



UNIVERSIDADE DA BEIRA INTERIOR  
Artes e Letras

# **Princípios Dialógicos e Facebook: O caso dos Hospitais Públicos e Privados de Portugal continental**

**Vanessa Pereira dos Santos**

Relatório de Estágio para obtenção do Grau de Mestre em  
**Comunicação Estratégica: Publicidade e Relações Públicas**  
(2º ciclo de estudos)

Orientadora: Professora Doutora Gisela Gonçalves

**Covilhã, outubro de 2016**



# Resumo

A sociedade de hoje é essencialmente uma sociedade tecnológica, uma sociedade ligada ao mundo virtual. A internet passou a dominar os públicos e a liderar a comunidade. As mudanças que se têm verificado ao longo dos anos são imensas, tudo e todos tiveram que se habituar e moldar a esta nova realidade. As empresas não são exceção, cada vez a concorrência é maior e o público mais exigente, é necessária uma forte comunicação e ainda mais uma excelente estratégia. A competitividade cibernauta aumenta de dia para dia, quem não está ligado não existe. Primeiramente foram introduzidos os sites, agora o domínio está essencialmente nas redes sociais, que captam a atenção diária de milhões de utilizadores.

Tal como tudo que mudou, os profissionais de relações públicas e de comunicação mudaram também, houve uma alteração de todo o processo comunicacional, sendo introduzidas novas técnicas comunicacionais para dar resposta às novas necessidades, destacando-se os princípios dialógicos para a compreensão do estudo realizado.

O presente relatório surgiu da realização de um estágio com a duração de três meses, no Serviço de Comunicação, Marketing e Eventos do Centro Hospitalar Cova da Beira que promoveu a observação direta de como atuam os profissionais da comunicação na área da saúde. Face às observações feitas no período de estágio surgiu então a curiosidade de avaliar como os hospitais públicos e privados utilizam as redes sociais, mais concretamente o facebook.

## Palavras-chave

Comunicação. Princípios Dialógicos. Facebook. Estratégia. Organizações. Hospitais Públicos. Hospitais Privados.



# Abstract

Today's society is essentially a technological society, a society connected to the virtual world. The internet has come to dominate the public and to lead the community. The changes that have occurred over the years are immense, everything and everyone had to get used and shaped to this new reality. Companies are no exception, each time the competition is bigger and the public more demanding, a stronger communication and an excellent strategy is needed. The cybernaut competitiveness increases day by day. Who is not connected doesn't exist. First the sites were introduced, now the domain is essentially on social networks that capture the daily attention of millions of users.

Just like everything that has changed, public relations and communication professionals changed as well, there was a change in the entire communication process, and new communication techniques were introduced to meet the new requirements, emphasizing the dialogic principles for the understanding of the study accomplished.

This report arose from the realization of an internship with the duration of three months, in the Office of Communication, Marketing and Events of Centro Hospitalar Cova da Beira which promoted the direct observation of how communication professionals perform in the health department. Curiosity arose due to the observations made during the internship period, particularly in how public and private hospitals manage their social networks, specifically the Facebook.

## Keywords

Communication. Dialogic principles. Facebook. Strategy. Organizations. Public hospitals. Private Hospitals



# Índice

Introdução	1
Capítulo I- Enquadramento Institucional	
1. Centro Hospitalar Cova da Beira	
1.1. A sua breve história	3
1.1.1. Estrutura Organizacional	5
1.2. Missão, objetivos e política da empresa	5
1.3. Serviço de Comunicação, Marketing e Eventos	6
1.3.1. Missão e objetivos	7
2. O Estágio	
2.1. Objetivos do estágio	7
2.2. Atividade desempenhadas	
2.2.1. Registos biométricos e expediente	7
2.2.2. Clipping	8
2.2.3. Lombadas	8
2.2.4. Protocolos	10
2.2.5 Exposição	11
2.2.6 Congresso da AMACC	12
2.2.7. Sessão de esclarecimento “Receita sem papel”	14
2.2.8. Revista de Imprensa	14
2.2.9. Atualização da base de dados	15
2.2.10. Pesquisa de Instituições	15
2.2.11. Fotografar campanhas	15
2.2.12. Propostas de cartazes para o evento “Antes que te queimes”	15
2.3. Avaliação crítica do estágio	20
Capítulo II - Revisão Bibliográfica	
1. Importância da comunicação nas organizações	21
2. Definição de relações públicas	23
3. Os quatro modelos de comunicação de Gruning	25
4. Os princípios dialógicos de Kent & Taylor	26
Capítulo III - Estudo Empírico	
1. Problema e Hipóteses	30
2. Objetivos da investigação	31
3. Metodologia e desenho da investigação	31
4. Análise dos dados	34

5. Discussão e conclusões	43
Conclusão	46
Referência Bibliográficas	49
Anexos	52





# Lista de Figuras

Figura 1 - Hospital Pêro da Covilhã	3
Figura 2 - Hospital do Fundão	4
Figura 3 - Departamento de Psiquiatria e Saúde Mental	5
Figura 4 - Lombadas para o arquivo de 2016	9
Figura 5 - Lombadas para o arquivo de 2016	10
Figura 6 - Publicação no facebook do CHCB sobre a exposição “Redes que protegem”	11
Figura 7 - Proposta de credenciais e senhas de almoço, nº1.	12
Figura 8 - Proposta de credenciais e senhas de almoço, nº2.	13
Figura 9 - Propostas de credenciais e senhas de almoço, nº3.	14
Figura 10 - Propostas de credenciais e senhas de almoço, nº4.	15
Figura 11 - Duas propostas para as etiquetas de lembranças.	15
Figura 12 - Proposta de cartaz “Antes que te queimes” nº1.	16
Figura 13 - Proposta de cartaz “Antes que te queimes” nº2.	17
Figura 14 - Proposta de cartaz “Antes que te queimes” nº3.	18
Figura 15 - Proposta de cartaz “Antes que te queimes” nº4.	19
Figura 16 - Evolução do conceito de relações públicas.	24



## Lista de Gráficos

Gráfico 1 - Gráfico do número de hospitais públicos, centros hospitalares e hospitais privados de Portugal.	31
Gráfico 2 - Gráfico dos hospitais públicos e privados com e sem facebook.	32
Gráfico 3 - Gráfico do nº de likes das páginas de facebook dos hospitais públicos.	33
Gráfico 4 - Gráfico do nº de likes das páginas de facebook dos hospitais privados.	33
Gráfico 5 - Gráfico referente ao 1ºPrincípio dos hospitais públicos.	34
Gráfico 6 - Gráfico referente ao 1ºPrincípio dos hospitais privados.	35
Gráfico 7 - Gráfico referente ao 2ºPrincípio dos hospitais públicos.	36
Gráfico 8 - Gráfico referente ao 2ºPrincípio dos hospitais privados.	37
Gráfico 9 - Gráfico referente ao 3ºPrincípio dos hospitais públicos.	38
Gráfico 10 - Gráfico referente ao 3ºPrincípio dos hospitais privados.	38
Gráfico 11 - Gráfico referente ao 4ºPrincípio dos hospitais públicos.	40
Gráfico 12 - Gráfico referente ao 4ºPrincípio dos hospitais privados.	40
Gráfico 13 - Gráfico referente ao 5ºPrincípio dos hospitais públicos.	41
Gráfico 14 - Gráfico referente ao 5ºPrincípio dos hospitais privados.	42
Gráfico 15 - Gráfico dos princípios dialógicos presentes nos hospitais.	43
Gráfico 16 - Gráfico do princípios dialógicos não presentes nos hospitais.	44



# Lista de Acrónimos

CHCB	Centro Hospitalar Cova da Beira
SCME	Serviço de Comunicação Marketing e Eventos
...	



# Lista de Anexos

Anexo 1- Tabela dos princípios dialógicos referente ao hospital privado Casa de Saúde de Carnaxide	52
Anexo 2- Tabela dos princípios dialógicos referente ao hospital público Centro de Genética e Patologia do Porto	53
Anexo 3- Tabela dos princípios dialógicos da Clínica Particular de Coimbra	54
Anexo 4- Tabela dos princípios dialógicos do hospital privado CUF	55
Anexo 5- Tabela dos princípios dialógicos do Hospital da Luz da Arrábida (hospital privado)	56
Anexo 6- Tabela dos princípios dialógicos do Hospital da Luz de Aveiro (hospital privado)	57
Anexo 7- Tabela dos princípios dialógicos do Hospital da Luz de Oiã (hospital privado)	58
Anexo 8- Tabela dos princípios dialógicos do Hospital da Luz de Lisboa (hospital privado)	59
Anexo 9- Tabela dos princípios dialógicos do Hospital da Luz de Póvoa de Varzim (hospital privado)	60
Anexo 10- Tabela dos princípios dialógicos do Hospital da Santa Casa da Misericórdia de Évora (hospital privado)	61
Anexo 11- Tabela dos princípios dialógicos do Hospital da Terra Quente- Mirandela (hospital privado)	62
Anexo 12- Tabela dos princípios dialógicos do Hospital de Santa Maria (hospital privado)	63
Anexo 13- Tabela dos princípios dialógicos do Hospital do Mar Cuidados Especializados- Lisboa (hospital privado)	64
Anexo 14 - Tabela dos princípios dialógicos do Lusíadas- Lisboa (hospital privado)	65
Anexo 15- Tabela dos princípios dialógicos do Hospital Particular de Viana do Castelo (hospital privado)	66
Anexo 16- Tabela dos princípios dialógicos do Hospital Privado da Trofa (hospital privado)	67
Anexo 17- Tabela dos princípios dialógicos do Hospital Privado do Algarve (hospital privado)	68
Anexo 18- Tabela dos princípios dialógicos do IdealMed Unidade Hospitalar de Coimbra (hospital privado)	69
Anexo 19- Tabela dos princípios dialógicos do Centro Hospitalar Cova da Beira (hospital público)	70
Anexo 20- Tabela dos princípios dialógicos do Centro Hospitalar de Leiria (hospital público)	71
Anexo 21- Tabela dos princípios dialógicos do Centro Hospitalar de Trás-os-Montes e Alto Douro (hospital público)	72
Anexo 22- Tabela dos princípios dialógicos do Centro Hospitalar de Vila Nova de Gaia- Espinho (hospital público)	73
Anexo 23- Tabela dos princípios dialógicos do Centro Hospitalar do Porto (hospital público)	74
Anexo 24- Tabela dos princípios dialógicos do Centro Hospitalar de Lisboa Norte (hospital público)	75



Anexo 25- Tabela dos princípios dialógicos do Hospital Beatriz Ângelo (hospital público)	76
Anexo 26- Tabela dos princípios dialógicos do Hospital Senhora da Oliveira- Guimarães (hospital público)	77
Anexo 27- Tabela dos princípios dialógicos do Hospital José Luciano de Castro- Anadia (hospital público)	78
Anexo 28- Tabela dos princípios dialógicos da Unidade Local de Saúde da Guarda (hospital público)	79
Anexo 29- Tabela dos princípios dialógicos da Unidade Local de Saúde do Nordeste (hospital público)	80
Anexo 30- Exemplo de publicações no facebook do hospital privado CUF.	81
Anexo 31- Publicação do Hospital Privado do Algarve.	82
Anexo 32- Exemplo da ferramenta “Botão de apelo à ação” (Centro Hospitalar de Trás-os-Montes e Alto Douro)	83



# Introdução

Qualquer organização nos dias de hoje é mencionada em algum lugar no mundo virtual (internet), mesmo que não haja um site próprio da instituição, com as dezenas de utilizadores e de informação existente qualquer instituição é mencionada pelo menos uma vez no mundo cibernético.

Esta situação resulta do aumento da utilização da internet, vivemos numa geração de computadores em que toda a gente vive ligada ao virtual. Todo este desenvolvimento da web e o aumento da sua procura, tem despertado o interesse dos profissionais de comunicação. Com o desenvolvimento dos sites e redes sociais estas ferramentas são uma mais-valia para comunicar com os públicos, quer a nível de comunicados para a imprensa, quer como forma de pesquisa sobre os públicos e até mesmo uma forma de divulgar informações.

As marcas virtuais das empresas são os sites, no entanto, de há uns anos para cá as redes sociais começaram a ganhar destaque. Se antigamente a primeira procura virtual seria o site, atualmente o mesmo não se verifica. As diferentes redes sociais existentes estão a ganhar vantagem face aos sites, pois permitem um contato mais direto com os públicos e tal como os sites permitem a transmissão de informações.

Como todas as ferramentas, existe a questão de como deve ser utilizada a internet a favor da organização e quais as melhores estratégias para a eficiência da mesma. Apesar dos inúmeros estudos, não há uma estratégia específica de como se deve usar a web a favor das relações públicas. São várias as teorias e cada uma defende um ponto de vista diferente. Para a realização do presente relatório foi escolhida a teoria de Michael L. Kent & Taylor sobre a comunicação dialógica.

No primeiro capítulo será descrito o estágio realizado, que teve lugar no Centro Hospitalar Cova da Beira, com a duração de três meses. Será feita uma breve descrição da instituição, bem como do gabinete acolhedor, Serviço de Comunicação, Marketing e Eventos. São ainda descritas todas as atividades realizadas. Face a estas atividades e a tudo o que foi observado, surgiu então o tema do presente relatório. Que consiste essencialmente em observar como atuam as instituições de saúde nas redes sociais, se aproveitam todas as potencialidades oferecidas e se aplicam corretamente os princípios descritos por Kent & Taylor.

No segundo capítulo, é feita uma abordagem teórica que se foca essencialmente em explicar a importância da comunicação nas organizações, o que nos remete imediatamente para os profissionais de relações públicas e a sua importância nas empresas, isto para que se perceba o porquê da necessidade de delinear uma estratégia dialógica quando falamos de empresas

presentes nas redes sociais. Este novo mundo virtual dá inúmeras oportunidades às empresas, mas também pode ser revelado uma verdadeira dor de cabeça se não for devidamente estruturada a estratégia certa. Neste sentido, é destacada a teoria de Kent & Taylor que formularam os cinco princípios dialógicos. Estes princípios pretendem explicar como deve ser feita a comunicação virtual, quer em sites quer nas redes sociais. Com base nestes princípios, elaborou-se uma tabela adaptada às funcionalidades do facebook que será utilizada no desenrolar do estudo.

Por fim, temos o terceiro e último capítulo, que se foca no estudo proposto, avaliar se os hospitais públicos e privados de Portugal estão a aproveitar corretamente as potencialidades do facebook, para tal é usada a tabela elaborada com base nos princípios dialógicos de Kent & Taylor.

Por fim, pretende-se que este estudo destaque a importância que hoje em dia o mundo virtual tem na sociedade, não só os sites como também as redes sociais e como é importante aplicar uma boa e estruturada comunicação dialógica.

# Capítulo I- Enquadramento Institucional

## 1. Centro Hospitalar Cova da Beira

### 1.1. A sua breve história

O presente relatório visa descrever as atividades desenvolvidas durante o estágio realizado no Centro Hospitalar Cova da Beira, num período de três meses, de janeiro até março. O estágio decorreu no Serviço de Comunicação e Marketing com a orientação da Dra. Sofia Craveiro, mestre em Ciência da Comunicação e Coordenadora do Gabinete de Eventos do Hospital.

O Centro Hospitalar Cova da Beira é constituído por 3 instituições distintas, o Hospital Pêro da Covilhã, o Hospital do Fundão e o Departamento de Psiquiatria e Saúde Mental.



Figura 1- Hospital Pêro da Covilhã

Fonte: Site do CHCB

O primeiro hospital da Covilhã foi inaugurado a 26 de junho de 1908, intitulado de Hospital da Misericórdia da Covilhã, a sua construção deve-se ao presidente da Câmara Municipal da Covilhã na altura, Dr. Joaquim Nunes de Oliveira Monteiro, no entanto após um século de existência as instalações já não beneficiavam das melhores condições e a sua localização também não era a mais acessível. Assim de forma a combater esta situação, surge a iniciativa da criação do Centro Hospitalar Cova da Beira (CHCB).

A sua inauguração marcou a data de 17 de janeiro de 2000, localizado na Quinta do Alvito, com a função de prestar cuidados médicos á população do concelho da Covilhã, Fundão, Belmonte e Penamacor, tornando-se assim o maior e mais sofisticado hospital da região. <sup>1</sup>



Figura 2- Hospital do Fundão

Fonte: Site do CHCB

Originalmente o primeiro edifício médico do Fundão tinha como nome Hospital da Misericórdia e foi construído em finais do século XIX, posteriormente, à data de 16 de outubro de 1955 ergueu-se o Hospital do Fundão. Este hospital foi obra do empenho da população que juntamente com a Santa Casa da Misericórdia conseguiram os recursos económicos necessários, através da organização de vários cortejos. Os terrenos onde foi construído foram doados pela D. Ermelinda da Conceição Azevedo.

A gestão do hospital era responsabilidade da Santa Casa da Misericórdia do Fundão, só a 17 de fevereiro de 1983 é que foi atribuída a categoria de Hospital Distrital e em 1999 foi incluído no CHCB. <sup>2</sup>

---

<sup>1</sup> <http://www.chcbeira.pt/?cix=584&lang=1>, consultado em 25 de fevereiro de 2016.

<sup>2</sup> <http://www.chcbeira.pt/?cix=585&ixf=seccao&lang=1>, consultado em 25 de fevereiro de 2016.



Figura 3- Departamento de Psiquiatria e Saúde Mental

Fonte: Site do CHCB

O Centro de Saúde Mental da Covilhã esteve em funcionamento desde 1971 a 1992, em setembro de 2007 passou a exercer as suas funções nas atuais instalações, junto ao Hospital Pêro da Covilhã. Este departamento de Psiquiatria e Saúde Mental é o único local de tratamento que engloba a saúde mental da Beira Interior, acolhendo utentes de 11 concelhos diferentes. Coordena serviços de Psiquiatria de Adultos e Pedopsiquiatria, apoia o ensino pré e pós-graduado e investigação em psiquiatria e saúde mental, contendo ligação com a UBI, mais concretamente com a Faculdade de Ciências da Saúde de Psicologia, e Escolas Superiores de Enfermagem.<sup>3</sup>

### 1.1.1 Missão, objetivos e política da empresa

No âmbito de perceber melhor o funcionamento da instituição é importante caracterizá-la quanto à missão, objetivos e política da empresa.

O CHCB define como sua missão prestar cuidados médicos, de forma eficiente, com qualidade, em tempo útil e de custo suportável às várias faixas etárias sociais. Como Hospital Nuclear da Faculdade de Ciências da Saúde, da Universidade da Beira Interior é importante desenvolver um ensino de alta responsabilidade. Para além da parceria com a UBI, o Hospital colabora com Escolas Superiores de Enfermagem e Escolas Superiores de Tecnologia de Saúde para assim participar no ensino pré e pós-graduado.

O Centro Hospitalar Cova da Beira decreta vários objetivos, como: prestação de serviços competentes, acessíveis e humanizados; manter um nível alto de ensino médico, de

<sup>3</sup> <http://www.chcbeira.pt/index.php/informacao-util/2012-04-26-10-10-27/localizacao-do-centro-hospitalar-cova-da-beira-epe/download/?cix=544>, consultado em 25 de fevereiro de 2016.

enfermagem e de tecnologia de saúde; promover e desenvolver a área da investigação clínica e científica; cumprimento dos contratos e planos de ação; desenvolver projetos de prestação de cuidados de saúde, apoiar e desenvolver a formação dos seus colaboradores.

Para que o CHCB mantenha o melhor nível de serviço e qualidade, este salienta alguns princípios pelos quais, os seus colaboradores se devem orientar, como: legalidade, igualdade, proporcionalidade, colaboração, boa-fé, humanismo, respeito pela dignidade humana, qualidade, competência e responsabilidade. <sup>4</sup>

## **1.2 Estrutura Organizacional**

O Centro Hospitalar Cova da Beira é composto pelo Hospital Pêro da Covilhã e o Hospital do Fundão, no entanto, a maior parte dos serviços encontram-se na sede da Covilhã.

A instituição conta com vários serviços que garantem todos os dias o bom funcionamento do CHCB, tais como, Serviços de Auditoria Interna; Serviços de Recursos Humanos; Gestão e Logística; Gestão Documental; Consultoria Interna; Serviço de Comunicação, Marketing e Eventos; Órgãos de Apoio Técnico e Sustentabilidade Ambiental.

No que diz respeito aos cuidados de saúde, a instituição tenta ser a mais completa possível.

