

de um artigo científico. A conclusão até o momento é a elaboração parcial do trabalho para apresentação à Banca de Qualificação de Mestrado no mês de setembro de 2020. A próxima etapa compreenderá a conclusão do trabalho com a elaboração do artigo científico e a defesa. O projeto de pesquisa foi registrado no Comitê de Ética em Pesquisa da Instituição com o nº 19561919.0.0000.5327, e foi devidamente aprovado em 10 de setembro de 2019. O trabalho está vinculado nas atividades do Mestrado Profissional em Pesquisa Clínica do HCPA, e insere-se na linha de pesquisa de Gestão em Pesquisa em Saúde.

2230

CORONAVÍRUS: NOVOS CANAIS DE COMUNICAÇÃO REFORÇAM TRANSPARÊNCIA COM O PÚBLICO INTERNO

ANA PAULA L. FOLLETTI; LARISSA CRIPPA ; RODRIGO WENZEL; ELSTOR HANZEN; CLOVIS PRATES

HCPA - Hospital de Clínicas de Porto Alegre

Introdução

A pandemia do coronavírus trouxe a necessidade de o Hospital de Clínicas de Porto Alegre (HCPA) se reestruturar rapidamente para atender aos pacientes e implantar o trabalho remoto em diversas áreas. A comunicação com os colaboradores precisou se adequar a esse contexto, de modo a manter seu público informado de forma ágil e transparente sobre as ações.

Objetivos

O trabalho pretende relatar os novos processos e práticas implementados na comunicação interna do HCPA para promover a transparência e o alcance das informações.

Metodologias empregadas

O HCPA adota uma política de comunicação proativa e transparente com sua comunidade interna e a Coordenadoria de Comunicação (CCom) é a área que gerencia as ações de comunicação do hospital com este e outros públicos. Os esforços de comunicação interna ajudam a promover engajamento e alcançar melhores resultados. A partir dos primeiros sinais do coronavírus no Brasil, a CCom, em sintonia com o Grupo de Trabalho para Enfrentamento do Coronavírus, estabeleceu um plano inicial de comunicação. Diversas ferramentas foram utilizadas inicialmente: envio diário de boletim; atualizações em vídeo, com a Direção Executiva e representantes do GT, com orientações e esclarecimento de dúvidas. Com o grande volume de notícias e mudanças de rotina, foi estruturado o hotsite interno que centralizou todas as informações.

Passados três meses de execução das atividades propostas, percebeu-se a necessidade de ampliar ainda mais o acesso da comunidade interna do HCPA às informações do hospital sobre a pandemia. Novas ações e ferramentas foram incorporadas: listas de transmissão de WhatsApp com funcionários e chefias e envio semanal às lideranças de materiais sobre a Pauta da Semana - temas de interesse para compartilhamento com as equipes.

Observações ou modificações de práticas a partir dessa experiência

A partir das práticas em execução, a tendência da comunicação com chefias e funcionários por WhatsApp deve ser adotada além do período da pandemia. Além disso, a necessária adaptação de meios e linguagens para que seja possível atingir um público cada vez maior.

Considerações

A Direção do HCPA também tem aumentado a transparência de suas ações neste período: exemplos são os Encontros Virtuais com a Diretoria - eventos sistemáticos para esclarecimento de dúvidas - e o e-mail enviado três vezes por semana pela diretora-presidente, onde são dadas as principais notícias do hospital em primeira mão.

