicas de Saúde e Órgãos Reguladores e Fiscalizadores (Anvisa, Conselhos de Classe);

**Instituições públicas com vínculo direto:** Ministério da Educação, Universidade vinculada ao HU, Ebsers sede e demais hospitais da Rede.

**Demais instituições públicas:** TCU, AGU, MP, instituições dos Poderes Judiciário e Legislativo (regional e nacional), sindicatos e fornecedores.

### 3. DIAGNÓSTICO

O HU-UFMA dispõe de uma assessoria de comunicação que, em 2024, completa 25 anos. Ainda assim, passando por constantes atualizações e adaptações às novas demandas e necessidades comunicacionais que se modificam com o tempo e as novas tecnologias. Este ano, as adaptações estão ainda mais evidentes também em virtude do novo modelo de comunicação, que trouxe novas perspectivas e fluxos de trabalho que ainda seguem se ajustando para alcançar a plenitude dos objetivos organizacionais.

Atualmente, a Unidade de Comunicação Social (UCR3), trabalha sob demanda das unidades/serviços ou da superintendência, no apoio para a otimização da comunicação organizacional, incluindo assessoramento, orientações, participação em reuniões e comissões e operacionalização de demandas relacionadas à imprensa, eventos, produção gráfica, edição e captação de vídeos, entre outros.

Em relação às entregas, com dados referentes ao ano de 2023, a UCR publicou 116 matérias públicas, no site institucional (destas, 66 produzidas pela Unidade de reportagem no fluxo do novo modelo). Tivemos, 1031 inserções captadas na imprensa, destas: 896 matérias positivas, 104 matérias neutras e 31 negativas, bem como, recebemos 150 solicitações de criação e adequação de artes para campanhas, projetos ou conteúdos educativos desenvolvidos para aprimoramento dos fluxos comunicacionais nas áreas e participou da organização e/ou apoio de 20 eventos institucionais, entre eles os Acolhimentos dos Residentes e do Internado, Doação de equipamentos da Igreja de Jesus Cristo dos Santos dos Últimos Dias, Ação do dia das mães em parceria com a empresa Mais Fraldas na Unidade Materno Infantil, caminhada de doação de sangue, SIPAT entre outros. Vale destacar que o HU-UFMA foi inserido no novo modelo a partir do mês de março de 2023.

#### Canais Disponíveis:

Canal	Situação atual (efetividade)
TV Corporativa	Seis displays instalados e estamos enfrentando dificuldades pois os ambulatórios vêm de uma cultura de veicular canais abertos. Por isso, muitas vezes encontramos os displays desligados e temos que solicitar para a TV a reinstalação. Mas estamos engajados para aprimorar esse processo.
Intranet	Ainda pouco acessada e atualizada.
E-mail	Utilizado diariamente para envio de comunicados, campanhas e ações de comunicação interna
Quadros de avisos	Atualizados semanalmente

# Hospital Universitário da Universidade Federal do Maranhão

## Plano de Comunicação

Site institucional	Atualizado conforme a demanda de notícias das áreas, por isso, as atualizações não seguem uma dinâmica padrão.
Teams	Ainda pouco utilizado para fins de comunicação institucional, predominantemente para reuniões e transmissão de eventos.
Desktop	Atualizado diariamente com comunicados e divulgações internas (veículo mais demandado).

Eventos ou campanhas realizadas todos os anos:

Ação/evento	Público	Deu certo	Pode melhorar	Observação
Acolhimento dos residentes	Residentes ingressantes e seus familiares	Envolvimento de familiares e discurso com expectativa de um ingressante	Maior interatividade nas redes sociais	Evento com grande participação. Normalmente mais de 200 pessoas. Evento tradicional realizado pelo HU-UFMA há mais de 10 anos.
Formatura dos residentes	Residentes concludentes e preceptores	Entrega de certificados simbólicos e homenagem aos preceptores escolhidos pelas turmas	Espaço maior para inclusão das famílias, exclusão de palestras e inserção de vídeos de homenagem.	Essa solenidade começou a ser realizada a pouco tempo (uns três anos) e tem se aprimorado.
Reuniões de Colaboradores e Lideranças	Todos os colaboradores do HU-UFMA	Migração para o sistema remoto alcançou mais colaboradores	Fomentar maior participação do público	Periodicidade mensal
Agosto Dourado	Sociedade em geral	Antecedência e alinhamento fluido com a área para organizar as ações	Disponibilidade de recursos para as ações	Conseguimos inserções na imprensa o ano todo em virtude da parceria e postura solicitada da equipe da unidade
Setembro Verde	Sociedade em geral	Antecedência e alinhamento fluido com a área para organizar as ações	Disponibilidade de recursos para as ações	

