

Plano de comunicação para a Escola de Enfermagem da UFBA¹

Kaio Alves SANTANA²

Claudiane de Oliveira CARVALHO³

Universidade Federal da Bahia, Salvador, BA

Resumo

Este trabalho apresenta o processo de elaboração de um plano de comunicação integrada para a Escola de Enfermagem da UFBA (EEUFBA). Através de estudos da comunicação organizacional, observação *in loco*, questionários e entrevistas, foi elaborado um diagnóstico que considerou fatores internos e externos, como demandas da comunidade, identidade institucional e presença digital. O plano inclui a criação de uma política de comunicação com estratégias para a dimensão institucional e mídias online, além de propostas para execução organizacional e um modelo de monitoramento e avaliação, assegurando continuidade e efetividade das práticas comunicacionais.

Palavras-chave

Plano de comunicação; Escola de Enfermagem; UFBA.

Introdução

A Escola de Enfermagem da UFBA (EEUFBA), fundada em 1946, foi a primeira do estado dedicada à formação de enfermeiras(os). Hoje, reúne mais de 400 matrículas ativas na graduação e mais de 100 na pós-graduação e se consolida como espaço de produção de conhecimento, com pesquisas, ações e eventos que impactam a sociedade.

A organização também se destaca pela rede de conexões que constrói, envolvendo públicos internos, entidades reguladoras da profissão, instituições

¹ Trabalho apresentado no Espaço Graduação, atividade integrante do XX Congresso Brasileiro Científico de Comunicação Organizacional e Relações Públicas.

² Jornalista pela Facom/UFBA, e-mail: kaio.sant18@gmail.com

³ Docente da Facom/UFBA e do PPGCom/UFPA, e-mail: claudianecarvalho29@gmail.com

parceiras, comunidades diversas, além de manter vínculos com a mídia, órgãos governamentais e a comunidade acadêmica externa.

Nesse cenário, a comunicação assume papel estratégico ao articular sentidos, construir vínculos e fortalecer a identidade organizacional. No entanto, no caso da EEUFBA, a comunicação sempre foi realizada, segundo relatos de gestores, de forma fragmentada e dependia de iniciativas individuais, o que limitava sua efetividade e alcance. Tornou-se, assim, evidente a necessidade de um planejamento comunicacional capaz de ampliar a presença da Escola e dar maior visibilidade às suas ações. O processo envolveu análise documental, aplicação de questionários, entrevistas e observação *in loco*, resultando em um diagnóstico construído com a matriz PFOA (SWOT). A partir dele, foram definidos a Política de Comunicação e o plano de estratégias e ações para os semestres 2025.2 e 2026.1, com foco na comunicação institucional e nas mídias online, visando fortalecer a identidade e ampliar o impacto da Escola.⁴

Referencial teórico

A comunicação organizacional é uma disciplina que “estuda como se processa o fenômeno comunicacional dentro das organizações e todo seu contexto político, econômico e social” (Kunsch, 2014, p. 46). Desse modo, é responsável por estabelecer a comunicação como um espaço estratégico, promovendo o diálogo e articulando significados.

Sendo um lugar estratégico, deve ser desenvolvida numa abordagem integrada que contemple as perspectivas institucional, mercadológica, administrativa e interna. Kunsch (2020) explica que, enquanto a comunicação institucional fortalece a imagem e a reputação, a mercadológica impulsiona produtos e serviços, a administrativa garante eficiência e resultados, e a interna promove a interação com colaboradores.

⁴ Este resumo advém de um Trabalho de Conclusão de Curso apresentado em julho de 2025 para obtenção do título de Jornalista pela UFBA.

A comunicação nas organizações, entretanto, ocorre em uma sociedade em vias de midiaticização, exigindo inovação digital sem perder a dimensão humana. É preciso “estabelecer e promover a articulação e o diálogo e a troca, próprios da natureza da comunicação” (Oliveira; Generoso, 2024, p. 25), o que demanda agentes como as assessorias de comunicação (ASCOM) para compreender as dinâmicas atuais.

A autora Elisangela Lasta (2017) aponta que o papel da ASCOM não deve seguir a lógica das instituições midiáticas, mas priorizar relacionamentos diretos com os públicos, “considerando os públicos como atores propositores e criadores de fluxos de sentidos, ou seja, como alteridade, abrindo espaço para possíveis vínculos” (Lasta, 2017, p. 13). Isso exige escuta ativa, avaliação constante e sensibilidade para dialogar com públicos diversos, já que os planejamentos se renovam com o tempo.

