



***HOSPITAL UNIVERSITÁRIO
DE SANTA MARIA - HUSM***



SUMÁRIO

Introdução	3
1. Documentos norteadores	10
2. Públicos	11
3. Diagnóstico.....	14
4. Objetivos do Plano.....	32
5. Estratégias.....	34
6. Plano de ação.....	36
7. Monitoramento e mensuração	411

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

INTRODUÇÃO

Sobre o Hospital Universitário de Santa Maria

O Hospital Universitário de Santa Maria (HUSM) caracteriza-se como um hospital geral, de ensino, público, de nível terciário, que atende de forma integral pelo Sistema Único de Saúde (SUS). Tem por finalidade a formação profissional, desenvolvendo o Ensino, a Pesquisa e a Extensão, por meio da assistência à comunidade na área da saúde.

Data de criação: 29 de abril de 1970

Início do contrato com a Ebserh: Desde dezembro de 2013, é gerido pela Empresa Brasileira de Serviços Hospitalares (Ebserh) e integra a Rede de hospitais públicos do país.

Localização: Localizado no campus da Universidade Federal de Santa Maria, no centro geográfico do estado do Rio Grande do Sul (RS), o HUSM presta serviços assistenciais e serve de campo de prática para alunos de ensino técnico, de graduação e de pós-graduação, dos cursos da área da saúde e outras áreas do conhecimento da Universidade Federal de Santa Maria (UFSM).

Estrutura física: A área física do Hospital é de **42.000 m²**, em uma estrutura mista horizontal e vertical, que inclui dois prédios. Um deles com seis andares, onde estão os consultórios ambulatoriais, a oferta dos exames de diagnóstico por imagem, as unidades de internação, o pronto-socorro e a nova Central de UTIs (UTIs Adulto, Coronariana, Pediátrica e Neonatal). O segundo prédio, anexo, tem três andares e abriga o Laboratório de Análises Clínicas, o Centro de Pesquisa Clínica e as gerências de Atenção à Saúde e de Ensino e Pesquisa.

Serviços oferecidos: O HUSM é um hospital de grande porte, dispõe de **380 leitos**, sendo 50 de terapia intensiva, que beneficiam uma população de 1,2 milhões de habitantes, de 45 municípios da Região Centro-Oeste do Rio Grande do Sul.

Na assistência ao paciente do Sistema Único de Saúde, é referência para atendimentos terciários de alta complexidade, pacientes portadores de complicações clínicas ou cirúrgicas, gestantes de alto risco, recém-nascidos e pacientes que necessitam transplantes de rim e de medula óssea.

O hospital compõe a **Rede de Urgências e Emergências da Região Centro-Oeste**, com suas referências pactuadas. No Setor de Internação, oferece atendimento em mais de 44 especialidades médicas.

No que diz respeito às políticas do Ministério da Saúde, está inserido na Política Nacional de Humanização (PNH), nas Redes Cegonha e de Urgência e Emergência.

O Hospital também está habilitado como Unidade de Alta Complexidade em Oncologia (Unacon), nos Serviços de Radioterapia, Hematologia e Oncologia Pediátrica.

Conta com o Centro de Transplante de Medula Óssea (CTMO), que atende pacientes de todo o Rio Grande do Sul.

O Serviço de Nefrologia - em funcionamento desde 1988 - possui habilitação como Unidade de Alta Complexidade. Realiza todos os métodos dialíticos, com foco em transplantes renais.

Além dos Transplantes, oferece tratamentos de Câncer em geral, sendo referência para a macrorregião Centro-Oeste no Serviço de Oncologia Pediátrica.

O Serviço de Cardiologia está habilitado como Unidade de Assistência de Alta Complexidade Cardiovascular, Cirurgia Cardiovascular e Procedimentos em Cardiologia Intervencionista, Cirurgia Vascular e Procedimentos Endo vasculares Extra cardíacos.

O Serviço de Traumatologia possui habilitação como Unidade de Assistência de Alta Complexidade em Traumato-Ortopedia, com foco no atendimento de politraumatizados na emergência e Traumato-Ortopedia.

O Hospital, ainda, é habilitado como Centro de Referência de Alta Complexidade em Terapia Nutricional Enteral e Parenteral para a região centro-oeste do Estado.

Em novembro de 2024, conquistou o título de Hospital Amigo da Criança, por cumprir os 10 passos para o sucesso do aleitamento materno.

Sob o enfoque de ensino, o HUSM possui **237** alunos matriculados nos Programas de Residências Médicas e Multiprofissionais, e atende **1.549** alunos de graduação em estágios obrigatórios e atividades teórico-práticas. Na dimensão da pesquisa são **215** pesquisas em andamento atualmente, e 48 projetos de Extensão.

Breve histórico

O Hospital Universitário Setor Centro (HUSC) foi inaugurado em 29 de abril de 1970, em prédio no Centro da cidade, situado a Rua Floriano Peixoto. Funcionou até 1982 nesse endereço, quando foi transferido – com apoio do Exército Brasileiro – para o Campus da Universidade Federal de Santa Maria, no bairro Camobi.

A construção do prédio, que abriga atualmente o HUSM, havia iniciado em 1961, junto com a construção dos demais setores da Universidade. Em 1972, abrigou o Hospital Psiquiátrico da UFSM. A inauguração oficial, do que passou a ser chamado Hospital Universitário de Santa Maria, ocorreu em 06 de outubro de 1982. Outras informações sobre a história do HU podem ser conferidas no *Álbum de Memórias do HUSM* <https://www.husm.ufsm.br/husm50anos/>.

O pronto-socorro foi inaugurado em 2002 e seu projeto foi baseado nos centros de emergência norte-americanos. Em 2020, foi finalizada a obra da Central de UTI's, acima do pronto-socorro, ampliando a capacidade de leitos de UTI. Atualmente, oferece 50 leitos Adulto, cardiológico, pediátrico e neonatal. Ainda em 2020, foi finalizada a obra da central de laboratórios (prédio de três andares), estrutura conectada ao HUSM por uma passarela, onde são coletados e processados todos os exames laboratoriais.

No momento, com recursos oriundos do PAC Saúde, o hospital está passando por uma série de melhorias voltadas a qualificação da assistência ao paciente e infraestrutura predial: reestruturação da rede elétrica do hospital, reforma da área que abriga o Centro de Transplante de Medula Óssea e Centro de Tratamento à Criança com Câncer e ainda o início da construção do pavilhão onde irá funcionar serviços administrativos.

Missão, Visão, Valores do HUSM-UFSM

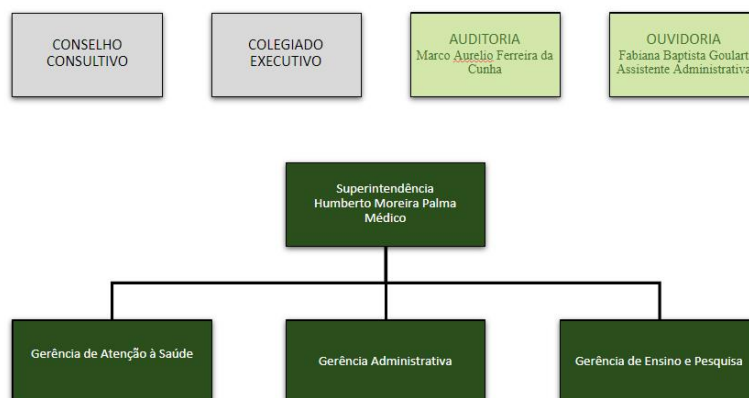
Visão

“Ser um hospital público com destaque no ensino, na pesquisa, na gestão e na assistência qualificada aos usuários do SUS no cenário nacional, prestando serviços de forma inovadora, sustentável e integrada à sociedade.”