2259

SUPER CRACHÁS - AÇÕES DE HUMANIZAÇÃO POR MEIO DA COMUNICAÇÃO

NICOLE DUARTE BRAATZ ; CAMILA CAROLINE BARTHS ; ANA PAULA LAPENTA FOLLETTI ; ELIS DE PELLEGRIN ROSSI ; RITA GIGLIOLA GOMES PRIEB ; RODRIGO FROHLICH WENZEL ; LARISSA HETZEL CRIPPA ; CLÓVIS DE SOUZA PRATES

HCPA - Hospital de Clínicas de Porto Alegre

Introdução: Diante da situação de pandemia por covid-19, profissionais que atuam na linha de frente necessitam uma paramentação especial para atendimento, com EPIs, que os tornaram praticamente irreconhecíveis por seus colegas e pacientes. O Serviço de Psicologia que atua no Centro de Tratamento Intensivo (CTI) do HCPA, enxergou a possibilidade de amenizar essa dificuldade através da confecção de crachás mais visíveis para os profissionais de saúde. **Objetivos:** Descrever o Projeto dos Super Crachás, como uma ação de humanização em saúde. O projeto buscou aproximar os funcionários dos pacientes, além de melhorar a identificação dos mesmos, promovendo aos pacientes o reconhecimento de quem presta o atendimento. **Método:** Através da ideia apresentada pela Psicologia, a Coordenadoria de Comunicação (CCom) iniciou a implementação do projeto, seguindo-se as etapas de criação de layout, orçamento, captação de recursos, organização do material, projeto, produção e distribuição. Os crachás foram confeccionados em papel plastificado resistente, para que a higienização pudesse ser feita de forma segura, conforme normas institucionais preconizadas pela Comissão de Controle de Infecção Hospitalar (CCIH). **Observações:** O processo da assistência se torna mais humanizado à medida que há uma aproximação entre equipe e pacientes, onde o paciente consegue reconhecer quem o está atendendo. Nos crachás, a foto mostra o profissional sorrindo, em uma atitude mais leve, um contraponto ao momento difícil da internação. Além disso, a iniciativa é uma forma de valorizar o colaborador, aumentando o sentimento de pertencimento e identidade. A distribuição dos crachás foi feita pela Psicologia e acompanhada, inclusive por jornal de grande circulação regional, resultando em matéria de capa, às vésperas do Dia do Trabalhador. O êxito do projeto junto ao público interno pode ser comprovado, pois, após a entrega dos primeiros crachás, estendeu-se aos profissionais de demais áreas envolvidas diretamente no cuidado a pacientes

com covid-19. Considerações :O projeto contou com a doação de 450 impressões e plastificações, de quatro gráficas. Esta foi a primeira grande ação de humanização que a CCom ajudou a concretizar no HCPA desde o início da pandemia e mostrou-se efetiva, pois o projeto está sendo institucionalizado, para possibilitar que todos os funcionários que usam a paramentação possam se beneficiar do crachá. A iniciativa tem sido replicada por outras instituições de saúde de Porto Alegre.

2303

SAÚDE COM VIRTUDE - AÇÕES DE HUMANIZAÇÃO POR MEIO DA COMUNICAÇÃO

LARISSA HETZEL CRIPPA ; ANA PAULA LAPENTA FOLLETTO ; CAMILA CAROLINE BARTHS ; FELIX HENRIQUE KESSLER; MELINA NOGUEIRA DE CASTRO; ANNE SORDI; RODRIGO FROHLICH WENZEL ; CLÓVIS DE SOUZA PRATES

HCPA - Hospital de Clínicas de Porto Alegre

Introdução: Sabe-se que um elevado nível de estresse gerado pelo contexto da pandemia por covid-19, desencadeado por medo e insegurança em diversas esferas da vida das pessoas, possa levar a uma série de quadros psiquiátricos, especialmente de ansiedade e depressão. Em uma instituição de saúde, como o Hospital de Clínicas, o problema pode ainda ser mais evidente, sendo necessário pensar em estratégias para motivar os colaboradores e aumentar sua resiliência.

