

<0,05) a hipertrofia do ventrículo direito, aumentou significativamente a excursão sistólica do plano anular tricúspide (TAPSE), que é um índice de contratilidade, e melhorou tanto a PDFVD como a PSVD. Os animais do grupo β -CMCT também apresentaram melhora neste último parâmetro. Além disso, houve uma atenuação da RVP tanto no grupo β -CMCT como no NMCT, havendo também diferença entre estes grupos nos parâmetros testados. Conclusão: tanto o beta-cariofileno como a nanoemulsão deste composto foram capazes de reduzir a RVP neste modelo de HAP. No entanto, o beta-cariofileno na forma de nanoemulsão foi mais eficiente na melhora da função sistólica nesse modelo de HAP. Comissão de ética no uso de animais da UFRGS: 317654. Apoio Financeiro: CAPES, CNPq. Unitermos: Hipertensão arterial pulmonar; Nanoemulsão; Beta-cariofileno.

P2118

Correlação de Timi-Risk Score com desfechos duros no infarto agudo do miocárdio em um hospital terciário de Porto Alegre

Lilian Rodrigues Henrique, Adriano Heemann Pereira Neto, Carisi Anne Polanczyk, Marcia Moura Schimidt, Carlos Antônio Mascia Gottschall, Alexandre Schaan de Quadros - UFRGS

Fundamento: O Escore TIMI para infarto com supra-ST foi descrito para prever prognóstico em 30 dias, tendo sido usado para estratificar grupos de risco e orientar conduta. Entretanto, sua validação na nossa população foi restrita e conduzida sem os atuais recursos disponíveis. Além do escore TIMI, classificação de Killip e escore GRACE são mais empregadas do ponto de vista clínico. Objetivo: O objetivo desse estudo foi correlacionar o escore de TIMI e classificação de Killip com desfechos cardíacos maiores em uma coorte de pacientes com IAM atendidos em dois hospital terciários de POA. Métodos: Foram incluídos 807 pacientes submetidos a angioplastia primária no período 03/2015 a 09/2016 e revisados nos bancos de dados e prontuários individuais, com seguimento hospitalar e em 30 dias para desfechos cardíacos maiores (MACCE). Escore TIMI foi classificado como baixo risco (0-5); médio risco (6-7); e alto risco (>7). Foram correlacionados escores e probabilidade de desfecho em análise univariada e multivariada. Resultados: A população composta de homens (66,9%), idade média de 59,9 (\pm 11,53) anos, hipertensão arterial em 60,3%, Diabetes Mellitus em 26,1% e IAM prévio em 18,3%. Na evolução em 30 dias, 35 (0,04%) óbitos e 113 (14%) MACCE. A média do TIMI-Risk foi 4,57 (\pm 2,37). MACCE hospitalar 24,7% pertenciam ao grupo de Alto risco, 12% ao grupo médio e 5,1% ao grupo alto risco $p < 0,001$. MACCE Total em 35,1% da população de alto risco, 28,3% médio e 18,6% baixo $p < 0,001$. Os óbito intra hospitalares ocorreram em 24,7% do grupo alto risco, 10,5% médio e 3,5% baixo $p < 0,001$. MACCE em 30 dias não obteve resultados estatisticamente significativos. Na comparação das escalas de risco, nos pacientes de baixo risco 88,6% apresentou Killip I na chegada, nos de médio risco a maioria apresentava Killip I, 66,9% e no grupo de alto risco maioria não majoritária, 36,1% possuía Killip I $p < 0,001$. Conclusão: O escore TIMI-Risk, mostrou uma boa correlação com desfechos maiores na população analisada, sendo uma ferramenta válida para predição de prognósticos. Não há uma clara concordância, no entanto, com a escala já consagrada Killip. Apenas o grupo de baixo risco apresentou correlação satisfatória. Os grupos de médio risco não tiveram maioria Killip intermediários e o grupo de alto risco não teve maioria Killip IV. Contudo, identifica-se um maior percentual de Killip I em grupos de baixo risco e de Killip IV em alto risco. Unitermos: Timi-Risk; Killip; IA.

