



**PLANO DE
COMUNICAÇÃO
2025/2026**

HU-UFJF/EBSERH



SUMÁRIO

Introdução	3
1. DOCUMENTOS NORTEADORES .	10
2. PÚBLICOS	12
3. DIAGNÓSTICO	16
4. objetivos do plano.....	25
5. ESTRATÉGIAS	26
6. PLANO DE AÇÃO	27
7. MONITORAMENTO E MENSURAÇÃO.....	31

Anexos: Formulário de Pesquisa Interna, Roteiro para grupo focal, Plano de Ação e Mapa de priorização de públicos.

INTRODUÇÃO

O Hospital Universitário da Universidade Federal de Juiz de Fora (HU-UFJF) tem sua origem na assinatura do convênio entre a Santa Casa de Misericórdia e a Universidade Federal de Juiz de Fora (UFJF), no dia 08 de agosto de 1966, com a finalidade do desenvolvimento de atividades de ensino das clínicas das Faculdades de Medicina, Farmácia e Odontologia. Em 1970, o intitulado Hospital Escola (HE) foi transferido da Santa Casa para a área da antiga Associação Cultural da Companhia Têxtil Ferreira Guimarães, no bairro Santa Catarina. Atendia pessoas carentes e pacientes do Fundo de Assistência ao Trabalhador Rural e do Instituto Nacional de Assistência Médica da Previdência Social, em nível ambulatorial e hospitalar. Entre 1975 e 1982, o HE esteve bastante articulado com a política municipal, tendo em vista as atividades do Sistema Único Descentralizado de Saúde (Suds), ampliando a assistência para significativa parcela da população do município. Passou a ser chamado de Hospital Universitário a partir de 1984, em função da ampliação das atividades de ensino para os cursos de saúde da UFJF, e por constituir-se em campo das atividades das residências médicas em diversas especialidades e da residência em análise clínicas.

Com a edição da Lei 8080/90, o HU-UFJF incorporou-se ao Sistema de Saúde do Município de Juiz de Fora, e passou a ser o hospital de referência da região, sob a influência de Juiz de Fora, a saber: Zona da Mata, Sul de Minas e alguns municípios do Rio de Janeiro.

O HU-UFJF conta hoje com duas unidades em bairros distintos:

. HU Santa Catarina, um prédio histórico da década de 1930, onde funcionam as enfermarias médicas e cirúrgicas, Pediatria, Unidade de Terapia Intensiva, Centro Cirúrgico e Serviço de Transplante de Medula Óssea, além de significativa parte administrativa. Conta também com auditório e salas de aula.



Foto: Alexandre Dornelas (UFJF)

Nome do HU

Plano de Comunicação

. HU Dom Bosco, denominado Centro de Atenção à Saúde (CAS), no bairro Dom Bosco, inaugurado em 2006. É considerado um dos centros de assistência mais modernos da macrorregião Sudeste e do país, e um diferencial no atendimento ao paciente, através do acolhimento integrado, um olhar multiprofissional que privilegia o paciente. No local, são realizados serviços de atendimento ambulatorial médico e multiprofissional, exames, cirurgias de menor complexidade, contando também com Hospital Dia, Processamento de Material Esterelizado, salas de aula, miniauditório e parte administrativa. A atual estrutura do HU-UFJF atende 94 municípios integrantes da área de referência, cuja população totaliza 1,7 milhões de habitantes.

Em 2025, a unidade inaugurou a ampliação do ambulatório, um investimento de R\$ 14,6 milhões. A estrutura conta com 30 consultórios e salas de exame, quatro salas para o Centro de Referência de Imunobiológicos Especiais (CRIE), duas salas de aula e quatro para discussão de casos, conforto e preceptoria, além de postos de enfermagem e salas de urgência e curativos. Com isso, há uma estimativa de realização mensal de quase 8 mil procedimentos, entre consultas, exames, vacinação e assistência.

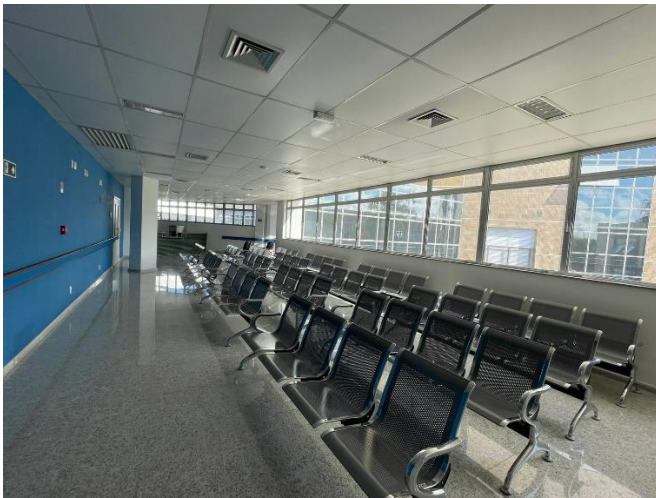
Com a nova disposição do ambulatório, alguns serviços que eram realizados na Unidade Santa Catarina passaram para a Unidade Dom Bosco: Cardiologia, Pneumologia e o CRIE. Além dessa transposição, o ambiente amplia os espaços para Obstetrícia, Ginecologia/Mastologia, Processo Transexualizador, Enfermagem, Doenças Raras e Ambulatórios Multiprofissionais (Fonoaudiologia, Nutrição, Psicologia).



