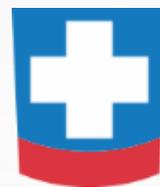


# Ensaio Fotográficos UTI Neo: cuidado além da saúde

Impactos na percepção da instituição  
e na experiência dos pacientes do  
Hospital Geral de Caxias do Sul



## HOSPITAL GERAL



**FUCS**  
FUNDAÇÃO  
UNIVERSIDADE  
DE CAXIAS DO SUL

Compromisso  
com a Vida.  
A sua Vida.

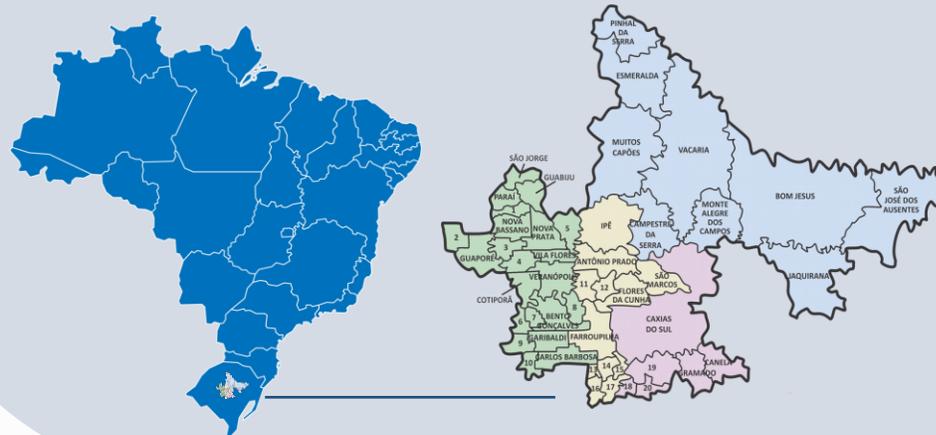




# PERFIL DA INSTITUIÇÃO



O Hospital Geral de Caxias do Sul-RS, foi fundado em 19 de março de 1989 e é uma instituição que possui atendimento 100% SUS. Com patrimônio público, é gerida pela mantenedora Fundação Universidade de Caxias do Sul.



Abrangemos mais de **1,2 milhão** de usuários do Sistema Único de Saúde, de **49 municípios** da 5ª Coordenadoria Regional da Saúde do Estado do Rio Grande do Sul.



## 328 LEITOS

305 Internação tratamento  
008 Observação adulto  
007 Observação pediátrica  
005 Hemodinâmica  
003 Centro obstétrico



## MAIS DE 26 MIL M<sup>2</sup>

1 – Prédio principal: 12.955m<sup>2</sup>  
2 – Prédio anexo: 8.861,09m<sup>2</sup>  
3 – Prédio administrativo: 1.039m<sup>2</sup>  
4 – UNACON: 3.314m<sup>2</sup>  
5 – Prédio fundos: 301,98 m<sup>2</sup>





# PERFIL DA INSTITUIÇÃO



**MAIS DE 1830**  
PROFISSIONAIS

**1408**  
**Colaboradores**  
Assistenciais  
Administrativos  
Operacionais

**348 Médicos**  
**75 Residentes**  
Entre todas as  
especialidades



**REFERÊNCIA EM ALTA E  
MÉDIA COMPLEXIDADE**

Internação de **Gestantes de Alto Risco**

**UTIs** Adulto, Pediátrica e Neonatal

**Serviço de Oncologia** com Radioterapia Adulto e Infantil

**Alta Complexidade** em procedimentos cirúrgicos,  
cardiológicos, bariátricos, entre outros

Programa de **Atendimento às Vítimas de Violência Sexual** – PRAVIVIS

**Centro de Referência em Atendimento Infanto Juvenil**  
do Interior do Estado – CRAI

Serviço de **Nefrologia, Infectologia, Ressonância Magnética**

Captação e **Transplante de Córneas**



**CERTIFICADO** DESDE 2005.  
COMO HOSPITAL ESCOLA

Recebe **mais de 650 acadêmicos** por semestre.