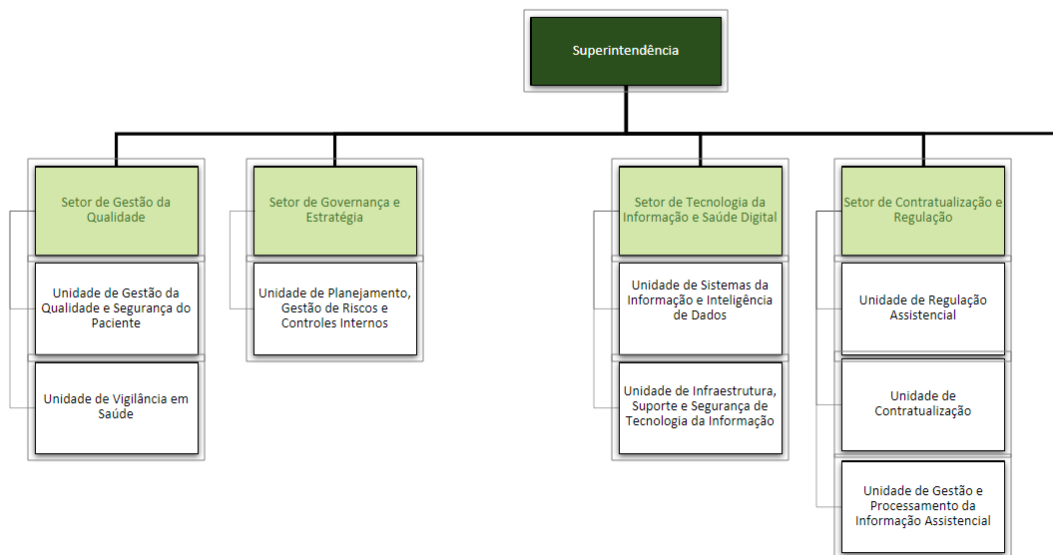
Fonte: PDE HUSM 2024/2028

Organograma Hospital Universitário de Santa Maria

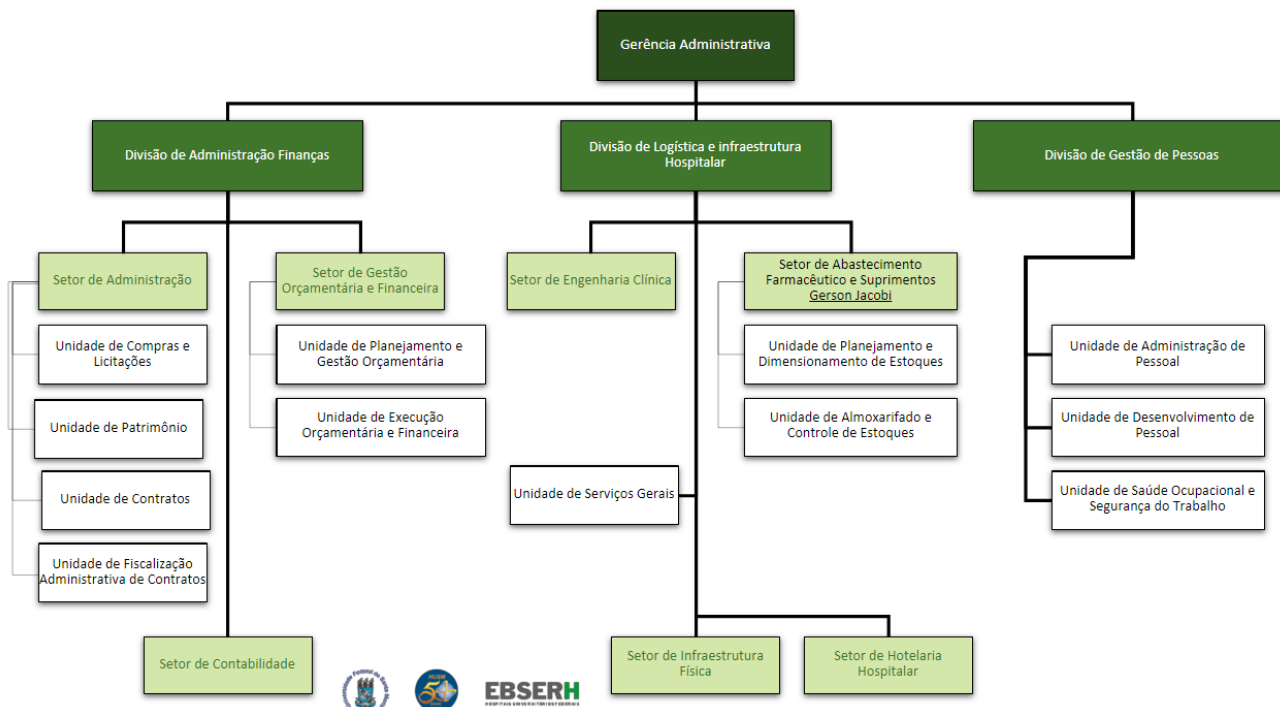
HUSM



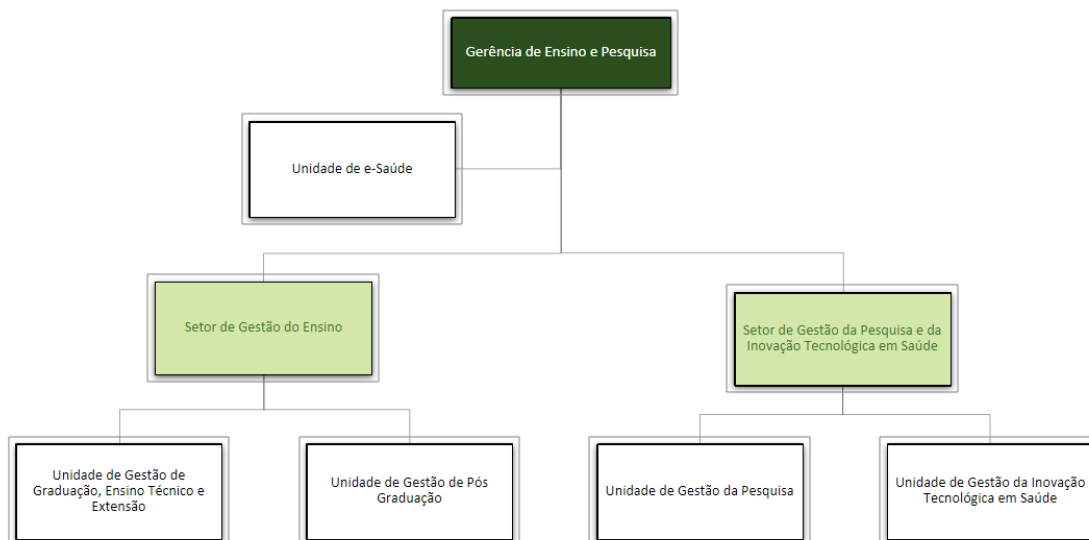
SUPERINTENDÊNCIA - HUSM



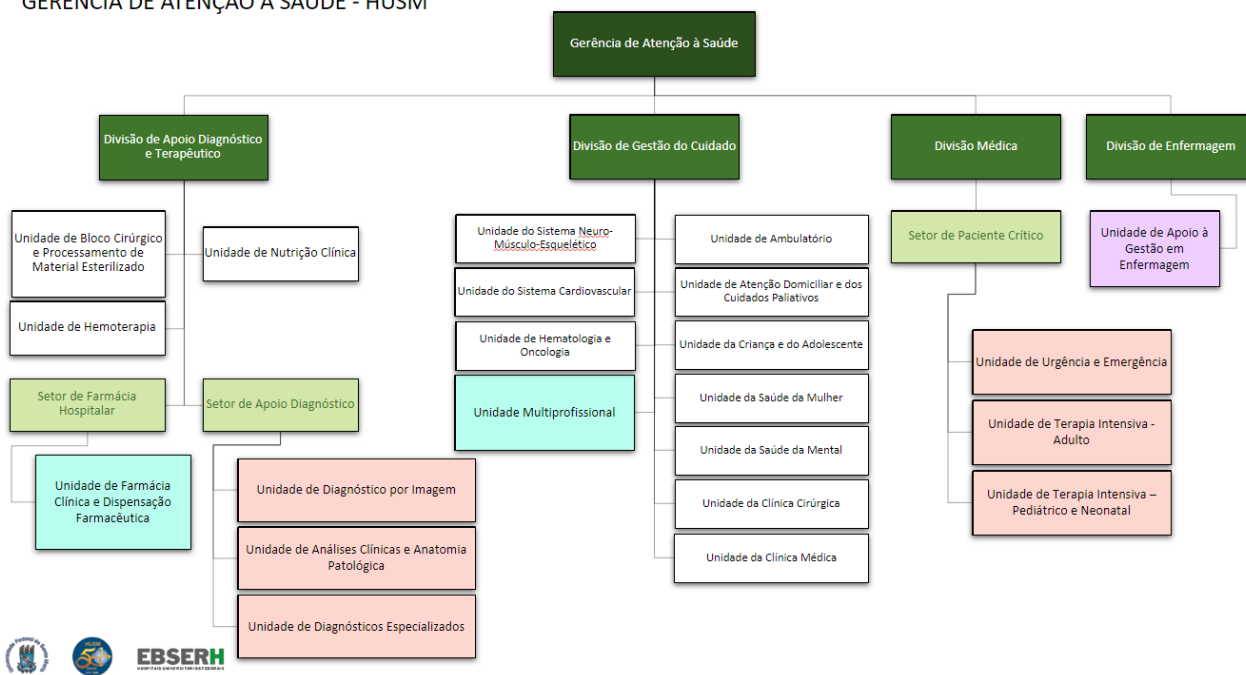
GERÊNCIA ADMINISTRATIVA - HUSM



GERÊNCIA DE ENSINO E PESQUISA - HUSM



GERÊNCIA DE ATENÇÃO À SAÚDE - HUSM



Número de profissionais que atuam no HUSM:

Para atendimento de toda demanda assistencial, de Ensino e administrativa, a equipe, - mesmo que em número menor em relação ao ideal – demonstra engajamento e preocupação constante com o bem-estar dos pacientes e demais trabalhadores.

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

Profissionais	Quantitativo
Servidores públicos da Universidade	714
Empregados públicos Ebserh	1.384
Profissionais terceirizados	685
Docentes	178
Residentes	284

Fonte: Divisão de Gestão de Pessoas e Gerência de Ensino e Pesquisa

Números de atendimentos/2024

Número de leitos: 380

Atendimentos Urgência: 22.495

Internações: 16.942

Consultas ambulatoriais: 307.230

Exames Laboratoriais: 545.981

Exames de Diagnóstico por imagem: 44.189

Cirurgias: 13.907

Partos: 1.259

Fonte: DataSUS – atendimentos 2024

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

Hospital Universitário de Santa Maria – HUSM/UFSM

Plano de Comunicação 2025/2026

Residências/Preceptores	Quantitativo/ano
Residência médica	50
Residência multiprofissional	5
Residência uniprofissional	Não temos
Preceptores no total	362

Fonte: Gerência de Ensino e Pesquisa

I. DOCUMENTOS NORTEADORES

Para alcançar resultados efetivos, **é imprescindível o alinhamento das ações de comunicação com os objetivos do HUF, Plano Diretor da CCS e Plano Estratégico da Ebserh**, definidos nos seguintes documentos:

Mapa Estratégico e Plano de Negócio 2025 da Ebserh:
<https://www.gov.br/ebserh/pt-br/governanca/gestao-estrategica/plano-de-negocios>

- **Política de Comunicação da Ebserh;**
- **Plano Diretor da CCS;**
- **Plano Diretor Estratégico do HUSM;**
- **Política de Comunicação da Universidade;**
- **PDE do Hospital Universitário de Santa Maria;**
- **Manuais da Comunicação da Rede Ebserh (Redes Sociais, Manual da Marca, etc).**

O Plano de Comunicação do Hospital Universitário de Santa Maria está de acordo com as normativas institucionais acima listadas.