### Fase 3 - Análise da presença digital do HU:

#### ➤ Avaliação das Redes sociais:

O HU-UFMA tem como rede social mais forte o instagram, que atualmente possui mais de 36 mil seguidores, número conquistado com uma atuação totalmente orgânica. Dispõe também de um canal no youtube, que funciona em grande parte para depositar e divulgar vídeos produzidos para outra finalidade e não propriamente para o canal. A página do facebook foi

# Hospital Universitário da Universidade Federal do Maranhão

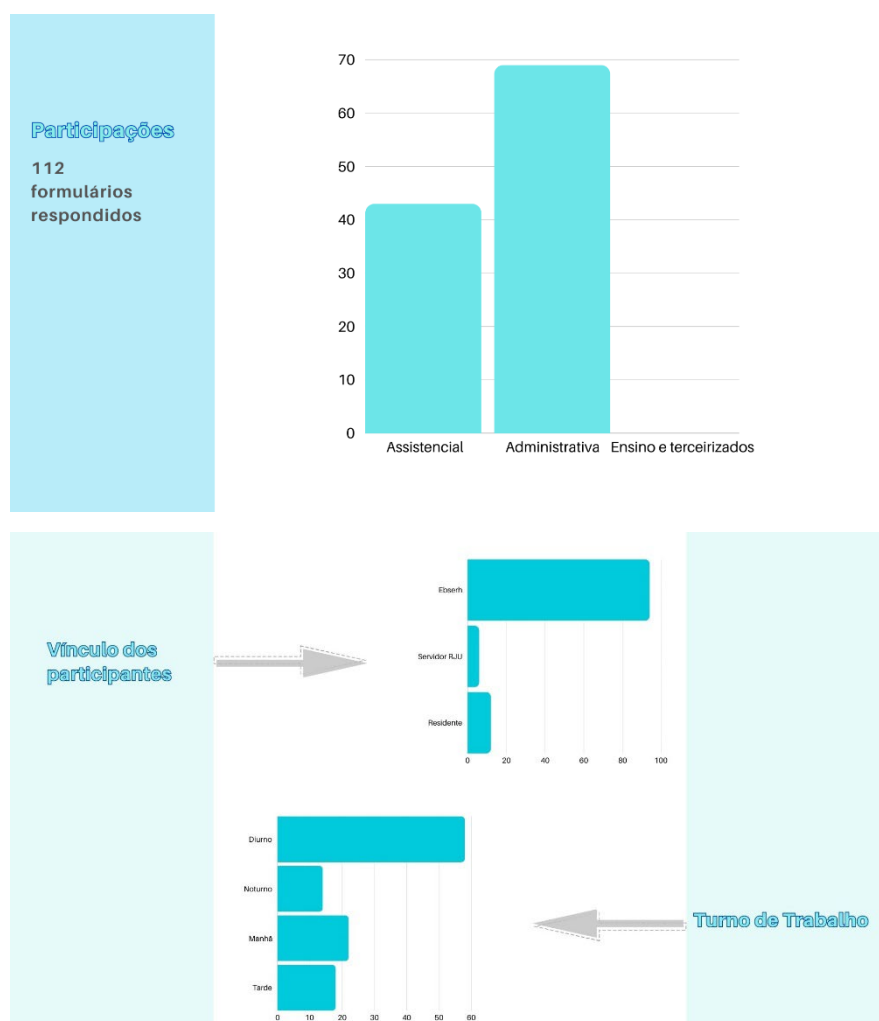
## Plano de Comunicação

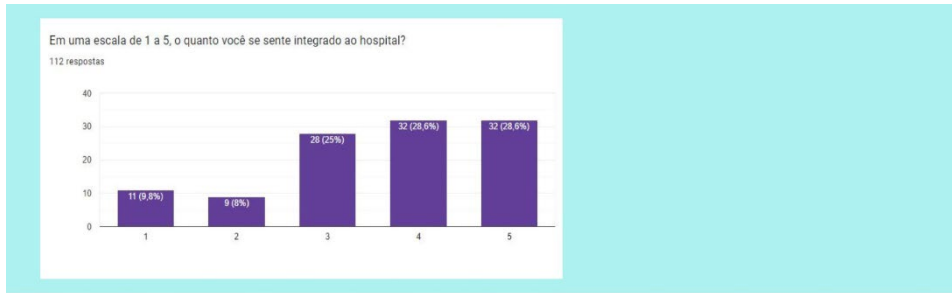
desativada no período eleitoral de 2022, e após esse período, não conseguimos reaver o acesso, pois a senha foi perdida por um anterior gestor da Unidade de Comunicação.

