

 SANTA CASA DE VITÓRIA	PLANO			
	Data da Criação: 19/07/2023	Data da Versão: 29/07/2024	Data de Validade: 29/07/2026	Página: 1 de 9
	COMUNICAÇÃO			Código: PLA.HSCMV.005
				Versão: 002

COMUNICAÇÃO

 SANTA CASA DE VITÓRIA	COMUNICAÇÃO		
	Código: PLA.HSCMV.005	Versão: 002	Página: 2 de 9

SUMÁRIO

1. INTRODUÇÃO.....	3
2. OBJETIVOS.....	3
2.1 Objetivos Gerais	3
2.2 Objetivos Específicos.....	3
3. GESTÃO DA COMUNICAÇÃO.....	3
4. COMUNICAÇÃO SOCIAL HSCMV	4
4.1 Competências.....	4
5. RESPONSABILIDADES.....	5
5.1 Provedoria e direção.....	5
5.2 Comunicação social.....	5
5.3 Gerentes, Supervisores e Lideranças.....	5
5.4 Colaboradores.....	5
6. PLANO DE AÇÃO PARA ATINGIR OS OBJETIVOS.....	6
6.1 Outras ações realizadas ao longo de todo o ano.....	9
7. RESULTADOS ESPERADOS.....	9
8. REFERÊNCIAS.....	9
9. RESUMO DE REVISÕES.....	10

 SANTA CASA DE VITÓRIA	COMUNICAÇÃO		
	Código: PLA.HSCMV.005	Versão 002	Página: 3 de 9

1. INTRODUÇÃO

O Plano de Comunicação do Hospital da Santa Casa de Misericórdia de Vitória (HSCMV) tem como finalidade orientar os processos de comunicação, bem como sistematizar ações voltadas à melhoria da comunicação da instituição, levando-se em conta curto, médio e longo prazo.

As ações aqui especificadas visam proporcionar o fortalecimento, a efetividade e o aperfeiçoamento dos processos comunicacionais envolvendo o HSCMV e todos os seus públicos de interesse, isto é, todos aqueles que são impactados com as atividades da instituição, seja direta ou indiretamente.

Faz-se necessário salientar e reforçar que as lideranças precisam estar comprometidas com os conceitos e atividades propostos. Além disso, é fundamental que os colaboradores tenham amplo acesso às informações aqui apresentadas de modo que as ações de comunicação consigam efetivamente suscitar mudanças.

2. OBJETIVO

2.1 Objetivos Gerais

- Apresentar o planejamento das ações e estratégias a serem desenvolvidas em 2024/2025 pelo setor de Comunicação Institucional do HSCMV.
- Fortalecer e qualificar a comunicação, tendo como base o planejamento e realização de pesquisa de comunicação interna.
- Reforçar a identidade institucional e proteger a reputação da organização, engajando os públicos e assessorando a direção/provedoria do HSCMV.
- Ampliar o relacionamento com a imprensa, visando a veiculação de notícias de interesse público, bem como reforçar o papel da comunicação como fonte confiável de informações e estimular – por meio de sugestão de pauta ativa – a publicação de notícias positivas sobre a unidade hospitalar.

2.2 Objetivos Específicos

- Zelar para que as notícias e/ou pedidos de informação da imprensa sejam divulgados de forma clara, precisa e em linguagem acessível ao público.
- Reforçar a identidade da marca e zelar pela imagem do HSCMV.
- Potencializar a integração da comunicação interna, favorecendo a participação dos profissionais por meio da divulgação das atividades, pesquisas e projetos.
- Intensificar, por meio da assessoria, o relacionamento com a imprensa para a veiculação de informações de interesse público e promoção institucional, priorizando a informação clara, precisa e de interesse social.