No Hospital pode-se contar com: Unidades Gestoras de Atividade; Serviços de Cuidados Agudos, serviços de saúde ligada às crianças e mulheres, desde Obstetrícia, Ginecologia, Pediatria, Medicina Reprodutiva e Neonatologia; serviços médicos como Cardiologia, Neologia, Nutrição, Pneumologia e muitos mais; Serviços Cirúrgicos, Serviços de Medicina Preventiva, Consultas Externas, Psiquiatria e Telemedicina, que presta apoio nas áreas de Oncologia, Dermatologia, Neurocirurgia, Pediatria e Obstetrícia. <sup>5</sup>

## **1.3 Serviço de Comunicação, Marketing e Eventos**

O Serviço de Comunicação, Marketing e Eventos do Centro Hospitalar Cova da Beira tem como principal objetivo/tarefa, construir uma opinião informada, ponderada e credível relativamente aos serviços prestados pelo hospital, apoiar todas as campanhas estratégicas, gerar e gerir a imagem do hospital quer externa como interna.

---

<sup>4</sup> <http://www.chcbeira.pt/index.php/informacao-util/2012-04-26-10-10-27/localizacao-do-centro-hospitalar-cova-da-beira-epe/download/?cix=569&ixf=seccao&lang=1>, consultado em 28 de fevereiro de 2016

<sup>5</sup> <http://www.chcbeira.pt/download/organograma%20CHCBeira%2028nov2014.pdf>, consultado em 28 de fevereiro de 2016



### **1.3.1. Missão e objetivos**

A sua missão passa por desempenhar funções de marketing estratégico, de comunicação e de *design* gráfico, que devem ser executadas segundo os valores fundamentais de criatividade, eficiência e qualidade.

Os principais objetivos do SCME são: promover a imagem do CHCB como um serviço de excelência na área da saúde, investigação e educação; criar mecanismo de comunicação com os seus diversos públicos; elevar o hospital a nível nacional e internacional mostrando os vários trabalhos realizados pela empresa; dar motivação às várias equipas que integram esta instituição.<sup>6</sup>

## **2. O estágio**

### **2.1 Objetivos do estágio**

O principal objetivo do estágio curricular consiste em aplicar os conhecimentos sobre métodos, técnicas e instrumentos de Relações Públicas adquiridos ao longo do 1º e 2º ciclo de estudos de forma prática e profissional na instituição acolhedora.

Pretende-se também adquirir experiência profissional na área de organização de eventos e assessoria comunicacional; a oportunidade de desenvolver competências num ambiente profissional; ter a possibilidade de desenvolver competências comportamentais transversais como relacionamento interpessoal, autoconfiança, disciplina, métodos de trabalho, capacidade de cumprir prazos e horários; desenvolver contatos pessoais e profissionais. Tenciona-se realizar de forma geral todas as funções executadas pelo Serviço de Comunicação, Marketing e Eventos.

### **2.2. Atividade desempenhadas**

#### **2.2.1 Registos biométricos e expediente**

A primeira tarefa executada e, posteriormente, sempre realizada pela estagiária foi a divulgação de eventos no hospital. O CHCB conta com cinco pontos específicos onde são colocados regularmente cartazes de eventos que são do interesse de todos os funcionários,

---

<sup>6</sup> <http://www.chcbeira.pt/?cix=795&ixf=seccao&lang=1>, consultado em 28 de fevereiro de 2016

mas também é possível serem consultados pelos utentes. Destes cinco pontos há três que são mais importantes, chamados como registos biométricos, estes encontram-se junto ao ponto (local onde os funcionários colocam a impressão digital de forma a assinalar que estão no trabalho).

Este local foi escolhido de forma estratégica, pois qualquer funcionário tem que passar por lá sempre que inicia e termina o horário de trabalho. Existem ainda mais dois, um junto ao refeitório e outro perto do auditório principal do hospital.

Têm a função de transmitir aos funcionários conferências, palestras, ações clínicas e eventos de interesse geral, através da colocação de cartazes. Quando os eventos são organizados pelo hospital, os cartazes são feitos pelo gabinete de comunicação, caso sejam eventos de outras instituições são enviados para lá e, posteriormente, imprimidos e colocados caso seja relevante. A diretora do gabinete tem que aprovar primeiro a divulgação dos eventos nestes registos.

Existe ainda outra forma de divulgação de eventos e envio de informações relevantes. Existe um gabinete no hospital chamado de “expediente”, lá existe uma estante devidamente separada e assinalada com o nome de todos os departamentos do hospital, onde são colocados cartazes, agendas culturais, *flyers*, documentos com informações específicas ou privadas. Durante os três meses a estagiária era a responsável por esta atividade, distribuir os cartazes nos registos biométricos e retirá-los quando passava a data, e distribuição no expediente.

### **2.2.2. Clipping**

Esta é uma das ferramentas usadas pelos assessores para terem um total conhecimento de tudo o que é dito sobre a instituição, poderem alterar o que é criticado e manter o que é elogiado. “A organização do clipping é uma tarefa muito importante. É ali que estará a indicação das notícias em suas respetivas editorias, o nome dos repórteres e a data da publicação da matéria. Para fazer essa atividade os assessores tinham que chegar cedo e verificar junto a portais de notícias e jornais todas as reportagens que citavam a instituição.” (Sêmia, s.d, pág. 7).

Todas as notícias sobre o hospital e relacionadas com a área da saúde são anexadas em arquivos (quando em jornais impressos), ou então, guardadas via internet na chamada “revista de imprensa” quando online. Ficou a encargo da estagiária juntamente com outra funcionária do GCME, pesquisar diariamente em vários jornais *online* notícias que falassem do Centro Hospitalar Cova da Beira ou então qualquer notícia ligada a área da saúde. Os jornais

impressos pesquisados são o Fórum da Covilhã, Revista Portuguesa de Gestão e Saúde, Jornal do Fundão e Notícias da Covilhã.

### 2.2.3 Lombadas

O início do estágio coincidiu com o início do ano 2016, portanto foi necessário atualizar todos os arquivos do GCME, a estagiária foi desafiada a escolher o design das lombadas dos arquivos referentes ao ano de 2016.



Figura 4: Lombadas para o arquivo de 2016



*Figura 5: Lombadas para o arquivo de 2016*

#### **2.2.4 Protocolos**

De forma a melhorar a relação com os funcionários, o CHCB preocupou-se em realizar protocolos com várias empresas da região beneficiando assim os seus colaboradores em várias áreas. Estes protocolos têm como objetivos dar certos benefícios aos funcionários e em troca o hospital ajuda na divulgação de eventos e de atividades dessas entidades no site. “A internet está-se a tornar imprescindível nos planos de comunicação das grandes corporações, cujos sites foram criados como centros de informação para consumidores. Em vez de vendas, muitas empresas estabelecem objetivos de comunicação e realizam online uma verdadeira estratégia de administração dos seus contatos e do relacionamento com os diferentes públicos que com elas se relacionam e interagem.” (Melo, 2010, pág.8)

Esta iniciativa teve início em outubro de 2013, desde então alguns protocolos foram cancelados e outros foram iniciados.

Deu-se então a tarefa à estagiária de organizar de forma pormenorizada este arquivo. A estagiária teve que identificar os protocolos desatualizados, organizar os arquivos por áreas, contatar com as empresas para a renovação dos protocolos e caso fosse necessário elaborar de um novo o protocolo com cláusulas mais vantajosas.

### 2.2.5 Exposições

São várias as organizações de solidariedade que recorrem ao hospital para poderem divulgar exposições ou trabalhos feitos por eles. A estagiária teve a possibilidade de colaborar na montagem de uma, intitulada de “REDES QUE PROTEGEM - VIOLÊNCIA ZERO”, organizada pela Coolabora. Esta exposição surgiu no âmbito de assinalar o Dia Internacional para a Eliminação da Violência contra as Mulheres, onde foram elaborados doze cartazes por várias entidades parceiras. A estagiária teve como função ajudar na montagem desta exposição juntamente com outra funcionária do CHCB, que colocaram os cartazes no átrio do hospital para que várias pessoas os pudessem ver, no final do tempo estipulado para a exposição ficou também encarregue de tratar da desmontagem da mesma.



Figura 6: Publicação no facebook do CHCB sobre a exposição "Redes que protegem"

Fonte: Facebook do Centro Hospitalar Cova da Beira

## 2.2.6 Congresso da AMACC

Outra experiência da estagiária, e uma das mais importantes, foi a colaboração na organização do 8º Congresso da AMAAC - Associação do Médicos, Auditores e Codificadores Clínicos. Este congresso foi organizado pela AMAAC e o CHCB contando com a intervenção de responsáveis e especialistas de diversas unidades hospitalares e entidades da saúde, onde estiveram presentes mais de 120 pessoas.

A estagiária teve como função a elaboração das credenciais de participação, a elaboração das senhas de almoço, as etiquetas de lembranças, o *layout* da apresentação power point que todos os congressistas deveriam utilizar e preparou a apresentação do programa que foi demonstrada durante todo o congresso.

No dia do congresso a estagiária também esteve presente durante todo o dia ajudar na organização, encaminhar os participantes para as devidas salas, organizar a mesa do congresso, tirar fotografias, esclarecer dúvidas, etc...



Figura 7: Proposta de credenciais e senhas de almoço, nº1.



Figura 8: Proposta de credenciais e senhas de almoço, nº2.



Figura 9: Proposta de credenciais e senhas de almoço, nº3.



Figura 10: Proposta de credenciais e senhas de almoço, nº4. (Foi a proposta escolhida.)



Figura 11: Duas propostas para as etiquetas de lembranças. A da direita foi a escolhida.

### 2.2.7 Sessão de esclarecimento “Receita sem papel”

O CHCB organiza imensas sessões clínicas e sessões de esclarecimento para os seus colaboradores, foi possível acompanhar uma sessão de esclarecimento intitulada “Receita sem papel”, onde a estagiária ficou encarregue das fotografias e de prestar apoio no auditório durante toda a sessão.

### 2.2.8 Revista de Imprensa

Como foi referido anteriormente, o GCME tem a preocupação de fazer o *clipping* para a instituição. Todas as notícias guardadas de forma *online* são intituladas de “Revista de Imprensa”, foi então pedido a estagiária que organizasse todos os ficheiros relativamente ao ano de 2015.



### **2.2.9 Atualização da base de dados**

Uma entidade como o CHCB lida diariamente com muitas pessoas e muitas empresas, todos os contatos devem ser devidamente guardados caso seja necessário no futuro. A organização da base de dados da lista telefónica do CHCB foi outra das funções da estagiária, bem como acrescentar novos contatos e atualizar os mais antigos.

### **2.2.10 Pesquisa de instituições**

Já foi referido anteriormente, que o CHCB abre as suas portas a várias instituições para que estas possam fazer exposições de forma a mostrar o seu trabalho e venderem produtos para a angariação de fundos de ajuda. Estas angariações de fundos são organizadas pelo GCME e devidamente calendarizadas no início do ano.

Habitualmente todas as empresas que pedem este contributo já são conhecidas do gabinete, no entanto, no decorrer do estágio houve três novas que pediram para fazer as suas angariações neste centro hospitalar. Como instituição séria que é, e, devido à responsabilidade social que o hospital tem, deve avaliar se as instituições são realmente reais e garantir aos utentes a veracidade de todas as organizações com quem trabalham. O trabalho de investigação destas novas instituições que pediam colaboração ao CHCB ficou encarregue à estagiária, que teve de investigar profundamente se elas realmente eram legais ou não.

### **2.2.11 Fotografar campanhas**

A estagiária fotografou campanhas que ocorreram no hospital para, posteriormente, serem divulgadas ao público através das redes sociais.

### **2.2.12 Propostas de cartazes para o evento “Antes que te queimes”**

Foi organizado pelo hospital, em colaboração com a UBI e os estudantes de Medicina, uma palestra de sensibilização para o risco do consumo de tabaco e outras substâncias aditivas, para os estudantes do Fundão. A estagiária foi desafiada a elaborar algumas propostas de cartazes para este evento.

**Anfiteatro do  
Agrupamento de  
Escolas do Fundão**

**DIA 19 DE ABRIL  
10H**

# **ANTES QUE TE QUEIMES**



**Palestra / Atelier de Sensibilização para os riscos do consumo do  
tabaco e outras substâncias aditivas com a Dra. Sofia Ravera e alunos  
de Medicina da UBI.**



Figura 12: Proposta de cartaz “Antes que te queimes” n°1.

MedUBI

Centro  
Hospitalar  
Cova da Beira, L.P.E.

# ANTES QUE TE QUEIMES

LOCAL: Anfiteatro do Agrupamento  
de Escolas do Fundão

19/04/2016

10h



Figura 13: Proposta de cartaz “Antes que te queimes” nº2.

# ANTES QUE TE QUEIMES

**Palestra / Atelier de Sensibilização para os  
riscos do consumo do tabaco e outras  
substâncias aditivas com a Dra. Sofia Ravera e  
alunos de Medicina da UBI.**

**Dia 19 de  
Abril pelas  
10H**

**LOCAL: Anfiteatro do  
Agrupamento de  
Escolas do Fundão**



Figura 14: Proposta de cartaz “Antes que te queimes” nº3.



Figura 15: Proposta de cartaz “Antes que te queimes” nº4.

### **2.3. Avaliação crítica do estágio**

Após a conclusão do estágio, o sentimento é satisfatório. A maior parte dos objetivos foram alcançados, o único entrave foi a duração do estágio, três meses é pouco para acompanhar todas as atividades realizadas pelo CHCB. Foi permitido acompanhar todas as tarefas que estavam a decorrer durante este período, mas ficaram igualmente outras tantas por observar.

Foi permitido à estagiária perceber como funciona um Serviço de Comunicação, como é trabalhar em equipa e como funciona a distribuição de tarefas, apurado o seu sentido de responsabilidade, autonomia, criatividade, organização e empenho.

Também foi gratificante poder trabalhar com pessoas profissionais e com mais experiência, que sempre ajudaram a ultrapassar as dificuldades e tiveram toda a paciência para transmitir os seus conhecimentos.

Por fim, e graças as observações feitas foi possível escolher o tema do presente relatório.

# Capítulo II- Revisão Bibliográfica

## 1. Importância da comunicação nas organizações

Para que todo este trabalho seja compreendido existe um conceito fundamental que deve estar sempre presente: o conceito de comunicação.

Segundo o site *infopedia*<sup>7</sup> comunicação é “ato ou efeito de comunicar; troca de informação entre indivíduos através da fala, da escrita, de um código comum ou do próprio comportamento; o facto de comunicar e de estabelecer uma relação com algo ou alguém”.

Para Wolton, “a comunicação parece tão natural que, a priori, não há nada a ser dito a seu respeito. E, no entanto, tanto o seu êxito, como o seu recomeço não são fáceis” (2006, p.13).

No decorrer do nosso dia, a interação constantemente presente é a comunicação, para que seja feita qualquer coisa é necessário comunicar, e por vezes o segredo dos bons resultados está na boa comunicação. Se isto se verifica na mais comum das tarefas, no que toca às organizações o caso não muda de figura. A comunicação é a base para o sucesso, se a comunicação falha o resto falhará também.

A comunicação está presente em todas as atividades que executamos, seja na vida pessoal ou privada, é quase tão essencial como o ar que respiramos. Nas empresas nem sempre foi dado o devido valor à comunicação, nos dias que correm já começam a haver mudanças. Cada vez mais é destacado o valor da comunicação e se compreende que ela é necessária desde o início, durante e depois de qualquer projeto. “A comunicação deveria ocupar um lugar central numa teoria completa de organização, porque a estrutura, extensão e alcance das organizações são quase que inteiramente determinados pelas técnicas de comunicação” (SOUZA, 2009, p.11).

A principal função da comunicação organizacional é manter o equilíbrio da organização, nos seus diversos públicos, seja a nível interno seja a nível externo, deve compreender-se que o sistema organizacional se mantém graças ao sistema comunicacional, sem ele tudo desmorona.

Segundo Kreps, comunicação organizacional é o processo através do qual os membros de uma organização reúnem informações pertinentes sobre a mesma e sobre as mudanças que

---

<sup>7</sup> <https://www.infopedia.pt/dicionarios/lingua-portuguesa/comunica%C3%A7%C3%A3o>, consultado a 8 de Maio de 2016

ocorrem no seu interior. A comunicação permite às pessoas gerar e partilhar informações, que lhes dão capacidade de cooperar e de se organizarem, (Kreps, 1990).

Para que a comunicação tenha sucesso há alguns parâmetros essenciais: o emissor, o recetor, a mensagem, um canal de distribuição, uma circunstância e um propósito. (Thayer, 1976).

Primeiro o emissor tem que perceber que nem todos os recetores são iguais, portanto, antes de transmitir a mensagem é importante avaliar quem irá receber a mensagem e como a irá receber e assim adaptar o melhor canal e a melhor forma de o fazer, depois é também importante avaliar o feedback, só assim se compreenderá se a comunicação foi eficaz.

A comunicação nas organizações nunca foi considerada dos parâmetros mais importantes, no entanto, com o desenvolvimento da sociedade e ainda mais com o avanço da tecnologia e a crescente concorrência começam a crescer novos desafios nas organizações, onde a comunicação eficaz pode ser a resposta para muitos deles. Para tal é necessário que a comunicação seja parte integrante e com importância nas empresas.

Um dos pontos determinantes de sucesso é a eficiência da comunicação externa e interna, independentemente da área ou do tamanho da instituição, muitas vezes as maiores falhas estão ligadas à comunicação, daí a sua importância. É necessário a compreensão de todos os tipos de comunicação e como cada um deles afetará o planeamento administrativo.

Para Kunsch (2007), o planeamento é um processo fundamental para a concretização das ações da organização. Surge como uma peça lógica e racional, na medida em que se estuda, por etapas e é o melhor caminho a percorrer para alcançar os objetivos desejados.

“Planear e administrar a comunicação das organizações hoje, no contexto de uma sociedade complexa e frente a um ambiente de mercado altamente competitivo, requer do gestor responsável conhecimentos de planeamento, gestão e pensamentos estratégicos e bases científicas da própria área da comunicação que ultrapassem o nível das técnicas e de uma visão linear, cujos roteiros muitas vezes ignoram condicionamentos externos e possíveis conflitos” (Kunsch, 2008).

Esta tarefa tão complexa da comunicação, pertence hoje em dia aos profissionais das relações públicas e aos assessores de comunicação.



## 2. Definição de Relações Públicas

Depois de percebermos a importância da comunicação nas organizações é igualmente importante compreender como esta se desempenha e quem desempenha este papel de responsável pela comunicação nas empresas.

As relações públicas são um termo que nem sempre foi conhecido, apesar de ter nascido no final do século XIX, início do século XX esta prática é desempenhada desde que a comunicação surgiu. Um exemplo disso, são as enormes e importantíssimas civilizações antigas, como a Grécia e Roma, que já aí o governo e a religião tinham que ser aceites pelo povo, e para tal já eram usadas algumas técnicas dos profissionais de relações públicas. (Pinheiro & Ruão, 2016).

O termo em si não era usado como nos dias de hoje nem tão pouco existia, no entanto no decorrer da história do mundo, em vários aspetos, nota-se a forte presença das relações públicas, seja nas negociações de política, jurídica, económica e militar, na redação de discursos para levar determinado público a crer em algo ou a fazer alguma coisa do interesse do orador ou mesmo na religião em que os pregadores tinham que ter uma forte capacidade comunicativa para angariarem seguidores, as relações públicas sempre estiveram presentes.

No princípio (referente a meados do século XIX), o predominante na atuação das RP era o exercício da influência na opinião pública em defesa dos interesses empresariais; que consistia numa comunicação unilateral e persuasiva, assente na técnica da publicidade, voltada para influenciar os públicos (aliás, ainda hoje existe este aspeto da indução em sua definição). (Pinheiro & Ruão, 2016, pp. 177).