CIÊNCIAS SOCIAIS APLICADAS

P1029

Atuação de profissionais de design no Hospital de Clínicas de Porto Alegre (HCPA): reforçando a imagem institucional através da identidade corporativa

Larissa Hetzel Crippa, Guilherme Mendes Pereira - HCPA

Introdução: Desde 2010, o HCPA integrou na equipe de Comunicação o profissional de design gráfico e posteriormente, em 2014, o de design digital, responsáveis por cuidar da identidade visual e produtos de comunicação impressa e digital da empresa. Objetivo: Na comunicação visual, mais especificamente no design, desenvolve-se produtos que devem atrair o público e proporcionar uma associação positiva à imagem empresa. Os profissionais de design atuam no sentido de consolidar a identidade visual da empresa, transmitindo os valores e mensagens da instituição aos diferentes públicos. Manter a unidade visual no diálogo com o público interno e externo, qualificando o processo de comunicação é o objetivo do designer no desenvolvimento projetual. Métodos: O design consiste num conjunto de métodos de resolução de problemas centrado em melhorar a comunicação social. A metodologia de trabalho inicia com a definição de um problema, etapa na qual identifica-se os objetivos e restrições; depois vem a análise do problema, síntese onde as soluções são geradas; na sequência a avaliação, quando identifica-se se as soluções atendem os objetivos; e, por fim, o desenvolvimento, no qual é feito um refinamento da solução definida. Resultados: A atuação desses profissionais resultou na padronização visual e melhoria da qualidade gráfica de diversos produtos de comunicação do HCPA, tais como: Criação de coleções de impressos: padronização através de projeto gráfico de linhas de publicação para diferentes públicos: Educação em Saúde, Fique por Dentro, Acreditação, Padrão HCPA, Comunicação Interna; Criação de selos para programas institucionais da CGP: Para Evoluir, Para Valorizar, Projeto Aplauso, Para Qualificar; Criação de logomarca e padrão visual para identificação de projetos de pesquisa: Descobrir a Pesquisa; Criação de projeto visual para identificação das residências; e Padronização visual de produtos institucionais: papelaria, padrão de e-mail, interface do site institucional e intranet. Conclusão: Nesses oito anos de atuação, os profissionais de design do HCPA auxiliaram na construção de uma imagem sólida e positiva para a empresa, apoiando no reforço da credibilidade frente a seus públicos. O HCPA também pôde obter autonomia nesse tipo de demanda, economizando recursos, pois antes contratava serviços em design, conforme a necessidade. Unitermos: Comunicação visual; Design gráfico; Imagem institucional.

P1036

O trabalho integrado de profissionais de design e de tecnologias da informação e comunicação (TICS) no Hospital de Clínicas de Porto Alegre (HCPA): melhorias no site institucional e intranet

Guilherme Mendes Pereira, Larissa Hetzel Crippa, Belini Mello, Luis Fernando Miguel - HCPA

Introdução: Desde 2017, o HCPA tem realizado atualizações no design e nas TICs dos seus sites, melhorando a experiência do usuário e gerando maior compatibilidade dessas interfaces com muitos dispositivos e tecnologias de acesso existentes. Objetivo: Com a integração do trabalho de profissionais de design e analistas de TICs, buscou-se identificar problemas de design,

navegabilidade, acessibilidade, compatibilidade e segurança, com a finalidade de deixar as interfaces mais claras, atrativas e eficientes ao usuário. Métodos: O processo interdisciplinar para busca de melhorias nas plataformas web do HCPA consistiu em: 1. reuniões entre designers para análise das interfaces e adequação à identidade institucional e a padrões visuais atuais; 2. encontros entre designers e analistas de TICs para adequação das mudanças de design em observância a especificações de linguagens para desenvolvimento web; 3. pesquisa de referências em outras instituições de renome da área da saúde e análise comparativa entre interfaces web; 4. estudos de elementos visuais constitutivos para as novas interfaces; 5. análise de métricas de acesso para privilegiar destaques em áreas de melhor visibilidade; 6. adequação das recomendações de acessibilidade utilizando os padrões do Modelo de Acessibilidade em Governo Eletrônico (eMAG) e as Web Content Accessibility Guidelines (WCAG 2.0). 7. projeto de telas do site e viabilização junto a equipe de TICs; e 8. finalização, envio de elementos e pré-definições de design à equipe de TICs para implementação das novas interfaces no ambiente de desenvolvimento web do HCPA. Resultados: Interfaces gráficas com linguagem visual adequada aos padrões institucionais e referências em design da atualidade. Adequação de métricas de conteúdos mais procurados em áreas de destaque. Atualização das TICs à linguagens e padrões web atuais, resultando em maior compatibilidade, integração com uma variedade maior de dispositivos de acesso e segurança. Maior facilidade de acesso e usabilidade e, conseqüentemente, uma experiência de navegação mais eficiente. Conclusão: A reformulação do design e atualização das TICs do site institucional e intranet do HCPA proporcionou interfaces mais simples, precisas e atrativas, o que melhorou a experiência do usuário, agilizando e facilitando a navegação nas plataformas web do HCPA, interfaces de alta complexidade e com grande volume de informações. Unitermos: Comunicação digital; Design gráfico; Tecnologias de informação e comunicação.