Foto: Alexandre Dornela (UFJF)

Nome do HU

Plano de Comunicação



Novo espaço inaugurado. Foto: UCR 24

A referida Unidade Dom Bosco também abriga, desde 2021, o prédio do Centro de Atenção Psicossocial (Caps), possibilitando aperfeiçoar o acolhimento aos pacientes na área de saúde mental e incrementando atividades de ensino e residência, com espaços mais amplos de atendimento, oficinas, salas de preceptoria, estudo e reuniões.



Foto: Johnny Machado Pereira

Além dos espaços hoje em funcionamento nas duas unidades citadas, há a expectativa de conclusão das obras do complexo do Novo HU no bairro Dom Bosco, permitindo concentrar todas as atividades do Hospital Universitário em um único endereço. A obra teve início em 2015 e tem previsão de término em 2026, estando contemplada do orçamento do Programa de Aceleração do Crescimento (PAC) do Governo Federal. O endereço vai permitir o funcionamento de toda a parte ambulatorial quanto de internação além da administrativa em uma área de 54 mil metros quadrados. Com a expansão, o Hospital passará a ter 356 leitos destinados ao atendimento de pacientes do Sistema Único de Saúde (SUS), mais que o dobro do quantitativo atual de 154. Conterá com novas salas cirúrgicas, área de Hemodinâmica, UTIs especializadas (adulto, pediátrica e neonatal), leitos psiquiátricos, Centro Obstétrico, Pronto Atendimento e espaços destinados a transplantes. Importante ressaltar que o HU-UFJF já é

Nome do HU

Plano de Comunicação

referência em diversas especialidades médicas: Cardiologia, Neurologia, Ortopedia, Nefrologia, Doenças Raras, Transplante de Medula Óssea, Gravidez de Alto Risco e Processo Transexualizador.



Imagem ilustrativa

A ampliação também terá reflexos positivos no ensino. Está prevista a incorporação de novos espaços dedicados à formação acadêmica, possibilitando triplicar o número de residentes formados por ano na instituição. Atualmente, os 33 programas de Residência Médica, Multi e Uniprofissional formam, por ano, 269 residentes, sendo 180 nas áreas médicas e 89 multi/uniprofissionais. Também somos campo de prática para seis cursos de pós-graduação *stricto sensu* e dez cursos de graduação, totalizando aproximadamente 900 alunos em formação por ano

O HU-UFJF passou a ser gerido pela Empresa Brasileira de Serviços Hospitalares (Ebserh) em 19 de novembro de 2014, o que possibilitou a contratação de profissionais e apoio às atividades estratégicas do hospital.

A sustentabilidade econômico-financeira da instituição hoje dá-se, principalmente, pelo Contrato SUS, firmado com a Prefeitura Municipal de Juiz de Fora, assegurando um atendimento à população em especialidades e inúmeros procedimentos de média e alta complexidade.

Entre os compromissos, o atual Plano Diretor Estratégico está sendo atualizado, e a missão do HU-UFJF está definida como: ser referência nacional no ensino, na pesquisa, na extensão e na inovação no campo da saúde, na assistência pública humanizada e na qualidade em média e alta complexidade, e na gestão hospitalar, atuando de forma integrada com a Universidade e contribuindo para o desenvolvimento de políticas públicas de saúde.

Nome do HU

Plano de Comunicação



Foto: Alessandra S. M. Gomes

Visão

“Ser protagonista, até 31/12/2028, no sistema público de saúde da macrorregião de Juiz de Fora, como Hospital de Ensino de referência nas atividades de ensino e pesquisa, nos procedimentos de alta complexidade, no estímulo a novas tecnologias, aliados ao atendimento humanizado e às boas práticas de gestão da Rede Ebserh.”