2. PÚBLICOS

➤ Público interno:

Com vínculo institucional:

Profissionais de carreira: profissionais Ebserh e servidores da Universidade que atuam no HU.

Comunidade acadêmica: professores, preceptores, residentes, alunos da graduação (estágio obrigatório e voluntários).

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

Sem vínculo institucional:

Profissionais que realizam pesquisa no HU.

• Público externo:

Pacientes: internados ou de ambulatorios, familiares, acompanhantes e visitantes.

Comunidade local: usuários do SUS e profissionais de saúde em geral.

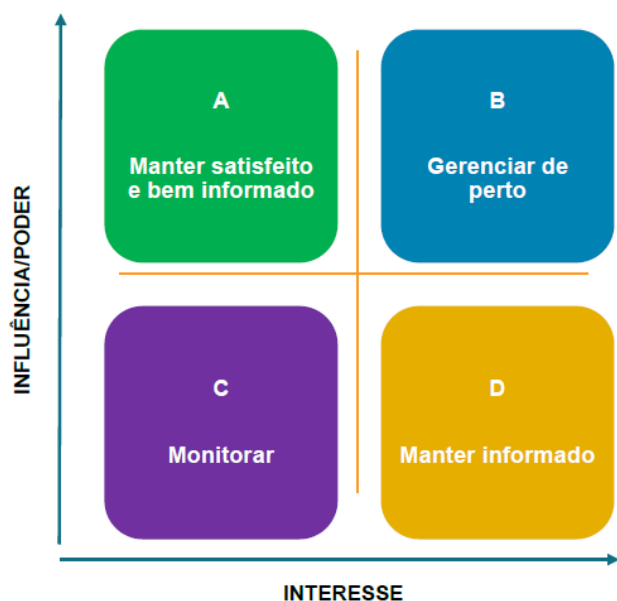
Formadores de opinião: imprensa, perfis nas redes.

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

Instituições públicas de saúde: Ministério da Saúde, Secretaria Estadual de Saúde, Coordenadoria Regional de Saúde, Secretarias municipais dos 45 municípios da área de abrangência do HUSM e Órgãos Reguladores e Fiscalizadores (Anvisa, Conselhos de Classe);

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

Figura 1 – Matriz de Poder e Interesse



Fonte: Eden e Ackermann, 1998.

Devemos focar os esforços de comunicação e relacionamento no quadrante superior direito.

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

Quadrante	Stakeholder	Expectativa	Estratégia de engajamento
B	Profissionais de carreira	Reconhecimento e valorização	Ações de comunicação interna; eventos de integração; atividades de formação
B	Comunidade acadêmica	Integração e conhecimento	Comunicação de projetos e eventos; visibilidade pública
D	Profissionais terceirizados	Valorização, transparência e cooperação	Ações de comunicação interna, eventos de integração
D	Voluntários	Reconhecimento e valorização	Materiais informativos; eventos/reuniões
B	Pesquisadoras externas	Informação e transparência	Materiais Informativos; Comunicação de projetos
B	Pacientes	Humanização e qualidade do cuidado	Materiais Informativos; Campanhas educativas
A	Comunidade local	Responsabilidade social, ambiental e governança	Materiais Informativos; Campanhas; Eventos
A	Formadores de opinião	Informação e Transparência	Releases; entrevistas; fontes especializadas; eventos
C	Instituições públicas com vínculo direto	Resultados positivos e evolução dos serviços	Materiais informativos; eventos/reuniões
D	Instituições públicas de saúde	Qualidade assistencial e integração à rede de saúde	Materiais informativos; eventos/reuniões
C	Demais Instituições públicas	Conformidade e transparência	Relatórios institucionais; eventos/reuniões

3. DIAGNÓSTICO

O Hospital Universitário de Santa Maria (HUSM) apresenta uma complexa estrutura assistencial, **com 380 leitos, central de UTIs e pronto-socorro porta aberta**, o que o consolida como referência em atendimentos de alta complexidade para toda a região centro do Rio Grande do Sul. Essa abrangência se reflete diretamente nas rotinas da Unidade de Comunicação Regional nº 16, que realiza inúmeros atendimentos à imprensa, especialmente sobre pautas relacionadas a denúncias por erros médicos, superlotação do pronto-socorro e atendimentos de pacientes graves com politrauma – vítimas de acidente de trânsito -, além das tradicionais pautas referentes à prevenção, diagnóstico e tratamento de doenças. A busca constante de veículos de comunicação por fontes especializadas exige agilidade, domínio técnico e sensibilidade no tratamento das informações, preservando a ética, a imagem institucional e os princípios do SUS.

A infraestrutura destinada à realização de eventos – foram realizados 40nsomente em 2024 – e ações institucionais também impõe desafios significativos. O principal auditório, datado da década de 1970, apresenta graves limitações estruturais: não possui ar-condicionado, tem cadeiras antigas com cinzeiros na parte traseira, sistema de som deficiente — com caixas inoperantes no lado direito — e forte presença de mofo, o que exige abertura prévia para ventilação. Além disso, o palco não possui acessibilidade para pessoas com deficiência. O segundo auditório, reformado recentemente, oferece melhores condições, com piso vinílico, cadeiras novas, reserva de vagas para cadeirantes e sistema audiovisual moderno. No entanto, sua localização em um andar de internação representa um entrave para eventos com público externo, que precisa circular por áreas assistenciais para chegar ao local.

No campo da imprensa, o cenário regional também apresenta limitações. Santa Maria conta com apenas uma afiliada de televisão (RBS TV), um jornal diário (Diário de Santa Maria), poucos portais de notícias e cerca de cinco rádios entre AM e FM. Essa restrição de veículos locais demanda estratégias diferenciadas de relacionamento com a mídia e reforça a importância de fortalecer a presença digital do hospital para ampliar o alcance das informações de interesse público e a transparência institucional.

Em 2024, com a consolidação do **CAU Comunicação**, a Unidade Regional passou a registrar e monitorar de forma sistematizada as demandas internas de comunicação. Somente no último ano, a UCR 16 atendeu **413 chamados**, sendo **209 direcionados aos grandes temas corporativos** e os demais geridos internamente. A área de maior demanda foi a de **reportagem**, com **103 chamados**, seguida por **audiovisual e redes sociais (56)**, **eventos e comunicação interna (47)** e **imprensa e informação estratégica (2)**. Ressalta-se que esta última categoria apresenta **subnotificação**, uma vez que a chefia ainda não registrava integralmente os atendimentos no sistema. Observa-se

também a alta frequência de solicitações para **atualização de conteúdo no site institucional**, que figura entre as principais demandas do CAU, superando inclusive os pedidos de produção de peças gráficas (veja imagem abaixo).

A implementação do novo modelo de gestão da comunicação, embora tenha ampliado a transparência e o controle das demandas internas, impactou diretamente a rotina da Unidade. O volume crescente de solicitações e o papel central assumido pelo CAU multiplicaram o trabalho do chefe regional, restringindo sua disponibilidade para a atuação estratégica e o planejamento de longo prazo. Apesar da conquista representada pela contratação de um profissional de Relações Públicas — após uma década de atuação solitária da jornalista responsável —, a sobrecarga persiste, indicando a necessidade de contratação de novos profissionais da área de comunicação, ao menos um analista administrativo e ainda de rever processos e fluxos internos para garantir a sustentabilidade e a efetividade da comunicação institucional.

UNIDADE DE COMUNICAÇÃO REGIONAL 16



Ranqueamento por Categoria de Chamado

1º	Divulgação – Elaboração de material – Notícia/matéria	126
2º	Criação, publicação, substituição ou exclusão de conteúdo nos sites institucionais (site e intranet)	63
3º	Criação de arte/peças	56
4º	Evento	40
5º	Foto – Cobertura Fotográfica	26
6º	Sem categoria	18
7º	Revisão de material	13
8º	Divulgação – Divulgação de arte pronta e aprovada pela comunicação	9
9º	Vídeo – Captação de vídeo sem edição	7
10º	Assessoria institucional	5
11º	Divulgação – Elaboração de material – Comunicado	4
12º	Vídeo – Edição de vídeo	4
13º	Foto – Solicitação de fotos institucionais já produzidas	4
14º	Campanha	2
15º	Divulgação – Elaboração de material – Nota de esclarecimento	2
16º	Diagramação	1
17º	Vídeo – Produção de vídeo	1
18º	Vídeo – Solicitação de vídeos institucionais já produzidos	1

UNIDADE DE COMUNICAÇÃO REGIONAL 16



Chamados abertos por usuários no hospital

Desde fevereiro de 2024, a Unidade de Comunicação Regional 16 registrou um total de 382 chamados na CAU Comunicação.

Informações sobre os 382 chamados da UCR16:

Status

- 354 estão fechados;
- 8 solucionados;
- 4 pendentes; e
- 16 em atendimento.

Prazo de solução

- 93 estão com o tempo de atendimento excedido.

**Dados extraídos da CAU Comunicação em 11/12 às 15:30.*



Chamados encaminhados aos Grandes Temas

Desses 382 chamados, 183 foram encaminhados aos Grandes Temas, sendo:

- 47 para Unidade de Audiovisual e Redes Sociais;
- 93 para Unidade de Reportagem;
- 40 para Unidade de Eventos e Comunicação Interna; e
- 3 para Unidade de Imprensa e Informação Estratégica 2.