Relações públicas podem definir-se como uma “função de gestão que se foca em tendências de longo prazo de interação entre uma organização e todos os seus variados públicos os que a apoiam e os que não apoiam. As Relações Públicas procuram fortalecer essas relações e por isso geram compreensão mútua, boa vontade e apoio.” (Smith, 2005, citado em Engrácio, 2015, pp. 7)

Segundo o Instituto Britânico das Relações Públicas “As relações públicas constituem o esforço deliberado, planeado e contínuo para estabelecer o entendimento mútuo entre uma organização e os seus públicos” (citado em Engrácio, 2015, pp. 8)

Para melhor compreendermos a evolução deste conceito Pinheiro & Ruão (2016) apresentam o seguinte quadro:

ANO	AUTOR	DEFINIÇÃO	ENFOQUE
1924	John C. Long	"Relações públicas é o processo de descobrir, e de fazer conhecer os fatores em uma empresa que são de interesse público".	Interesse público
1948	Glenn e Denny Griswold	"Relações Públicas é a função de gestão que avalia as atitudes públicas, identifica as políticas e procedimentos da organização e individual ou com o interesse público, e executa um programa de ação para ganhar compreensão e aceitação públicas".	Interesse e aceitação pública
1951	Louis Salleron	"As Relações públicas são, inicialmente, o conjunto de meios utilizados pelas empresas para criar um clima de confiança junto ao seu pessoal, junto aos grupos com os quais se acham ligadas e comumente junto ao público em geral, tendo em vista proteger sua atividade e favorecer o seu desenvolvimento".	Clima de Confiança
1952	Edward L. Bernays	"Relações públicas, objetiva, por meio da informação, da persuasão e do ajustamento, edificar o apoio público para uma atividade, causa, movimento ou instituição"	Persuasão
1952	Scott Cutlip e Allan Center	"É a comunicação e a interpretação de informações, ideias e opiniões do público para a instituição num esforço sincero para estabelecer reciprocidade de interesses e assim proceder ao ajustamento harmonioso da instituição na sua comunidade".	Interesse mútuo
1959	Lucien Matrat	"Relações públicas é, em primeiro lugar, uma maneira de se comportar e, secundariamente, uma maneira de informar, de se comunicar com a intenção de estabelecer e manter relações de confiança baseadas no conhecimento e na compreensão mútuas".	Relações de Confiança
1960	Instituto Britânico de Relações Públicas	"As relações públicas são o esforço deliberado, planejado e contínuo para estabelecer o entendimento mútuo entre uma organização e os seus públicos".	Entendimento mútuo
1982	Public Relations Society of America (PRSA)	"Relações públicas ajuda a uma organização e seus públicos adaptarem mutuamente um ao outro".	Adaptação Mútua
1984	James Grunig e Todd Hunt	"As relações públicas é a gestão da comunicação entre uma organização e os seus públicos"	Gestão da Comunicação
2012	Public Relations Society of America (PRSA)	"Relações públicas é um processo de comunicação estratégica que constrói relações mutuamente benéficas entre organizações e seus públicos".	Relações mutuamente benéficas

Figura 16: Evolução do conceito das Relações Públicas

Fonte: Pinheiro & Ruão, 2016, pp. 181

A principal preocupação do profissional de relações públicas é o público, a sua relação com ele, a construção de uma boa e duradoura relação, a conquista da sua confiança e respeito. "Não existem métodos comunicativos universais ou estáticos, assim como não é possível uma composição grupal ideal. O profissional de relações públicas deve atender às demandas grupais de acordo com as características técnicas e sociais levantadas através de pesquisas, conhecendo e respeitando os fatores principais de sua composição." (Kollross, 2008, pp. 1)

É importante salientar, que as funções de um relações públicas não são as mesmas de organização para organização, cada uma tem necessidades diferentes, objetivos diferentes, cabe a cada profissional adaptar, consoante a necessidade, a melhor estratégia.

### 3. Os quatro modelos de comunicação de Gruning

A tecnologia não deve ser vista como forma de criar distância entre a organização e o seu público, muito pelo contrário, a ideia é usá-la para manter o contato permanente com o público.

São várias as comunidades espalhas por todo o ciberespaço, portanto devemos utilizar a web de forma a transmitir a informação e a espalha-la por todos os possíveis públicos.

“Há um novo paradigma nesta área, a interação dialógica, que rompe o modelo mecânico da informação e adota a postura do diálogo como a melhor maneira de resolver conflitos, realizar acordos, enfim, buscar um consenso em relação a uma prática, compreendendo assim a comunicação para além da racionalidade técnica.” (MARCHIORI, 2006, p. 25).

Antes de compreender melhor o que significa a comunicação dialógica é importante referir os quatro modelos de Gruning (2009).

O primeiro modelo surgiu em 1851 até 1900, dá-se pelo nome de *Press Agency Model/Publicity Model*, este modelo surgiu na fase inicial da prática de relações públicas, portanto não tinha por base qualquer teoria, atuava de forma intuitiva, ou seja, recorrendo a persuasão e propaganda. A difusão de informação era incompleta e manipulada, a verdade não era um valor essencial.

O segundo modelo (1900-1920), *Public Information Model*, tem como figura central Ivy Lee, que altera alguns aspetos face ao modelo anterior. O processo comunicacional mantém-se assimétrico e unidirecional, a difusão de informação já não é feita com o intuito de persuadir e enganar o público, a verdade passa a ser considerada fundamental.

*Two way asymmetric model*, é o terceiro modelo de comunicação, teve origem em 1920 até 1960. A grande alteração deste modelo está na implementação da bidirecionalidade, apesar de ainda continuar assimétrico. A persuasão é feita através de métodos de investigação, a organização tenta influenciar através das relações públicas, mesmo que comecem a escutar os seus públicos as entidades ainda não tomam decisões em função da opinião do público.

Por último temos o modelo 4, iniciou-se em 1960 e prevalece até hoje como o modelo de excelência das relações públicas, é conhecido como *Two Way Symmetry Model*. Tal como no modelo anterior a personagem principal deste modelo é Edward Bernays. Começa a verificar-se uma maior preocupação em melhorar o entendimento com o público, o modelo passa a ter caráter bidirecional e simétrico, ou seja, compreende-se finalmente a importância de a comunicação ser feita no sentido organização-público, público-organização.

*O que é então a comunicação dialógica?*

#### **4. Os princípios dialógicos de Kent & Taylor**

Segundo Kent (1998) comunicação dialógica refere-se à troca de ideias e opiniões. Significa dar e receber, e é guiada por dois princípios. Primeiro, os indivíduos que se envolvem no diálogo não têm necessariamente que concordar com o que está a ser dito, muitas vezes eles discordam, no entanto, o que eles partilham é uma vontade de tentar chegar a posições mutuamente satisfatórias. Embora não consigam chegar a um acordo, o diálogo não é apenas sobre o acordo. Pelo contrário, é sobre o processo de discussão aberta e negociada.

Em segundo lugar, comunicação dialógica é sobre intersubjetividade, e não a verdade objetiva, ou subjetividade. Devido à natureza dialógica da comunicação e ao seu ênfase em um processo de comunicação negociado, considera-se ser uma ética especialmente boa para conduzir o diálogo com os públicos e as relações públicas.

O mais importante na comunicação dialógica é o diálogo, é essa a importância de aplicar a comunicação dialógica na web, é apelar ao diálogo entre o público e a instituição, não apenas em haver preocupação com a divulgação de informação.

Kent (1998) considera que existem vários recursos para a construção de sites visualmente atraente e economicamente bem-sucedidas; no entanto, menos comuns são as estratégias para prestar informação ao público sobre a Web e reforçar relações com os públicos. Se os profissionais devem criar e manter sites para aumentar o interesse na sua organização, também devem contribuir para o diálogo público e aumentar o conhecimento e a sensibilização do público, em seguida, os profissionais devem-se esforçar para que os sites sejam construídos com uma compreensão de como funciona o Web.

**Abaixo estão cinco princípios que oferecem diretrizes para a integração bem-sucedida da comunicação dialógica na internet, segundo Kent & Taylor (1998).**

## **1º Princípio: Ligação dialógica**

Como referido anteriormente a implementação dos princípios dialógicos não diz só respeito á transmissão de informação, mas também preserva a importância do diálogo, como tal, este princípio salienta a importância do “feedback”. Assim, todos os web sites devem preocupar-se em dar oportunidade aos leitores de exporem as suas perguntas, preocupações e problemas.

A comunicação entre público e organização é uma mais-valia, tanto para manter os clientes satisfeitos e esclarecidos como para a organização saber o que está bem e o que deve mudar. No entanto, este princípio não é tão simples quanto parece.

É importante dar oportunidade ao público de se manifestar, mas mais importante ainda é dar resposta às suas manifestações, como tal, não adianta muito partilhar endereços de e-mail ou permitir comentários se não houver resposta por parte da organização.

Dar as respostas que o público quer também não é tão simples quanto parece, requer certos conhecimentos quer da empresa quer da área de relações públicas, nem todas as publicações ou mensagens são meras perguntas ou opiniões e uma resposta deslocada pode causar uma enorme crise online.

Para que tal não aconteça o melhor é destacar membros da equipa de relações públicas devidamente qualificados para responder às questões mais difíceis e acalmar as preocupações dos públicos.

## **2º Princípio: A utilidade da informação**

Atualmente somos bombardeados na internet por uma enorme quantidade de informação, umas úteis outras nem por isso. Os utilizadores por vezes ficam saturados com o excesso de informação existente e deixam de dar atenção ao que está escrito. Portanto, de forma a não cansar o público, é importante ter cuidado com a informação que vai estar disponível, deve ser cuidadosamente selecionada para que não seja apenas mais uma página online como todas as outras.

Primeiro que tudo não podemos esquecer que de qualquer pessoa pode visitar o site, desde clientes que já aderiram aos nossos produtos, possíveis interessados, pessoas que nunca ouviram falar da nossa empresa, portanto, a informação deve ser explícita, direta, e deve estar bem organizada.

Não deve ser difícil encontrar a informação, o utilizador visita o site e deve encontrar logo aquilo que procura sem grande dificuldade se não vai desistir da empresa e não vai voltar a consulta-lo. É importante que a página estimule próximas visitas.

Se organizar e disponibilizar a informação certa é o primeiro passo para um bom relacionamento dialógico, e os públicos passam a confiar na organização por fornecer informações úteis e honestas.

As informações indispensáveis no site são os contactos da empresa: número de telefone e endereço de correio eletrónico da mesma ou de membros da organização. Pode incluir pequenas explicações de como são feitos os produtos e como adquiri-los.

Nas relações pessoais o primeiro passo é recolher as informações úteis sobre a outra pessoa, para assim a conhecermos melhor e tirarmos as primeiras impressões sobre a mesma. O mesmo acontece nas relações público-organizações, o primeiro contacto deve logo esclarecer as informações mais úteis e que o público quer saber para assim desde logo haver uma ligação e estimular a atenção do utilizador.

### **3º Princípio: Repetição de visitas**

Este princípio explora maneiras de criar relacionamentos duradouros com público, ou seja, técnicas para manter o público ligado ao site e visitá-lo várias vezes. Para tal, deve ser atraente, atualizar a informação constantemente, mudar as questões e fóruns especiais, manter uma constante partilha de informação/notícias/eventos/promoções, sessões online com especialistas a responder às questões do público.

Limitar-se a colocar toda e mais alguma informação, aborrecer o público e este muito provavelmente não irá voltar a visitar a webpage.

Mais uma vez saber selecionar a informação é uma mais-valia, sem nunca esquecer a importância da interação e da criatividade.

### **4º Princípio: Facilidade de interface**

Quando os utilizadores visitam um site para fins informativos, por mero interesse ou simplesmente porque no meio da sua navegação pelo mundo virtual o encontraram, é importante que lhes seja oferecido uma procura fácil e que os conteúdos estejam bem estruturados e sejam fáceis de entender.

É importante que a informação esteja disponível em texto em vez de gráficos pois chama mais a atenção e demora menos tempo a carregar (o público não gosta de esperar). Muitos gráficos incomodam o utilizador e podem atrasar a sua procura pela informação que pretendem.

“Os Usuários e internautas podem aceder a um site e descobrir as suas facilidades de navegação e, com isso, passarem a ser um visitante frequente. Isso inclui uma dose equilibrada de elementos gráficos e textuais, menus fáceis de serem utilizados, rapidez no carregamento da página e facilidade de se encontrar informações. O ideal é uma página possível de ser visualizada pela maioria dos usuários, descartando-se sites que somente possam ser vistos se o usuário tiver algum software instalado. A ideia de facilidade é o grande desafio para a empresa, pois ela conseguirá criar um bom relacionamento com esses internautas se levar isso a sério. Os sites devem ser interessantes, informativos e trazer valor para o cliente.” (Oliveira & Huertas, 2010, p.4)

#### **5º Princípio: permanência na página**

Quando é criado um site uma das preocupações é manter os utilizadores na página, portanto, não se deve cair no erro grave de disponibilizar links que levem o público a visitar outra página afastando assim a sua atenção da organização, uma vez que, quando o visitante sai do site pode nunca mais voltar e a intenção é completamente o contrário, quer-se que ele permaneça ligado e que o faça muitas vezes.

Se for necessário incluir uma ligação externa, deve-se assegurar que o utilizador tem o caminho indicado para voltar a página.

Estes são os cinco princípios que serão falados e destacados ao longo do estudo todo, foram a partir deles que foram realizadas as tabelas da investigação que permitiram os resultados finais.

# Capítulo III- Estudo Empírico

## 1. Problema e hipóteses

Com o decorrer do estágio foi-se compreendendo melhor como funciona o GCME do Hospital Pêro da Covilhã. Um dos aspetos que mais se destacaram e chamaram a atenção foi o pouco cuidado dado á gestão das redes sociais.

Com o desenvolvimento da tecnologia, e a dependência cada vez maior da sociedade em se sentir “ligada” á rede, torna-se inevitável não reparar se este campo é ou não trabalho pelos gabinetes de comunicação.

Neste caso foi observado que no CHCB não é dada grande relevância a este parâmetro. Todos os eventos e notícias relevantes sobre o hospital são postadas na página do facebook, no entanto no que trata a informações, doenças, publicitações, ou até mesmo curiosidades que promovem a proximidade com o utente o hospital fica a quem.

Posto isto surgiu a curiosidade de verificar se o mesmo acontece com os outros hospitais.

A rede social escolhida foi o facebook, por ser a mais conhecida, com mais utilizadores, por ser dinâmica e com vertente para trabalhar com empresas e ferramentas para a promoção das instituições.

Definiu-se o seguinte problema de investigação:

*Estão os hospitais públicos/privados a recorrer ao facebook para comunicarem com os seus públicos, em especial com os seus utentes?*

*No caso do surto Zika, os hospitais recorreram ao facebook para sensibilizar e dar informações sobre o tema?*

As hipóteses que guiaram a recolha de dados foram as seguintes:

**H1:** O Zika foi abordado no facebook de todos os hospitais públicos e privados de Portugal.

**H2:** Os hospitais públicos/privados estão aplicar corretamente os Princípios Dialógicos nas páginas de Facebook.

**H3:** Os hospitais públicos estão aproveitar melhor as funcionalidades do facebook para informar os seus públicos do que os hospitais privados.



## 2. Objetivos da investigação

Este estudo tem, como principal objetivo avaliar como são usadas as potencialidades do facebook para os hospitais comunicarem com os seus públicos, em especial utentes. Fazer também uma análise da quantidade de hospitais públicos e privados que utilizam esta rede social, como é utilizada e posteriormente avaliar a importância que lhe é dada, com um destaque especial para as publicações sobre o vírus Zika.

## 3. Metodologia e desenho da Investigação

Para definir a amostra a estudar começou-se por investigar quantos hospitais públicos e privados existem em Portugal Continental, para isso recorreu-se ao site dos Serviços Nacionais de Saúde<sup>8</sup> e ao site da Associação Portuguesa de Hospitalização Privados<sup>9</sup>, onde consta a informação sobre os hospitais públicos e hospitais privados a operar em Portugal Continental. Após a consulta dos sites concluiu-se que existem cerca de 48 Centros Hospitalares e Hospitais Públicos e 41 Hospitais Privados.

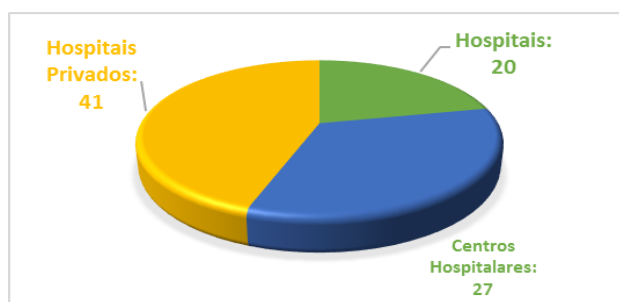


Gráfico 1: Gráfico do número de hospitais públicos, centros hospitalares e hospitais privados de Portugal.

De seguida foi averiguado quantos destes hospitais têm página no facebook, reduzindo assim a nossa amostra como podemos verificar no gráfico nº2:

<sup>8</sup> <https://servicos.min-saude.pt/utente/HealthProviders>, consultado dia 20 de abril de 2016

<sup>9</sup> <http://www.aphp-pt.org/index.php/associados/membros>, consultado dia 22 de abril de 2016

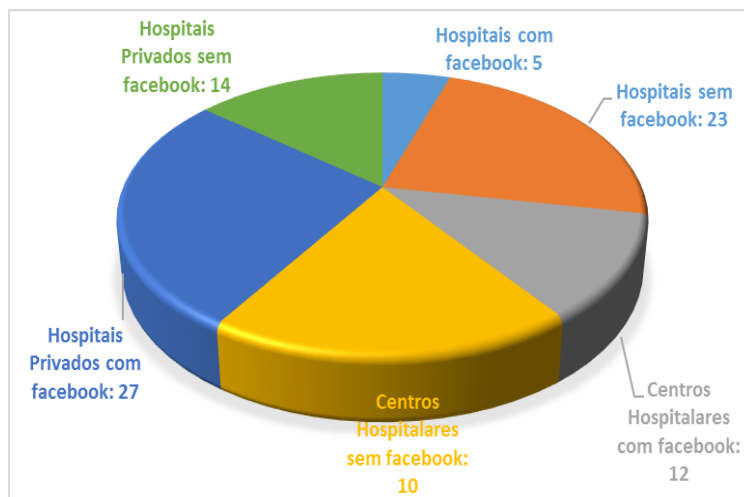


Gráfico 2: Gráfico dos hospitais públicos e privados com e sem facebook.

Para melhor entender a dinâmica e para facilitar o estudo, surgiu o tema específico do Vírus Zika. Segundo a Direção-Geral de Saúde<sup>10</sup> este vírus teve origem no Uganda, em 1947, e é transmitido através de mosquitos. Os seus sintomas passam por: febre, erupção cutânea, dores articulares e conjuntivite.

Segundo o site *tuasaude.com* “O Zika vírus pode ser grave porque este vírus nem sempre é eliminado do organismo depois da contaminação, e por isso ele pode afetar o sistema imune provocando doenças que podem surgir semanas ou meses após a infeção.”

No início do ano 2016 foram várias as notícias que começaram a circular nos média sobre este vírus, chegando a haver casos em Portugal. Face a isto, a preocupação da população aumentou, e as dúvidas acerca deste vírus eram muitas: o que é, como surge, como se transmite, quais os sintomas, como se previne?

Este pareceu ser o tema certo para, de uma forma mais específica avaliar se os hospitais estão realmente a aproveitar as potencialidades que o facebook oferece como meio de divulgação de informação e como meio de se aproximarem dos seus utentes sobre temas de interesse público.

Na segunda fase do estudo foi decidido qual o período para a análise das páginas do facebook. O surto do vírus Zika surgiu durante de o mês de janeiro, sendo mais falado para o final do mês, portanto o mês de fevereiro será o mais adequado para ser realizada a análise.

Para decidir a amostra final do estudo verificou-se se todos os hospitais públicos e privados com página de facebook teriam atualizações durante o mês de fevereiro chegando a

<sup>10</sup> <http://www.dgs.pt/paginas-de-sistema/saude-de-a-a-z/zika.aspx> consultado em 20 de Junho de 2016

conclusão que alguns não têm atualizações há anos, outros deixaram de ser atualizados há alguns meses e até há aqueles que não têm qualquer tipo de publicação.

Depois da análise inicial chegamos então à nossa amostra final: 11 hospitais públicos e 18 hospitais privados.

São apresentados, nos gráficos 3 e 4, os nomes dos hospitais públicos e privados que serão analisados com o respetivo número de likes para ter uma ideia da sua presença no facebook:

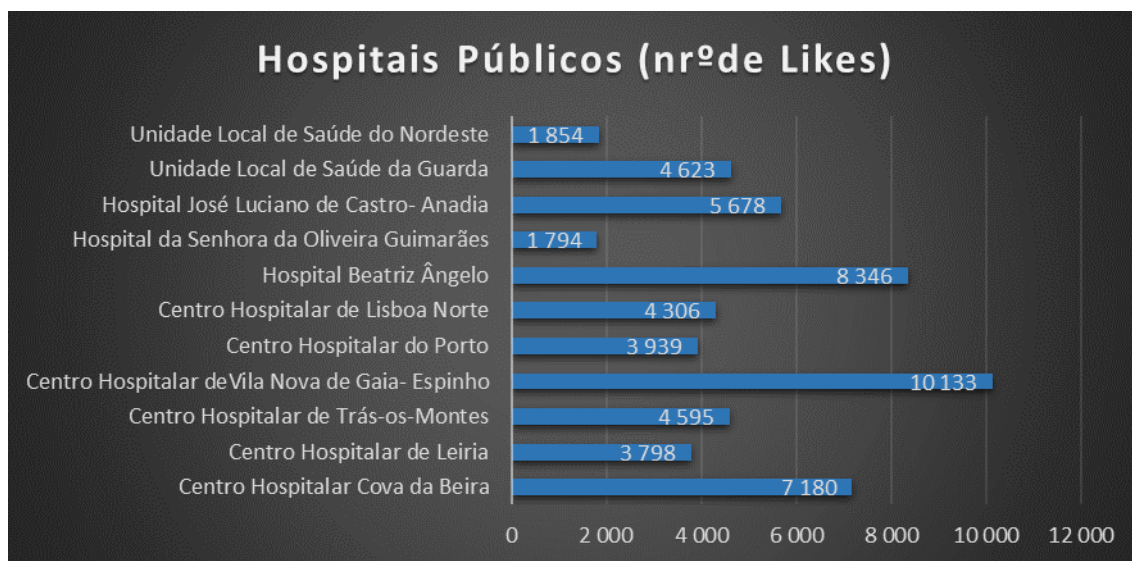


Gráfico 3: Gráfico do nº de likes das páginas de facebook dos hospitais públicos.