Valores

- Ética, integridade e transparência
- 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

Nome do HU

Plano de Comunicação

Organograma:

Acesse [AQUI](#)

❖ Número (em média) de profissionais que atuam (RJU, Ebserh, terceirizados):

Profissionais	Quantitativo
Servidores públicos da Universidade	172 + 15 cedidos
Empregados públicos Ebserh	1242
Profissionais terceirizados	301
Docentes	130
Trabalhadores voluntários	Nenhum

❖ Números médio de atendimento/ano:

Internações:

Clínicas: 2.454

Hospital Dia: 819

Atendimentos ambulatoriais: 202.335

Exames Laboratoriais: 307.032

Exames de anatomia patológica: 11.950

Exames de imagem: 27.135

Cirurgias: 5.273

Nome do HU

Plano de Comunicação

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

Residências	Quantitativo/ano
Residência médica	29
Residência multiprofissional	3
Residência uniprofissional	1
Preceptores no total	562

1. DOCUMENTOS NORTEADORES

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

Mapa Estratégico e Plano de Negócio 2024 da Ebserh

Acesse [AQUI](#)

Plano Diretor da CCS

Acesse [AQUI](#)

Política de Comunicação da Ebserh

Acesse [AQUI](#)

Plano Diretor Estratégico do HU-UFJF

Acesse [AQUI](#)

Política de Comunicação do HU-UFJF

Acesse [AQUI](#)

Manuais da Rede:

Norma Operacional de Fluxo de Demandas da CCS:

Acesse [AQUI](#)

Manual de Conduta em Mídias Sociais

Acesse [AQUI](#)

Manual de Relacionamento com a Imprensa

Acesse [AQUI](#)

Manual de identidade visual

Acesse [AQUI](#)

Nome do HU

Plano de Comunicação

Manual de Produção de Mídia Digital em Formato Podcast

Acesse [AQUI](#)

Norma Operacional de procedimentos de fotografia ou filmagem

Acesse [AQUI](#)

Política de Porta-vozes

Acesse [AQUI](#)

Declaro que este Plano de Comunicação 2025 do Hospital Universitário da Universidade Federal de Juiz de Fora (HU-UFJF) está de acordo com as normativas acima expostas, e se norteou por elas para a sua construção.

2. PÚBLICOS

➤ Público interno:

Com vínculo institucional:

Profissionais de carreira: empregados públicos Ebserh e servidores RJU que atuam no HU-UFJF.

Comunidade acadêmica: professores, preceptores, pesquisadores, residentes, acadêmicos, estagiários e jovem aprendiz.

Profissionais das empresas terceirizadas: apoio administrativo, limpeza, manutenção, serviços gerais. Fornecedores do HU-UFJF em geral.

Voluntários: profissionais de diversas áreas que fazem ações esporádicas na instituição

Sem vínculo institucional:

Pacientes internados, familiares, acompanhantes e visitantes

➤ Público externo:

Sociedade: comunidade de toda a cidade e região, usuários do SUS, profissionais e instituições de saúde em geral.

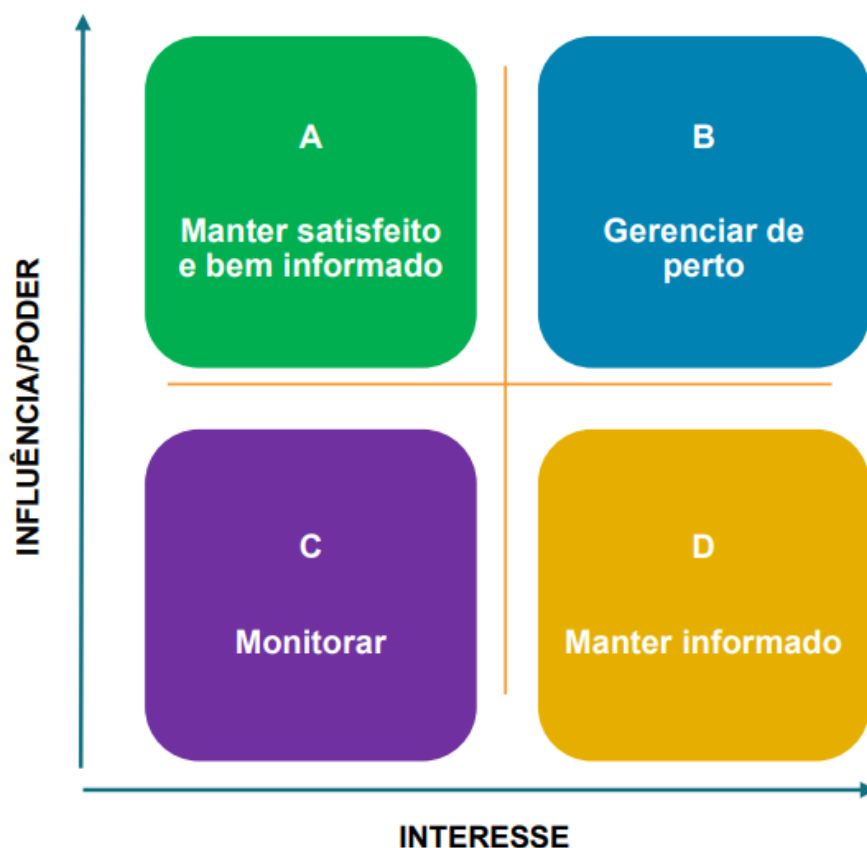
Formadores de opinião: meios de comunicação, incluindo perfis de profissionais com muitos seguidores, políticos.