Atualizado em 11/12/2024

Relatório de Monitoramento da CAU Comunicação

UNIDADE DE COMUNICAÇÃO REGIONAL 16

Considerações

Referente a Unidade de Comunicação Regional 16, temos algumas considerações sobre as seguintes ações no sistema:

- Atribuir categoria adequada ao tipo de pedido;
- Reforço quanto ao uso do status pendente, quando for necessário, para evitar exceder o tempo de atendimento do chamado.

A seguir a análise segmentada conforme as pesquisas institucionais.

Fase 1 – AVALIAR AÇÕES REALIZADAS EM 2024:

1. Avaliar **eventos e/ou campanhas** realizados x efetividade e alinhamento com os objetivos do HU;
2. Avaliar índices de matérias negativas e positivas na **imprensa**;
3. **Matérias** produzidas no site x anos anteriores x assuntos com mais “peso”;

Relacione, abaixo, as principais ações, eventos ou campanhas realizadas e o resultado:

1. Eventos e ou Campanhas

Ação realizada	Público	Deu certo	Pode melhorar	Observação
Reconhecimento de Mérito de ex-gestores do hospita	Interno	SIM	SIM	O reconhecimento de emérito é uma honraria deferida pela superintendência – na Semana de Aniversário do HUSM - para profissionais e/ou serviços por excelência no exercício das funções e/ou atendimento ao público. Os indicados são submetidos a aprovação do colegiado.
Semana Aniversário HUSM	Interno e externo	SIM	SIM Ações melhorar engajamento para	Série de eventos promovidos – no mês de abril - pela Unidade de Comunicação do HUSM e Comissão de eventos do hospital: Caminhada pela Vida, torneio esportivo e apresentações musicais e exposição fotográfica.
	Interno	SIM	SIM	Desde 2023, a Ouvidoria iniciou o projeto “Unidade Amiga do Cidadão”, voltado para o público interno, como uma forma de

Hospital Universitário de Santa Maria – HUSM/UFSM

Plano de Comunicação 2025/2026

Entrega de Certificado a Unidade Amiga do Cidadão				incentivar a colaboração das unidades a responderem as demandas encaminhadas pela Ouvidoria.
I Simpósio de Nutrição Clínica	Interno e externo	SIM	Não se repete	https://www.gov.br/ebserh/pt-br/hospitais-universitarios/regiao-sul/husm-ufsm/comunicacao/noticias/husm-ufsm-realiza-i-simposio-de-nutricao-clinica
<i>Projeto Cuidarte: Cuidado e Arte no Ambiente Hospitalar</i>	Interno e externo	SIM	SIM Ampliar número de apresentações	Apresentações culturais curtas (até 30 minutos) nas dependências do hospital Realização: Unidade de Comunicação
Projeto Café.com	Interno	SIM	SIM Realizar uma vez por mês	Promovido pela Unidade de Comunicação, tem como público-alvo os gestores do HUSM. Consiste em três momentos: apresentação da Unidade de Comunicação e os serviços por ela ofertados; capacitação sobre o uso da ferramenta CAU Comunicação e roda de conversa para identificar junto com as chefias pautas para reportagens no site institucional.
Projeto Abrace o HUSM	Externo	SIM	SIM Realizar a cada 3 meses Finalização do vídeo institucional para exibir na abertura do evento	Promovido pela Superintendência, Segov e Unidade de Comunicação, o projeto consiste na apresentação dos indicadores institucionais e projetos de melhorias e/ou ampliação de serviços para públicos estratégicos que possam apoiar o HU seja com a destinação de recursos ou fazendo lobby para aprovação de projetos e melhorias nos fluxos assistenciais.
<i>Ronda Gaúcha</i>	Interno e externo	SIM	SIM	Organizado pela Comissão de Evento, é uma semana voltada a apresentações artísticas/culturais de valorização da Cultura Gaúcha: dança, declamação e canto (individual e coral)

Hospital Universitário de Santa Maria – HUSM/UFSM

Plano de Comunicação 2025/2026

Seminário de apresentação de <i>Projetos de iniciação científica e Tecnológica</i>	Interno	SIM	SIM Ações para melhorar engajamento docentes acadêmicos envolvidos no projetos.	Promovido pela Gerência de Ensino e Pesquisa com apoio da UCR 16 (cerimonial e mestre de cerimônias) o evento reúne a apresentação de projetos aprovados nos editais PIC e PIT
Homenagem aos servidores aposentados	Interno	SIM	SIM Ações para melhorar engajamento	Cerimônia de entrega de certificados aos servidores aposentado naquele ano, seguido de coffee.
Campanha Educativa sobre LGPD	Interno	SIM	Não se repete	A equipe da Ouvidoria do Hospital Universitário de Santa Maria marcou presença, no evento de acolhida aos novos residentes médicos e assistenciais, de uma forma diferente. Com a campanha Educativa para divulgar a Lei de Proteção de Dados-LGPD, nº 13.709, de 14 de agosto de 2018, foram distribuídos folder com informações sobre a normativa.
Campanha para incentivo a doação e coleta de sangue no HUSM	Interno e Externo	SIM	SIM	Uma parceria ddo Hemocentro Regional e o banco de sangue do HUSM promoveu em 2024 quatro momentos de coleta de sangua para a comunidade acadêmica dentro do hospital – momento em que os profissionais do Hemocentro se deslocam para fazer a coleta. A Campanha segue em 2025. O HUSM transfunde, em média, 1,2 mil hemocomponentes por mês https://www.gov.br/ebserh/pt-br/hospitais-universitarios/regiao-sul/husm-ufsm/comunicacao/noticias/husm-ufsm-promove-coleta-de-sangue-para-fortalecer-estoques-regionais
Álbum de Memórias	Interno e externo	SIM	SIM	O Álbum de Memórias é um projeto de Extensão da Unidade de Comunicação Social do HUSM. Iniciou em 2020, em

			Ações para melhorar engajamento	<p>comemoração aos 50 anos do hospital. Atualmente, ele é atualizado por acadêmicas voluntárias do Curso de Relações Públicas da Universidade Federal de Santa Maria. As primeiras fotografias, documentos e relatos foram, cuidadosamente, escolhidos para representar os momentos mais significativos ao longo das décadas de serviço prestados à população da região centro-oeste do Estado. Foram expostas 24 fotografias, mas o acervo é muito maior: já soma 250 registros.</p> <p>https://www.gov.br/ebserh/pt-br/hospitais-universitarios/regiao-sul/husm-ufsm/comunicacao/noticias/fotos-do-album-digital-de-memorias-do-husm-sao-expostas-pela-primeira-vez-desde-que-ele-foi-criado</p>
--	--	--	---------------------------------	--

2. Índices de matérias positivas e negativas na Imprensa (até 01/06/25):

	2023	2024	2025*
Positivas	60	357	85
Neutras	137	124	360
Negativas	0	43	2
Total	197	524	447

Fonte: Unidade de Imprensa e Informação Estratégica 2

3. Matérias Produzidas no site

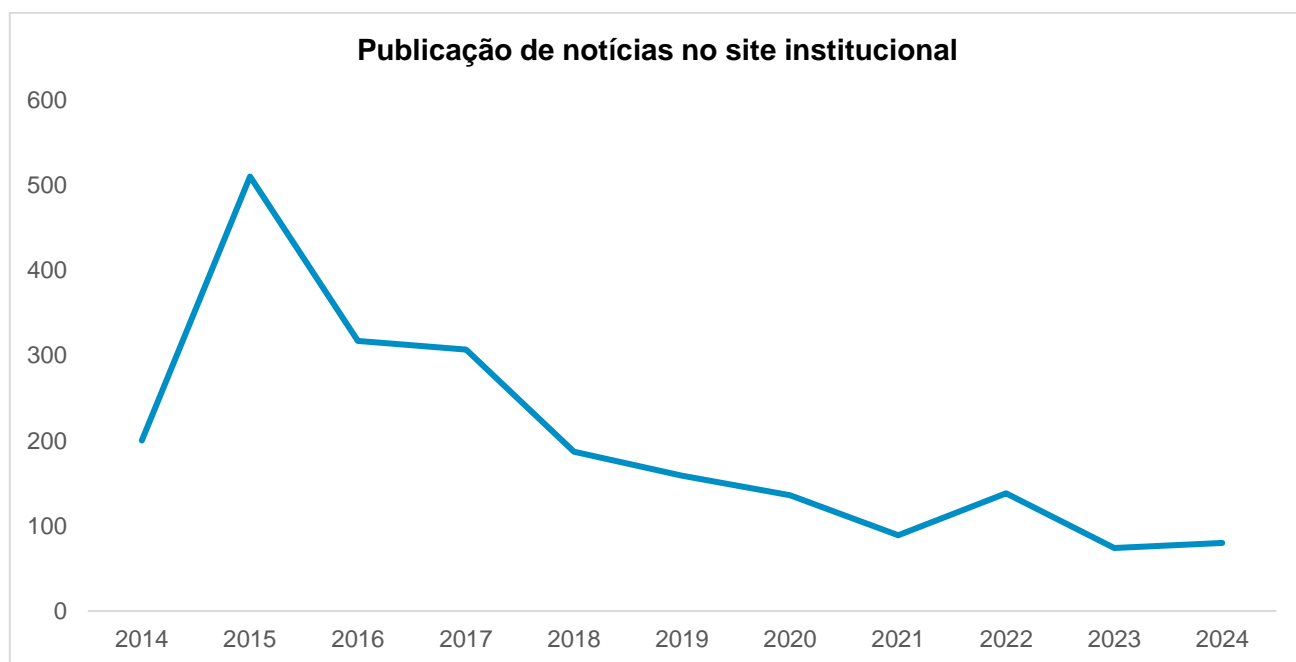
O acompanhamento histórico das **publicações no site institucional** evidencia uma **redução significativa no número de matérias ao longo dos anos**, com oscilações relacionadas a fatores estruturais, de pessoal e de modelo de gestão. Em 2015, o HUSM registrou **510 publicações**, recorde histórico alcançado com o apoio de duas bolsistas de comunicação. Nos anos seguintes, os números começaram a decair — **317 em 2016** (quando o hospital chegou ao 3º lugar no ranking nacional) e **307 em 2017** (2º lugar nacional) —, até atingir **74 matérias em 2023**, ano de início do novo modelo de comunicação. Entre as principais causas dessa redução estão a **instabilidade técnica do site**, especialmente no último ano, a **mudança na metodologia de registro das pautas** (uma vez que matérias nacionais publicadas sem replicação local não são computadas nos indicadores regionais) e a **maior exigência de aprofundamento e qualidade editorial** nas produções. Antes do novo modelo, o foco era em volume: os textos eram curtos e não contavam com apoio especializado da Unidade de Reportagem. A partir de 2024, observa-se um movimento de recuperação, com **170 publicações**, reflexo da **implantação do CAU Comunicação** e da **estruturação da equipe de reportagem**, que passaram a concentrar as demandas de produção e distribuição de conteúdo. Até setembro de 2025, o HUSM já contabilizava **92 matérias**, o que indica tendência de estabilidade na produção e consolidação do novo formato de trabalho.