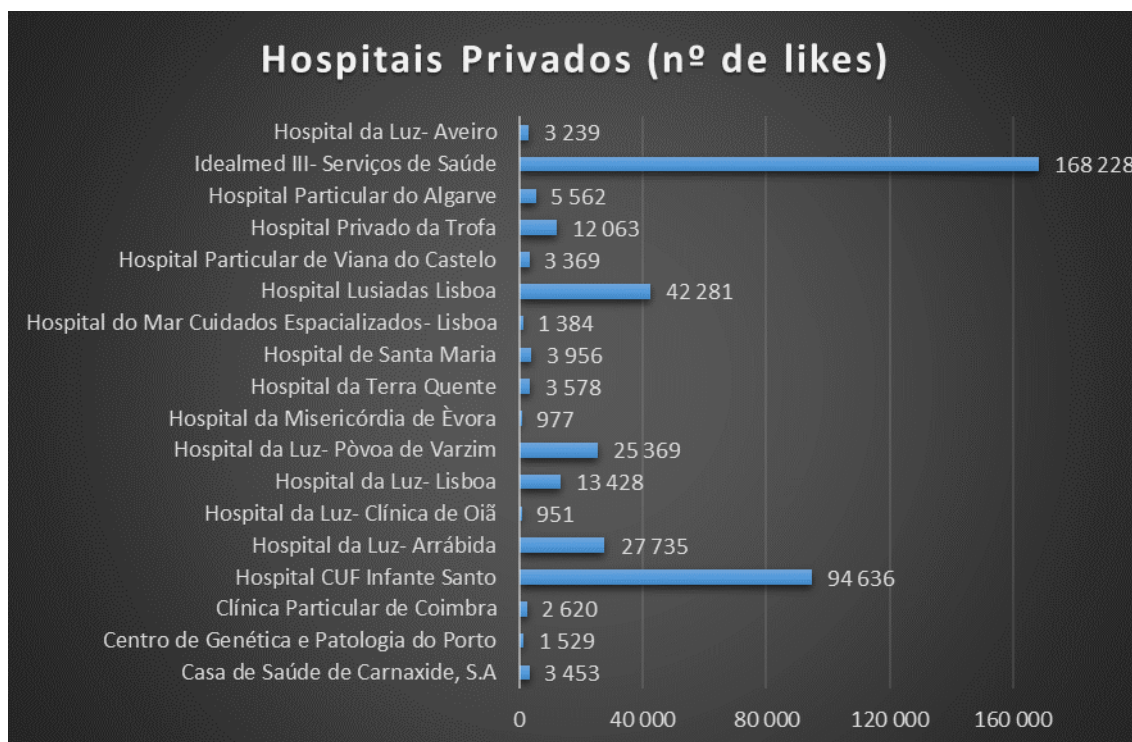


Gráfico 4: Gráfico do nº de likes das páginas de facebook dos hospitais privados.

O estudo foi feito a partir dos princípios dialógicos, foi contruída uma tabela em que estão discriminados os princípios e as interações compatíveis com o facebook para cada um deles. (Ver tabelas em anexo)

Durante o período de estudo definido (mês de fevereiro) foi analisado cada página individualmente e verificado quais os princípios que eram e não eram respeitados.

O estudo é de cariz descritivo e quantitativo. Recorreram-se à análise de conteúdos para analisar os dados recolhidos com o estudo do facebook.

#### 4. Análise dos dados

O primeiro princípio ligação dialógica é sobre a preocupação com o feedback dos visitantes da página, se oferece as ferramentas certas para que os utilizadores possam dar a sua opinião e expor as suas dúvidas, e se a própria organização, dá feedback a esta interação. O facebook permite que as pessoas se expressem de várias maneiras, seja por mensagem, comentários e permite que a instituição/organização seja classificada e expostas a críticas.

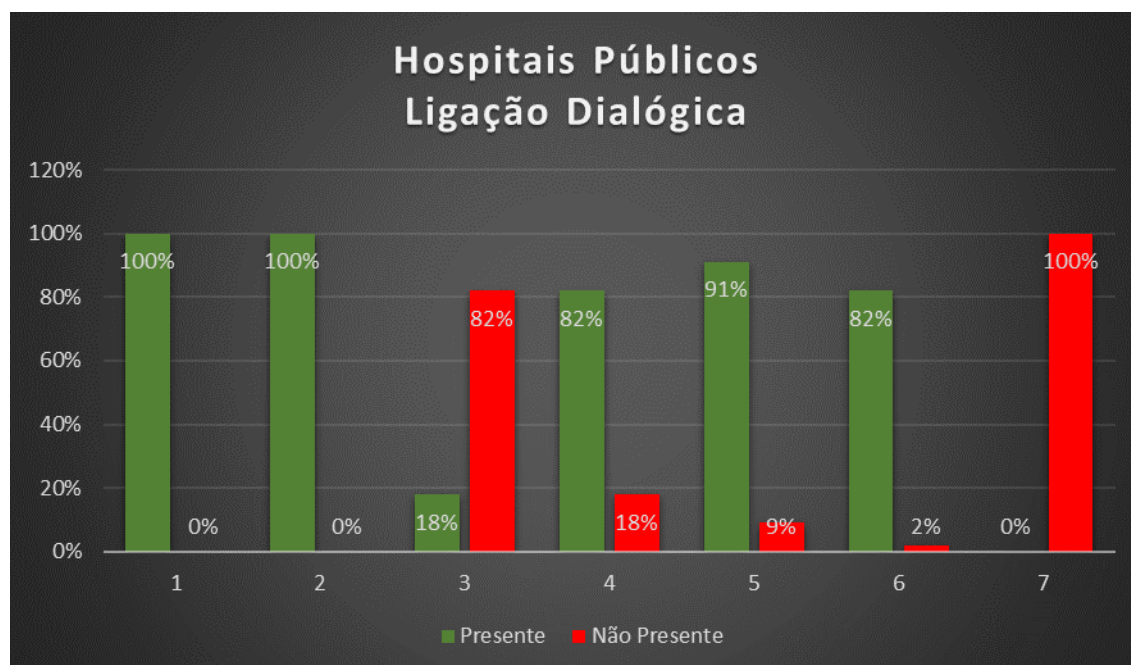


Gráfico 5: Gráfico referente ao 1º princípio dos hospitais públicos.

- 1- Possibilidade de responder aos comentários
- 2- Possibilidade de responder a publicações da página
- 3- Responde a comentários
- 4- E-mail
- 5- Permite classificação
- 6- Permite o envio de mensagens privadas
- 7- Responde a críticas

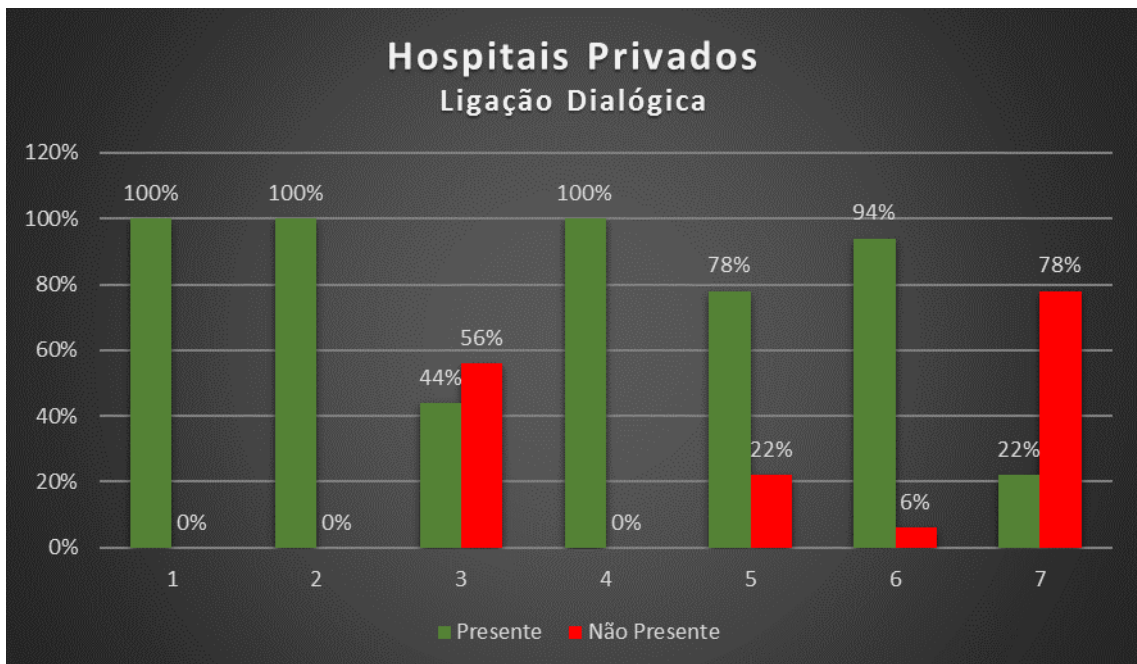


Gráfico 6: Gráfico referente ao 1º princípio dos hospitais privados.

Concluiu-se que a totalidade dos hospitais públicos/privados estudados permitem que qualquer internauta comente os posts dos hospitais, no entanto apenas 18% dos hospitais públicos e 44% dos hospitais privados responde aos comentários que os utilizadores.

Quanto à classificação pode ser feita em 91% dos facebook dos hospitais públicos e em 78% dos hospitais privados, mas nenhum dos hospitais públicos responde às críticas e apenas 22% dos hospitais privados responde.

No que se refere às mensagens privadas, 82% dos hospitais públicos permite que sejam efetuadas e também fornece o e-mail caso os utilizadores prefiram este meio-de-comunicação. Quanto aos hospitais privados 94% permitem o envio de mensagens privadas e todos eles fornecem o email da instituição.

Passamos agora á análise do princípio **utilidade de informação**, que diz respeito a natureza da informação que é publicada: Ser do interesse do público-alvo, direta e explícita e chamar

à atenção para que a visita seja feita mais que uma vez; incluir as informações básicas (contatos, morada, e-mail).

Na tabela elaborada, este princípio é dividido entre informações básicas (email, telefone, morada) e tipo de publicações feitos pelos hospitais, que são divididas em várias categorias.

Quanto ao tipo de publicações, estas foram divididas em várias categorias. (4) Publicações sobre doenças, como por exemplo quais os sintomas de determinadas doenças, qual o método de tratamento e várias informações úteis que os utentes devem saber e que pode evitar uma ida ao hospital. (5) Publicações sobre notícias e eventos do hospital. (6) Publicações sobre curiosidades, que está relacionado com entretenimento, reforçar a proximidade com os utentes e leva-los a procurarem visitar regularmente a página se souberem que diariamente encontram lá não só questões mais formais, mas também algumas publicações mais informais e divertidas. (7) Publicações que cada vez mais têm destaque na rotina dos utilizadores são publicações sobre nutrição, alguns conselhos, os mitos e as verdades. (8) publicações sobre o vírus zika que vão permitir posteriormente fazer uma análise mais profunda sobre como os hospitais utilizam o facebook. (9) E também publicações sobre certas datas comemorativas.

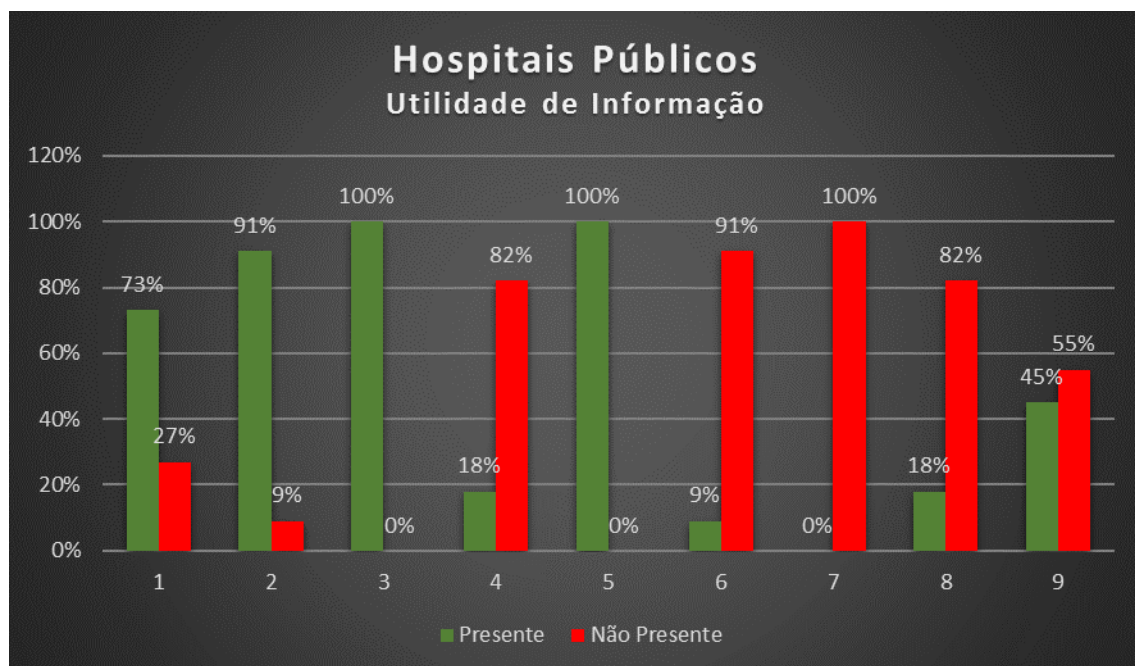


Gráfico 7: Gráfico referente ao 2º princípio dos hospitais públicos.

- 1- Sobre (Missão/Visão/Objetivos)
- 2- Contatos (email, telefone, morada)
- 3- Links de ferramentas extra (site, Instagram, LinkedIn)
- 4- Publicações sobre doenças
- 5- Publicação de notícias/eventos do hospital
- 6- Publicações sobre curiosidades
- 7- Publicações de nutrição
- 8- Publicações sobre o vírus Zika
- 9- Publicações de datas comemorativas

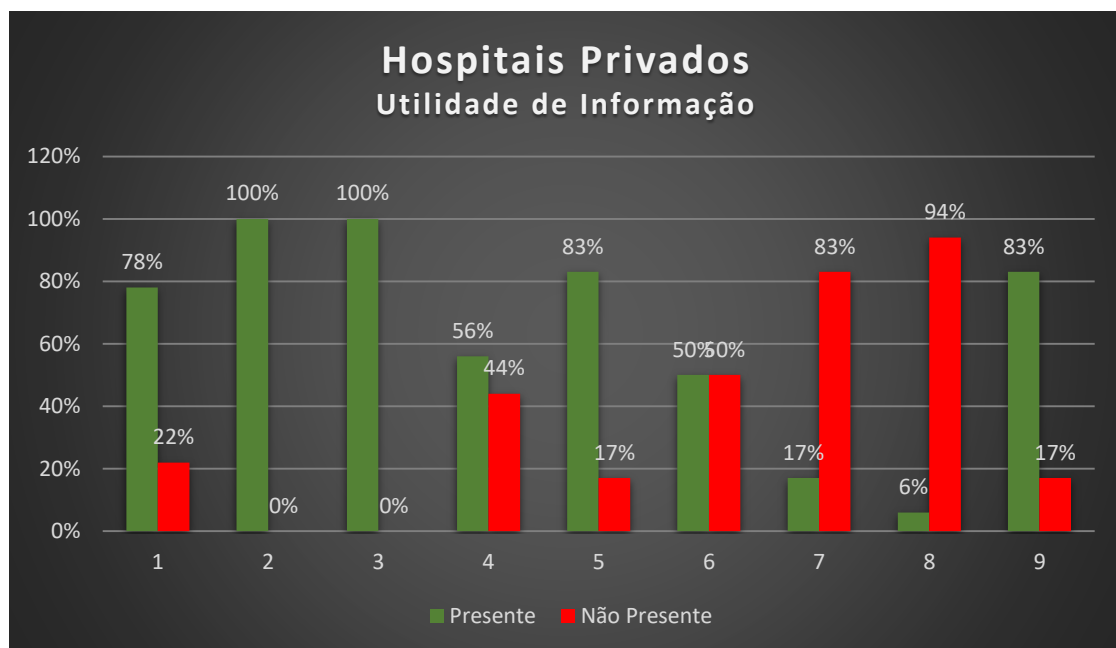


Gráfico 8: Gráfico referente ao 2º Princípio dos Hospitais Privados.

Em relação á missão, visão e objetivos ,73% dos hospitais públicos e 78% dos privados apresenta estes conteúdos na sua cronologia do facebook. Os contatos não são divulgados em 9% dos hospitais públicos, enquanto que, todos os hospitais privados fornecem pelo menos um contato (email). No entanto todos eles, públicos e privados, colocam o link para o site e também para outras redes sociais que utilizem.

Como se pode verificar nos gráficos 7 e 8, o tipo de publicação mais presente é sobre notícias e eventos dos hospitais e o menos presente é sobre nutrição e o Zika.

O princípio dialógico **facilidade de interface** corresponde a uma procura fácil, aquilo que os visitantes procuram deve ser fácil de encontrar e deve existir uma certa harmonia no que se refere ao design das imagens e cartazes partilhados.

Como o facebook já tem um design predefinido há certos aspetos que são alheios aos responsáveis da página, no entanto certos parâmetros podem ser trabalhados. Por exemplo, quando se pretender explicar algum tema aos utentes, pode recorrer-se a imagens explicativas, com sequência de desenhos que tornam as publicações mais interessantes e facilitam a compreensão do público, tal como, sempre que são publicados cartazes, deve recorrer-se aos mesmo tipo de design, para que seja facilmente associado ao hospital em questão.

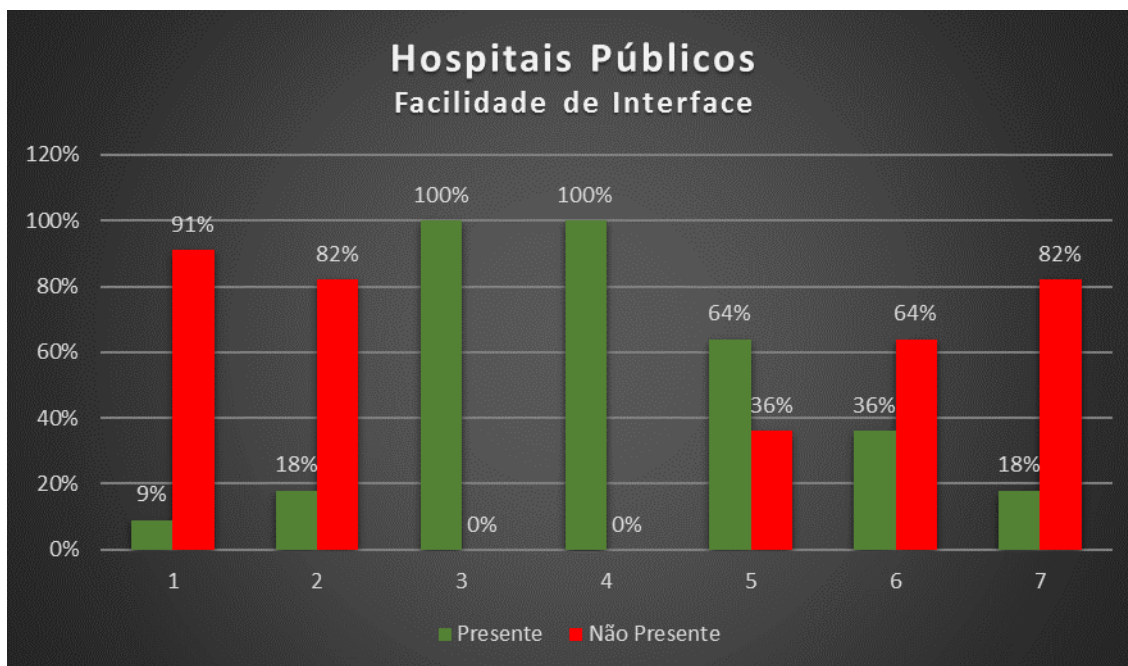


Gráfico 9: Gráfico referente ao 3º princípio dos hospitais públicos.