Promove capacitações para a rede pública, e **programa de capacitações permanentes**.

Realiza **estágios** para instituições de ensino.

Com **Programa de Residência Médica**





## DIAGNÓSTICO DA SITUAÇÃO

Além dos desafios técnicos e financeiros de ser uma entidade **100% SUS**, convivemos com a necessidade de desenvolver estratégias que **fortaleçam a percepção de valor da instituição**, contribuindo para **aumentar a satisfação do usuário, a lealdade à marca e a imagem positiva perante a sociedade.**

O Hospital Geral mantém inúmeras ações\* que construíram sua imagem nestes 27 anos de história, porém algumas ações tem sua repercussão destacada e assim mostram-se mais efetivas para assim **desenvolver um planejamento maior para sua total efetivação e atender aos nossos objetivos.**



\*Muitas destas ações evidenciam nosso compromisso com o cuidado Nos primeiros momento da vida. Deste 2003, o HG é certificado como Hospital Amigo da Criança e da Mulher, que indica passos essenciais para a saúde de mães e bebês.

### Mapeamento das principais ações realizadas:

#### Ensaio Fotográfico

UTI Neonatal

#### Nadando com Sentimentos

Psiquiatria

#### Sino da Esperança

UNACON

#### Árvore da Vida

Lembrança com imagem da Placenta para as mães

#### Cirurgia Feliz

Centro Cirúrgico

#### Banho de Ofurô

UTI Neonatal

#### Aromaterapia

Centro Obstétrico

#### Banco de Perucas

UNACON





# DIAGNÓSTICO DA SITUAÇÃO

Neste contexto, o projeto **Ensaio Fotográfico - Datas Comemorativas, existente desde 2020**, apesar de não possuir um planejamento anual e acontecer de forma aleatória, se destaca, pois além de estar alinhado ao Planejamento Estratégico e missão visão e valores do HG, a ação demonstra **potencial repercussão positiva** — tanto em âmbito interno (engajamento de equipe e satisfação de usuários) quanto externo (reconhecimento social e fortalecimento da marca institucional).

## Dentre os principais desafios, evidenciamos:

- **Transformar momentos críticos** em experiências de acolhimento e esperança;
- **Humanizar o cuidado**, mesmo em meio a tratamentos invasivos e prolongados;
- **Otimizar recursos** em um ambiente de 100% SUS, garantindo que ações estratégicas de marketing e humanização estejam **integradas ao planejamento institucional** sem gerar novos custos, bem como **umentar a percepção positiva** da marca.





# PLANEJAMENTO ESTRATÉGICO

Reconhecendo essa força, aplicamos a ferramenta **Golden Circle** de Simon Sinek, incorporando mais um elo, que representa o paciente no centro de nosso cuidado.

**O quê?:** Realizamos ensaios fotográficos gratuitos para bebês da UTI Neonatal em datas comemorativas, eternizando momentos de amor e superação.

**Como?:** Através da mobilização de parcerias voluntárias e da sensibilização da equipe multiprofissional para o acolhimento emocional.

**Porque?:** Acreditamos que cuidar é também criar memórias de esperança em momentos difíceis.

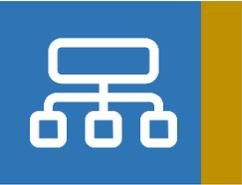


**Por quem?:** O paciente é o centro e o sentido de todas as nossas práticas. É por ele que transformamos o hospital em um espaço também de afeto, memória e cuidado integral.