Rede social	Seguidores em 2022	Aumento de seguidores em 2023	Conteúdo com mais engajamento	Conteúdo com menos engajamento
Instagram	25251	33410	Procedimentos novos, novos serviços, inaugurações e ações de humanização	Cards de datas comemorativas ou de campanhas/conteúdos institucionais (sem vinculação a ação ou evento).
Youtube	Controle anterior não era feito, atualmente temos 1000 inscritos		Assuntos informativos de saúde	Instucionais

### Realização de pesquisa para diagnóstico:

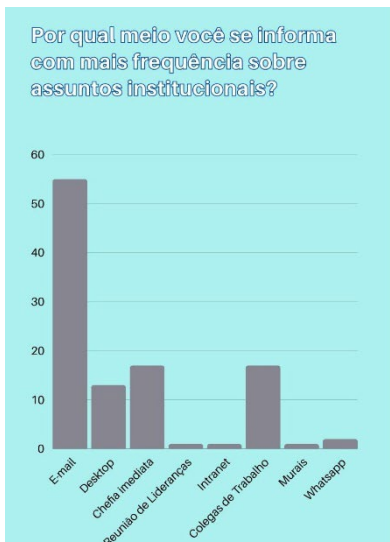
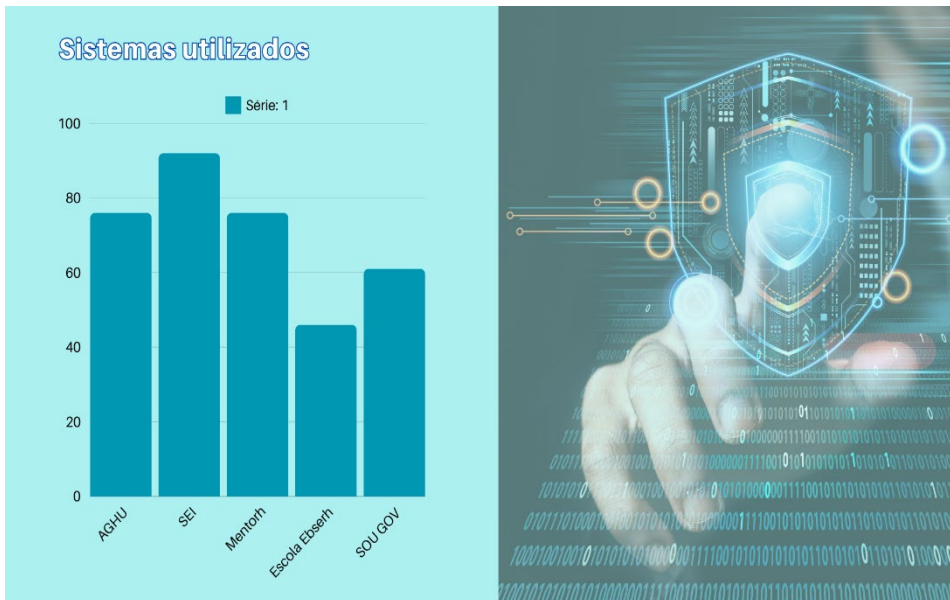
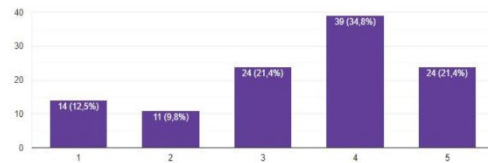
A primeira etapa de pesquisa foi realizada via envio de formulários do google forms para os e-mails de todos os colaboradores, pedindo apoio e reforço na participação durante a reunião de lideranças e também para o colegiado executivo, alcançando os seguintes resultados:





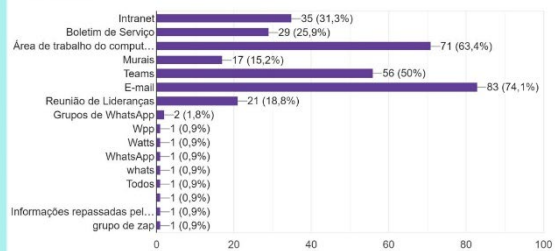
Em uma escala de 1 a 5, o quanto você se sente integrado à Ebserh?

112 respostas



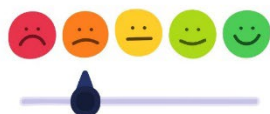
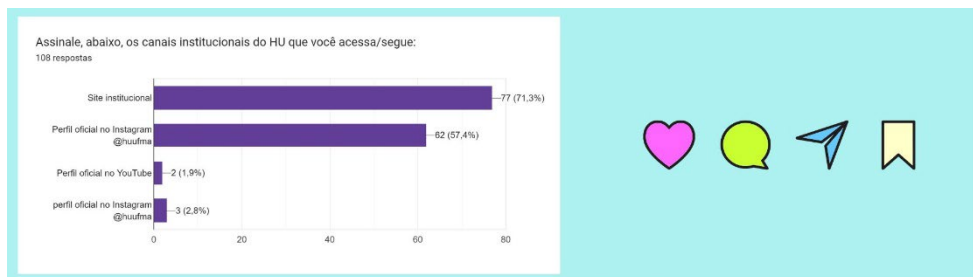
Quais canais de comunicação você mais utiliza/acessa ?(pode marcar mais de uma opção)

112 respostas

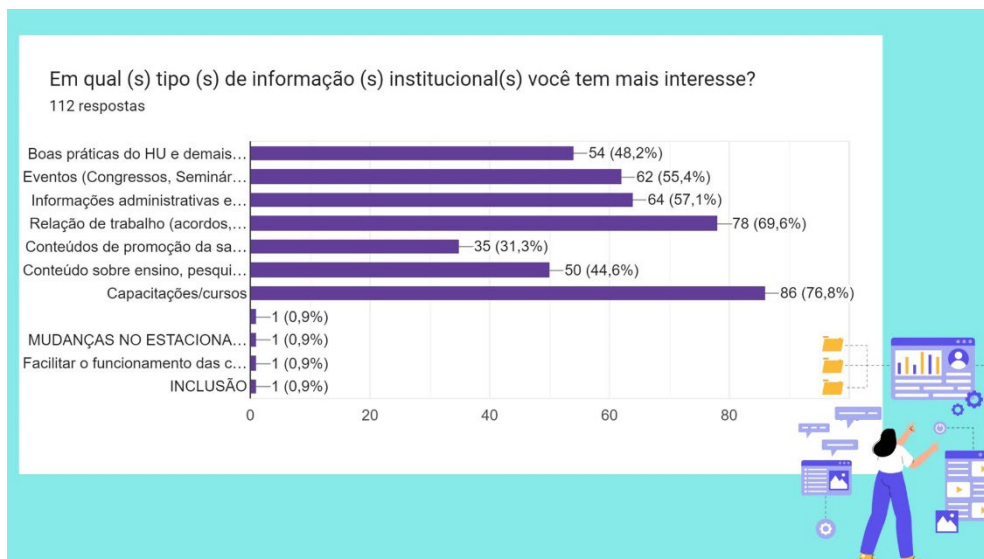
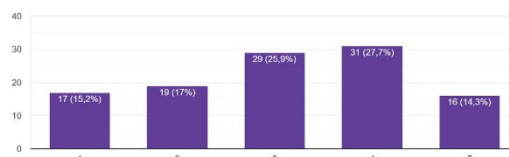