Objetivos: Descrever a Campanha Saúde com Virtude, desenvolvida pelo Centro de Estudos Luis Guedes (Celg), Serviço de Psiquiatria de Adição e Coordenadoria de Comunicação do HCPA (CCom). A ação de promoção da saúde e bem-estar buscou melhorar a capacidade de resiliência do colaboradores para enfrentamento da situações de trabalho e reconhecer as práticas já realizadas. Metodologias empregadas: Pesquisa bibliográfica com embasamento nas teorias da Psiquiatria Positiva e Psicologia Positiva (PP) e análise de conteúdo. A coleta de dados foi realizada durante a campanha veiculada em junho de 2020. Observações: Foi desenvolvida uma campanha preventiva que atribuiu valores pessoais (ressignificação) às condutas adotadas pela população frente à pandemia, como: uso de máscara demonstrando empatia e solidariedade; trabalho remoto, gratidão e criatividade; busca por informações seguras, sabedoria e responsabilidade social. Assim como a identificação dos valores expressos por meio do envolvimento das equipes assistenciais frente aos cuidados dos pacientes - coragem, gratidão e otimismo. A campanha procurou reforçar o quanto as ações de cada um poderiam provocar bem-estar no outro e em si mesmo. As imagens e o layout adotados retrataram as ações de forma leve, valorizando a imagem, em sentido contrário ao excesso de informação ao qual todos estão expostos. A iniciativa foi veiculada nos canais institucionais - e-mail, proteção de tela dos computadores, sliders (banners) na intranet, Facebook e Instagram. Considerações: A partir de retornos positivos recebidos de diferentes áreas da instituição, foi possível perceber que ações deste tipo, com abordagens leves, além de reforçar os comportamentos adequados, possibilitam que mais pessoas sejam impactadas com os propósitos e se sintam convidadas a se engajar. Futuramente, novas ações com esse cunho mais positivo podem ser desenvolvidas e implementadas para reforçar as boas condutas e gerar emoções positivas no ambiente laboral.

2549

ADAPTAÇÃO DE EVENTOS PARA O DIGITAL

CAMILA BARTHS; LARISSA CRIPPA; ROSA KUCYK

HCPA - Hospital de Clínicas de Porto Alegre

Introdução

A restrição de circulação e distanciamento social impostos pela pandemia do coronavírus impactou diretamente na forma de organizar eventos. No Hospital de Clínicas, alguns eventos foram suspensos e outros, como os institucionais foram reformulados através da migração do formato presencial para o digital. Os eventos são uma estratégia de comunicação entre a empresa e seus públicos, e nesta pandemia se tornou um instrumento fundamental de diálogo e disseminação de conhecimento.

Objetivos

Mostrar a adaptação da Coordenadoria de Comunicação frente à suspensão dos eventos presenciais, com a realização dos institucionais de forma virtual, tendo como exemplo, a Posse da diretora-presidente.

Metodologia

Foram utilizadas as metodologias habituais da organização de eventos, com transmissão de evento híbrido pelo Youtube. Como exemplo para a adaptação deste modelo, será descrita a organização da Posse da diretora-presidente e demais membros da diretoria executiva. A cerimônia foi agendada e estiveram presentes apenas os membros que tomariam posse e a presidente do Conselho de Administração. O local, Anfiteatro Carlos César de Albuquerque foi previamente higienizado, e lugares demarcados com a devida distância. Foram colocados dois púlpitos no palco, um de cada lado, e disponibilizados panos e desinfetantes para que cada pessoa pudesse higienizar o espaço após sua fala. Não foi permitido ao público assistir presencialmente, portanto, a plateia estava vazia. A mestre de cerimônias teve um microfone exclusivo e não ficou no palco.

Observações ou modificações de práticas

Os eventos presenciais dificilmente voltarão a acontecer em 2020, portanto foi necessária a adaptação para realizá-los de forma virtual, observando uma série de regras de prevenção para manter as pessoas seguras. Este formato possibilita que pessoas de outras cidades e países possam agregar valor aos encontros, sem custos com tempo, deslocamento e hospedagem.

Segundo Dan Stevens, é preciso usar essa oportunidade para testar a capacidade de se engajar verdadeiramente online e, quando o mundo voltar a permitir educação e negócios presenciais, obter um verdadeiro modelo em que o conteúdo e os resultados possam ser relevantes presencial e virtualmente.

Considerações