Instituições públicas de saúde: Ministério da Saúde, Superintendência Regional de Saúde, Secretaria Municipal de Saúde e demais Secretarias Municipais de Saúde da macroregião atendida, Unidades Básicas de Saúde, Ouvidoria Municipal de Saúde, Conselho Municipal de Saúde e Órgãos Reguladores e Fiscalizadores (Anvisa, Conselhos de Classe);

Instituições públicas com vínculo direto: Ministério da Educação, UFJF, Ebserh Sede e demais hospitais da Rede.

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

Figura 1 – Matriz de Poder e Interesse



Fonte: Eden e Ackermann, 1998.

Manter satisfeito (satisfazer necessidades)	Engajar, tentar aumentar o nível de interesse, mover para o lado direito do gráfico.
Gerenciar de perto (peça-chave)	Focar esforços neste grupo; envolvê-los em decisões, engajar e consultar frequentemente.
Monitorar	Investir esforço mínimo; tentar mover para o lado direito do gráfico.
Manter informado (mostrar consideração)	Fazer uso da influência quando necessário; manter informado e consultar periodicamente, potencial suporte em momentos difíceis.

Nome do HU

Plano de Comunicação

Quadrante	Stakeholder	Expectativa	Estratégia de engajamento
A ou B	Profissionais do HU	Reconhecimento e valorização	Ações de comunicação interna, eventos e campanhas
A ou B	Comunidade acadêmica	Integração e potencialização do conhecimento	Divulgação dos projetos e eventos científicos, convite para ações em conjunto
A ou B	Pacientes/usuários	Humanização e qualidade do cuidado	Materiais e campanhas educativas, salas de espera e interação nas redes sociais
A	Ministério da Educação, UFJF, Ebserh sede e demais hospitais da Rede	Resultados positivos e evolução dos serviços	Materiais informativos e eventos/reuniões
A	Comunidade local	Extensão e credibilidade	Campanhas e eventos
A	Ministério da Saúde, Secretarias de Saúde Municipais e Estaduais, Unidades Básicas de Saúde, Comitê Intergestores, Órgãos Colegiados e Órgãos Reguladores e Fiscalizadores (Anvisa, Conselhos de Classe)	Qualidade assistencial e integração à rede de saúde	Materiais informativos e eventos/reuniões
A	TCU, AGU, MP, instituições dos Poderes Judiciário e Legislativo (regional e nacional), sindicatos e fornecedores	Conformidade e transparência	Relatórios institucionais e eventos/reuniões
A	Formadores de opinião/imprensa	Informação e transparência	Releases, entrevistas e eventos
D	Empresas e fornecedores contratado	Transparência e cooperação	Materiais informativos e eventos/reuniões
D	Instituições parceiras	Feedback e cooperação	Relatórios institucionais e eventos/reuniões

Nome do HU

Plano de Comunicação

D	Voluntários	Responsabilidade social, ambiental e governança	Materiais informativos e eventos/reuniões
C	Instituições nas áreas de saúde e educação	Boas práticas e inovação	Notícias