# Hospital Universitário da Universidade Federal do Maranhão

## Plano de Comunicação

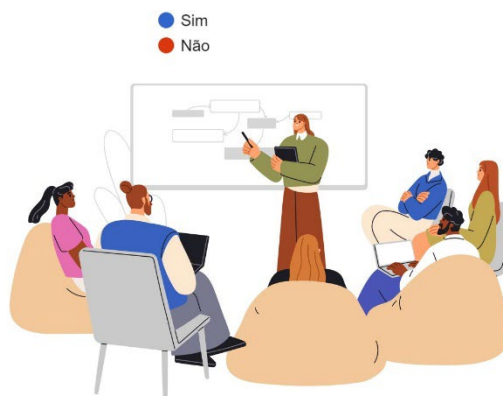
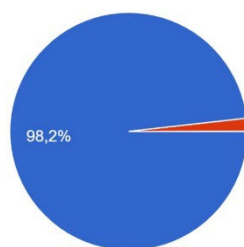


Em uma escala de 1 a 5, como você avalia a comunicação interna do hospital?  
112 respostas



Você considera importante a realização de eventos presenciais ou remotos de aproximação/informativos da Alta Gestão com os trabalhadores do HU?

112 respostas



**Grupo focal:** Após a coleta de dados, os mesmos foram consolidados e apresentados ao colegiado executivo expandido do HU-UFMA, que além da superintendência e gerências, inclui áreas de governança e estratégia, gestão de riscos e controle interno, auditoria, ouvidoria, tecnologia da informação, comunicação, jurídico, regulação assistencial e gestão da qualidade.

Após a apresentação da pesquisa, foi iniciada pela assessoria regional a mediação do grupo focal, conforme roteiro norteador atribuído para o plano. Nove gestores participaram da atividade, a saber: Dyego Brito, Gerente de Atenção à Saúde; Eurico Santos Neto, gerente de administração; Socorro Almeida, coordenadora da comissão de residência em área profissional de saúde; Álvaro Andrade, chefe da divisão de gestão de logística em exercício, Pedro Germano, chefe do setor de governança e estratégia em exercício; Sirlei Garcia, chefe do setor de gestão da qualidade; Jackson Oliveira, chefe do setor de tecnologia da informação, Monika Costa, chefe da unidade de planejamento; Nídia Lícia, chefe da unidade de planejamento, Lourineide Nunes, ouvidora; Tânia Medeiros, assessora jurídica e Luciana Machado, chefe da UCR3.



### Considerações sobre os dados obtidos:

A Unidade de Comunicação Regional 3 (HU-UFMA) é muito demandada pelas áreas internas do hospital e pela gestão. Essa alta demanda de participação e atenção, muitas vezes tende a dificultar a execução de demandas operacionais da unidade e acarretar em oportunidades de melhorias apontadas pelos colaboradores.

Oportunizar a participação continua sendo um fator apontado como anseio pelos colaboradores, tendo em vista que a maioria dos meios são unilaterais. Importante ressaltar também, que tivemos a sugestão de implantação de novas ferramentas, o que é oportuno, no entanto, precisa ser avaliado e estudado dentro das condições de execução, tendo em vista a ausência de uma equipe para demandas de rotina.

De maneira geral, ainda obtivemos respostas positivas no que se refere ao pertencimento pois a soma das avaliações 4 e 5 (que podemos considerar bom e excelente) superaram 50% das respostas, no entanto, na avaliação das ferramentas de comunicação interna somadas as avaliações de mesma nota, alcançaram somente 41%, levantando aí um ponto de atenção a ser priorizado no plano de ações, a fim de melhorar essa avaliação.

Na aplicação dos questionários foi possível observar ainda um clássico confundimento de muitos profissionais sobre a diferença entre comunicação institucional e a comunicação interpessoal e até mesmo de processos assistenciais, como exemplo da sugestão a seguir: “Bloquear as perturbações que refletem diretamente na melhoria da assistência, exemplo: paciente chega na internação pela manhã, depois de passar horas a espera de leito, quando admitido na enfermaria não tem a garantia imediato da alimentação”. Existe também um anseio por ações relacionadas à gestão de pessoas, incluindo valorização profissional, progressão entre outros, atividade que muitas vezes acaba sendo atribuída à comunicação, mas que é atividade da administração (gestão de pessoas), onde a comunicação atua como apoio dentro de suas atividades.