No contexto das instituições de ensino públicas, Jéssica da Silva (2021) ressalta que a comunicação deve ir além de informar atos e serviços, mantendo diálogo frequente e caráter educativo. Ela observa que a comunicação integrada não é o único fator na construção da imagem institucional, mas seu uso “pode ajudar a tornar mais evidente o real papel das instituições públicas de educação” (Silva, 2021, p. 2). A autora também enfatiza que a comunicação universitária precisa reconhecer a diversidade de públicos e as demandas externas que incidem sobre essas organizações. Para ela, estar em “sintonia com a sociedade” significa abrir-se ao diálogo e às pressões do contexto social, fortalecendo a legitimidade e o papel das universidades.

Nesse cenário, a Escola de Enfermagem da UFBA, objeto deste estudo, necessita de uma comunicação transparente, acessível e voltada ao interesse coletivo. O planejamento proposto apoia-se nessa filosofia, buscando fortalecer vínculos e ampliar o alcance social da universidade.

Metodologia

O início deste trabalho remonta a dezembro de 2023, quando fui selecionado para estagiar na EEUFBA como assessor de comunicação. Na primeira reunião, foi solicitado que eu elaborasse um Plano de Comunicação, o que levou à criação do NUCOM, composto por mim, pela coordenadora e pela orientadora.

A metodologia para o planejamento de comunicação foi baseada nas etapas propostas por Margarida Kunsch (2003), articuladas com reflexões de autores que falam sobre a comunicação na área da saúde, como Tereza Araújo (2009) e Vivian da Silva e Cristianne Rocha (2013), além de estudos sobre comunicação em universidades de Sendi Spiazzi e Rejane Pozobon (2024) e Daiana Stasiak e Jaqueline Kegler (2024).

O trabalho lançou mão da observação *in loco*, análise de documentos oficiais, aplicação de questionários e entrevistas para construção do micro e do macroambiente, do diagnóstico e da definição de política de comunicação. A pesquisa começou em março de 2024, durante o estágio, e incluiu questionários aplicados em julho de 2024 a discentes, docentes e técnicos-administrativos, que revelaram formas de acesso à informação, percepções sobre infraestrutura e sugestões de melhorias. Entre janeiro e abril de 2025, foram realizadas sete entrevistas com representações da Escola para ampliar a compreensão da comunicação interna. Em paralelo, a análise de concorrência confirmou a relevância da EEUFBA frente a outras instituições.

A análise de macroambiente permitiu compreender dinâmicas da sociedade contemporânea que afetam a profissão, as instituições públicas e as práticas comunicacionais. A partir dessas análises, foi elaborado o diagnóstico com a matriz PFOA (SWOT), que destacou forças, fraquezas, oportunidades e ameaças, orientando a formulação da Política de Comunicação e suas diretrizes. Por fim, foram definidos os planos de estratégia e ação para os semestres 2025.2 e 2026.1, voltados à Comunicação Institucional e às Mídias Online, incluindo modos de execução, propostas de monitoramento, mensuração e avaliação.

Resultados e discussão

Com o diagnóstico finalizado, foram definidos os pontos centrais da Política de Comunicação da EEUFBA, documento que reúne princípios, diretrizes e normas para orientar as práticas comunicacionais. Nela, foram estabelecidos missão, visão e valores, com destaque para ética, compromisso com os princípios do SUS e valorização da Enfermagem. Também foram descritos os princípios da comunicação organizacional, os públicos internos, intermediários e externos, os canais oficiais, porta-vozes e fontes de informação, além da definição do NUCOM como gestor da Política, com revisão periódica conforme necessidades institucionais.

A partir dessa base, foram elaborados os Planos de estratégia e ação, divididos em dois eixos: Institucional e De Mídias Online, para os semestres 2025.2 e 2026.1. O plano institucional contemplou três frentes: as comunicações institucional, interna e administrativa, reforçando a imagem da Escola, a circulação de informações e a organização de processos. Já o plano de mídias online incluiu site, Instagram e YouTube, com cronograma de publicações e proposta de reformulação do site, fundamentados nos resultados de questionários e entrevistas.

Mais do que propor ações, este trabalho pretendeu estruturar um plano comunicacional integrado, atento às especificidades da Escola e comprometido com uma comunicação pública, acessível e estratégica. Ele reforça que a comunicação não é apenas suporte, mas dimensão essencial para fortalecer vínculos com a comunidade acadêmica e com a sociedade, refletindo o compromisso da EEUFBA com o cuidado, a Enfermagem e os princípios da universidade pública brasileira.