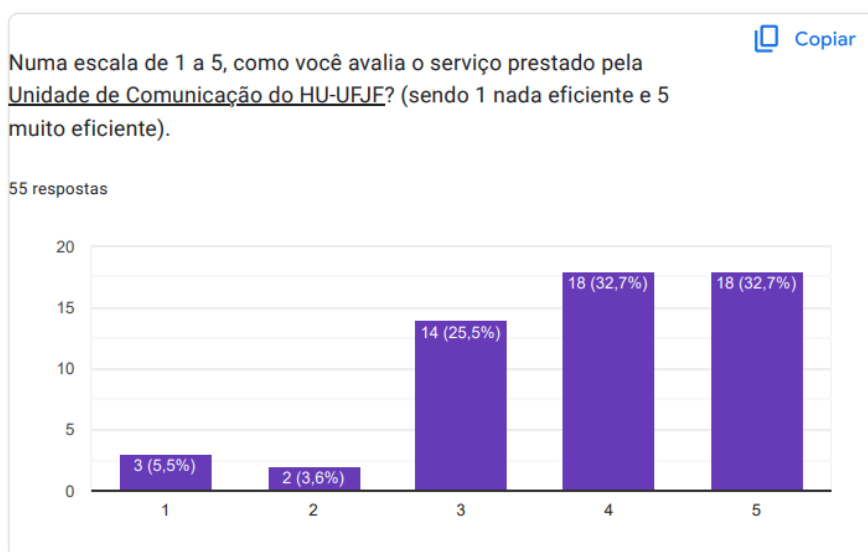
3. DIAGNÓSTICO

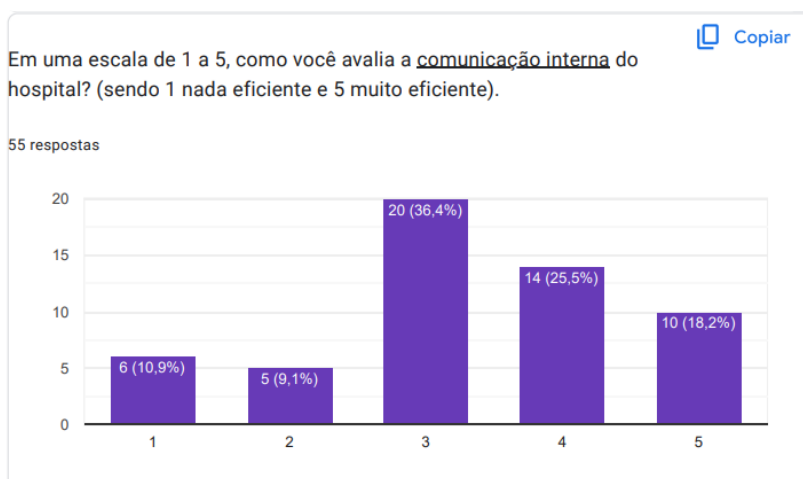
O HU-UFJF é uma instituição reconhecida e referendada. A última Pesquisa de Satisfação dos Usuários de Hospitais Universitários Federais, relativa ao ano de 2024, revelou um índice de 98% de satisfação. Ao responderem à pergunta: “De forma geral, como você se sente após a utilização dos serviços do HU”, 75,52% disseram estar muito satisfeitos e 22,59%, satisfeitos. A instituição teve uma nota média de 9,3 pelos serviços oferecidos. Além disso, a pesquisa também mostrou um alto índice de pessoas que indicam o HU-UFJF: 97,07%.

Já na Pesquisa de Satisfação do Ensino referente a 2024, 65,6% se disseram satisfeitos com o HU-UFJF e 91,6 indicam a instituição.

Em 2025, a Pesquisa de Comunicação Interna realizada no HU-UFJF foi respondida por 55 pessoas, 54,5% do setor assistencial e 43,6% do setor administrativo e 1,9% do setor educacional. 58,2% da Unidade Santa Catarina e 41,8% da Unidade Dom Bosco. 60% se dizem integradas ao hospital e 52,7% à Ebserh.

A pesquisa revelou que 65,4% consideram a comunicação institucional do hospital como eficiente. No geral, em relação à comunicação interna como um todo, o índice foi de 43,7%.





As pessoas disseram se informar sobre o HU-UFJF principalmente pelo e-mail institucional, embora este meio ainda não seja o ideal para a assistência, que precisa de algo mais prático e rápido. Também relatou-se descontentamento com excesso de mensagens enviadas, deixando passar assuntos realmente importantes e relevantes, por não conseguirem acompanhar. Os meios de comunicação usado com mais frequência para se informar sobre assuntos institucionais são: e-mail (87,3%), colegas de trabalho (56,4%), chefia imediata (47,3%) e grupos de WhatsApp (45,5%).

Os temas de maior interesse são: relação de trabalho, capacitações/cursos, informações administrativas, eventos, boas práticas e conteúdos sobre ensino.

Entre as propostas para melhorias na comunicação interna e institucional, e conseqüentemente no clima organizacional, estão a realização de ações mais integradas entre os setores, para conhecimento de como a realidade do trabalho de um afeta o trabalho do outro; parcerias; mais interação e diálogo, especialmente com a gestão; capacitação de comunicação para as chefias e centralização de informações no WhatsApp.

Nome do HU

Plano de Comunicação

Pesquisa de Comunicação Interna

Convidamos você a participar de nossa pesquisa

Objetivo: coletar informações sobre os canais de comunicação interna do HU-UFJF, estimular sugestões de melhorias e elaborar nosso Plano de Comunicação Anual.

Pesquisa anônima

De 12 a 22/08

Acesse o QR Code e participe!