Ainda assim, diante das sugestões foi possível apreender ideias e anseios dos colaboradores. Sendo as contribuições mais citadas:

- Compartilhamento do clipping com todos os colaboradores das principais notícias sobre a EBSEH/HU-UFMA;
- Mais celeridade nas comunicações ;
- Fazer uma roda de conversas sobre como efetivamente a comunicação pode fluir melhor;
- Boletim de Serviço Local venha pro e-mail assim como vem o Boletim da Sede;
- Alinhamento com a área de TI para que as divulgações na área de trabalho contenham o link de acesso àquela informação (segundo a TI não existe viabilidade para isso);
- Realização de Encontro Científico, tipo uma Mostra Científica do HU-UFMA (existe um seminário de pesquisa anual).
- Canais de escuta com o colaborador;
- Chefias mais atuantes na comunicação com liderados, visitas às unidades; (relacionamento interpessoal e liderança)
- Utilização de vídeos comunicativos e interativos; (já são utilizados, então seria aumento do uso)
- Colocar mural/quadro de avisos no refeitório, informativos via teams.
- Boletins de informação mais objetivos sobre o que acontece na administração central; a administração central buscar conhecer mais e respeitar as especificidades locais
- folders, panfletos e mais informações via email institucional.
- Há uma maior dificuldade no acesso aos serviços de comunicação interna após a gestão da Unidade de Comunicação ser vinculada à sede.

- pós a consolidação dos dados eles foram apresentados para o grupo focal, a fim de contextualizar e compreender o objetivo da pesquisa e do plano, bem como esclarecer as atribuições da comunicação institucional no ambiente corporativo.
- O grupo focal não trouxe nenhuma sugestão de atividade realizada em outras instituições que poderiam ser implementadas como boa prática de comunicação no HU-UFMA
- Sobre o acesso facilitado às informações necessárias para o exercício de funções, a principal dificuldade apontada foi o site institucional, que foi definido como pouco intuitivo e de difícil compreensão, pois apesar de todos terem ciência de que as informações, normas, condutas e orientações estão disponíveis no site, não sabem onde encontrá-las com facilidade e consideram pouco atrativo para a busca. A sugestão foi avaliar a possibilidade de mudança de layout no site, de maneira a tornar as informações organizacionais mais atrativas e de fácil acesso.
- Para a comunicação institucional, a sugestão foi o planejamento de mais uma ferramenta (vídeo ou newsletter) que seria encaminhado por e-mail a fim de consolidar as principais informações institucionais e encaminhar diretamente para os colaboradores, enfatizando o que foi mais apontado como interesse, como: relações de trabalho, cursos e boas práticas.
- Os canais apontados como mais efetivos foram a tela da área de trabalho e o e-mail institucional. E para aproximação com a administração central, a sugestão foram comunicações mais padronizadas quando se tratar de interesse geral dos hospitais, evitando campanhas diferentes dos setores de casa hospital, de ações que poderiam ser capitaneadas pelas coordenações e diretorias da administração central para todos os HUs.
- Para a UCR, foi evidente a necessidade de se avaliar a criação de mais uma ferramenta dentro das possibilidades, bem como melhorar o uso de ferramentas já existentes, sendo os principais pontos de atenção o teams e a intranet.

# 1. OBJETIVOS DO PLANO

---

### Objetivo Geral:

Reforçar a identidade institucional, tendo como eixos os motivos principais de existir da organização, o ensino e a assistência, contribuindo para a construção de uma reputação sólida do HU-UFMA enquanto agente formador para a área da saúde e prestador de uma assistência de qualidade por meio do Sistema Único de Saúde - SUS.

### Objetivos específicos de comunicação:

- Otimizar os veículos de comunicação interna para visando o aumento do engajamento dos profissionais do HU com os objetivos do HU e da Ebserh;
- Fortalecer a imagem do HU na imprensa, por meio do aumento na veiculação de notícias positivas sobre a instituição.
- Promover maior envolvimento das lideranças com as atividades de comunicação, por meio de capacitações e apresentação dos projetos desenvolvidos;
- Aumentar o conhecimento sobre os programas de Residência oferecidos no HU;
- Fortalecer a imagem do HU como referência em pesquisa e inovação junto à sociedade;
- Contribuir para a melhoria da comunicação intersetorial no HU;
- Fortalecer a imagem da Ebserh e do HU como instituições integradas ao SUS;