- 1-Imagens autoexplicativas e atraentes
- 2-Cartazes com design atrativo
- 3- Pouca dependência de gráficos
- 4-Publicações diretas com linguagem corrente
- 5- Uso de vídeos
- 6- Publicações em destaque
- 7- Uso de #hashtags

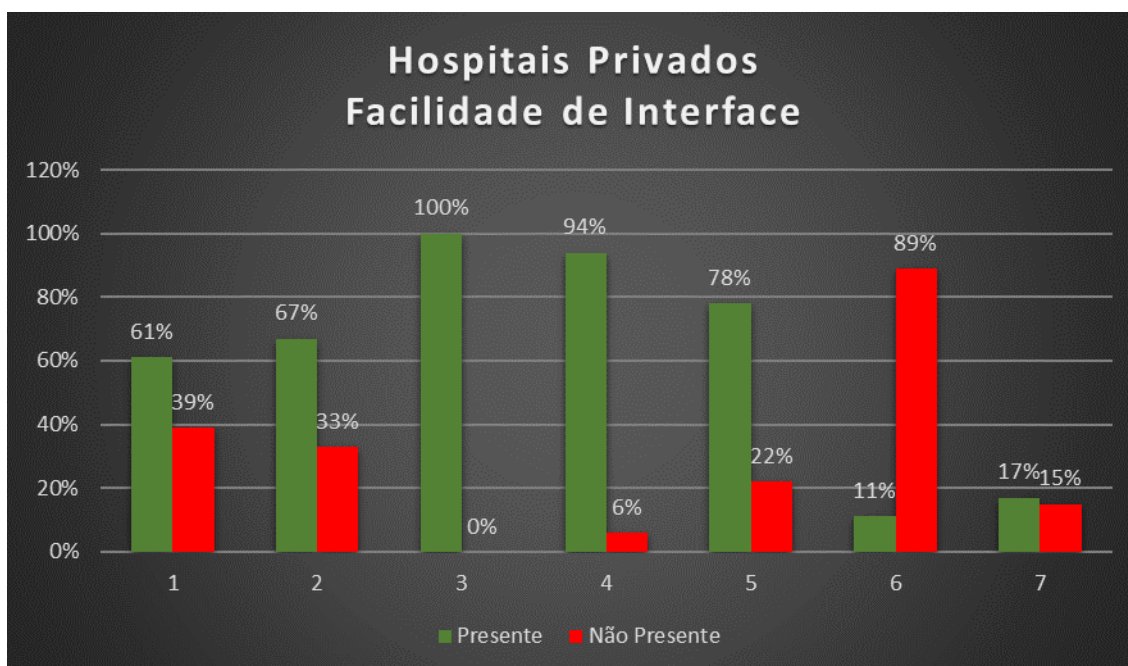


Gráfico 10: Gráfico referente ao 3º princípio dos hospitais privados.

Se as publicações feitas incluírem cartazes, devem ser atrativos e criativos. Verificou-se que apenas 18% dos hospitais públicos tem esse cuidado, em contrapartida, nos hospitais privados, nota-se que há uma maior coerência gráfica no design de forma a associar os cartazes ao hospital, 67% deles cumpre este princípio corretamente. (Ver exemplos no anexo 30)



Quando se pretender explicar algum tema aos utentes, pode recorrer-se a imagens explicativas, com sequência de desenhos que tornam as publicações mais interessantes e facilitam a compreensão do público, 91% dos hospitais públicos recorre a esta técnica e 39% dos hospitais privados também não. (Ver exemplo no anexo 31)

Os vídeos são também um recurso apelativo usado no facebook, 64% dos hospitais públicos recorre a eles para se promover ou publicitar e, 78% dos hospitais privados também o fazem.

Outra funcionalidade que o facebook oferece é a possibilidade de colocar uma publicação em destaque, ou seja, é a primeira que se vê quando se visita a página, pode ser utilizado quando há um determinado evento importante próximo para que seja logo visto, ou em determinadas datas importantes. Nos hospitais públicos 36% usa este recurso, e 11% dos hospitais privados também.

Por fim temos os hastags, que segundo Fernando Guerreiro são como “uma etiqueta., tal como as que são utilizadas no YouTube, nos blogs, Twitter e no Instagram através de uma codificação manual em texto. Resumidamente é uma maneira de catalogar mensagens por temática e facilmente organizar a informação. “. Esta informação ou imagens são agrupadas e sempre que se clica no hashtag vemos toda a informação postada no facebook sobre esse assunto. Os benefícios dos hastags passam por sempre que alguém clica num que também foi utilizado pela página do hospital pode assim ter conhecimento da existência do nosso perfil e fazer com que sejam acartados mais seguidores. Apenas 18% dos hospitais públicos e 17% dos privados utiliza esta função.

**Repetição de visitas** refere-se á necessidade de criar relações com os públicos para estimular várias visitas á página. Aspetos como dar a possibilidade de os utilizadores receberem notificações cada vez que é feita uma publicação, publicar regularmente e permitir que as publicações sejam partilhadas é realizado pela totalidade dos hospitais.

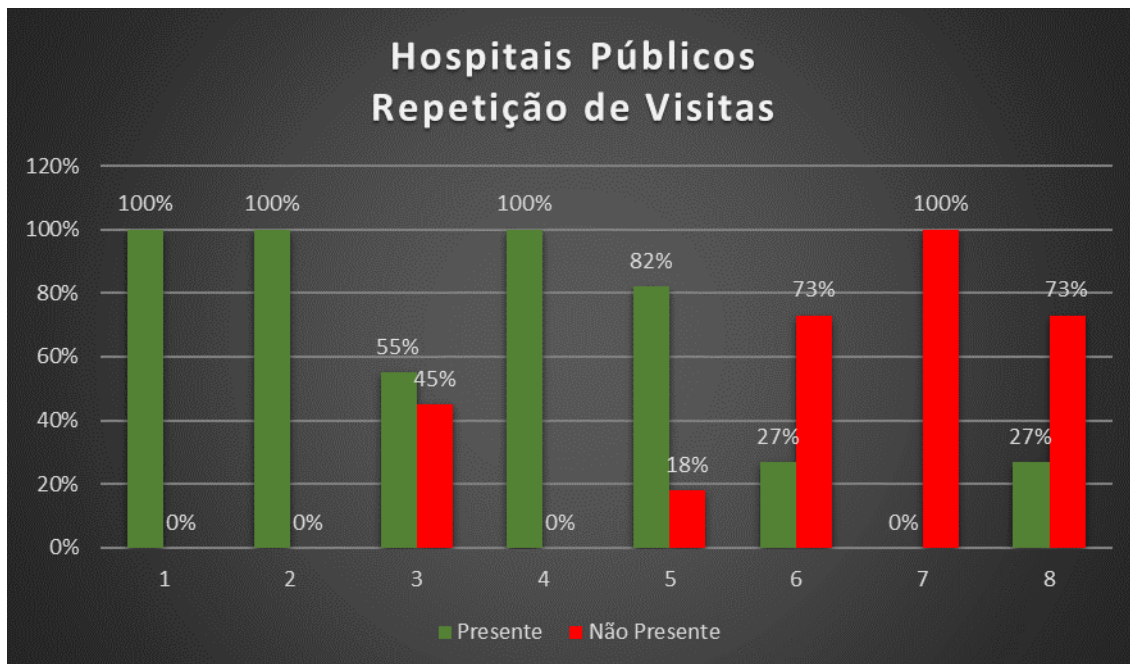


Gráfico 11: Gráfico referente ao 4º princípio dos hospitais públicos.

- 1- Possibilidade de notificação
- 2- Publicações regulares
- 3- Calendarização de eventos
- 4- Possibilidade de Partilha
- 5- Botão de apelo á ação
- 6- Permite identificação nas fotos
- 7- Motivação direta a nova visita
- 8- Likes nos comentários

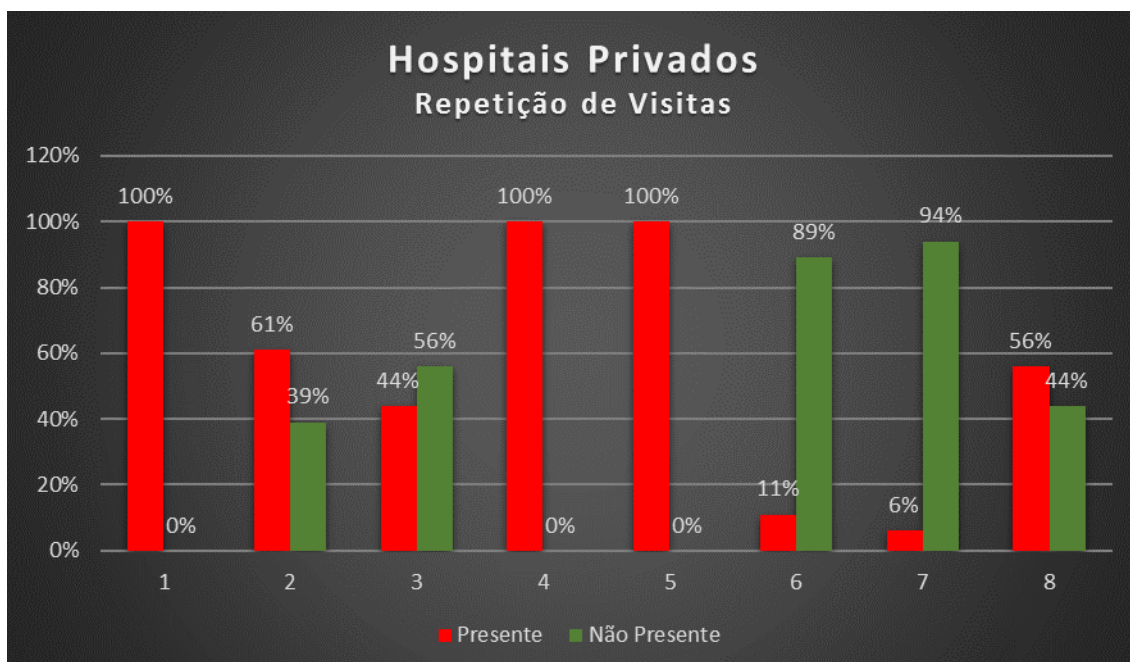


Gráfico 12: Gráfico referente ao 4º princípio dos hospitais privados.

O facebook disponibiliza uma espécie de calendário virtual onde todos os eventos da instituição são assinalados, uma funcionalidade simples e eficaz que 45% dos hospitais públicos não utiliza, e 56% dos privados também não.

Outra funcionalidade que nos oferece o facebook é o “Botão de apelo a ação”, este botão aparece em destaque no perfil onde podemos colocar um contato em destaque, já é utilizado por cerca de 82% dos hospitais públicos, e 100% dos hospitais privados. (Ver exemplo no anexo 32)

A identificação das fotos não é permitida em 73% dos hospitais públicos e 89% dos hospitais privados. Estes dados demonstram o carácter viral do facebook não é usado na sua plenitude, talvez pode estar associado a preservação da privacidade dos utentes. Quanto a colocar like nos comentários dos utilizadores apenas 27% dos hospitais públicos e 56% dos hospitais privados o faz.

Há algumas técnicas que podem ser utilizadas para motivar diretamente as pessoas a voltarem a visitar o perfil, como fazer passatempos todas as semanas, é uma técnica simples que estimula várias visitas. Verificou-se que nenhum hospital público neste momento pratica qualquer técnica desse tipo, e apenas em 6% dos hospitais privados isto se verifica.

Por último temos o princípio dialógico **permanência na página**, que se preocupa com a permanência das pessoas que visitam a página do facebook. Ou seja, que explorem as publicações, que voltem várias vezes ao perfil. Por isso mesmo, convém fazer atualizações diárias, o que nenhum hospital faz.

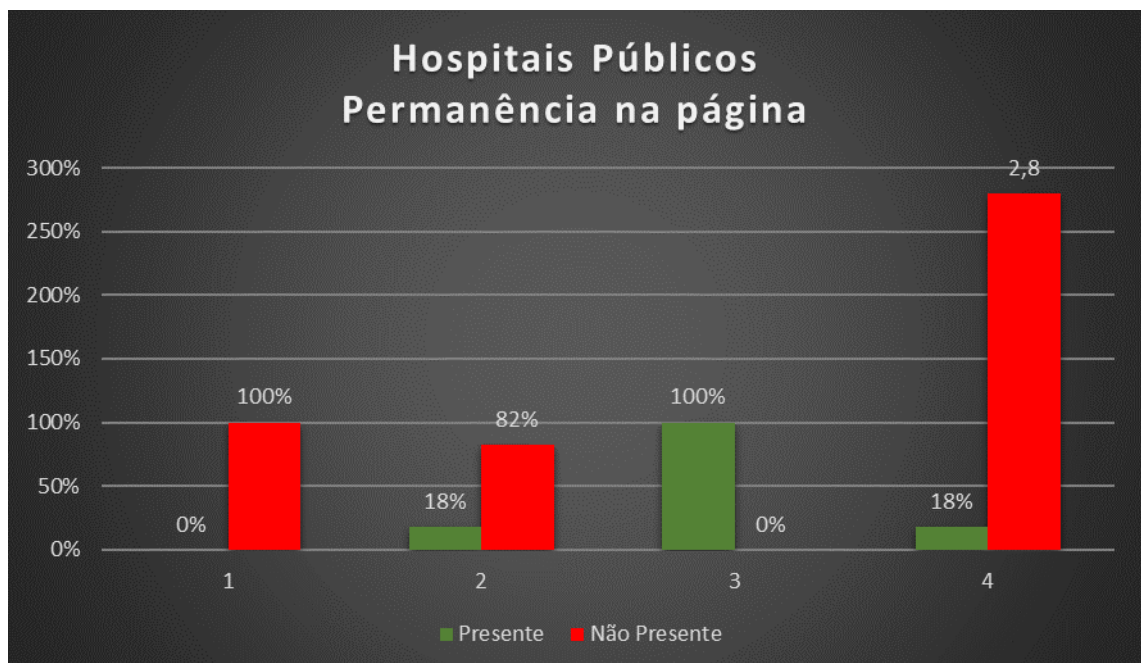


Gráfico 13: Gráfico referente ao 5º princípio dos hospitais públicos.

- 1- Publicações diárias
- 2- Tempo de resposta rápida

- 3- Relevância de Informações
- 4- Troca de comentários com o utilizador

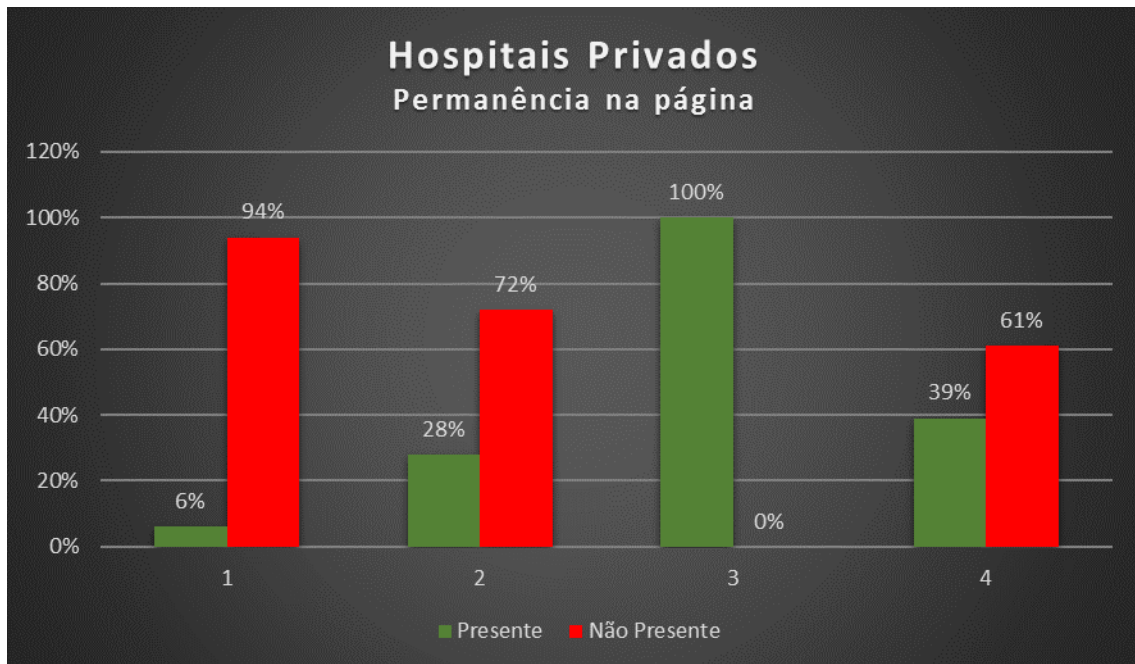


Gráfico 14: Gráfico referente ao 5º princípio dos hospitais privados

Trocar comentários com os utilizadores é uma enorme vantagem para melhorar a relação com o público, no entanto apenas 18% dos hospitais públicos e 39% dos privados o faz. Também o tempo de reposta aos comentários e mensagens deve ser rápido e apenas 18% dos hospitais públicos e 28% dos hospitais privados são. Quanto à seleção da informação, que deve ser relevante e do interesse do público-alvo, todos os hospitais públicos e privados têm esse cuidado.

## 5. Discussão e conclusões

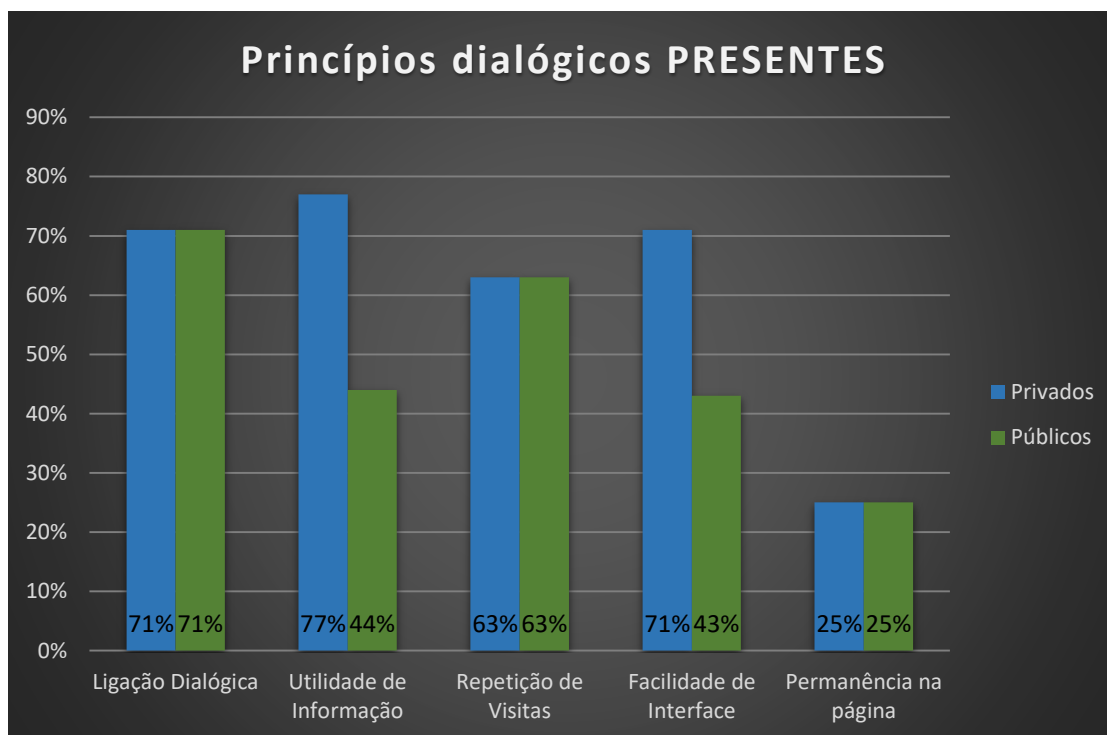


Gráfico 15: Gráfico dos princípios dialógico presentes nos hospitais.

O gráfico nº15 representa os hospitais públicos e privados, que inclui a percentagem correspondente a cada princípio presente no facebook quer nos hospitais privados quer nos públicos, a seguir apresenta-se outro gráfico para a percentagem de princípios não presentes.

Neste caso concluímos que os hospitais privados contêm mais percentagem de princípios presentes, em relação aos hospitais públicos lideram no princípio “Utilidade de Informação” e na “Facilidade de Interface”, o outro três princípio, “Ligação Dialógica”, “Repetição de Visitas” e “Permanência na Página”, mantém-se iguais.