Link: <https://acesse.one/OA88X>

SUS + HU EBSEH MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO GOVERNO FEDERAL BRASIL UNIAO E RECONSTRUÇÃO

Principais ações, eventos ou campanhas realizadas em 2024 e seus resultados:

Ação/evento	Público	Deu certo	Pode melhorar	Observação
Campanha Dia Internacional da Mulher	Mulheres trabalhadoras, residentes, acadêmicas e professoras	Sim	Sim	Envolveu equipe multiprofissional, com a organização de um sarau com café compartilhado. Durante o mês, também houve salas de espera com usuários

Nome do HU

Plano de Comunicação

Recepção dos Residentes	Residentes recém-ingressados, gestores, diretores acadêmicos, supervisores e coordenadores	Sim	Sim	Contou com palestras posteriores de gestores explicando o funcionamento do hospital, interessante ter a participação da Comunicação também nas próximas vezes
Semana da Enfermagem	Equipe de Enfermagem e acadêmicos	Sim	Sim	Palestra do superintendente com equipe, café coletivo e apresentação de Coral nas enfermarias
Arraiá do Engajapé	Toda a comunidade interna do HU-UFJF	Sim	Sim	Foram duas confraternizações, nos refeitórios do HU Santa Catarina e Dom Bosco, com lanche compartilhado
Semana do HU e Semana Científica	Toda a comunidade interna do HU-UFJF	Sim	Sim	Contou com a participação de toda a Gestão e da Reitoria, com parceria de divulgação da Comunicação da UFJF. Tema foi “Integração e transformação em serviço”. Houve maior engajamento do público nesse ano,

Nome do HU

Plano de Comunicação

				porque contou como horas da residência
Evento 20 anos do TMO	Toda a comunidade interna do HU-UFJF, em especial a equipe do setor, e público externo	Sim	Sim	Houve uma cerimônia de abertura, com falas de autoridades e profissionais do setor, ex-gestores. Palestras de parceiros externos, paciente e depoimento me vídeo
Simpósio Internacional de Neurociência e Pediatria	Toda a comunidade interna do HU-UFJF, em especial a equipe multiprofissional envolvida, comunidade acadêmica da UFJF, gestores públicos de instituições parceiras	Sim	Sim	Evento foi um sucesso, realizado em parceria com o Laboratório Interdisciplinar de Neurodesenvolvimento Humano (LINHA/PPG-Psi), com o apoio do Conselho Federal de Psicologia (CFP), no Museu de Arte Murilo Mendes
50 anos da HU Revista	Toda a comunidade interna do HU-UFJF e UFJF	Sim	Sim	Evento teve mesa solene, com gestores do HU e da UFJF. Foi produzido um vídeo contando a história da revista. Distribuição de brindes e coffee break

Nome do HU

Plano de Comunicação

Campanha de arrecadação de brinquedos no Natal - Pediatria	Toda a comunidade interna do HU-UFJF	Sim	Sim	Envolveu as equipes, alegrou crianças e pais, e rendeu belas fotos para as redes sociais, com grande engajamento. Contou com apoio dos meios de comunicação e arrecadou muitos presentes, excedendo a expectativa
Campanha de Saúde Mental	Toda a comunidade interna do HU-UFJF e usuários externos	Sim	Sim	Cards mensais elaborados pela Psicologia Organizacional com mensagens de dicas para saúde mental, divulgados no Instagram

Relação com a imprensa:

O relacionamento do HU-UFJF com os meios de comunicação locais e regionais é muito produtivo, de utilidade pública e amigável. Normalmente, a imprensa procura a instituição para entrevistas com especialistas sobre assuntos previamente definidos e, na oportunidade, informam sobre o atendimento da instituição a respeito do tema, ressaltando que o atendimento é gratuito e pelo SUS, além de informar sobre os fluxos de encaminhamento e acesso aos serviços.

Os releases encaminhados também são muito utilizados pelos veículos, principalmente aqueles que falam sobre novos serviços oferecidos, inaugurações de espaços, pesquisas desenvolvidas, serviços especializados exclusivos e histórias de superação. Pautas atemporais ou sobre temas referentes a datas não têm apelo midiático. Em casos de crise, sempre existe um tempo e a oportunidade de resposta da instituição. Consideramos os meios de comunicação parceiros e reconhecedores do SUS, especialmente após a pandemia da Covid-19. O índice de inserções positivas nos meios de comunicação ultrapassa 90%.