A estratégia para aprimorar a ação foi planejar todo o contexto, visando o melhor aproveitamento da ação:

- DEFINIÇÃO DE CALENDÁRIO ANUAL  
A organização permite **antecipação na produção de materiais**, melhor logística com as equipes e maior engajamento da comunidade e parceiros
- EXPLORAR NOVAS DATAS  
Essa abertura permite maior **aderência emocional**, aumenta a **relevância social da ação** e estimula o engajamento digital.
- PLANEJAMENTO DE CENÁRIOS  
Essa dimensão estética fortalece o **marketing de experiência**, tornando o momento ainda mais simbólico para as famílias.
- RELACIONAMENTO COM MÍDIAS LOCAIS  
A estratégia visa **ampliar a visibilidade da ação, valorizar o SUS** e os profissionais envolvidos, além de **reconhecer as boas práticas institucionais**. Isso contribui para o fortalecimento da imagem pública do hospital e amplia o alcance da mensagem humanizada.





# PLANEJAMENTO ESTRATÉGICO

Desenvolvemos um calendário anual estratégico, estruturado com frequência e sequência planejadas das ações, contemplando datas comemorativas de relevância nacional, estadual e municipal, a fim de garantir consistência, engajamento e conexão cultural com o público-alvo. Assim tendo tempo hábil para planejamento da execução de cada uma das ações.





# NOSSA EXECUÇÃO

Cada ação é precedida por reuniões de alinhamento com as equipes envolvidas, com o objetivo de construir um planejamento colaborativo que contemple todas as necessidades logísticas, técnicas e afetivas da execução. Nessas reuniões, são definidos os melhores parceiros para cada temática, e é estruturado o cronograma de divulgação, tanto nas redes sociais institucionais quanto por meio da mídia espontânea. Esse processo garante organização, coesão e maior impacto nas entregas.



## FESTA DA UVA

Participação das Soberanas Da Festa da Uva

Cenário especial com coroa de crochê para as crianças

Equipes: Neonatal, costura, fotógrafo voluntário e marketing



## DIA DAS MÃES

Ensaio fotográfico com a participação das mães

Equipes: Neonatal, costura, fotógrafo voluntário e marketing

Confecção de cenário com fundo e adereços Temático

Equipes: Neonatal, costura, fotógrafo voluntário e marketing



## PÁSCOA

Confecção de cenário com fundo e adereços

Equipes: Neonatal, costura, fotógrafo voluntário e marketing



## SÃO JOÃO





# NOSSA EXECUÇÃO



**20 DE SETEMBRO**

Confeção de  
roupas especiais

Cenário  
Especial

Equipes:  
Neonatal, costura,  
fotógrafo voluntário  
e marketing



**DIA DAS CRIANÇAS**

Alusão ao  
retorno do  
seriado Chaves

Confeção de  
roupas  
especiais

Cenário  
Especial

Equipes:  
Neonatal,  
costura,  
fotógrafo  
voluntário e  
marketing



**NATAL**

Confeção de  
roupas  
especiais

Cenário  
Especial

Cartões de  
Natal com as  
crianças

Equipes:  
Neonatal,  
costura,  
fotógrafo  
voluntário e  
marketing





# NOSSOS RESULTADOS

Como resultados mensuráveis da ação, utilizamos o Instagram como principal canal de comunicação e alcance do público. Através dele, observamos um aumento significativo no engajamento orgânico, evidenciado por curtidas, comentários, compartilhamentos e salvamentos, além do crescimento no número de seguidores e alcance das publicações. Esses indicadores demonstram não apenas o interesse do público, mas também a efetividade da estratégia em fortalecer o vínculo emocional com a comunidade e ampliar a visibilidade institucional por meio de conteúdo humanizado e relevante.

## FESTA DA UVA

1,9 mil 28 176 17

### Alcance ⓘ



<b>Impressões</b>	<b>12,507</b>
Página inicial	9,487
Perfil	1,320
Hashtags	813
Outro	887

## PÁSCOA

1 mil 25 171 10

### Alcance ⓘ



<b>Impressões</b>	<b>8,008</b>
Página inicial	5,253
Perfil	1,258
Hashtags	432
Outro	1,065

## DIA DAS MÃES

1,6 mil 30 58 9

### Alcance ⓘ



<b>Impressões</b>	<b>9,024</b>
Página inicial	7,697
Perfil	985
Hashtags	93
Outro	249