Informações com números absolutos de contexto da produção de conteúdo (até 01/09/2025):

Ano	Total matérias publicadas	Observação
2014	200	Total relativo aos últimos 4 meses do ano. Início do contrato da Jornalista na Ebserh foi 01/09
2015	510	Recorde de publicações. Havia duas bolsistas que auxiliavam na produção de conteúdo para o site.
2016	317	Husm chegou ao 3º lugar no ranking de publicação nacional
2017	307	Husm chegou ao 2º lugar no ranking de publicação nacional
2018	187	Afastamento médico da jornalista
2019	159	Por apontamento do TCU, foram suspensas as bolsas acadêmicas no hospital
2020	136	Migração para plataforma gov.br Março: Decretada Covid19

2021	89	Covid 19
2022	138	Fevereiro: implantação da Nova Intranet
2023	74	Agosto: Início do Novo Modelo
2024	170	Implantação do CAU Comunicação Implantação das TV Corporativas
2025*	92	

Fonte: Site institucional do Hospital Universitário de Santa Maria



Fonte: elaboração própria

Assuntos com mais “peso” em 2025, 2024 e 2023:

Nos últimos três anos, a cobertura do Hospital Universitário de Santa Maria (HUSM) na imprensa regional e nacional evidencia uma presença expressiva da instituição no noticiário, com ênfase tanto em realizações e avanços estruturais quanto em episódios de crise ou situações assistenciais complexas. O balanço geral mostra que a maior parte das notícias positivas foi pautada ou acompanhada pela Unidade de Comunicação, resultando em matérias que destacam investimentos, conquistas assistenciais e aprimoramentos nos serviços. Contudo, as matérias de maior repercussão espontânea na mídia tendem a ocorrer em momentos de crise, quando o foco recai sobre situações de superlotação, falhas

assistenciais ou denúncias individuais. Esse comportamento é típico de instituições hospitalares de grande porte e complexidade, especialmente aquelas com pronto-socorro porta aberta, como é o caso do HUSM.

A Unidade de Comunicação tem papel central na mediação com a imprensa e na gestão da imagem institucional, atuando não apenas na resposta a crises, mas também na proatividade para pautar matérias positivas, que mostrem o impacto do hospital na formação, pesquisa e assistência. O levantamento mostra avanços nesse sentido, especialmente em 2024, quando foram ampliadas as ações de divulgação de projetos inovadores, certificações e novos serviços — resultado da implantação do novo modelo de comunicação e da estruturação das unidades de reportagem, audiovisual e redes sociais. Ainda assim, observa-se que parte das notícias positivas tem alcance limitado, restrito aos canais próprios da instituição, o que reforça a necessidade de fortalecer o relacionamento com jornalistas e veículos locais, ampliando o fluxo de pautas e o envio regular de releases com potencial de interesse público.

A cobertura negativa, por sua vez, concentra-se em dois eixos principais: erros médicos e superlotação. No primeiro caso, trata-se de episódios de grande sensibilidade pública, em que a comunicação deve agir com agilidade, transparência e articulação com as áreas assistenciais e jurídicas, zelando pela ética e pela preservação da imagem institucional. Já a superlotação e as restrições de atendimento — muitas vezes ocasionadas por fatores externos, como desastres climáticos ou a alta demanda regional — reforçam a importância de estratégias preventivas de comunicação. A divulgação antecipada de fluxos, campanhas educativas sobre o uso adequado do pronto-socorro e dados sobre atendimentos podem reduzir o impacto negativo e contextualizar as situações críticas junto à sociedade.

Para reduzir o peso das notícias negativas e popularizar as pautas positivas, a Unidade de Comunicação pode investir em uma estratégia integrada de visibilidade pública, com foco em narrativas humanas, resultados assistenciais e iniciativas de impacto social. A produção de conteúdo multiplataforma — especialmente para redes sociais, onde o público jovem e os residentes estão presentes — deve ser priorizada, com linguagem acessível e formato atrativo. Além disso, o fortalecimento do relacionamento com repórteres locais e assessorias da UFSM e da Ebserh Sede pode aumentar a republicação e o alcance das matérias positivas em veículos externos. A consolidação de um banco de fontes internas treinadas para entrevistas e a realização de media training com gestores e especialistas também são medidas que elevam a qualidade da comunicação institucional.

Por fim, cabe à gestão do HUSM promover condições estruturais e estratégicas que sustentem essa atuação comunicacional. A criação de um comitê de crise com protocolos claros de resposta à imprensa, o investimento em capacitação das lideranças e o fortalecimento do corpo técnico da comunicação são passos fundamentais para prevenir desgastes e consolidar a imagem do hospital como instituição de referência, transparente e comprometida com o SUS. A comunicação, quando integrada à gestão e valorizada como ferramenta estratégica, torna-se um ativo institucional capaz de fortalecer a confiança da sociedade e o engajamento interno dos profissionais.

2023	<p>Positivo: HUSM vai receber R\$40 milhões do PAC; Cerca de 20 mil pacientes não compareceram a consulta no HUSM esse ano; Concurso da EBSEH abre 49 vagas de emprego para o HUSM; Projeto Reviver utiliza a aplicação de taping em pacientes mastectomizadas no HUSM-UFSM; Novo medicamento para tratar puberdade precoce começa a ser aplicado no HUSM;</p> <p>Negativo: Mais de 100 pacientes com câncer esperam na fila para começar o tratamento de radioterapia no Hospital Universitário de Santa Maria;</p>
2024	<p>Positivo: Husm zera fila de espera por colocação de marca-passo (fevereiro); HUSM inaugura serviço de consultoria de aleitamento materno; Hospitais da Rede Ebserh unem esforços para assegurar atendimento durante enchente no RS; HUSM começa ofertar refeições com produtos da agricultura familiar; HUSM amplia leitos e capacita equipe da UTI adulto; Implanta Serviço de Bombeiros Civis; Inaugura Fraldário Adulto; Investe mais de R\$ 1 milhão na modernização do Centro de Materiais Esterilizáveis; Realiza cirurgia cardíaca inédita; Recebe título Hospital Amigo da Criança; Inaugura sala de fisioterapia exclusiva para idosos; Inaugura mural temático na Unidade de Saúde Mental; Amplia atuação da Farmácia Clínica; Recebe novos aparelhos de eletrocardiograma.</p> <p>Negativo: Leandro Boldrini, condenado a 31 anos pela morte do filho Bernardo, é classificado para residência médica no HUSM (março); Husm fica sem telefone e internet devido as fortes chuvas; atendimentos seguem restritos a urgência e emergência; Husm interdita leitos de UTI pediátrica devido fortes chuvas; Consultas ambulatoriais e cirurgias eletivas suspensas no HUSM devido fortes chuvas; Após nova superlotação, Pronto socorro do HUSM superlotado e atendimento restrito (abril)</p>
2025	<p>Positivas: HUSM recebe novos equipamenetos de imagem; HUSM participa de mutirão nacional do SUS; HUSM realiza procedimento cirúrgico completo em bebê durante o parto; HUSM inicia compra de 30% de alimentos oriundo da agricultura familiar; HUSM disponibiliza consulta online da fila de espera cirurgica.</p> <p>Negativas: Mãe denuncia negligência médica após filho de 15 anos perder a mobilidade depois de cirurgia; Justiça manda Ebserh e tercerizada ressarcir ao INSS morte de trabalhador; enfermeira é indiciada por homicídio culposo por transfusão de sangue errada;</p>

Fonte: Clipping da UFSM até 2022 e Unidade de Imprensa e Informação Estratégica 2 a partir de 2023

3.1. Canais de Comunicação Interna e grau de efetividade

Canal	Situação atual (efetividade)
TV Corporativa	<p>Baixa receptividade. Público alegam falta de conteúdo local na exibição das telas e baixo alcance do áudio.</p> <p>Implementada em 2024. Dispomos de três equipamentos para transmissão em rede localizados em locais de grande circulação de público: 1) hall de entrada do HU, na área de consultas ambulatoriais; 2)</p>