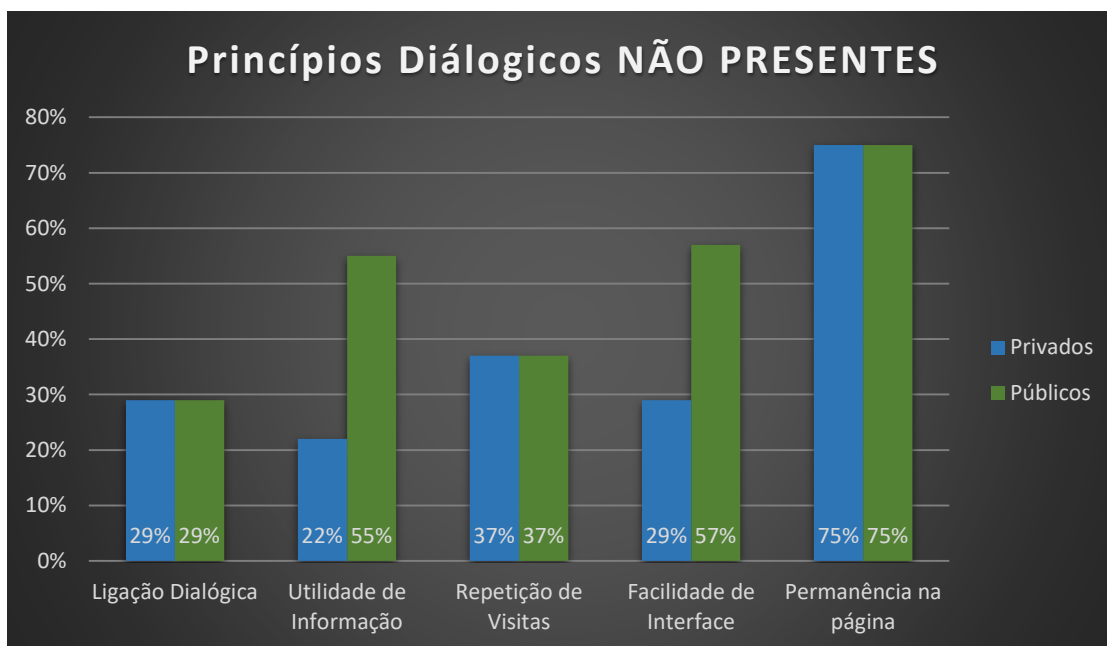


Gráfico 16: Gráfico dos princípios dialógico não presentes nos hospitais.

No gráfico nº16, quem lidera a percentagem de princípios não presentes são os hospitais públicos. Com isto concluímos que os hospitais privados estão a aproveitar melhor as funcionalidades do facebook para informar os seus públicos, o que exclui a nossa hipótese 3. Dada a natureza - serem públicos- esperava-se que fossem estes a dar mais importância ao facebook, a aproveitar melhor as suas potencialidades para avisar e informar os utentes de vários assuntos de interesse, por exemplo o Zika. Os hospitais públicos têm responsabilidade nacional na gestão dos serviços de saúde, já os privados têm clientes, em número maior, e logo não é de esperar uma ação a nível do interesse público nacional. No entanto, não se verifica, pois quem tira mais proveito das redes sociais são os hospitais privados.

Também a hipótese número 1 não foi verificada na totalidade. Em relação a publicações sobre o vírus Zika apenas 18% dos hospitais públicos e 6% dos hospitais privados falaram no assunto. Estes dados refutam em parte a hipótese inicial. Era de esperar que um maior número de hospitais, quer públicos quer privados, se tivessem preocupado em esclarecer a população.

Os hospitais públicos lhe fizeram referência, foram o Centro Hospitalar de Vila Nova de Gaia e o Hospital Senhora da Oliveira de Guimarães. O único hospital privado foi a Casa de Saúde de Carnaxide. Num total, apenas 3 hospitais de Portugal tiveram o cuidado de publicar algum esclarecimento sobre um assunto que tanto deu que falar e preocupou a sociedade.

Quanto à segunda hipótese, também não ficou de todo confirmada, os princípios dialógicos foram aplicados, de forma heterogénea. Como já foi esclarecido e é visível no gráfico nº16 o princípio mais implementado pelos hospitais públicos e privados é a “Ligação Dialógica” e o menos presente é a “Permanência na Página”.

Face a realidade tecnológica que vivemos é incompreensível como assunto tão importantes como a saúde, ainda não são abordados de forma correta nas redes sociais, sendo o facebook a maior rede social e sendo o sitio os a maior parte das pessoas faz as suas pesquisas era de esperar que as organizações de saúde já tivessem desenvolvidos as suas ferramentas neste campo.

É dado destaque a dois hospitais privados, por durante todo o estudo serem os que melhor aplicam os princípios dialógicos nas suas páginas do facebook, o Hospital CUF e o Hospital Privado do Algarve. De forma geral cumprem a maior parte e os mais importantes princípios dialógicos, publicações quase diárias, dinâmicas e interativas apesar de a nível de comunicação com o público existirem falhas, nota-se alguma preocupação em tentar responder às questões mais importantes.

# Conclusão

A experiência de estágio no CHCB permitiu adquirir competências a nível de organização de trabalho em equipa, deu para entender o funcionamento de um gabinete de comunicação ligado a área da saúde e ainda participar em algumas das atividades por eles desenvolvidas. O facto de o facebook, ser essencialmente utilizado pelo CHCB para divulgação de eventos e partilha de notícias sobre o mesmo, levantou a questão de se, em outras instituições de saúde, também seria essa a tendência.

Com base no enquadramento teórico de Kent & Taylor, sobre os princípios dialógicos e sua importância para a gestão das relações entre a organização e os seus públicos desenvolveu-se uma análise de conteúdo do facebook de hospitais públicos e privados com o intuito de responder à seguinte questão de investigação: Estão os hospitais públicos/privados a recorrer ao facebook para interagirem com os seus públicos, em especial com os seus utentes? No caso do surto Zika, os hospitais recorreram ao facebook para sensibilizar e dar informações sobre o tema?”

Após a realização de todo o estudo a primeira e grande conclusão tirada é que de fato quer os hospitais públicos quer os hospitais privados não estão a aproveitar corretamente as potencialidades do facebook.

Existem cerca de 48 hospitais públicos/centros hospitalares, destes 17 têm página no facebook e 31 não tem. Os hospitais privados são 41, 27 com facebook e 14 sem. Estes foram os primeiros dados registados que à partida foram logo contra a teoria inicial. Dada a mediatização dada ao facebook nos dias de hoje esperava-se que houvesse mais hospitais registados na plataforma.

Posto isto foram analisados de forma muito rápida os perfis dos hospitais com facebook, as conclusões iniciais forma de que alguns estavam registados, mas não havia publicações, noutros casos havia duas ou três publicações e depois a página foi esquecida, mas também ainda havia outros que levavam este novo meio a sério e prezavam por publicações bem estruturadas e vantajosas.

A ideia inicial seria de analisar todos os facebook através da tabela elaborada com base nos princípios dialógicos de Kent, no entanto face aos resultados iniciais, foi necessário arranjar uma alternativa.

O facebook pode ser utilizado como meio de partilha, de interação com os públicos, como meio de propaganda, como forma de avaliação do feedback, aliás, o facebook, nos dias que correm permite aos profissionais de comunicação quase tudo, mas o mais importante é a



rapidez com que se partilha qualquer coisa e a relação de proximidade que se pode ser com o público.

Surgiu então a ideia de o estudo se focar num tema mediático ligado a área da saúde, para avaliar a preocupação dos hospitais em informar os seus utentes. O tema escolhido foi o vírus Zika, um vírus contagioso que no início do ano 2016 causou o caos em todo o país. Como já foi explicado, haviam muitas dúvidas sobre este vírus e as pessoas ansiavam por mais informações.

Posto isto, apenas seriam analisados hospitais que tivessem facebook e que este tivesse publicações durante o mês de fevereiro de 2016. A nossa amostra ficou reduzida a 20 hospitais privados e 14 hospitais públicos, uma diferença enorme para a quantidade de hospitais que existem em Portugal, concluindo-se que a área da saúde ainda não aproveita o facebook para trabalhar com o seu público.

No que toca aos princípios dialógicos, já foi feita a análise geral das conclusões retiradas das tabelas elaboradas. Concluímos que a maior parte dos hospitais tem alguma preocupação com o cumprimento dos princípios, no entanto, o facebook é utilizado pela maioria para promover eventos, questões importantes como o feedback e a dinamização estão esquecidas, e afinal de contas, o facebook é a melhor maneira de “quebrar o gelo” na relação público-empresa, pela sua vertente descontraída e amigável.

Concluído todo o estudo fica a certeza que as instituições de saúde podem melhorar a sua posição no facebook e aproveitar esta plataforma de forma muito mais vantajosa, a comunicação dialógica na saúde precisa de evoluir e melhorar a sua interação com o público.



## Referências Bibliográficas

Engrácio, H. (2015). *Relações Públicas: Para uma atualização de funções e instrumentos*, Faculdade de Ciências Sociais e Humanas - Universidade Nova de Lisboa, Portugal

Gonçalves, Gisela (2010), *Introdução à Teoria das Relações Públicas*, Porto: Porto Editora.

Grunig, J. E. (2009). *Paradigms of global public relations in an age of digitalisation*. PRISM 6(2). Consultado em 13 de Maio de 2016 em <http://www.prismjournal.org/fileadmin/Praxis/Files/globalPR/GRUNIG.pdf>

Kent, M. & Taylor (1998) *Building Dialogic relationships throught the World Wide Web*. Public Relations Review

Kreps, G. L. (1990). *Organizational communication: Theory and practice*. 2nd Ed. New York: Longman.

Kunsch, M., 2007. *Comunicação Organizacional na era digital: contextos, percursos e possibilidades*. Signo y Pensamiento, julho-dezembro, pp. 38-51

Kunsch, M., 2008. *Planejamento estratégico da comunicação*. Em: *Gestão Estratégica em Comunicação Organizacional e Relações Públicas*. Brasil: Difusão Editora, pp. 107-123.

Mauad, S., (s.d) *Os segredos de um bom assessor de Imprensa*. Acedido em 15 de Abril de 2016 <http://www.bocc.ubi.pt/pag/bocc-muad-os-segredos.pdf>

MARCHIORI, Marlene. *Cultura e comunicação organizacional: um olhar estratégico sobre organização*. São Caetano do Sul: Difusão, 2006

Melo, V., (2010) *A Comunicação interna e sua importância nas organizações*. Acedido em 14 de Abril de 2016 <http://www.institutoidentidade.com.br/fotos/artigospdf/A%20comunica%C3%A7%C3%A3o%20interna%20e%20sua%20import%C3%A2ncia%20nas%20empresas.pdf>

Pinheiro, C., & Ruão, T. (2016). *As relações de confiança como estratégia das relações públicas*. Consultado em 2 de Agosto de 2016 em [http://repositorium.sdum.uminho.pt/bitstream/1822/40268/1/CB\\_TR\\_2016\\_ivjornadas.pdf](http://repositorium.sdum.uminho.pt/bitstream/1822/40268/1/CB_TR_2016_ivjornadas.pdf)

SOUZA, M. F. da. *Trabalho e organizações do futuro*. São Paulo: EDIPE, 2009

THAYER, L., (1976). *Comunicação: fundamentos e sistemas*, S. Paulo: Atlas.

KREPS, G., (1990), *Organizational Communication - Theory and Practice*, (2ª edição) New York: Longman.

WOLTON, Dominique. *É preciso salvar a comunicação*. Trad. Vanise Pereira Dresch. São Paulo: Paulus, 2006.

Webs sites visitados:

Serviço Nacional de Saúde em <https://servicos.min-saude.pt/utente/HealthProviders>

Associação Portuguesa de Hospitalização Privada, em <http://www.aphp-pt.org/>

Direção-Geral de Saúde, em <http://www.dgs.pt/pagina.aspx?ur=1>

Tua Saúde, em <https://www.tuasaude.com/>

Centro Hospitalar Cova da Beira, em <http://www.chcbeira.pt/>

Infopédia, em <https://www.infopedia.pt/>

Facebook, em <https://www.facebook.com/>



## Anexos

Anexo 1- Tabela dos princípios dialógicos referente ao hospital privado Casa de Saúde de Carnaxide

<b>Ligação Dialógica:</b>	<b>Presente:</b>	<b>Não Presente</b>
Possibilidade de responder aos comentários:	X	
Possibilidade de responder a publicações da página:	X	
Responde a comentários:	X	
E-mail	X	
Permite classificação	X	
Permite o envio de mensagens privadas	X	
Responde a críticas:		X
<b>Utilidade de Informação:</b>		
Sobre (Missão/Visão/Objetivos)	X	
Contatos	X	
Links de ferramentas extra (site, Instagram, LinkedIn)	X	
Publicações sobre doenças	X	
Publicação de notícias/eventos do hospital	X	
Publicações sobre curiosidades	X	
Publicações de nutrição		X
Publicações sobre o vírus Zika:	X	
Publicações de datas comemorativas	X	
<b>Repetição de visitas:</b>		
Possibilidade de notificação	X	
Publicações regulares	X	
Calendarização de eventos		X
Possibilidade de Partilha	X	
Botão de apelo á ação	X	
Permite identificação nas fotos		X
Motivação direta a nova visita		X
Likes nos comentários	X	
<b>Facilidade de Interface</b>		
Imagens auto-explicativas e atraentes	X	
Cartazes com design atrativo	X	
Pouca dependência de gráficos	X	
Publicações diretas com linguagem corrente	X	
Uso de vídeos	X	
Publicações em destaque		X
Uso de #hastags		X
<b>Permanência na página</b>		
Publicações diárias		X
Tempo de resposta rápida		X
Relevância de Informações	X	
Troca de comentários com o utilizador	X	

Anexo 2- Tabela dos princípios dialógicos referente ao hospital público Centro de Genética e Patologia do Porto

<b>Ligação Dialógica:</b>	<b>Presente:</b>	<b>Não Presente</b>
Possibilidade de responder aos comentários:	x	
Possibilidade de responder a publicações da página:	x	
Responde a comentários:		x
E-mail	x	
Permite classificação	x	
Permite o envio de mensagens privadas	x	
Responde a críticas:		x
<b>Utilidade de Informação:</b>		
Sobre (Missão/Visão/Objetivos)	x	
Contatos	x	
Links de ferramentas extra (site, Instagram, LinkedIn)	x	
Publicações sobre doenças		x
Publicação de notícias/eventos do hospital	x	
Publicações sobre curiosidades	x	
Publicações de nutrição		x
Publicações sobre o vírus Zika:		x
Publicações de datas comemorativas	x	
<b>Repetição de visitas:</b>		
Possibilidade de notificação	x	
Publicações regulares	x	
Calendarização de eventos	x	
Possibilidade de Partilha	x	
Botão de apelo á ação	x	
Permite identificação nas fotos		x
Motivação direta a nova visita		x
Likes nos comentários	x	
<b>Facilidade de Interface</b>		
Imagens auto-explicativas e atraentes		x
Cartazes com design atrativo		x
Pouca dependência de gráficos	x	
Publicações diretas com linguagem corrente		x
Uso de vídeos	x	
Publicações em destaque		x
Uso de #hashtags		x
<b>Permanência na página</b>		
Publicações diárias		x
Tempo de resposta rápida		x
Relevância de Informações	x	
Troca de comentários com o utilizador		x

Anexo 3- Tabela dos princípios dialógicos da Clínica Particular de Coimbra

<b>Ligação Dialógica:</b>	<b>Presente:</b>	<b>Não Presente</b>
Possibilidade de responder aos comentários:	x	
Possibilidade de responder a publicações da página:	x	
Responde a comentários:		
E-mail	x	
Permite classificação	x	
Permite o envio de mensagens privadas	x	
Responde a críticas:		x
<b>Utilidade de Informação:</b>		
Sobre (Missão/Visão/Objetivos)	x	
Contatos	x	
Links de ferramentas extra (site, Instagram, LinkedIn)	x	
Publicações sobre doenças		x
Publicação de notícias/eventos do hospital		x
Publicações sobre curiosidades		x
Publicações de nutrição		x
Publicações sobre o vírus Zika:		x
Publicações de datas comemorativas	x	
<b>Repetição de visitas:</b>		
Possibilidade de notificação	x	
Publicações regulares		x
Calendarização de eventos		x
Possibilidade de Partilha	x	
Botão de apelo á ação	x	
Permite identificação nas fotos		x
Motivação direta a nova visita		x
Likes nos comentários		x
<b>Facilidade de Interface</b>		
Imagens auto-explicativas e atraentes	x	
Cartazes com design atrativo	x	
Pouca dependência de gráficos	x	
Publicações diretas com linguagem corrente	x	
Uso de vídeos		x
Publicações em destaque		x
Uso de #hashtags		x
<b>Permanência na página</b>		
Publicações diárias		x
Tempo de resposta rápida		x
Relevância de Informações	x	
Troca de comentários com o utilizador		x



Anexo 4- Tabela dos princípios dialógicos do hospital privado CUF

<b>Ligação Dialógica:</b>	<b>Presente:</b>	<b>Não Presente</b>
Possibilidade de responder aos comentários:	x	
Possibilidade de responder a publicações da página:	x	
Responde a comentários:	x	
E-mail	x	
Permite classificação		x
Permite o envio de mensagens privadas	x	
Responde a críticas:		x
<b>Utilidade de Informação:</b>		
Sobre (Missão/Visão/Objetivos)		x
Contatos	x	
Links de ferramentas extra (site, Instagram, LinkedIn)	x	
Publicações sobre doenças	x	
Publicação de notícias/eventos do hospital	x	
Publicações sobre curiosidades	x	
Publicações de nutrição		x
Publicações sobre o vírus Zika:		x
Publicações de datas comemorativas	x	
<b>Repetição de visitas:</b>		
Possibilidade de notificação	x	
Publicações regulares	x	
Calendarização de eventos		x
Possibilidade de Partilha	x	
Botão de apelo á ação	x	
Permite identificação nas fotos		x
Motivação direta a nova visita	x	
Likes nos comentários	x	
<b>Facilidade de Interface</b>		
Imagens auto-explicativas e atraentes	x	
Cartazes com design atrativo	x	
Pouca dependência de gráficos	x	
Publicações diretas com linguagem corrente	x	
Uso de vídeos	x	
Publicações em destaque	x	
Uso de #hashtags		x
<b>Permanência na página</b>		
Publicações diárias	x	
Tempo de resposta rápida	x	
Relevância de Informações	x	
Troca de comentários com o utilizador	x	

Anexo 5- Tabela dos princípios dialógicos do Hospital da Luz da Arrábida (hospital privado)

<b>Ligação Dialógica:</b>	<b>Presente:</b>	<b>Não Presente</b>
Possibilidade de responder aos comentários:	x	
Possibilidade de responder a publicações da página:	x	
Responde a comentários:	x	
E-mail	x	
Permite classificação		x
Permite o envio de mensagens privadas	x	
Responde a críticas:		x
<b>Utilidade de Informação:</b>		
Sobre (Missão/Visão/Objetivos)	x	
Contatos	x	
Links de ferramentas extra (site, Instagram, LinkedIn)	x	
Publicações sobre doenças	x	
Publicação de notícias/eventos do hospital	x	
Publicações sobre curiosidades		x
Publicações de nutrição		x
Publicações sobre o vírus Zika:		x
Publicações de datas comemorativas	x	
<b>Repetição de visitas:</b>		
Possibilidade de notificação	x	
Publicações regulares	x	
Calendarização de eventos	x	
Possibilidade de Partilha	x	
Botão de apelo á ação	x	
Permite identificação nas fotos		x
Motivação direta a nova visita		x
Likes nos comentários	x	
<b>Facilidade de Interface</b>		
Imagens auto-explicativas e atraentes	x	
Cartazes com design atrativo	x	
Pouca dependência de gráficos	x	
Publicações diretas com linguagem corrente	x	
Uso de vídeos	x	
Publicações em destaque		x
Uso de #hashtags		x
<b>Permanência na página</b>		
Publicações diárias		x
Tempo de resposta rápida	x	
Relevância de Informações	x	
Troca de comentários com o utilizador	x	

Anexo 6- Tabela dos princípios dialógicos do Hospital da Luz de Aveiro (hospital privado)

<b>Ligação Dialógica:</b>	<b>Presente:</b>	<b>Não Presente</b>
Possibilidade de responder aos comentários:	x	
Possibilidade de responder a publicações da página:	x	
Responde a comentários:	x	
E-mail	x	
Permite classificação	x	
Permite o envio de mensagens privadas	x	
Responde a críticas:	x	
<b>Utilidade de Informação:</b>		
Sobre (Missão/Visão/Objetivos)	x	
Contatos	x	
Links de ferramentas extra (site, Instagram, LinkedIn)	x	
Publicações sobre doenças		x
Publicação de notícias/eventos do hospital	x	
Publicações sobre curiosidades	x	
Publicações de nutrição		x
Publicações sobre o vírus Zika:		x
Publicações de datas comemorativas	x	
<b>Repetição de visitas:</b>		
Possibilidade de notificação	x	
Publicações regulares		x
Calendarização de eventos	x	
Possibilidade de Partilha	x	
Botão de apelo á ação	x	
Permite identificação nas fotos		x
Motivação direta a nova visita		x
Likes nos comentários	x	
<b>Facilidade de Interface</b>		
Imagens auto-explicativas e atraentes		x
Cartazes com design atrativo		x
Pouca dependência de gráficos	x	
Publicações diretas com linguagem corrente	x	
Uso de vídeos	x	
Publicações em destaque		x
Uso de #hashtags		x
<b>Permanência na página</b>		
Publicações diárias		x
Tempo de resposta rápida	x	
Relevância de Informações	x	
Troca de comentários com o utilizador	x	