Referências

ARAÚJO, Tereza Cristina Cavalcanti Ferreira de. **Comunicação em saúde**: contribuições do enfoque observacional para pesquisa e atuação. Arquivos Brasileiros de psicologia, Rio de Janeiro, v.61, n.2, 2009.

DA SILVA, Vivian; ROCHA, Cristianne. **A comunicação em saúde no sistema único de saúde**: Uma revisão de literatura. Orientadora: Profa. Dra. Cristianne Rocha. 16 f. Trabalho de Conclusão de Curso (Saúde Coletiva) - UFRGS, Rio Grande do Sul. Disponível em: <<https://lume.ufrgs.br/bitstream/handle/10183/97638/000921305.pdf>>. Acesso em: mar. 2025.

FERNANDES, J. D. **Memorial da Escola de Enfermagem da Universidade Federal da Bahia**: 1946 a 1996. 1. ed. Salvador: EDUFBA, 2001. v. 1. 410p.

KUNSCH, Margarida Krohling. **Planejamento de relações públicas na comunicação integrada** - edição revista - São Paulo: Summus, 2003. (Novas buscas em comunicação; v. 17)

KUNSCH, Margarida. **Comunicação Organizacional**: contextos, paradigmas e abrangência conceitual. Rede de Revistas Científicas da América Latina, Caribe, Espanha e Portugal, São Paulo, ano 2014, v. 8, n. 2, ed. x, p. 35-61, 2014. Disponível em: <<https://www.redalyc.org/pdf/1430/143032897003.pdf>>. Acesso em: maio 2025.

KUNSCH, Margarida. **Comunicação organizacional integrada na perspectiva estratégica**. In: FÉLIX, Joana d'Arc Bicalho (org.). *Comunicação estratégica e integrada: a visão de renomados autores de 5 países* [livro eletrônico]. 1. ed. Brasília: Editora Rede Integrada, 2020. p. 87-104. Acesso em: maio 2025.

LASTA, Elisangela. **(Re)discutindo a assessoria de comunicação no contexto da sociedade midiaticizada**. XI Congresso Brasileiro Científico de Comunicação Organizacional e Relações Públicas, Porto Alegre, 2017. Acesso em: jan. 2025.

MARQUES, M *et al.* **Comunicação para a gestão da memória, da informação e do conhecimento**: pesquisa de comunicação organizacional para uma rede acadêmica universitária. *Organicom*, São Paulo, Brasil, v. 21, n. 46, p. 65–87, 2024. DOI: 10.11606/issn.2238-2593.organicom.2024.227912. Disponível em: <<https://revistas.usp.br/organicom/article/view/227912>>. Acesso em: maio 2025.

OLIVEIRA, Ivone de Lourdes; GENEROSO, Isaura Mourão. **O campo da Comunicação Organizacional na atualidade**: direções epistemológicas e desafios. *Organicom*, São Paulo, Brasil, v. 21, n. 46, p. 19–28, 2024. DOI: 10.11606/issn.2238-2593.organicom.2024.229197. Disponível em: <<https://revistas.usp.br/organicom/article/view/229197>>. Acesso em: maio 2025.

SILVA, Jessica Carvalho da. **Política de comunicação para instituição de ensino**: diretrizes de construção para a Faculdade de Comunicação da UFBA. 2021. 108 f. TCC (Pós-graduação Lato Sensu) — Curso de Especialização em Comunicação Estratégica e Gestão de Marcas, Faculdade de Comunicação, Universidade Federal da Bahia, Salvador, 2021.

SPIAZZI, Sendi Chiapinotto; POZOBON, Rejane de Oliveira. **Comunicação pública, emoções e afetos**: estratégias de comunicação de universidades federais no Instagram. *Organicom*, São Paulo, Brasil, v. 21, n. 45, p. 173–192, 2024. DOI: 10.11606/issn.2238-2593.organicom.2024.224375. Disponível em: <<https://revistas.usp.br/organicom/article/view/224375>>. Acesso em: 11 jun. 2025.

STASIAK, Daiana; KEGLER, Jaqueline Quincozes da Silva. **Políticas de Comunicação Pública em Universidades**: UFG e UFSM em análise. *Organicom*, São Paulo, Brasil, v. 21, n. 45, p. 160–172, 2024. DOI: 10.11606/issn.2238-2593.organicom.2024.224646. Disponível em: <<https://revistas.usp.br/organicom/article/view/224646>>. Acesso em: maio 2025.