	<p>na antessala do pronto-socorro e 3) na antessala do Laboratório de Análises Clínicas.</p> <p>Apresenta problema frequente de falta de conectividade. Necessidade de ampliação da rede de transmissão em outros pontos estratégicos.</p>
Intranet do HUSM	<p>Intranet local (ainda em funcionamento) é a mais utilizada, portanto muito efetiva. A migração do conteúdo documental (protocolos, manuais, fluxogramas, POPs etc) para o Portal do Conhecimento é o impedimento para fechamento desse canal. Atualmente, essa plataforma é alimentada pelo Setor de Qualidade que é quem valida os documentos institucionais.</p>
Intranet da Ebserh	<p>Pouco efetiva pela existência da intranet do HUSM já consolidada. Notícias e campanhas publicadas nela tem baixa visualização. Devido à exigência de monitoramento e/ou alimentação diária da Unidade de Comunicação para aplicativos e programas como site, CAU Comunicação, TEAMS, SEI, E-mail torna-se quase inviável manter a Intranet Ebserh atualizada.</p> <p>O ideal seria um sistema interligado em que fosse possível “puxar” a matéria já publicada no site para ela. Assim como fazemos com as matérias publicadas no site da Ebserh para dentro do site do HU.</p>
E-mail	<p>Pouco efetivo. Usuários reclamam o grande número de informação recebida da sede e da Divisão de Gestão de Pessoas (UDP), diariamente.</p>
Quadros de avisos	<p>Pouco efetivo. O HUSM possui 06 quadros de avisos em todo o complexo, cujo conteúdo de publicização é gerenciado pela UCR16, com manutenção mensal. Do total de quadros de avisos 3 (três) unidades padronizadas foram enviadas pela CCS pelo projeto de comunicação interna as demais seguem modelo dos murais internos.</p>
Site institucional	<p>Pouco efetivo, baixo índice de acesso. Queixa frequente de instabilidade no site (conteúdo fora do ar).</p>
Teams	<p>Efetivo. Usuários sinalizam recebimento e respondem rápido.</p>
Desktop	<p>Muito efetivo. É a ferramenta mais solicitada para divulgação de informações internas, pois a visualização torna-se obrigatória, uma vez que fica na área de trabalho do computador do usuário. No HUSM – a pedido dos usuários – criamos normativa interna definindo que a arte do desktop deve utilizar apenas um terço da tela, para que não atrapalhe a visualização dos arquivos em uso pelos trabalhadores.</p>

Fase 2 – ANÁLISE DA PRESENÇA DIGITAL DO HU:

2.1. Avaliação das Redes sociais:

Apresente os canais digitais existentes da instituição (instagram, youtube, linkedin, facebook, etc) e faça uma breve análise do crescimento dos perfis, bem como conteúdos que tiveram mais engajamento.

O Hospital Universitário de Santa Maria (HUSM) passou a contar com o Instagram em 21 de janeiro desse ano. Até o momento foram 163 publicações, sendo o reel a principal delas. Estamos com 3.074 seguidores – com 512 deles conquistado nos últimos 30 dias, quando intensificamos a produção de reels. No último mês alcançamos 114.555 mil visualizações. Mais da metade delas de seguidores (65.7%).

Redes sociais institucionais

Rede social	Conteúdo com mais engajamento	Conteúdo com menos engajamento
Instagram*	Post sobre procedimento cirúrgico em bebê prematuro.	Post com programação do Seminário sobre Alzheimer realizado no dia 13 de setembro.
Linkedin	Não temos	
Facebook	Não temos	
Youtube	Temos como repositório de vídeos. Não produzimos conteúdo específico para essa rede.	

- Rede criada pela UARES em 21 de janeiro de 2025. Dois meses depois iniciam as primeiras postagens no HU.

Fase 3 – REALIZAR PESQUISA QUANTITATIVA E QUALITATIVA:

3.1 Pesquisa de Satisfação dos usuários (2024)

Em 2024, a Ouvidoria do Hospital Universitário de Santa Maria (HUSM-UFSM) realizou a Pesquisa de Satisfação dos Usuários do SUS, alcançando um índice de 96,82% de satisfação. Ao todo, 702 participantes — entre usuários e acompanhantes — responderam ao formulário, avaliando aspectos essenciais da experiência hospitalar.

A pesquisa considerou itens como limpeza e higienização, estrutura física, atendimento ambulatorial, atendimento durante a internação e refeições. Esses indicadores seguem o

padrão de avaliação estabelecido pela Rede Ebserh e permitem monitorar a qualidade dos serviços oferecidos no hospital.

O resultado demonstra que a ampla maioria dos entrevistados avaliou positivamente os serviços assistenciais prestados pelo HUSM, evidenciando a percepção favorável sobre a resolutividade, acolhimento e segurança durante o atendimento.

Além disso, a Ouvidoria reforça que o levantamento é um instrumento estratégico para orientar melhorias contínuas, fornecendo subsídios para decisões de gestão e fortalecendo a relação entre hospital e comunidade.

3.2. Comparativo 2024 x 2023

Em **2023**, a Pesquisa de Satisfação dos Usuários — também conduzida pela Ouvidoria — obteve **856 respostas**, sendo **591 usuários** e **265 acompanhantes**. Entre os participantes, a maior parte era do sexo feminino, tanto no perfil de pacientes quanto de acompanhantes. O levantamento registrou **97,08% de satisfação** com os serviços assistenciais do HUSM.

Comparando os dois anos, percebe-se que **2023 apresentou um percentual ligeiramente maior** de aprovação (97,08%) em relação a **2024** (96,82%), além de uma amostra um pouco mais ampla, com **856 respostas em 2023** contra **702 em 2024**. Apesar disso, os índices permanecem bastante próximos, o que evidencia **consistência na qualidade do atendimento** oferecido.

De forma geral, os resultados mostram que o hospital mantém um **alto padrão de satisfação** entre os usuários e acompanhantes, com variações mínimas entre os anos. Isso reforça a efetividade das políticas de acolhimento, organização e gestão dos serviços, mas também aponta oportunidades para ajustes contínuos visando superar expectativas e ampliar ainda mais a confiança da comunidade.

3.3 Pesquisa de satisfação dos residentes (2023)

A Pesquisa de Satisfação dos Residentes realizada em 2024 contou com a participação de 185 respondentes, incluindo 58 preceptores e demais residentes, representando um aumento significativo em relação às 87 respostas de 2023. Esse crescimento evidencia maior engajamento e representatividade na pesquisa, permitindo uma visão mais abrangente sobre a percepção dos residentes quanto às condições de formação e prática no Hospital Universitário de Santa Maria (HU).

A nota geral de satisfação em 2024 foi de 73,9%, com 97,7% dos participantes indicando o HU como campo de prática, ainda que com ressalvas, mostrando avanço em relação à nota média de 6,94 obtida em 2023. Em ambos os anos, os residentes destacaram como ponto positivo a adequação das demandas à especialidade e a satisfação com o HU como campo de prática, reforçando a relevância do hospital como espaço de ensino.

Na infraestrutura, os itens mais críticos permaneceram consistentes ao longo dos anos. Em 2023, os maiores índices de insatisfação estavam concentrados no espaço físico destinado ao descanso do residente (75% insatisfeito/muito insatisfeito) e na disponibilidade de insumos assistenciais (54,7% insatisfeitos/muito insatisfeitos). Em 2024, a avaliação global da infraestrutura apresentou média 5,9, com destaque negativo para o espaço de descanso e o ensino baseado em simulação, enquanto a biblioteca virtual UpToDate e a disponibilidade de insumos assistenciais foram apontadas como aspectos mais positivos, demonstrando avanços na oferta de recursos e materiais de apoio.

Em relação aos serviços ofertados, a média global foi de 7,0 em 2024, evidenciando melhora em relação à avaliação de 2023, quando 35% dos residentes apontaram insatisfação com a organização dos serviços e a qualidade da alimentação. Apesar disso, a alimentação e o acesso ao ensino baseado em simulação continuam sendo os pontos de maior crítica. Por outro lado, a relação interpessoal com a COREME e a GEP recebeu avaliações mais positivas em 2024, indicando evolução no suporte e na interação com os residentes.

Quanto à preceptoria e formação profissional, a média global em 2024 foi de 7,5, mostrando avanços em relação às queixas de 2023 sobre o apoio da COREME e COREMU e o tempo destinado às atividades teóricas. Persistem, entretanto, desafios relacionados ao apoio ao desenvolvimento de pesquisa e extensão (17% de insatisfação). Entre os pontos mais valorizados, 37,8% dos residentes consideraram muito satisfatório o estímulo dos preceptores ao desenvolvimento de habilidades na entrevista com o paciente e 35% apontaram como muito satisfatório o desempenho pedagógico-técnico dos preceptores. Por fim, a formação profissional recebeu nota média de 6,9, mantendo-se próxima à de 2023, com destaque positivo para a contribuição da prática no aprendizado e na experiência assistencial, com 52,8% e 42,1% de satisfação elevada, respectivamente.

3.4. Pesquisa de Comunicação Interna do HUSM: comparativo com 2024

Em 2025, a Pesquisa de Comunicação Interna do HUSM-UFSM/Ebserh contou com a participação de 17 colaboradores, predominando profissionais da área administrativa (15), seguidos pela área assistencial (2). A baixa adesão em relação a 2024 (66 respostas) se deve ao fato de período que o questionário ficou disponível para respostas: apenas cinco dias. A chefe da Unidade de Comunicação estava afastada devido à problemas de saúde e o tempo para elaboração do Plano de Comunicação e suas etapas ficou prejudicado.

