

eP2047**O uso das mídias sociais no reforço do vínculo entre um hospital público e seus usuários**

Elisa Kopplin Ferraretto - HCPA

Introdução: Uma instituição pública tem o compromisso de comunicar-se de forma transparente com os cidadãos, podendo utilizar diferentes canais. Muitos, porém, oferecem comunicação unidirecional: a informação emitida pela instituição chega a um receptor passivo, sem resposta ativa. É o caso de uma reportagem divulgada em jornal, rádio ou televisão. Associado a este tipo de comunicação, o Hospital de Clínicas de Porto Alegre (HCPA) decidiu utilizar também canais que possibilitem uma comunicação bidirecional, qualificando o processo de comunicação ao agregar o componente do diálogo. Objetivos: Promover uma comunicação que gere interação com os usuários, reforçando seu vínculo com a instituição. Método: Utilização do perfil do HCPA no Facebook para postagens que convidem diretamente o público à interação ou, por seu conteúdo humano, motivem-no a se manifestar. Resultados: No 1º semestre de 2017, postagens de ambos os tipos geraram envolvimento, na forma de reações (curtidas, compartilhamentos e comentários nos quais reforçam o reconhecimento à importância e qualidade do trabalho da instituição). O destaque foi postagem que mostra, em vídeo, a Polícia Rodoviária Federal escoltando o transporte de um coração a ser transplantado no HCPA, a qual alcançou 1.382.497 pessoas e gerou 68.546 reações. Outras postagens com conteúdos de interesse humano geraram envolvimento espontâneo, como atividades para comemorar Páscoa e São João no hospital (respectivamente, 34.921 e 35.881 pessoas alcançadas e 1.994 e 2.034 reações). A interação foi observada também em postagens que convidaram diretamente o público a participar, como: (1) aproveitando como “gancho” o lançamento de um filme sobre a Mulher Maravilha, perguntou-se se o público conhecia alguma “mulher maravilha” no HCPA, envolvendo 45.450 pessoas e gerando 3.524 reações; (2) quando o HCPA ganhou o Top of Mind como hospital mais lembrado pela população, perguntou-se: “E você, do que lembra quando se fala no Clínicas?”, o que envolveu 21.799 pessoas e gerou 1.100 reações; e (3) no Dia do Trabalhador, convidou-se o público a registrar mensagens para profissionais do HCPA, havendo envolvimento de 12.654 pessoas e gerando 526 reações. Conclusões: As mídias sociais são um importante canal para promover uma comunicação em que o usuário possa não apenas ter acesso à informação, mas também opinar e conhecer a opinião de outras pessoas, divulgá-la a terceiros, sentir-se parte da instituição e de suas ações. Palavras-chaves: comunicação, interação, mídias sociais