## SÃO JOÃO

1,4 mil 38 148 8

### Alcance ⓘ



<b>Impressões</b>	<b>18,453</b>
Página inicial	10,577
Perfil	987
Hashtags	97
Outro	6,792





# NOSSOS RESULTADOS

A ação Newborn tem se consolidado como uma das mais relevantes no cenário de postagens do Hospital Geral, ganhando destaque pelo forte apelo emocional e pela capacidade de engajar o público. Desde sua reformulação, observamos um crescimento expressivo nas interações nas redes sociais, **com aumento de aproximadamente 400%, partindo de uma média de 10 mil para mais de 50 mil interações por publicação relacionada à ação.** Esse salto evidencia não apenas o interesse do público, mas também o fortalecimento da imagem institucional enquanto referência em humanização e cuidado integral. Os dados reforçam a efetividade da estratégia em conectar a sociedade com o SUS por meio de experiências afetivas, gerando visibilidade positiva e engajamento espontâneo.

## 20 DE SETEMBRO

2 mil 40 301 13

### Visualizações ⓘ



Página inicial	25,929
Perfil	1,085
Explorar	18
Outro	15,823
Contas alcançadas	24,194

## DIA DAS CRIANÇAS

2,1 mil 49 267 9

### Visualizações ⓘ



Página inicial	25,388
Perfil	953
Explorar	8
Outro	12,360
Contas alcançadas	23,439

## NATAL

2,5 mil 58 368 14

### Visualizações ⓘ



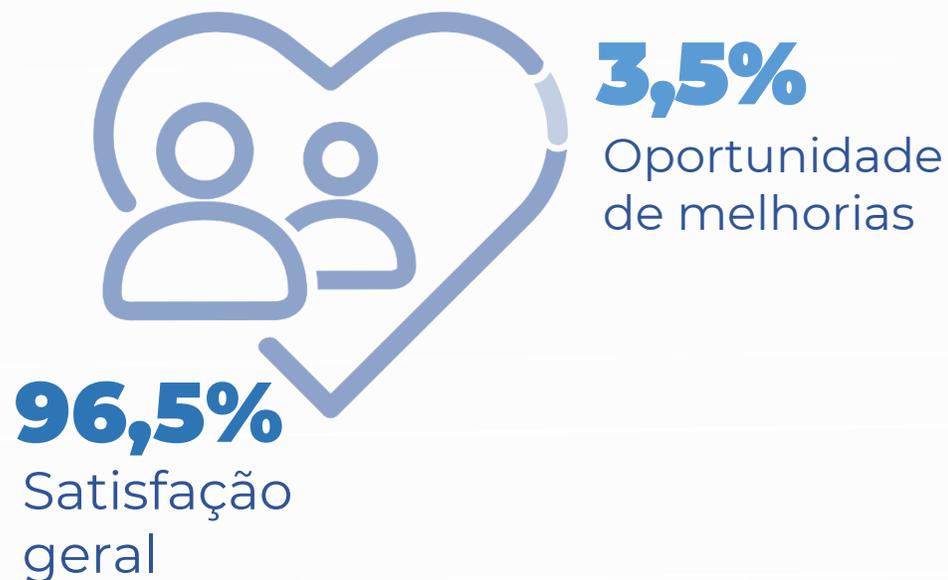
Página inicial	34,363
Perfil	1,216
Explorar	34
Outro	18,511
Contas alcançadas	28,566





## NOSSOS RESULTADOS

### Índice de **Satisfação de Clientes** 2024



O impacto da ação vai além das redes sociais e também se reflete positivamente em nossa Pesquisa de Satisfação. Mesmo sendo um hospital 100% SUS, mantemos um índice superior a 96% de aprovação por parte dos usuários, o que reforça a percepção da qualidade do cuidado prestado, a valorização das experiências humanizadas e o fortalecimento do vínculo entre instituição e comunidade.