3. GESTÃO DA COMUNICAÇÃO

A gestão da comunicação nos hospitais da Santa Casa de Misericórdia de Vitória é de responsabilidade do setor de Comunicação e rege-se pela Legislação e pelas normas de comunicação do HSCMV, a saber:

- Política de Comunicação Institucional;

 SANTA CASA DE VITÓRIA	COMUNICAÇÃO		
	Código: PLA.HSCMV.005	Versão 002	Página: 4 de 9

- Manual de Gestão de Crise;
- Guia de Conduta e Posicionamento em Redes Sociais;
- Manual de Relacionamento com a Imprensa;
- Manual de Marca e Identidade Visual.

A equipe de Comunicação do HSCMV trabalha por prioridades para o cumprimento dos seus macro-processos específicos, que são:

- Realizar promoção institucional (planejar campanhas, aprovar a aplicação da marca HSCMV, organizar eventos e criar/editar produtos de design gráfico);
- Gerir conteúdo comunicacional (produzir matéria jornalística e comunicados, gerir mídias e portais da internet e intranet, realizar produção audiovisual e gerir redes sociais);
- Gerir relacionamento com a Imprensa (atender demandas da Imprensa, produzir sugestões de pauta para a imprensa, monitorar informações na mídia).

4. COMUNICAÇÃO SOCIAL HSCMV

A Comunicação Social do HSCMV é formada por um profissional de Jornalismo e duas profissionais de Publicidade e Propaganda. Todos os colaboradores atuam com carga horária de 40h semanais.

4.1 Competências

- Planejar, orientar e executar as atividades de comunicação do HSCMV quanto às áreas de assessoria de imprensa, apoio a eventos, comunicações digitais, design, fotografia, divulgações internas;
- Intermediar o relacionamento entre o hospital e a imprensa com o objetivo de fortalecer a imagem institucional;
- Elaborar/editar materiais gráficos ou audiovisuais visando a divulgação efetiva de ações desenvolvidas pelo HSCMV;
- Monitorar o uso correto da marca e demais elementos da identidade visual da instituição, em consonância com as políticas do HSCMV;
- Acompanhar, através de busca ativa (clipping), matérias jornalísticas que cite o hospital, como forma de monitorar a sua imagem institucional;
- Produzir conteúdo para os veículos de comunicação institucional;
- Divulgar para os públicos interno e externo as atividades realizadas no HSCMV;
- Assessorar a provedoria, direção e colaboradores em temas relacionados à comunicação social;
- Exercer atribuições designadas pela provedoria.

 SANTA CASA DE VITÓRIA	COMUNICAÇÃO		
	Código: PLA.HSCMV.005	Versão 002	Página: 5 de 9

5. RESPONSABILIDADES

5.1 Provedoria e direção

- Aprovar o Plano de Comunicação;
- Promover a cultura de comunicação;
- Apoiar as ações do Plano de Comunicação;
- Manter contato direto com a Comunicação sobre os planejamentos da instituição, ações executadas, repasse de informações relevantes tanto para o público interno quanto para o público externo, bem como propor melhorias.

5.2 Comunicação social

- Promover e disseminar a cultura de Comunicação;
- Promover e executar o Plano de Comunicação;
- Acompanhar os andamentos das atividades, bem como analisar a efetividade das ações e promover adequações, caso seja necessário;
- Produzir documentos que subsidiem o Plano de Comunicação, como manuais, políticas e demais materiais de apoio ao colaborador.

5.3 Gerentes, Supervisores e Lideranças

- Promover a cultura de comunicação;
- Apoiar as ações do Plano de Comunicação;
- Manter contato direto com a Comunicação Social sobre as ações executadas, para o repasse de informações relevantes tanto para o público interno quanto para o público externo, bem como para propor melhorias.

5.4 Colaboradores

- Promover a cultura de comunicação;
- Conhecer o Plano de Comunicação;
- Manter contato direto com a Comunicação Social sobre as ações executadas, para o repasse de informações relevantes tanto para o público interno quanto para o público externo, bem como para propor melhorias.