Anexo 7- Tabela dos princípios dialógicos do Hospital da Luz de Oiã (hospital privado)

<b>Ligação Dialógica:</b>	<b>Presente:</b>	<b>Não Presente</b>
Possibilidade de responder aos comentários:	x	
Possibilidade de responder a publicações da página:	x	
Responde a comentários:		
E-mail	x	
Permite classificação	x	
Permite o envio de mensagens privadas	x	
Responde a críticas:		x
<b>Utilidade de Informação:</b>		
Sobre (Missão/Visão/Objetivos)	x	
Contatos	x	
Links de ferramentas extra (site, Instagram, LinkedIn)	x	
Publicações sobre doenças		x
Publicação de notícias/eventos do hospital		x
Publicações sobre curiosidades	x	
Publicações de nutrição		x
Publicações sobre o vírus Zika:		x
Publicações de datas comemorativas	x	
<b>Repetição de visitas:</b>		
Possibilidade de notificação	x	
Publicações regulares		x
Calendarização de eventos		x
Possibilidade de Partilha	x	
Botão de apelo á ação	x	
Permite identificação nas fotos		x
Motivação direta a nova visita		x
Likes nos comentários		x
<b>Facilidade de Interface</b>		
Imagens auto-explicativas e atraentes	x	
Cartazes com design atrativo		x
Pouca dependência de gráficos	x	
Publicações diretas com linguagem corrente	x	
Uso de vídeos		x
Publicações em destaque		x
Uso de #hashtags		x
<b>Permanência na página</b>		
Publicações diárias		x
Tempo de resposta rápida		x
Relevância de Informações	x	
Troca de comentários com o utilizador		x

Anexo 8- Tabela dos princípios dialógicos do Hospital da Luz de Lisboa (hospital privado)

<b>Ligação Dialógica:</b>	<b>Presente:</b>	<b>Não Presente</b>
Possibilidade de responder aos comentários:	x	
Possibilidade de responder a publicações da página:	x	
Responde a comentários:	x	
E-mail	x	
Permite classificação	x	
Permite o envio de mensagens privadas	x	
Responde a críticas:	x	
<b>Utilidade de Informação:</b>		
Sobre (Missão/Visão/Objetivos)	x	
Contatos	x	
Links de ferramentas extra (site, Instagram, LinkedIn)	x	
Publicações sobre doenças	x	
Publicação de notícias/eventos do hospital	x	
Publicações sobre curiosidades	x	
Publicações de nutrição		x
Publicações sobre o vírus Zika:		x
Publicações de datas comemorativas	x	
<b>Repetição de visitas:</b>		
Possibilidade de notificação	x	
Publicações regulares	x	
Calendarização de eventos		x
Possibilidade de Partilha	x	
Botão de apelo á ação	x	
Permite identificação nas fotos		x
Motivação direta a nova visita		x
Likes nos comentários	x	
<b>Facilidade de Interface</b>		
Imagens auto-explicativas e atraentes		x
Cartazes com design atrativo		x
Pouca dependência de gráficos	x	
Publicações diretas com linguagem corrente	x	
Uso de vídeos	x	
Publicações em destaque		x
Uso de #hastags		x
<b>Permanência na página</b>		
Publicações diárias		x
Tempo de resposta rápida		x
Relevância de Informações	x	
Troca de comentários com o utilizador	x	

Anexo 9- Tabela dos princípios dialógicos do Hospital da Luz de Póvoa de Varzim (hospital privado)

<b>Ligação Dialógica:</b>	<b>Presente:</b>	<b>Não Presente</b>
Possibilidade de responder aos comentários:	x	
Possibilidade de responder a publicações da página:	x	
Responde a comentários:		x
E-mail	x	
Permite classificação	x	
Permite o envio de mensagens privadas	x	
Responde a críticas:		x
<b>Utilidade de Informação:</b>		
Sobre (Missão/Visão/Objetivos)	x	
Contatos	x	
Links de ferramentas extra (site, Instagram, LinkedIn)	x	
Publicações sobre doenças	x	
Publicação de notícias/eventos do hospital	x	
Publicações sobre curiosidades		x
Publicações de nutrição		x
Publicações sobre o vírus Zika:		x
Publicações de datas comemorativas	x	
<b>Repetição de visitas:</b>		
Possibilidade de notificação	x	
Publicações regulares	x	
Calendarização de eventos	x	
Possibilidade de Partilha	x	
Botão de apelo á ação	x	
Permite identificação nas fotos		x
Motivação direta a nova visita		x
Likes nos comentários	x	
<b>Facilidade de Interface</b>		
Imagens auto-explicativas e atraentes		x
Cartazes com design atrativo		x
Pouca dependência de gráficos	x	
Publicações diretas com linguagem corrente	x	
Uso de vídeos	x	
Publicações em destaque		x
Uso de #hashtags		x
<b>Permanência na página</b>		
Publicações diárias		x
Tempo de resposta rápida		x
Relevância de Informações	x	
Troca de comentários com o utilizador		x

Anexo 10- Tabela dos princípios dialógicos do Hospital da Santa Casa da Misericórdia de Évora (hospital privado)

<b>Ligação Dialógica:</b>	<b>Presente:</b>	<b>Não Presente</b>
Possibilidade de responder aos comentários:	x	
Possibilidade de responder a publicações da página:	x	
Responde a comentários:		x
E-mail	x	
Permite classificação	x	
Permite o envio de mensagens privadas	x	
Responde a críticas:		x
<b>Utilidade de Informação:</b>		
Sobre (Missão/Visão/Objetivos)	x	
Contatos	x	
Links de ferramentas extra (site, Instagram, LinkedIn)	x	
Publicações sobre doenças		x
Publicação de notícias/eventos do hospital	x	
Publicações sobre curiosidades		x
Publicações de nutrição		x
Publicações sobre o vírus Zika:		x
Publicações de datas comemorativas		x
<b>Repetição de visitas:</b>		
Possibilidade de notificação	x	
Publicações regulares	x	
Calendarização de eventos	x	
Possibilidade de Partilha	x	
Botão de apelo á ação	x	
Permite identificação nas fotos		x
Motivação direta a nova visita		x
Likes nos comentários		x
<b>Facilidade de Interface</b>		
Imagens auto-explicativas e atraentes		x
Cartazes com design atrativo		x
Pouca dependência de gráficos	x	
Publicações diretas com linguagem corrente	x	
Uso de vídeos	x	
Publicações em destaque		x
Uso de #hashtags		x
<b>Permanência na página</b>		
Publicações diárias		x
Tempo de resposta rápida		x
Relevância de Informações	x	
Troca de comentários com o utilizador		x

Anexo 11- Tabela dos princípios dialógicos do Hospital da Terra Quente- Mirandela (hospital privado)

<b>Ligação Dialógica:</b>	<b>Presente:</b>	<b>Não Presente</b>
Possibilidade de responder aos comentários:	x	
Possibilidade de responder a publicações da página:	x	
Responde a comentários:		x
E-mail	x	
Permite classificação		x
Permite o envio de mensagens privadas	x	
Responde a críticas:		
<b>Utilidade de Informação:</b>		
Sobre (Missão/Visão/Objetivos)		x
Contatos	x	
Links de ferramentas extra (site, Instagram, LinkedIn)	x	
Publicações sobre doenças		x
Publicação de notícias/eventos do hospital	x	
Publicações sobre curiosidades		x
Publicações de nutrição		x
Publicações sobre o vírus Zika:		x
Publicações de datas comemorativas		x
<b>Repetição de visitas:</b>		
Possibilidade de notificação	x	
Publicações regulares		x
Calendarização de eventos		x
Possibilidade de Partilha	x	
Botão de apelo á ação	x	
Permite identificação nas fotos		x
Motivação direta a nova visita		x
Likes nos comentários	x	
<b>Facilidade de Interface</b>		
Imagens auto-explicativas e atraentes		x
Cartazes com design atrativo	x	
Pouca dependência de gráficos	x	
Publicações diretas com linguagem corrente	x	
Uso de vídeos		x
Publicações em destaque		x
Uso de #hashtags		x
<b>Permanência na página</b>		
Publicações diárias		x
Tempo de resposta rápida		
Relevância de Informações	x	
Troca de comentários com o utilizador		



Anexo 12- Tabela dos princípios dialógicos do Hospital de Santa Maria (hospital privado)

<b>Ligação Dialógica:</b>	<b>Presente:</b>	<b>Não Presente</b>
Possibilidade de responder aos comentários:	x	
Possibilidade de responder a publicações da página:	x	
Responde a comentários:	x	
E-mail	x	
Permite classificação	x	
Permite o envio de mensagens privadas		x
Responde a críticas:		x
<b>Utilidade de Informação:</b>		
Sobre (Missão/Visão/Objetivos)		x
Contatos	x	
Links de ferramentas extra (site, Instagram, LinkedIn)	x	
Publicações sobre doenças		x
Publicação de notícias/eventos do hospital	x	
Publicações sobre curiosidades		x
Publicações de nutrição		x
Publicações sobre o vírus Zika:		x
Publicações de datas comemorativas	x	
<b>Repetição de visitas:</b>		
Possibilidade de notificação	x	
Publicações regulares		x
Calendarização de eventos	x	
Possibilidade de Partilha	x	
Botão de apelo á ação	x	
Permite identificação nas fotos		x
Motivação direta a nova visita		x
Likes nos comentários		x
<b>Facilidade de Interface</b>		
Imagens auto-explicativas e atraentes		x
Cartazes com design atrativo	x	
Pouca dependência de gráficos	x	
Publicações diretas com linguagem corrente	x	
Uso de vídeos	x	
Publicações em destaque		x
Uso de #hastags		x
<b>Permanência na página</b>		
Publicações diárias		x
Tempo de resposta rápida		
Relevância de Informações	x	
Troca de comentários com o utilizador		

Anexo 13- Tabela dos princípios dialógicos do Hospital do Mar Cuidados Especializados- Lisboa (hospital privado)

<b>Ligação Dialógica:</b>	<b>Presente:</b>	<b>Não Presente</b>
Possibilidade de responder aos comentários:	x	
Possibilidade de responder a publicações da página:	x	
Responde a comentários:		x
E-mail	x	
Permite classificação	x	
Permite o envio de mensagens privadas	x	
Responde a críticas:		x
<b>Utilidade de Informação:</b>		
Sobre (Missão/Visão/Objetivos)	x	
Contatos	x	
Links de ferramentas extra (site, Instagram, LinkedIn)	x	
Publicações sobre doenças	x	
Publicação de notícias/eventos do hospital		x
Publicações sobre curiosidades		x
Publicações de nutrição		x
Publicações sobre o vírus Zika:		x
Publicações de datas comemorativas	x	
<b>Repetição de visitas:</b>		
Possibilidade de notificação	x	
Publicações regulares		x
Calendarização de eventos		x
Possibilidade de Partilha	x	
Botão de apelo á ação	x	
Permite identificação nas fotos		x
Motivação direta a nova visita		x
Likes nos comentários		x
<b>Facilidade de Interface</b>		
Imagens auto-explicativas e atraentes	x	
Cartazes com design atrativo	x	
Pouca dependência de gráficos	x	
Publicações diretas com linguagem corrente	x	
Uso de vídeos	x	
Publicações em destaque		x
Uso de #hashtags	x	
<b>Permanência na página</b>		
Publicações diárias		x
Tempo de resposta rápida		
Relevância de Informações	x	
Troca de comentários com o utilizador		x

Anexo 14 - Tabela dos princípios dialógicos do Lusíadas- Lisboa (hospital privado)

<b>Ligação Dialógica:</b>	<b>Presente:</b>	<b>Não Presente</b>
Possibilidade de responder aos comentários:	x	
Possibilidade de responder a publicações da página:	x	
Responde a comentários:		x
E-mail	x	
Permite classificação	x	
Permite o envio de mensagens privadas	x	
Responde a críticas:		x
<b>Utilidade de Informação:</b>		
Sobre (Missão/Visão/Objetivos)	x	
Contatos	x	
Links de ferramentas extra (site, Instagram, LinkedIn)	x	
Publicações sobre doenças	x	
Publicação de notícias/eventos do hospital	x	
Publicações sobre curiosidades	x	
Publicações de nutrição	x	
Publicações sobre o vírus Zika:		x
Publicações de datas comemorativas	x	
<b>Repetição de visitas:</b>		
Possibilidade de notificação	x	
Publicações regulares	x	
Calendarização de eventos		x
Possibilidade de Partilha	x	
Botão de apelo á ação	x	
Permite identificação nas fotos		x
Motivação direta a nova visita		x
Likes nos comentários		x
<b>Facilidade de Interface</b>		
Imagens auto-explicativas e atraentes	x	
Cartazes com design atrativo	x	
Pouca dependência de gráficos	x	
Publicações diretas com linguagem corrente	x	
Uso de vídeos	x	
Publicações em destaque		x
Uso de #hastags		x
<b>Permanência na página</b>		
Publicações diárias		x
Tempo de resposta rápida		
Relevância de Informações	x	
Troca de comentários com o utilizador		x

Anexo 15- Tabela dos princípios dialógicos do Hospital Particular de Viana do Castelo  
(hospital privado)

<b>Ligação Dialógica:</b>	<b>Presente:</b>	<b>Não Presente</b>
Possibilidade de responder aos comentários:	x	
Possibilidade de responder a publicações da página:	x	
Responde a comentários:	x	
E-mail	x	
Permite classificação	x	
Permite o envio de mensagens privadas	x	
Responde a críticas:	x	
<b>Utilidade de Informação:</b>		
Sobre (Missão/Visão/Objetivos)		x
Contatos	x	
Links de ferramentas extra (site, Instagram, LinkedIn)	x	
Publicações sobre doenças		x
Publicação de notícias/eventos do hospital	x	
Publicações sobre curiosidades		x
Publicações de nutrição		x
Publicações sobre o vírus Zika:		x
Publicações de datas comemorativas		x
<b>Repetição de visitas:</b>		
Possibilidade de notificação	x	
Publicações regulares		x
Calendarização de eventos	x	
Possibilidade de Partilha	x	
Botão de apelo á ação	x	
Permite identificação nas fotos	x	
Motivação direta a nova visita		x
Likes nos comentários	x	
<b>Facilidade de Interface</b>		
Imagens auto-explicativas e atraentes	x	
Cartazes com design atrativo	x	
Pouca dependência de gráficos	x	
Publicações diretas com linguagem corrente	x	
Uso de vídeos		x
Publicações em destaque		x
Uso de #hashtags		x
<b>Permanência na página</b>		
Publicações diárias		x
Tempo de resposta rápida	x	
Relevância de Informações	x	
Troca de comentários com o utilizador	x	

Anexo 16- Tabela dos princípios dialógicos do Hospital Privado da Trofa (hospital privado)

<b>Ligação Dialógica:</b>	<b>Presente:</b>	<b>Não Presente</b>
Possibilidade de responder aos comentários:	x	
Possibilidade de responder a publicações da página:	x	
Responde a comentários:	x	
E-mail	x	
Permite classificação		x
Permite o envio de mensagens privadas	x	
Responde a críticas:		x
<b>Utilidade de Informação:</b>		
Sobre (Missão/Visão/Objetivos)	x	
Contatos	x	
Links de ferramentas extra (site, Instagram, LinkedIn)	x	
Publicações sobre doenças	x	
Publicação de notícias/eventos do hospital	x	
Publicações sobre curiosidades		x
Publicações de nutrição		x
Publicações sobre o vírus Zika:		x
Publicações de datas comemorativas	x	
<b>Repetição de visitas:</b>		
Possibilidade de notificação	x	
Publicações regulares	x	
Calendarização de eventos	x	
Possibilidade de Partilha	x	
Botão de apelo á ação	x	
Permite identificação nas fotos	x	
Motivação direta a nova visita		x
Likes nos comentários	x	
<b>Facilidade de Interface</b>		
Imagens auto-explicativas e atraentes	x	
Cartazes com design atrativo	x	
Pouca dependência de gráficos	x	
Publicações diretas com linguagem corrente	x	
Uso de vídeos	x	
Publicações em destaque	x	
Uso de #hashtags	x	
<b>Permanência na página</b>		
Publicações diárias		x
Tempo de resposta rápida		x
Relevância de Informações	x	
Troca de comentários com o utilizador		x

Anexo 17- Tabela dos princípios dialógicos do Hospital Privado do Algarve (hospital privado)

<b>Ligação Dialógica:</b>	<b>Presente:</b>	<b>Não Presente</b>
Possibilidade de responder aos comentários:	x	
Possibilidade de responder a publicações da página:	x	
Responde a comentários:		x
E-mail	x	
Permite classificação	x	
Permite o envio de mensagens privadas	x	
Responde a críticas:	x	
<b>Utilidade de Informação:</b>		
Sobre (Missão/Visão/Objetivos)	x	
Contatos	x	
Links de ferramentas extra (site, Instagram, LinkedIn)	x	
Publicações sobre doenças	x	
Publicação de notícias/eventos do hospital	x	
Publicações sobre curiosidades	x	
Publicações de nutrição	x	
Publicações sobre o vírus Zika:		x
Publicações de datas comemorativas	x	
<b>Repetição de visitas:</b>		
Possibilidade de notificação	x	
Publicações regulares	x	
Calendarização de eventos		x
Possibilidade de Partilha	x	
Botão de apelo á ação	x	
Permite identificação nas fotos		x
Motivação direta a nova visita		x
Likes nos comentários	x	
<b>Facilidade de Interface</b>		
Imagens auto-explicativas e atraentes	x	
Cartazes com design atrativo	x	
Pouca dependência de gráficos	x	
Publicações diretas com linguagem corrente	x	
Uso de vídeos	x	
Publicações em destaque		x
Uso de #hashtags	x	
<b>Permanência na página</b>		
Publicações diárias		x
Tempo de resposta rápida	x	
Relevância de Informações	x	
Troca de comentários com o utilizador	x	

Anexo 18- Tabela dos princípios dialógicos do IdealMed Unidade Hospitalar de Coimbra (hospital privado)

<b>Ligação Dialógica:</b>	<b>Presente:</b>	<b>Não Presente</b>
Possibilidade de responder aos comentários:	x	
Possibilidade de responder a publicações da página:	x	
Responde a comentários:		x
E-mail	x	
Permite classificação	x	
Permite o envio de mensagens privadas	x	
Responde a críticas:		x
<b>Utilidade de Informação:</b>		
Sobre (Missão/Visão/Objetivos)	x	
Contatos	x	
Links de ferramentas extra (site, Instagram, LinkedIn)	x	
Publicações sobre doenças	x	
Publicação de notícias/eventos do hospital	x	
Publicações sobre curiosidades	x	
Publicações de nutrição	x	
Publicações sobre o vírus Zika:		x
Publicações de datas comemorativas	x	
<b>Repetição de visitas:</b>		
Possibilidade de notificação	x	
Publicações regulares	x	
Calendarização de eventos		x
Possibilidade de Partilha	x	
Botão de apelo á ação	x	
Permite identificação nas fotos		x
Motivação direta a nova visita		x
Likes nos comentários		x
<b>Facilidade de Interface</b>		
Imagens auto-explicativas e atraentes	x	
Cartazes com design atrativo	x	
Pouca dependência de gráficos	x	
Publicações diretas com linguagem corrente	x	
Uso de vídeos	x	
Publicações em destaque		x
Uso de #hashtags		x
<b>Permanência na página</b>		
Publicações diárias		x
Tempo de resposta rápida		
Relevância de Informações	x	
Troca de comentários com o utilizador		x

Anexo 19- Tabela dos princípios dialógicos do Centro Hospitalar Cova da Beira (hospital público)

<b>Ligação Dialógica:</b>	<b>Presente:</b>	<b>Não Presente</b>
Possibilidade de responder aos comentários:	x	
Possibilidade de responder a publicações da página:	x	
Responde a comentários:		x
E-mail	x	
Permite classificação	x	
Permite o envio de mensagens privadas	x	
Responde a críticas:		x
<b>Utilidade de Informação:</b>		
Sobre (Missão/Visão/Objetivos)	x	
Contatos	x	
Links de ferramentas extra (site, Instagram, LinkedIn)	x	
Publicações sobre doenças		x
Publicação de notícias/eventos do hospital	x	
Publicações sobre curiosidades		x
Publicações de nutrição		x
Publicações sobre o vírus Zika:		x
Publicações de datas comemorativas	x	
<b>Repetição de visitas:</b>		
Possibilidade de notificação	x	
Publicações regulares	x	
Calendarização de eventos	x	
Possibilidade de Partilha	x	
Botão de apelo á ação	x	
Permite identificação nas fotos		x
Motivação direta a nova visita		x
Likes nos comentários		x
<b>Facilidade de Interface</b>		
Imagens auto-explicativas e atraentes		x
Cartazes com design atrativo	x	
Pouca dependência de gráficos	x	
Publicações diretas com linguagem corrente	x	
Uso de vídeos	x	
Publicações em destaque	x	
Uso de #hashtags		x
<b>Permanência na página</b>		
Publicações diárias		x
Tempo de resposta rápida		x
Relevância de Informações	x	
Troca de comentários com o utilizador		x



