

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

2230

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

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

HCPA - Hospital de Clínicas de Porto Alegre

Introdução

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

Objetivos

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

Metodologias empregadas

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

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

Observações ou modificações de práticas a partir dessa experiência

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

Considerações

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

2259

SUPER CRACHÁS - AÇÕES DE HUMANIZAÇÃO POR MEIO DA COMUNICAÇÃO

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

HCPA - Hospital de Clínicas de Porto Alegre

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