 SANTA CASA DE VITÓRIA	COMUNICAÇÃO		
	Código: PLA.HSCMV.005	Versão 002	Página: 6 de 9

6. PLANO DE AÇÃO PARA ATINGIR OS OBJETIVOS

Ação	Descrição	Responsável	Prazo
Levantamento dos Projetos Sociais Ativos	Identificar e catalogar todos os projetos sociais atualmente em execução. Atualizar as informações no site do hospital, garantindo que estejam acessíveis ao público. Desenvolver estratégias de comunicação para ampliar o alcance e o impacto desses projetos, utilizando nossas redes sociais e outros canais de comunicação disponíveis.	Comunicação Social	Outubro 2024
Pesquisa de Comunicação Interna	Para qualificar a comunicação na instituição, bem como fazer as informações importantes (notícias, eventos, normas e rotinas) chegarem ao maior número possível de colaboradores, o setor de Comunicação irá aplicar a Pesquisa de Comunicação Interna. O objetivo da pesquisa é conhecer o perfil de acesso dos colaboradores às informações institucionais: os canais de comunicação mais utilizados, o acesso à informação, os conteúdos mais importantes a serem divulgados e possíveis melhorias.	Comunicação Social	Novembro 2024
Loja de Brindes da Santa Casa	Estabelecer uma loja física interna que oferecerá uma variedade de brindes personalizados. Esses produtos têm como objetivo promover a marca do hospital e gerar receita adicional para o financiamento de nossas atividades. A loja será estrategicamente localizada para atrair visitantes e colaboradores, proporcionando uma experiência de compra conveniente e significativa.	Comunicação Social	Dezembro 2024
Mapear Campanhas Macro	Realizar um mapeamento detalhado das campanhas Macro planejadas para o ano. Colaborar com os diferentes setores do hospital para garantir a coordenação e execução eficiente dessas campanhas. O objetivo é assegurar que todas as campanhas sejam bem estruturadas e alinhadas com os objetivos institucionais, otimizando recursos e maximizando o impacto.	Comunicação Social	Janeiro 2025

 SANTA CASA DE VITÓRIA	COMUNICAÇÃO		
	Código: PLA.HSCMV.005	Versão 002	Página: 7 de 9

Revisão de fluxos e processos de Comunicação	Todo ano, no mês de Janeiro, é realizada uma revisão dos fluxos existentes, bem como uma análise para possível reajuste das atividades executadas no setor de Comunicação. O objetivo desse ano é redividir as responsabilidades do setor e aprimorar os fluxos que têm dado certo, e promover melhoria nos gargalos identificados ao longo dos últimos 12 meses.	Comunicação Social	Janeiro 2025
Campanha de Boas Práticas	Desenvolver e implementar uma campanha educacional sobre boas maneiras no hospital. A campanha destacará a importância de priorizar o paciente e manter o volume de conversa adequado nos espaços comuns. O objetivo é criar um ambiente mais harmonioso e eficiente, beneficiando tanto os pacientes quanto os colaboradores.	Comunicação Social	Fevereiro 2025
Campanha "Vamos Comunicar?"	Muitas informações importantes circulam pela instituição, sem que sejam oficializadas nos canais oficiais do HSCMV. Boas práticas, certificações, conquistas, bons resultados, inovações, eventos e mudanças de rotinas são bons exemplos que devem fazer parte do cotidiano da empresa e que todos os setores precisam saber. A ideia da campanha "Vamos Comunicar?" é conscientizar gestores, gerências, supervisões e lideranças de equipe sobre a importância e a necessidade de procurarem a equipe de Comunicação para sugerir divulgação de informações relevantes para a Comunicação Institucional.	Comunicação Social	Fevereiro 2025

 SANTA CASA DE VITÓRIA	COMUNICAÇÃO		
	Código: PLA.HSCMV.005	Versão 002	Página: 8 de 9