Número de matérias produzidas no site do HU-UFJF x anos anteriores x assuntos com mais “peso”:

2024: 81 matérias

2023: 95 matérias

2022: 88 matérias

2021: 82 matérias

Acesse [AQUI](#)

Assuntos com mais peso são:

- . Inaugurações de espaços
- . Novos serviços oferecidos
- . Retomada de obras
- . Histórias de superação, especialmente as de transplante e tratamentos complexos
- . Funcionamento de setores, com entrevistas de profissionais

Canais de comunicação interna e o grau de efetividade:

Canal	Situação atual (efetividade)
TV Corporativa	Efetividade indefinida – Existem dois players em funcionamento, um na recepção do ambulatório e outro no setor administrativo. Tem sido visto pelos usuários e trabalhadores.
Intranet	Pouca efetividade - Não é uma cultura do hospital e é de difícil acesso dentro do site.
E-mail	Média efetividade - É o canal mais usado para comunicação oficial. Efetivo para o setor administrativo e pouco efetivo para a assistência, residentes, professores, alunos e terceirizados.
Quadros de avisos	Média efetividade - Existem 13 murais de avisos espalhados nas três unidades e 7 murais de avisos para comunicação oficial exclusivo para pacientes nas recepções dos ambulatórios e enfermarias.

Nome do HU

Plano de Comunicação

	Efetivo principalmente para assuntos atemporais e campanhas.
Site institucional	Média efetividade - Efetivo para publicizar ações realizadas, disponibilizar boletins de serviço e para fins de transparência pública. No entanto, tem tido poucas visualizações de leitura de matérias, por ser hoje a rede social (Instagram) mais procurada.
Teams	Baixa efetividade - Usado apenas por grupos específicos. A Comunicação não usa como canal de comunicação interna com colaboradores.
Desktop	Alta efetividade - Usado para mensagens curtas e campanhas pela facilidade de visualização e por atingir todos os públicos.
WhatsApp	Alta efetividade - O hospital tem dois grupos de WhatsApp, administrados pela Unidade de Comunicação, sem interação: um de chefias e outro de representantes dos trabalhadores, que têm a responsabilidade de repassar as informações às suas equipes.
Instagram	Alta efetividade - embora não um meio de comunicação interno, exclusivamente, tem muita visualização e interação do público interno. Dessa forma, eventualmente, é utilizado para comunicar mensagens como editais internos e campanhas.

Análise da presença digital do HU:

O principal canal digital do HU-UFJF é o Instagram, perfil criado em outubro de 2023. Tem se mostrado uma excelente forma de comunicação com o público externo e interno, alcançando equipes que dificilmente conseguem acompanhar e-mail. Tem grande engajamento e interação, com potencial para ser mais explorado com informações de comunicação interna. Interessante pela agilidade, hipermídia e compartilhamento de impressões dos usuários. Único porém é a responsabilidade de interação, necessitando responder a inúmeras dúvidas de pacientes e solicitações de informações, que precisam ser fornecidas, por tratar-se de um meio interativo.

Rede social	Seguidores em 2022	Aumento de seguidores em 2023	Aumento de seguidores em 2024	Conteúdo com mais engajamento	Conteúdo com menos engajamento
Instagram	-	Lançado em outubro de 2023, alcançand	Em setembro de 2025, conta com	Fotos de equipes e ações na Pediatria. Notícias de	Artes de divulgação com vetores

Nome do HU

Plano de Comunicação

		o rapidamente 1k em dezembro. Em agosto de 2024, conta com 3.220 seguidores	7.550 seguidores	novos serviços e histórias de superação. Reels de até 1 minuto com equipes envolvidas	e sem imagem real
Linkedin	Não possui	-		-	-
Facebook	Não possui	-		-	-
Youtube	-	115 inscritos atualmente	176 inscritos	20 anos do Serviço de Transplante de Medula Óssea e 50 anos da HU Revista	Gravação de eventos online

4. OBJETIVOS DO PLANO

- Contribuir para 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.
- Contribuir para a melhoria da comunicação intersetorial no HU.

5. ESTRATÉGIAS

- Mapeamento de pautas positivas “frias” para envio de release para a imprensa, bem como intensificar a divulgação de pautas “factuais” como eventos, lançamentos para a imprensa.
- Desenvolver campanhas internas, eventos e ações que promovam a integração e valorização do público interno, principalmente em datas comemorativas.
- Identificar profissionais do HU que são influenciadores internos e convidar para campanhas e ações internas e externas.
- Fortalecer a comunicação transmídia e o aproveitamento de conteúdo e adaptação nas múltiplas plataformas, utilizando links, “QR Codes”, etc.