## 2. ESTRATÉGIAS

---

- Apoiar o desenvolvimento de campanhas internas, eventos e ações que promovam a integração e valorização do público interno, principalmente em datas comemorativas.
- Promover o fortalecimento do relacionamento com a imprensa por meio do envio proativo de pautas, bem como na atuação para colaborar com a disponibilização de fontes quando solicitado.
- Incentivar e apoiar a realização de eventos técnicos-científicos, conforme temas identificados no Mapa Estratégico da Ebserh, bem como nas forças e serviços de excelência do HU.
- Consolidar o posicionamento nas redes sociais enquanto instituição atuante e com linguagem leve e acessível no trato das temáticas sensíveis da área da saúde.
- Fortalecer a comunicação transmídia e o aproveitamento de conteúdo e adaptação nas múltiplas plataformas, utilizando links, QR Codes, etc.
- Desenvolver ações voltadas para os pacientes do HU que informem sobre prevenção de doenças e sobre os serviços prestados.

### 3. PLANO DE AÇÃO

O quê	Por quê	Quem	Onde	Quando	Como
Atualização minimamente semanal do Site	O site é uma ferramenta acessível em qualquer dispositivo e concentra todas as informações oficiais relevantes, fortalecendo a transparência e relação de confiança com o usuário.	UCR 3	HU-UFMA	2024	Atualização seguindo as diretrizes do portal do Governo Federal
Envio de E-mail institucional	É uma ferramenta de comunicação interna que entrega diretamente aos colaboradores um volume de conteúdos essenciais para o fluxo de informações da organização e fortalecimento de vínculo.	UCR3	HU-UFMA	2024	Banco de dados de emails institucionais de serviços e emails pessoais de servidores dos diversos setores a fim de que todos recebam informações. Sempre tentando distribuir ou programar para não enviar uma quantidade muito grande de informações no mesmo momento.
Atualização diária do Mídia desktop e adequação das artes	Esta ferramenta tem um dos alcances mais significativos em comunicação interna.	UCR3	HU-UFMA	2024	Adequar as artes, reduzir a quantidade de informações e inserir no sistema conforme a demanda, prioridade e prazo.
Relacionamento com a Imprensa	O fortalecimento do relacionamento com a imprensa é de fundamental importância para que o HU-UFMA obtenha espaço em veículos de grande circulação e alcance e assim possa consolidar sua imagem enquanto prestador de assistência à saúde de excelência, sempre associado à Ebserh e a Universidade	UCR3	HU-UFMA	2024	O relacionamento com a imprensa se dá de maneira proativa, por meio do envio de sugestões de pautas e matérias com informações relevantes sobre procedimentos, novos serviços e informações sobre saúde, sempre observando os critérios de noticiabilidade. Também se dá por meio da procura espontânea dos veículos por fontes para temáticas de saúde. Após o agendamento se dá o acompanhamento (quando tiver a necessidade de acessar as áreas internas da Unidade hospitalar) e também o monitoramento das veiculações com citação ao hospital/Ebserh.
Cobertura Jornalística, Fotográfica	Fundamental para dialogar com a sociedade e divulgar amplamente ações, serviços e informações de saúde que	UCR3	HU-UFMA	2024	Os serviços procuram a UCR e são orientados a formalizar o pedido pelo SEI com as informações básicas do evento/ação e