Redes Sociais	Desenvolver uma estratégia de conteúdo direcionada para as redes sociais, com foco especial na Unidade Pró-Matre e na Residência Médica. O objetivo é fortalecer a presença dessas unidades nas plataformas digitais, destacando suas atividades, eventos e o cotidiano da residência médica. A ação inclui a criação e publicação de posts informativos, vídeos e stories que mostrem a rotina, conquistas e novidades, aumentando a visibilidade e o engajamento com o público.	Comunicação Social	Abril 2025
Comunicação Visual e Sinalização	Avançar com a sinalização e comunicação visual interna do hospital, melhorando a orientação e a experiência dos pacientes e colaboradores.	Comunicação Social	Junho 2025
Treinamento de Comunicação	É fundamental aos colaboradores e lideranças entender a importância da comunicação para o bom funcionamento do hospital. É preciso, antes de tudo, entender que a palavra "Comunicação" extrapola os limites do setor de Comunicação Institucional, e que a falta de comunicação, da mesma forma, é uma responsabilidade de todos. Comunicar é uma necessidade para lidar com os públicos interno e externo. Exemplo: Comunicação de evento, de resultados críticos, de estado de saúde, de manutenção, de novos protocolos, divulgação do manual da marca e etc.	Comunicação Social	Julho 2025

6.1 Outras ações realizadas ao longo de todo o ano

As ações elencadas acima fazem parte de um plano a ser realizado paralelamente ao fluxo normal de trabalho do setor de Comunicação do HSCMV. O setor segue desempenhando, além das atividades apontadas acima, as competências descritas neste Plano e na Política de Comunicação Institucional, como: gestão das redes sociais, comunicação interna e externa, cobertura fotográfica, criação de materiais gráficos, relacionamento com a imprensa, entre outras atividades do setor.

7. RESULTADOS ESPERADOS

As ações aqui identificadas têm como finalidade alcançar os objetivos definidos e, de maneira geral, ajudar na melhoria dos processos comunicacionais do HSCMV, envolvendo todos os públicos que possam ser afetados pelas atividades e resoluções da instituição.

Na atualização deste documento, deve ser levada em conta a análise das ações realizadas, bem como a conjuntura em que o Hospital se encontrará e, assim, promover ajustes que nos levem cada vez mais próximo de uma comunicação cada vez mais efetiva e integrada.

 SANTA CASA DE VITÓRIA	COMUNICAÇÃO		
	Código: PLA.HSCMV.005	Versão 002	Página: 9 de 9

8. REFERÊNCIAS

HOSPITAL DA SANTA CASA DE MISERICORDIA DE VITÓRIA. Política de Comunicação Institucional, 2023;

COMPLEXO HOSPITALAR UNIVERSITÁRIO PROFESSOR EDGARD SANTOS. Política de Comunicação Institucional. Salvador, 2017;

EMPRESA BRASILEIRA DE SERVIÇOS HOSPITALARES. Plano de Comunicação. Brasília, 2022;

MARCHIORI, Marlene. M Marchiori - Comunicação em Movimento, 2016. Cultura e Comunicação nas Organizações. Disponível em: < <http://marlenemarchiori.com.br/2016/09/22/cultura-ecomunicacao-nas-organizacoes/>>. Acesso em: 18 de set. de 2021.

9. RESUMO DE REVISÕES

REV.	DESCRIÇÃO	DATA	RESPONSÁVEL
01	Elaboração e Aprovação	19/07/2023	Leonardo Soares
02	Revisão	29/07/2024	Anna Pandini e Leonardo Soares

Revisado por:	Validado e Aprovado por:	Homologado por:
Nome: <i>Anna G Pandini</i> Função: <i>Analista de Comunicação</i> Assinatura: <i>Anna Gomes</i> Comunicação - ISCMV Tel.: (27) 3212-7245 Data: <i>30/07/2024</i>	Nome: <i>Leonardo Soares</i> Função: <i>Analista de Comunicação</i> Assinatura: <i>Leonardo</i> Data: <i>30/07/2024</i> <i>Leonardo Soares</i> Comunicação - ISCMV Tel.: (27) 3212-7245	Nome: Função: <i>Claudia de V. Martins</i> <i>Enfermeira Qualidade</i> COREN-ES 214.383 Assinatura: <i>Claudia</i> Data: <i>02.08.24</i>