Nome do HU

Plano de Comunicação

6. PLANO DE AÇÃO

Nome do HU

Plano de Comunicação

Objetivo 1: Fortalecer a imagem do HU na imprensa, por meio do aumento na veiculação de notícias positivas sobre a instituição, e nas redes sociais do próprio HU, da Ebserh e da UFJF

AÇÃO	OBJETIVO	RESPONSÁVEL	PERÍODO	LOCAL	PROBLEMA RELACIONADO	META MENSURÁVEL	INDICADOR	ÁREAS DA CCS ENVOLVIDAS
Incremento no envio de releases e sugestão de pautas aos meios de comunicação	Fortalecer o conhecimento da sociedade do trabalho realizado pela instituição, da presença e papel da Ebserh e do SUS, favorecendo a defesa do serviço público de saúde e educação	Unidade de Comunicação Regional 24	Mensal Setembro de 2025 a Agosto de 2026	Meios digitais, como e-mail, redes sociais e telefone	Necessidade de reforçar os serviços especializados oferecidos pela instituição, destacando a importância do SUS para a sociedade brasileira	12 releases (1 por mês)	Número de releases enviados	Unidade de Comunicação Regional 24 Unidade de Imprensa 2 Unidade de Reportagem
Criação de uma planilha de fontes do HU-UFJF	Organizar os contatos de profissionais aptos a entrevistas,	Unidade de Comunicação Regional 24	Setembro de 2025 a Agosto de 2026	Meios digitais	Necessidade de organizar os contatos de forma profissional e estratégica	30 contatos	Número de contatos salvos	Unidade de Comunicação Regional 24

Nome do HU

Plano de Comunicação

	facilitando a busca em caso de solicitações dos meios de comunicação							Unidade de Imprensa 2
Atualização de mailing	Aumentar inserção de notícias do HU-UFJF/Ebserh em novos veículos de comunicação, especialmente regionais e nacionais	Unidade de Comunicação Regional 24 Unidade de Imprensa 2	Setembro de 2025 a julho de 2026	Meios digitais, como e-mail, redes sociais e telefone	Alta rotatividade de profissionais nos veículos de comunicação e pouca inserção em mídia nacional	5 novos contatos regionais/nacionais	Número de contatos	Unidade de Comunicação Regional 24 Unidade de Imprensa 2

Objetivo 2: Contribuir para o aumento do engajamento dos profissionais do HU com os objetivos do HU e da Ebserh

AÇÃO	OBJETIVO	RESPONSÁVEL	PERÍODO	LOCAL	PROBLEMA RELACIONADO	META MENSURÁVEL	INDICADOR	ÁREAS ENVOLVIDAS
Elaborar um projeto de comunicação interna via canais de WhatsApp	Facilitar o acesso a informações de processos de trabalho, ações desenvolvidas no HU e eventos	Unidade de Comunicação Regional 24	Outubro de 2025 a julho de 2026	Meios digitais, como e-mail, Teams, redes sociais e telefone	Desconhecimento de ações realizadas na instituição, assim como mudanças organizacionais e estruturais. Dificuldade de acessar o e-mail, especialmente a área assistencial. Excesso de e-mails recebidos para acompanhar	2 reuniões com chefes regionais para conhecer projetos já desenvolvidos em outros HUs e 1 reunião com o Colegiado Executivo	Número de reuniões e projeto	Unidade de Comunicação Regional 24 Unidade de Apoio Operacional

Nome do HU

Plano de Comunicação

Objetivo 3: Contribuir para a melhoria da comunicação intersetorial no HU

AÇÃO	OBJETIVO	RESPONSÁVEL	PERÍODO	LOCAL	PROBLEMA RELACIONADO	META MENSURÁVEL	INDICADOR	ÁREAS ENVOLVIDAS
Divulgar, acompanhar e registrar para os meios de comunicação do HU as visitas intersetoriais promovidas pela Divisão de Gestão de Pessoas	Publicizar o início e registrar as visitas intersetoriais, que pretendem promover a troca de experiências, conhecer o trabalho do “outro” para maior empatia e espírito de equipe. A ação pode ajudar a melhorar a comunicação interna, o clima organizacional e promover maior envolvimento dos colaboradores com a instituição	Unidade de Comunicação Regional 24	Setembro de 2025 a agosto de 2026	Em diversos setores do HU-UFJF, onde serão realizadas as visitas previamente agendadas pela Divisão de Gestão de Pessoas	Falta de integração e diálogo entre os trabalhadores	1 arte para cartaz, 3 posts/carrossel para Instagram e 1 matéria para site ou instagram	Número de visitas, número de participantes e número de engajamento nas postagens	Unidade de Comunicação Regional 24 Gerência Administrativa Divisão de Gestão de Pessoas

7. MONITORAMENTO E MENSURAÇÃO

➤ **Tipos de indicadores:**

Indicador de processo (número de ações realizadas): eventos, reportagens, campanhas, peças gráficas, releases enviados e demais ações realizadas.

Indicador de resultado: número de participantes em eventos, engajamento nas redes sociais, matérias publicadas na imprensa.

➤ **O indicador de resultado pode ser:**

Básico: público atingido, participantes no evento, inserções na mídia, número de seguidores, matérias produzidas;

Intermediário: Retenção, compreensão, engajamento, alcance e percepção pelo público (pesquisas)

Avançado: mudança de comportamento, de atitude e de opinião.