## NOSSOS RESULTADOS

Os ensaios fotográficos, ao longo de sua implementação e reformulação, tem se mostrado uma resposta concreta e eficaz aos principais desafios delineados no início do projeto.



Os registros fotográficos realizados com os recém-nascidos da UTI Neonatal, especialmente em datas comemorativas, conseguem ressignificar um contexto naturalmente marcado por medo, incerteza e fragilidade. As imagens geradas e compartilhadas nas redes sociais eternizam instantes de ternura e superação, proporcionando às famílias memórias afetivas em meio à adversidade. O elevado engajamento orgânico observado nas publicações — com um crescimento de mais de 400% nas interações — reforça que essas experiências emocionam, conectam e acolhem também o público externo.



A iniciativa reforça o compromisso institucional com a humanização do cuidado, valorizando o aspecto subjetivo e emocional do processo de hospitalização. A UTI Neonatal tradicionalmente vista como um espaço técnico e restritivo, passa a ser também cenário de afeto e memória. Essa abordagem amplia a percepção de cuidado integral e afeta positivamente a vivência dos pacientes e familiares, o que é confirmado pelos resultados da Pesquisa de Satisfação, que apontam um índice superior a 96% de aprovação — mesmo em um hospital 100% SUS.



A ação foi desenvolvida com foco na sustentabilidade e integração ao planejamento institucional. O envolvimento de equipes internas, voluntários e parceiros locais permitiu a realização das ações sem gerar novos custos, apenas otimizando os recursos já disponíveis. A escolha de enfatizar o Instagram como principal canal de divulgação também reforça essa estratégia de baixo custo e alto impacto, gerando visibilidade institucional e conexão comunitária por meio de mídia orgânica e espontânea, bem como a parceria com veículos de comunicação em massa como TV e jornais. Em suma, a ação responde de forma clara, mensurável e afetiva aos desafios propostos, demonstrando como o marketing humanizado, quando alinhado aos valores do SUS e às práticas de gestão pública, pode transformar realidades, fortalecer vínculos e gerar valor social duradouro.





## PONTOS DE DESTAQUE

O impacto gerado levou à veiculação da ação em grandes veículos de imprensa, como G1, SBT, RBS TV, Jornal Pioneiro, entre outros, ampliando o alcance da iniciativa e levando o nome do Hospital Geral para o cenário nacional como exemplo de boas práticas no SUS. Essa repercussão comprova que ações bem planejadas, baseadas em empatia e conexão humana, são capazes de gerar resultados institucionais expressivos, fortalecer a imagem pública do hospital e inspirar outras unidades de saúde pelo Brasil.

**g1** G1

### Hospital do RS celebra Semana Farroupilha com ensaio temático de bebês prematuros; veja FOTOS

Registros de recém-nascidos com trajes típicos foram feitos na UTI Neonatal do Hospital Geral de Caxias do Sul, na Serra.

15 de set. de 2024



**gzh** GZH

### [Recém-nascidos do Hospital Geral, em Caxias, fazem ensaio temático da Semana Farroupilha; veja fotos | Pioneiro](#)

Para celebrar a Semana Farroupilha de forma especial, bebês internados na UTI Neonatal do Hospital Geral de Caxias do Sul foram trajados com...

13 de set. de 2024



**gzh** GZH

### Em clima de São João, bebês da UTI do Hospital Geral, em Caxias, fazem ensaio de fotos

Em clima de São João, os bebês da UTI Neonatal do Hospital Geral, em Caxias do Sul, fizeram um ensaio de fotos. Os recém-nascidos foram...

24 de jun. de 2024



Fofuras · Notícia

### Hospital de Caxias veste recém-nascidos da UTI Neonatal de Papai-Noel; veja fotos

A iniciativa reuniu, nesta edição, 10 bebês prematuros





**Obrigado  
pela atenção!**



**FUCS**  
FUNDAÇÃO  
UNIVERSIDADE  
DE CAXIAS DO SUL

Compromisso  
com a Vida.  
A sua Vida.