# Hospital Universitário da Universidade Federal do Maranhão

## Plano de Comunicação

	fortalecem as diretrizes de compromisso com a transparência e interesse público.				indicação de fonte para fornecer maiores detalhes ao repórter responsável conforme fluxo do modelo de comunicação vigente. .
Produção Gráfica	Atividade fundamental para consistência, organização e coesão no discurso e identidade organizacional, sendo essencial a avaliação da Unidade de Comunicação em relação aos conteúdos, aplicação de marca e identidade visual.	UCR3	HU-UFMA	2024	Os setores formalizam o pedido pelo SEI, com envio das informações a serem divulgadas e a UCR responde orientando sobre as peças e veículos mais indicados. Conforme a situação a arte pode ser produzida localmente (estagiário de desing/assessor regional) ou encaminhada para a Unidade de Audiovisual.
Campanhas Educativas	A promoção da saúde perpassa pela prevenção, informação e conhecimento público dos temas relevantes. Nesse sentido, a Unidade de Comunicação Regional atua diretamente no planejamento e organização de campanhas propostas pelos serviços para a ampla divulgação de informações de saúde, para que de maneira estratégica ela alcance o grande público de maneira eficiente, com uma linguagem acessível e harmoniosa com os objetivos do HU-UFMA/Ebserh	UCR3	HU-UFMA	2024	Os serviços solicitam apoio da UCR via SEI e a partir daí são agendadas reuniões de alinhamento para definição das ações e estratégias para cada campanha. A partir da definição da programação a UCR organiza a estratégia de apoio, orientação, produção de peças e etc.
Organização e Cerimonial de Eventos	Os eventos são uma importante ferramenta de comunicação aproximativa com o público, para isso, o planejamento e a execução do cerimonial de maneira profissional reforça os objetivos organizacionais junto aos participantes, se tornando uma atividade estratégica para o fortalecimento de relacionamento e fortalecimento da gestão.	UCR3	HU-UFMA	2024	A solicitação de apoio em eventos também é realizada via SEI pelas áreas ou diretamente pela superintendência. Após reuniões de alinhamento a UCR passa ao serviço organizador o check list para organização (reserva de auditório, limpeza, materiais necessários e etc). Consolida as informações para produção de roteiro (localmente se for um evento de rotina ou via Unidade de Eventos para eventos novos) E no dia do evento presta assessoramento para organização do ambiente, locução do cerimonial de abertura (A UCR faz a

# Hospital Universitário da Universidade Federal do Maranhão

## Plano de Comunicação

					locução da abertura do evento, mesa e primeira palestra ou atividade e depois direciona para a organizadores quando se trata de uma programação para o dia todo).
Gestão de redes sociais	Redes sociais de maneira crescente tem se tornado uma grande ferramenta aproximativa, de divulgação e fortalecimento da marca. Atualmente trabalhamos com o instagram e com o youtube	UCR3	HU-UFMA	2024	Para o instagram é realizada uma avaliação das ações e datas comemorativas e definição de qual será produzido para divulgação. Normalmente a produção é local ou com adaptação de cards demandados pela rede. Para o youtube a ideia é aprimorar o uso em 2024, aumentando a produção de vídeos para o canal e fortalecendo seu uso institucional.
Aprimoramento do uso da intranet	A intranet é uma ferramenta estratégica para o relacionamento com o público interno. No entanto, precisa ter uma rotina de atualização aprimorada para seu fortalecimento no âmbito do HU-UFMA	UCR3	HU-UFMA	2024	A estratégia é aumentar a rotina minimamente semanal de atualização da intranet (prioritariamente às sextas pela UCR ou conforme a demanda) e realizar uma campanha para divulgar sua existência aos colaboradores para fomentar o uso.
Criar um fluxo para divulgação dos boletins de serviço nos e-mails	Intensificar a divulgação de boletins de serviço foi uma demanda apontada na pesquisa de comunicação .	UCR3	HU-UFMA	2024	Agendar uma reunião de alinhamento com a Unidade de Gestão de Riscos e Controles Internos (responsável pelo Boletim) para que a UCR possa enviar uma notificação para os e-mails dos colaboradores a cada publicação, no mesmo dia ou quando não for possível, no dia seguinte.

## 4. MONITORAMENTO E MENSURAÇÃO

---

- Para mensuração do fortalecimento do relacionamento com a imprensa, sugerimos a meta de aumento de 10% das inserções com citação ao HU-UFMA e a Ebserh.

**Indicador:** Número de inserções registradas em 2023 (Avançado)

- Em relação a presença digital, engajamento nas redes sociais e a exposição das marcas Ebserh, universidade e hu, busca-se como meta o aumento em 15% da produção de conteúdo que fortaleçam a integração das organizações e marcas (Hu-ufma, Ebserh e UFMA).

**Indicador:** Número de conteúdos que agregam informações das três organizações em 2023 comparado ao número de 2024. (Intermediário)

- Atendimento de pelo menos 85% das demandas formalizadas via SEI de atividades de responsabilidade da UCR.

**Indicador:** Número de solicitações realizadas para a UCR em 2024 e o número de solicitações atendidas e concluídas. (básico)