Anexo 20- Tabela dos princípios dialógicos do Centro Hospitalar de Leiria (hospital público)

<b>Ligação Dialógica:</b>	<b>Presente:</b>	<b>Não Presente</b>
Possibilidade de responder aos comentários:	x	
Possibilidade de responder a publicações da página:	x	
Responde a comentários:		x
E-mail	x	
Permite classificação	x	
Permite o envio de mensagens privadas	x	
Responde a críticas:		x
<b>Utilidade de Informação:</b>		
Sobre (Missão/Visão/Objetivos)		x
Contatos	x	
Links de ferramentas extra (site, Instagram, LinkedIn)	x	
Publicações sobre doenças		x
Publicação de notícias/eventos do hospital	x	
Publicações sobre curiosidades		x
Publicações de nutrição		x
Publicações sobre o vírus Zika:		x
Publicações de datas comemorativas	x	
<b>Repetição de visitas:</b>		
Possibilidade de notificação	x	
Publicações regulares	x	
Calendarização de eventos	x	
Possibilidade de Partilha	x	
Botão de apelo á ação	x	
Permite identificação nas fotos		x
Motivação direta a nova visita		x
Likes nos comentários		x
<b>Facilidade de Interface</b>		
Imagens auto-explicativas e atraentes		x
Cartazes com design atrativo		x
Pouca dependência de gráficos	x	
Publicações diretas com linguagem corrente	x	
Uso de vídeos		x
Publicações em destaque		x
Uso de #hashtags	x	
<b>Permanência na página</b>		
Publicações diárias		x
Tempo de resposta rápida		x
Relevância de Informações	x	
Troca de comentários com o utilizador		x

Anexo 21- Tabela dos princípios dialógicos do Centro Hospitalar de Trás-os-Montes e Alto Douro (hospital público)

<b>Ligação Dialógica:</b>	<b>Presente:</b>	<b>Não Presente</b>
Possibilidade de responder aos comentários:	x	
Possibilidade de responder a publicações da página:	x	
Responde a comentários:		x
E-mail	x	
Permite classificação	x	
Permite o envio de mensagens privadas	x	
Responde a críticas:		x
<b>Utilidade de Informação:</b>		
Sobre (Missão/Visão/Objetivos)	x	
Contatos	x	
Links de ferramentas extra (site, Instagram, LinkedIn)	x	
Publicações sobre doenças		x
Publicação de notícias/eventos do hospital	x	
Publicações sobre curiosidades		x
Publicações de nutrição		x
Publicações sobre o vírus Zika:		x
Publicações de datas comemorativas		x
<b>Repetição de visitas:</b>		
Possibilidade de notificação	x	
Publicações regulares	x	
Calendarização de eventos	x	
Possibilidade de Partilha	x	
Botão de apelo á ação	x	
Permite identificação nas fotos		x
Motivação direta a nova visita		x
Likes nos comentários		x
<b>Facilidade de Interface</b>		
Imagens auto-explicativas e atraentes		x
Cartazes com design atrativo		x
Pouca dependência de gráficos	x	
Publicações diretas com linguagem corrente	x	
Uso de vídeos		x
Publicações em destaque		x
Uso de #hashtags		x
<b>Permanência na página</b>		
Publicações diárias		x
Tempo de resposta rápida		x
Relevância de Informações	x	
Troca de comentários com o utilizador		x

Anexo 22- Tabela dos princípios dialógicos do Centro Hospitalar de Vila Nova de Gaia-Espinho (hospital público)

<b>Ligação Dialógica:</b>	<b>Presente:</b>	<b>Não Presente</b>
Possibilidade de responder aos comentários:	x	
Possibilidade de responder a publicações da página:	x	
Responde a comentários:		x
E-mail	x	
Permite classificação	x	
Permite o envio de mensagens privadas		x
Responde a críticas:		x
<b>Utilidade de Informação:</b>		
Sobre (Missão/Visão/Objetivos)	x	
Contatos	x	
Links de ferramentas extra (site, Instagram, LinkedIn)	x	
Publicações sobre doenças		x
Publicação de notícias/eventos do hospital	x	
Publicações sobre curiosidades		x
Publicações de nutrição		x
Publicações sobre o vírus Zika:	x	
Publicações de datas comemorativas		x
<b>Repetição de visitas:</b>		
Possibilidade de notificação	x	
Publicações regulares	x	
Calendarização de eventos		x
Possibilidade de Partilha	x	
Botão de apelo á ação	x	
Permite identificação nas fotos		x
Motivação direta a nova visita		x
Likes nos comentários		x
<b>Facilidade de Interface</b>		
Imagens auto-explicativas e atraentes		x
Cartazes com design atrativo		x
Pouca dependência de gráficos	x	
Publicações diretas com linguagem corrente	x	
Uso de vídeos	x	
Publicações em destaque	x	
Uso de #hashtags		x
<b>Permanência na página</b>		
Publicações diárias		x
Tempo de resposta rápida		x
Relevância de Informações	x	
Troca de comentários com o utilizador		x

Anexo 23- Tabela dos princípios dialógicos do Centro Hospitalar do Porto (hospital público)

<b>Ligação Dialógica:</b>	<b>Presente:</b>	<b>Não Presente</b>
Possibilidade de responder aos comentários:	x	
Possibilidade de responder a publicações da página:	x	
Responde a comentários:		x
E-mail		x
Permite classificação		x
Permite o envio de mensagens privadas	x	
Responde a críticas:		x
<b>Utilidade de Informação:</b>		
Sobre (Missão/Visão/Objetivos)		x
Contatos		x
Links de ferramentas extra (site, Instagram, LinkedIn)	x	
Publicações sobre doenças		x
Publicação de notícias/eventos do hospital	x	
Publicações sobre curiosidades		x
Publicações de nutrição		x
Publicações sobre o vírus Zika:		x
Publicações de datas comemorativas		x
<b>Repetição de visitas:</b>		
Possibilidade de notificação	x	
Publicações regulares	x	
Calendarização de eventos		x
Possibilidade de Partilha	x	
Botão de apelo á ação		x
Permite identificação nas fotos		x
Motivação direta a nova visita		x
Likes nos comentários		x
<b>Facilidade de Interface</b>		
Imagens auto-explicativas e atraentes		x
Cartazes com design atrativo		x
Pouca dependência de gráficos	x	
Publicações diretas com linguagem corrente	x	
Uso de vídeos	x	
Publicações em destaque	x	
Uso de #hashtags		x
<b>Permanência na página</b>		
Publicações diárias		x
Tempo de resposta rápida		x
Relevância de Informações	x	
Troca de comentários com o utilizador		x

Anexo 24- Tabela dos princípios dialógicos do Centro Hospitalar de Lisboa Norte (hospital público)

<b>Ligação Dialógica:</b>	<b>Presente:</b>	<b>Não Presente</b>
Possibilidade de responder aos comentários:	x	
Possibilidade de responder a publicações da página:	x	
Responde a comentários:		x
E-mail		x
Permite classificação	x	
Permite o envio de mensagens privadas	x	
Responde a críticas:		x
<b>Utilidade de Informação:</b>		
Sobre (Missão/Visão/Objetivos)	x	
Contatos	x	
Links de ferramentas extra (site, Instagram, LinkedIn)	x	
Publicações sobre doenças	x	
Publicação de notícias/eventos do hospital	x	
Publicações sobre curiosidades		x
Publicações de nutrição		x
Publicações sobre o vírus Zika:		x
Publicações de datas comemorativas	x	
<b>Repetição de visitas:</b>		
Possibilidade de notificação	x	
Publicações regulares	x	
Calendarização de eventos	x	
Possibilidade de Partilha	x	
Botão de apelo á ação	x	
Permite identificação nas fotos		x
Motivação direta a nova visita		x
Likes nos comentários		x
<b>Facilidade de Interface</b>		
Imagens auto-explicativas e atraentes	x	
Cartazes com design atrativo	x	
Pouca dependência de gráficos	x	
Publicações diretas com linguagem corrente	x	
Uso de vídeos	x	
Publicações em destaque		x
Uso de #hashtags		x
<b>Permanência na página</b>		
Publicações diárias		x
Tempo de resposta rápida		x
Relevância de Informações	x	
Troca de comentários com o utilizador		x

Anexo 25- Tabela dos princípios dialógicos do Hospital Beatriz Ângelo (hospital público)

<b>Ligação Dialógica:</b>	<b>Presente:</b>	<b>Não Presente</b>
Possibilidade de responder aos comentários:	x	
Possibilidade de responder a publicações da página:	x	
Responde a comentários:		x
E-mail	x	
Permite classificação	x	
Permite o envio de mensagens privadas	x	
Responde a críticas:		x
<b>Utilidade de Informação:</b>		
Sobre (Missão/Visão/Objetivos)	x	
Contatos	x	
Links de ferramentas extra (site, Instagram, LinkedIn)	x	
Publicações sobre doenças		x
Publicação de notícias/eventos do hospital	x	
Publicações sobre curiosidades		x
Publicações de nutrição		x
Publicações sobre o vírus Zika:		x
Publicações de datas comemorativas		x
<b>Repetição de visitas:</b>		
Possibilidade de notificação	x	
Publicações regulares	x	
Calendarização de eventos		x
Possibilidade de Partilha	x	
Botão de apelo á ação	x	
Permite identificação nas fotos		x
Motivação direta a nova visita		x
Likes nos comentários		x
<b>Facilidade de Interface</b>		
Imagens auto-explicativas e atraentes		x
Cartazes com design atrativo		x
Pouca dependência de gráficos	x	
Publicações diretas com linguagem corrente	x	
Uso de vídeos	x	
Publicações em destaque		x
Uso de #hashtags		x
<b>Permanência na página</b>		
Publicações diárias		x
Tempo de resposta rápida		x
Relevância de Informações	x	
Troca de comentários com o utilizador		x

Anexo 26- Tabela dos princípios dialógicos do Hospital Senhora da Oliveira-Guimarães (hospital público)

<b>Ligação Dialógica:</b>	<b>Presente:</b>	<b>Não Presente</b>
Possibilidade de responder aos comentários:	x	
Possibilidade de responder a publicações da página:	x	
Responde a comentários:	x	
E-mail	x	
Permite classificação	x	
Permite o envio de mensagens privadas	x	
Responde a críticas:		x
<b>Utilidade de Informação:</b>		
Sobre (Missão/Visão/Objetivos)	x	
Contatos	x	
Links de ferramentas extra (site, Instagram, LinkedIn)	x	
Publicações sobre doenças		x
Publicação de notícias/eventos do hospital	x	
Publicações sobre curiosidades		x
Publicações de nutrição		x
Publicações sobre o vírus Zika:	x	
Publicações de datas comemorativas		x
<b>Repetição de visitas:</b>		
Possibilidade de notificação	x	
Publicações regulares	x	
Calendarização de eventos	x	
Possibilidade de Partilha	x	
Botão de apelo á ação	x	
Permite identificação nas fotos	x	
Motivação direta a nova visita		x
Likes nos comentários	x	
<b>Facilidade de Interface</b>		
Imagens auto-explicativas e atraentes		x
Cartazes com design atrativo		x
Pouca dependência de gráficos	x	
Publicações diretas com linguagem corrente	x	
Uso de vídeos	x	
Publicações em destaque		x
Uso de #hashtags	x	
<b>Permanência na página</b>		
Publicações diárias		x
Tempo de resposta rápida	x	
Relevância de Informações	x	
Troca de comentários com o utilizador	x	

Anexo 27- Tabela dos princípios dialógicos do Hospital José Luciano de Castro- Anadia (hospital público)

<b>Ligação Dialógica:</b>	<b>Presente:</b>	<b>Não Presente</b>
Possibilidade de responder aos comentários:	x	
Possibilidade de responder a publicações da página:	x	
Responde a comentários:	x	
E-mail	x	
Permite classificação	x	
Permite o envio de mensagens privadas	x	
Responde a críticas:		x
<b>Utilidade de Informação:</b>		
Sobre (Missão/Visão/Objetivos)		x
Contatos	x	
Links de ferramentas extra (site, Instagram, LinkedIn)	x	
Publicações sobre doenças		x
Publicação de notícias/eventos do hospital	x	
Publicações sobre curiosidades	x	
Publicações de nutrição		x
Publicações sobre o vírus Zika:		x
Publicações de datas comemorativas		x
<b>Repetição de visitas:</b>		
Possibilidade de notificação	x	
Publicações regulares	x	
Calendarização de eventos		x
Possibilidade de Partilha	x	
Botão de apelo á ação		x
Permite identificação nas fotos	x	
Motivação direta a nova visita		x
Likes nos comentários	x	
<b>Facilidade de Interface</b>		
Imagens auto-explicativas e atraentes		x
Cartazes com design atrativo		x
Pouca dependência de gráficos	x	
Publicações diretas com linguagem corrente	x	
Uso de vídeos		x
Publicações em destaque	x	
Uso de #hashtags		x
<b>Permanência na página</b>		
Publicações diárias		x
Tempo de resposta rápida	x	
Relevância de Informações	x	
Troca de comentários com o utilizador	x	



Anexo 28- Tabela dos princípios dialógicos da Unidade Local de Saúde da Guarda (hospital público)

<b>Ligação Dialógica:</b>	<b>Presente:</b>	<b>Não Presente</b>
Possibilidade de responder aos comentários:	x	
Possibilidade de responder a publicações da página:	x	
Responde a comentários:		x
E-mail	x	
Permite classificação	x	
Permite o envio de mensagens privadas	x	
Responde a críticas:		x
<b>Utilidade de Informação:</b>		
Sobre (Missão/Visão/Objetivos)	x	
Contatos	x	
Links de ferramentas extra (site, Instagram, LinkedIn)	x	
Publicações sobre doenças		x
Publicação de notícias/eventos do hospital	x	
Publicações sobre curiosidades		x
Publicações de nutrição		x
Publicações sobre o vírus Zika:		x
Publicações de datas comemorativas	x	
<b>Repetição de visitas:</b>		
Possibilidade de notificação	x	
Publicações regulares	x	
Calendarização de eventos	x	
Possibilidade de Partilha	x	
Botão de apelo á ação	x	
Permite identificação nas fotos		x
Motivação direta a nova visita		x
Likes nos comentários		x
<b>Facilidade de Interface</b>		
Imagens auto-explicativas e atraentes		x
Cartazes com design atrativo		x
Pouca dependência de gráficos	x	
Publicações diretas com linguagem corrente	x	
Uso de vídeos		x
Publicações em destaque		x
Uso de #hashtags		x
<b>Permanência na página</b>		
Publicações diárias		x
Tempo de resposta rápida		x
Relevância de Informações	x	
Troca de comentários com o utilizador		x

Anexo 29- Tabela dos princípios dialógicos da Unidade Local de Saúde do Nordeste (hospital público)

<b>Ligação Dialógica:</b>	<b>Presente:</b>	<b>Não Presente</b>
Possibilidade de responder aos comentários:	x	
Possibilidade de responder a publicações da página:	x	
Responde a comentários:		x
E-mail	x	
Permite classificação	x	
Permite o envio de mensagens privadas	x	
Responde a críticas:		x
<b>Utilidade de Informação:</b>		
Sobre (Missão/Visão/Objetivos)	x	
Contatos	x	
Links de ferramentas extra (site, Instagram, LinkedIn)	x	
Publicações sobre doenças	x	
Publicação de notícias/eventos do hospital	x	
Publicações sobre curiosidades		x
Publicações de nutrição		x
Publicações sobre o vírus Zika:		x
Publicações de datas comemorativas	x	
<b>Repetição de visitas:</b>		
Possibilidade de notificação	x	
Publicações regulares	x	
Calendarização de eventos		x
Possibilidade de Partilha	x	
Botão de apelo á ação	x	
Permite identificação nas fotos	x	
Motivação direta a nova visita		x
Likes nos comentários	x	
<b>Facilidade de Interface</b>		
Imagens auto-explicativas e atraentes		x
Cartazes com design atrativo		x
Pouca dependência de gráficos	x	
Publicações diretas com linguagem corrente	x	
Uso de vídeos	x	
Publicações em destaque		x
Uso de #hashtags		x
<b>Permanência na página</b>		
Publicações diárias		x
Tempo de resposta rápida		x
Relevância de Informações	x	
Troca de comentários com o utilizador		x

## Anexo 30- Exemplo de publicações no facebook do hospital privado CUF.



Hoje apresentamos-lhe alguns dos erros mais cometidos por pais divorciados.  
Conheça-os em [bit.ly/paisdivorciados](http://bit.ly/paisdivorciados) e partilhe connosco a sua opinião.



Hoje deixamos-lhe as nossas dicas para combater a celulite.  
[bit.ly/comocombateracelulite](http://bit.ly/comocombateracelulite)



Que truques utiliza para aliviar as cólicas do seu bebé?  
Conheça os nossos conselhos em: [bit.ly/comoaliviarcolicasinobebe](http://bit.ly/comoaliviarcolicasinobebe)



Em Portugal, a doença bipolar afeta mais de 200 mil pessoas.  
Saiba mais sobre esta doença e descubra como pode aprender a viver com ela, em: [bit.ly/doencabipolar](http://bit.ly/doencabipolar)





Grupo HPA Saúde

4/2 · €



No Dia Mundial da Luta Contra o #Cancro, sugerimos-lhe 4 Atitudes a tomar hoje para prevenir o aparecimento do #Cancro. Em caso de dúvida deve sempre recorrer ao seu médico que lhe pode prescrever os exames adequados à sua idade.

Partilhe com aqueles que mais ama.

<http://www.grupohpa.com/pt/destaques/prevencao-do-cancro>

**CANCRO**

Origem Genética ← CAUSAS → Estilo de Vida

**COMO PREVENIR?**

4 Atitudes a tomar hoje para prevenir o aparecimento do Cancro

- Não Fume**  
Ser fumador ativa no cancro até 20% dos casos de cancro por Cancro
- Seja Ativo**  
A atividade física diminui o risco de obesidade, favorecendo a saúde. Especialmente para quem tem mais risco de Cancro como o de colon, mama ou próstata.
- Alimentação Saudável**  
Adote a dieta mediterrânica preferindo vegetais, frutas, leguminosas e cereais integrais. Reduza o consumo de carne e o de sal. Evite a ingestão excessiva de gorduras saturadas.
- Modere o Alcool**  
O álcool tem a capacidade de facilitar o aparecimento de cancro. Quando beber, faça-o com moderação, nunca mais a quantidade de um copo de vinho.

**Seja ativo na prevenção do Cancro!**

4 de fevereiro - Dia Mundial da Luta Contra o Cancro

Siga as nossas notícias saudáveis.

Grupo HPA Saúde

Anexo 32- Exemplo da ferramenta “Botão de apelo à ação” (Centro Hospitalar de Trás-os-Montes e Alto Douro)

sou um ser poderoso capaz de mudar qualquer coisa na minha vida  
percebo e acolho mudanças saudáveis para a minha vida e  
liberto velhos hábitos e práticas que já não me ajudam  
aceito as mudanças necessárias  
que precisam acontecer na minha vida  
e deixo ir o medo e a preocupação

**Botão de apelo à ação**  
Centro Hospitalar de Trás os Montes e Alto Douro EPE  
259 300 500  
**Ligar agora**

Centro Hospitalar de Trás os Montes e Alto Douro EPE  
2 h · €

Mirandela, 06 out (Lusa) – Instituições públicas, privadas e ligadas ao ensino e investigação de Trás-os-Montes e Alto Douro vão juntar-se, pela primeira vez, para debater o estado da Saúde na região, divulgaram hoje os promotores.  
A iniciativa partiu do único hospital privado do distrito de Bragança, o Terra Quente, e o debate decorrerá nas primeiras Jornadas de Saúde de Trás-os-Montes e Alto Douro, a 25 e 26 de novembro, em Mirandela.  
Uma das preocupações do setor é o enve... Ver Mais

Hospital/Clinica · Lordelo, Vila Real, Portugal  
3.9 ★★★★★ Sempre aberto

Procura publicações nesta Página

5051 pessoas gostam disto  
Susana Ribeiro e 7 outros amigos

1999 pessoas estiveram aqui  
Monica Gomes e 5 outros amigos

Sempre aberto  
Obter informação adicional