Entre os colaboradores que responderam a pesquisa de 2025, 13 já utilizaram os serviços da Unidade de Comunicação, demonstrando relevância e abrangência das atividades do setor junto aos colaboradores. A pesquisa teve como objetivo avaliar a percepção dos profissionais quanto à comunicação interna e externa, identificar canais mais utilizados, dificuldades de acesso e oportunidades de melhoria.

A avaliação da **comunicação interna** atingiu uma **nota média de 4,47** em escala de 1 a 5, enquanto a **comunicação externa** foi avaliada com **4,41**. Os colaboradores se mantêm informados principalmente pelos canais institucionais, com destaque para Teams (15), e-mail institucional (12) e desktop do computador (11). A maior parte também conhece os canais externos, especialmente o site institucional (17) e o Instagram oficial (13), criado em janeiro de 2025, sendo que 14 participantes seguem o Instagram institucional. A primeira Rede Social do HUSM foi criada no início desse ano, em resposta a pesquisa de 2024, quando foi questionado aos participantes qual Rede Social o HUSM deveria criar. Em primeiro lugar, apareceu o Instagram, seguido da justificativa de que a rede iria aumentar a inserção de notícias positivas na imprensa e na sociedade.

Apesar da avaliação positiva, a pesquisa identificou desafios, como o volume elevado de informações e e-mails, a necessidade de monitorar múltiplas ferramentas do Teams e pequenas falhas no site. Quanto às sugestões de melhoria, os colaboradores apontaram a criação de fluxos de comunicação claros, priorização de mensagens relevantes, uso estratégico do Teams para avisos importantes, e eventual implantação de Conselho Editorial para aprimorar a gestão da comunicação institucional.

A **avaliação do trabalho** da Unidade de Comunicação foi majoritariamente **Muito Bom**, tanto no atendimento quanto na qualidade dos materiais, canais utilizados para divulgação, tempo de entrega e forma de solicitação de trabalhos. Essas avaliações refletem reconhecimento do empenho da equipe, embora haja oportunidades de aperfeiçoamento na eficiência dos canais e na entrega de materiais.

Em comparativo com **2024**, os resultados mostram **manutenção da percepção positiva, com aumento da nota média de comunicação interna de 4,18 para 4,47**. Observa-se também uma ampliação do conhecimento e do uso dos canais externos, principalmente o Instagram, e a manutenção da preferência pelos canais institucionais internos.

Por outro lado, permanecem desafios similares, como a necessidade de otimizar o volume de informações e melhorar o acesso dos colaboradores assistenciais aos eventos e comunicados, reforçando que o investimento em estratégias de pertencimento e engajamento deve continuar.

Além disso, ao comparar a integração dos colaboradores, nota-se uma leve melhoria no sentimento de conexão com o HUSM, enquanto a percepção de integração à Ebserh ainda indica necessidade de ações adicionais para fortalecer o vínculo institucional, especialmente entre os profissionais que não atuam diretamente na administração. Esse comparativo reforça a importância de ações contínuas de comunicação, eventos de aproximação da alta gestão e estratégias direcionadas para diferentes perfis de

colaboradores, consolidando a comunicação como ferramenta de engajamento e alinhamento institucional.

Ao comparar esses resultados com a **Pesquisa Nacional de Comunicação Interna da Rede Ebserh (2021)**, observa-se que a percepção da comunicação interna no HUSM evoluiu positivamente nos últimos 4 anos. Na pesquisa nacional, realizada na época com 214 colaboradores do HUSM, a avaliação média da comunicação interna indicava limitações no acesso e na efetividade das informações, refletindo desafios no uso de canais digitais e menor engajamento, especialmente entre a equipe assistencial.

Em 2025, a nota média de comunicação interna é **4,47**, superior à percepção de 2021 e também maior que a obtida em 2024 (4,18), evidenciando **avanço significativo na utilização e no reconhecimento dos canais institucionais**, como TEAMS, e-mail institucional, desktop e redes externas como Instagram.

Apesar desses avanços, persistem desafios apontados pelos colaboradores: o **excesso de informações via e-mail**, a multiplicidade de fontes a serem monitoradas e a necessidade de **aproximação da alta gestão com os funcionários**, por meio de eventos presenciais ou remotos de integração e divulgação de informações institucionais. Esses pontos indicam que, embora a comunicação institucional tenha evoluído em efetividade e alcance, ainda há espaço para **estruturar fluxos claros, priorizar informações relevantes e fortalecer estratégias de engajamento**, garantindo que todos os perfis de colaboradores, especialmente os assistenciais, tenham acesso ágil e eficiente às informações do HUSM.

3ª etapa: Grupo focal: Coletar informações aprofundadas sobre a comunicação pela visão de pessoas e setores estratégicos para a instituição, buscando a diversidade e diferentes opiniões.

Não foi possível realizar a pesquisa para realizar o Plano de Comunicação desse ano.

4. OBJETIVOS DO PLANO

Diante dos problemas e desafios identificados no diagnóstico, a Unidade de Comunicação Regional nº16 irá trabalhar focada nos objetivos a seguir. A orientação da Coordenadoria de Comunicação Social/Sede foi de que cada Unidade Regional definisse de três a cinco objetivos a serem executados ao longo de um ano. Isso não significa que os demais problemas serão negligenciados, mas sim que os objetivos abaixo listados serão priorizados para direcionar esforços e recursos de forma mais estratégica e eficaz.

4.1. Aumentar a presença digital do HU e engajamento nas redes sociais (OE16):

- **Público:** Sociedade, usuários, residentes, pré-residentes e profissionais do HU
- **Problema/Desafio:** O HU criou recentemente o perfil institucional no Instagram, mas o número de seguidores e alcance ainda é limitado. É necessário produzir conteúdos estratégicos, incluindo séries como as já em desenvolvimento “Por Dentro do HUSM, “Husm da Comunidade” e criar **divulgação dos programas de residência nos reels**, para manter os residentes e demais públicos engajados.

4.2. Fortalecer a imagem do HU na imprensa, por meio do aumento na veiculação de notícias positivas sobre a instituição (OE23)

- **Público:** Sociedade, imprensa e parceiros institucionais
- **Problema/Desafio:** Usuários e profissionais valorizam a qualidade do atendimento e da formação, mas o reconhecimento externo ainda é limitado. Há necessidade de tornar visíveis as boas práticas, inovações e resultados alcançados pelo HU.

4.3. Promover maior envolvimento das lideranças com as atividades de comunicação, por meio de capacitações e apresentação dos projetos desenvolvidos

- **Público:** Gestores, chefias e preceptores
- **Problema/Desafio:** A percepção de distanciamento entre alta gestão e equipes persiste, e as chefias não estão totalmente integradas aos processos de comunicação interna; capacitação e apresentação de projetos podem aumentar o engajamento, melhorar a disseminação de informações e fortalecer a cultura institucional.

4.4. Promover a integração do HU com a comunidade local, por meio da promoção de eventos e participação em atividades ligadas à saúde.

- **Público:** Gestores do HU e comunidade acadêmica e profissionais da gestão pública

- **Problema/Desafio:** estreitar a relação do HUSM com a comunidade local, ainda limitada pela falta de espaços adequados para eventos e pela percepção do hospital como instituição fechada e burocrática. A ausência de ações presenciais regulares de integração e de divulgação sistemática das atividades de extensão e saúde dificulta o reconhecimento do HUSM como referência acessível e próxima da população.

5. ESTRATÉGIAS

Estabelece as diretrizes de como serão alcançados os objetivos propostos no Plano, quais caminhos serão percorridos e quais as ferramentas serão utilizadas. Na estratégia, são definidos as táticas e os canais que serão utilizados. Lembrar de dar alinhamento aos objetivos estratégicos do PDE, (Ebserh definiu cinco perspectivas e os HUs trabalharão seus PDE na mesma linha).

OBJETIVO	ESTRATÉGIA	ALINHAMENTO COM MAPA ESTRATÉGICO DA EBSE RH
1. Aumentar a presença digital do HU e engajamento nas redes sociais	<ul style="list-style-type: none">- Explorar e fortalecer os instrumentos de comunicação disponíveis (site, redes sociais e mídia espontânea) com objetivo de divulgar os processos, projetos, atividades, serviços, ações e as soluções da Instituição e de fortalecer sua imagem e seus valores junto à sociedade;- Definir o posicionamento das redes sociais com produção de conteúdos que demonstrem e fortaleçam a importância do HU para a sociedade.- Fortalecer a comunicação transmídia e o aproveitamento de conteúdo e adaptação nas múltiplas plataformas, utilizando links, “QR Codes”, etc.	Desenvolvimento Institucional OE16 Fortalecer o reconhecimento da Imagem Pública da Ebserh
2. Fortalecer a imagem do HU na imprensa, por meio do aumento na veiculação de notícias positivas sobre a instituição	<ul style="list-style-type: none">- 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.- Apoiar e assessorar as unidades	Desenvolvimento Institucional OE16 Fortalecer o reconhecimento da Imagem Pública da Ebserh Desenvolvimento do Trabalhador OE23 Promover o engajamento e valorização dos trabalhadores

	<p>organizacionais na produção e divulgação de conteúdos de comunicação;</p> <p>- Buscar um relacionamento mais estreito com a mídia especializada, intensificando a divulgação assertiva.</p>	
<p>3.Promover maior envolvimento das lideranças com as atividades de comunicação, por meio de capacitações e apresentação dos projetos desenvolvidos</p>	<p>- Desenvolver ações para aproximar a comunicação da Alta Gestão e lideranças do HU, por meio de apresentações e reuniões, buscando maior adesão às ações de comunicação</p>	<p>Desenvolvimento do Trabalhador</p> <p>OE23 Promover o engajamento e valorização dos trabalhadores</p>
<p>4.Promover a integração do HU com a comunidade local, por meio da promoção de eventos e participação em atividades ligadas à saúde.</p>	<p>- Desenvolver campanhas internas, eventos e ações que promovam a integração e valorização do público interno, principalmente em datas comemorativas.</p> <p>- Incentivar a realização de eventos técnicos-científicos, conforme temas identificados no Mapa Estratégico da Ebserh, bem como nas forças e serviços de excelência do HU.</p> <p>- Incentivar visitas de autoridades ao HU para estreitar o relacionamento, em parceria com o SEGOV, para que possam conhecer, a fundo, a importância do HU para o SUS e, desta maneira sensibilizar a apresentar emendas parlamentares e realizar doações e parcerias.</p>	<p>Desenvolvimento Institucional</p> <p>OE16 Fortalecer o reconhecimento da Imagem Pública da Ebserh</p> <p>Desenvolvimento do Trabalhador</p> <p>OE23 Promover o engajamento e valorização dos trabalhadores</p>

6. PLANO DE AÇÃO

1. Aumentar a presença digital do HU e engajamento nas redes sociais								
Ação	Objetivo	Responsável	Período	Local	Detalhamento da ação	Indicador	Meta	Áreas da CCS envolvidas
Postagens no Instagram Institucional	Dar visibilidade para as ações desenvolvidas pelo HU (eventos, visitas institucionais, campanhas, inauguração de serviços etc)	Uares UCR16	semanal	Instagram	Produzir story e reels de ações promovidas no hospital e dar visibilidade às peças gráficas produzidas pela UARES	Nº de publicações	250 publicações anuais	UARES
Dar maior visibilidade aos programas de Residência oferecidos	Promover o engajamento e a valorização dos residents, preceptores e trabalhadores da Gerência de Ensino e Pesquisa	UCR16	Mensal	Instagram	Gravar uma série de vídeos com residentes médicos e multiprofissionais sobre a motivação de cada um ao escolher o HUSM como local para residência	Nº de vídeos	Cinco vídeos para reels	UARES
Campanha para divulgar o Instagram do HU	Como o Instagram institucional é recente, o número de seguidores ainda é baixo. A proposta é intensificar a divulgação da Rede Social no próprio HU e para Comunidade externa	UCR16	Mensal	Wallpaper, cartazes, calendário, TEAMS	Produzir peças gráficas para aumentar engajamento do público interno e externo	Peças da Campanha	4 peças para divulgar a Rede Social	UARES

2.Fortalecer a imagem do HU na imprensa, por meio do aumento na veiculação de notícias positivas sobre a instituição								
Ação	Objetivo	Responsável	Período	Local	Detalhamento da ação	Indicador	Meta	Áreas da CCS envolvidas
Divulgar andamento das obras do PAC saúde no HU	Fomentar pautas positivas sobre o HU	UCR16	Semestral/ conforme andamento da obra	Site institucional	Acompanhar com a DLIH as diferentes fases das três obras contempladas com recurso do PAC	Nº de matérias	4 matérias anuais	Reportagem
Produzir release sobre aquisição de novos equipamentos	Fomentar pautas positivas sobre o HU	UCR16	Mensal/ conforme aquisição de equipamentos	Site institucional	Monitor junto a engenharia clínica a chegada de novos equipamentos e noticiar o impacto no atendimento do paciente ao revitalizar o parque de máquinas	Nº de matérias	4 matérias anuais	Reportagem
Café com a imprensa	Estreitar relacionamento com a imprensa e fomentar a divulgação de pautas positivas sobre o HU	UCR16	semestral	Aud. Londero	Promover encontros no oHU para ouvir a imprensa: principais dificuldades no atendimento das demandas	Nº de matérias	2 encontros anuais	Unidade de Imprensa 2

3.Promover maior envolvimento das lideranças com as atividades de comunicação, por meio de capacitações e apresentação dos projetos desenvolvidos								
Ação	Objetivo	Responsável	Período	Local	Detalhamento da ação	Indicador	Meta	Áreas da CCS envolvidas
Café.com	Capacitar chefias sobre o uso do CAU Comunicação e fomentar registro de pautas positivas	UCR16	bimestral	HU/Sala 4043	Com a troca de chefias, os novos ainda não conhecem o CAU e ao registrarem as demanda sinternas	Nº de encontros	6 encontros anuais	-

Hospital Universitário de Santa Maria – HUSM/UFSM

Plano de Comunicação 2025/2026

					a fazem de maneira incompleta			
Curso Fotografia institucional com uso de celular	Capacitar servidores sobre as políticas de Comunicação e o registro de fotos institucionais: o que pode e o que não pode;	UCR16	semestral	HU/Sala 4043	Orientar sobre normativas para o registro de fotos em eventos e para Rede Social	Nº de capacitações	2 encontros anuais	-
Capacitações de Noções básicas na organização de eventos	Qualificar os eventos promovidos pela instituição	UCR16	semestral	HU/ Aud. Londero	Vários setores/serviços do hospital promovem eventos. Contudo não conhecem os serviços ofertados pela Unidade de Comunicação	Nº de capacitações	2 encontros anuais	Unidade de Eventos e Comunicação Interna
Campanha para divulgação do Álbum de Memórias	Promover o engajamento dos trabalhadores no registro da memória institucional	UCR16	semestral	Site institucional	Promover o engajamento dos trabalhadores no registro da memória institucional	Publicações de peças gráficas para divulgar a campanha	4 peças gráficas anuais	UARES
Agendamento de apresentações Culturais do Projeto Cuidarte	Promover ações de humanização nas dependências do HU	UCR16	bimestral	Dependências HU	Convidar professores e alunos do Curso de música da UFSM para apresentações no HU	Nº de apresentações	6 apresentações anuais	

4.Promover a integração do HU com a comunidade local, por meio da promoção de eventos e participação em atividades ligadas à saúde.

Ação	Objetivo	Responsável	Período	Local	Detalhamento da ação	Indicador	Meta	Áreas da CCS envolvidas
Abrace o HUSM	Intensificar relações	Suprin/Segov/U	trimestral	Auditório		Nº de	4	Unidade de

Hospital Universitário de Santa Maria – HUSM/UFSM

Plano de Comunicação 2025/2026

	institucionais, fomentar sustentabilidade financeira e viabilizar apoio para projetos institucionais estratégicos	RC16		Gulerpe/ HU		encontros	encontros anuais	Eventos e Comunicação Interna
HUSM sem Fronteiras	Promover o pertencimento dos trabalhadores em relação ao HU e a Ebserh; Valorizar a diversidade cultural.	DiviGP/UCR16	anual	Pátio externo HU	Mapear e convidar todos os trabalhadores do HU vindos de diferentes estados brasileiros e países para participar da Mostra anual de gastronomia, fotografia e objetos culturais.	Nº de encontro	1 evento anual	UARES
Elaboração de Calendário Anual de Eventos	Planejar as ações com antecedência e otimizar a organização e divulgação dos eventos.	UCR16	anual	-	Abertura do Processo SEI com ofício e formulário para cadastro dos eventos pelas chefias. Mobilização dos gestores com visitas e lembretes para garantir adesão. Reforço na Reunião do Colex sobre a importância do registro. Ajustes de datas e temas para evitar conflitos e promover integração. Elaboração do calendário em	Nº de eventos registrados	Cadastrar no mínimo 90% dos eventos institucionais previstos para 2026	Unidade de Eventos e Comunicação Interna

Hospital Universitário de Santa Maria – HUSM/UFSM

Plano de Comunicação 2025/2026

					formato visual. Divulgação na intranet e por e-mail, com orientações para apoio da comunicação. Registro final no SEI para oficialização e consulta futura.			
Agenda mensal de eventos que acontecem no HUSM	Promover a divulgação de eventos relevantes e estimular maior adesão dos públicos-alvo.	UCR16	mensal	Intranet/E-mail e via teams	A partir do calendário e dos registros de eventos, organizaremos mensalmente um compilado visual com as principais informações de cada evento — nome, data, local, horário e público-alvo — que será divulgado no início de cada mês ao público interno.	Número de meses em que o compilado foi entregue e disponibilizado.	12 compilados de eventos entregues por ano (1 por mês).	Unidade de Eventos e Comunicação Interna

7. MONITORAMENTO E MENSURAÇÃO

OBJETIVO	INDICADOR
1. Aumentar a presença digital do HU e engajamento nas redes sociais	Indicador de processo e indicador de resultado intermediário <ul style="list-style-type: none">- Número de postagens;- Evolução do número de seguidores;- Engajamento nas redes sociais;- Alcance das postagens.
2. Fortalecer a imagem do HU na imprensa, por meio do aumento na veiculação de notícias positivas sobre a instituição	Indicador de processo e indicador de resultado básico <ul style="list-style-type: none">- Número de matérias publicadas na imprensa e no site institucional.- Percentual de matérias positivas.
3. Promover maior envolvimento das lideranças com as atividades de comunicação, por meio de capacitações e apresentação dos projetos desenvolvidos	Indicador de processo e indicador de resultado básico <ul style="list-style-type: none">- Número de capacitações ofertadas.- Engajamento/participação dos gestores nas capacitações ofertadas.
4. Promover a integração do HU com a comunidade local, por meio da promoção de eventos e participação em atividades ligadas à saúde.	Indicador de processo e indicador de resultado básico <ul style="list-style-type: none">- Número de participantes em eventos.

8. ELABORAÇÃO

O presente plano foi elaborado com base na Pesquisa de Comunicação Interna, Pesquisa de Satisfação de Residentes (2023), Mapa Estratégico da Ebserh e discutido com o Colegiado Executivo do HUSM.

Este plano está em conformidade com as normas da Rede Ebserh.