P1155

Sustentabilidade de eventos técnico-científicos em um hospital público e universitário

Querlei Scremin, Elisa Kopplin Ferraretto - HCPA

Introdução: Os eventos técnico-científicos promovidos pelo Hospital de Clínicas de Porto Alegre (HCPA) são considerados ações estratégicas de comunicação, colaborando com a consolidação da imagem de hospital de excelência e referência em assistência, ensino e pesquisa. Este relato de experiência demonstra como os eventos passaram também a contribuir para a sustentabilidade do hospital, sem prejuízo a seus objetivos estratégicos nem ao grau de satisfação dos respectivos coordenadores. Objetivos: Evidenciar que eventos técnico-científicos podem ser autossustentáveis e gerar receitas, preservando seus objetivos estratégicos e sua qualidade. Métodos: Em 2015, a Coordenadoria de Comunicação (CCom) realizou levantamento dos resultados financeiros dos eventos realizados no HCPA desde 2012, constatando a oportunidade de qualificar a gestão dos eventos, com otimização do uso dos recursos e dos resultados e geração de receitas para o hospital. O trabalho conjunto com a Coordenadoria Financeira resultou na definição de taxas de uso do anfiteatro e do auditório e custos do trabalho de planejamento e execução desenvolvido pela CCom. O piloto foi realizado no segundo semestre de 2015, com três eventos, e em 2016, com 7. A partir de 2017, a prática estendeu-se a todos os eventos que possuem captação de receitas (patrocínios e/ou inscrições). O temor de que esta cobrança inviabilizasse financeiramente os eventos não se confirmou. Pelo contrário, com a gestão intensificada pela CCom, ao longo da série histórica os eventos tiveram 100% de suas despesas cobertas com as receitas. Resultados: No 2º semestre de 2015, a taxa foi aplicada em 3 dos 22 eventos; em 2016, foram promovidos 24 e destes, 7 pagaram a taxa; em 2017, a taxa foi aplicada em todos os 29 eventos. Nos três anos, todos os custos dos eventos foram 100% pagos com as receitas. No período, o grau de satisfação dos coordenadores com a organização de eventos foi, sequencialmente, de 94%, 98% e 93%. Conclusões: Foi implantada uma mudança de conceito na gestão de eventos do HCPA. A instituição, que antes aportava recursos para tais atividades, não só eliminou este custo como passou a cobrir as despesas envolvidas. O planejamento dos eventos com foco na sustentabilidade possibilitou a otimização de recursos inclusive para os coordenadores de eventos, que seguiram obtendo equilíbrio financeiro e demonstrando satisfação com o processo e os resultados. Unitermos: Comunicação e eventos; Sustentabilidade; Mudança de conceito.

P1178

Engajamento em eventos promovidos pelo HCPA por meio do facebook

Camila Caroline Barths, Ana Paula Lapenta Folletto - HCPA

Apresentação: nas organizações, o desenvolvimento de ações de comunicação para o ambiente digital é uma estratégia de relacionamento que pode atingir resultados positivos, pois o uso destas mídias possibilita aproximação e relação com os públicos de forma instantânea. O Hospital de Clínicas de Porto Alegre (HCPA) possui perfil institucional em redes sociais desde 2012 e mantém estratégias para melhor utilizar estes canais. Buscando reforçar a boa imagem institucional e a adesão do público aos eventos promovidos pelo HCPA, iniciou-se uma estratégia de divulgação no Facebook, rede com maior número de seguidores do hospital, na qual os eventos são publicados desde o "Agende-se" até a cobertura jornalística pós-evento. Objetivos: comparar o número de pessoas interessadas nos eventos com o número de pessoas efetivamente inscritas e relatar como o engajamento dos seguidores do perfil do HCPA no Facebook potencializa a divulgação dos eventos neste ambiente. Métodos: pesquisa bibliográfica e análise de conteúdo. A coleta de dados foi realizada nas publicações entre janeiro e maio de 2018 a respeito dos eventos realizados de março a maio do mesmo ano. Resultados: nos eventos analisados, os inscritos somam em média 20% dos que demonstraram interesse pelo Facebook. Este dado passa a contribuir para alinhar as estratégias dos eventos e prever o número provável de participantes efetivos. Jornada de Diabetes - Interessados: 5,4 mil / Inscritos: 368 (6,8%) / Alcance: 201 mil. Fronteiras da Urologia - Interessados: 303 / Inscritos: 110 (36,3%) / Alcance: 15 mil. Jornada de Geriatria e Gerontologia - Interessados: 1,2 mil / Inscritos: 204 (17%) / Alcance: 51 mil. Semana de Enfermagem - Interessados: 1,8 mil / Inscritos: 506 (28,1%) / Alcance: 65 mil. Além do Currículo - Interessados: 3,7 mil / Inscritos: 406 (10,9%) / Alcance: 116 mil. Simpósio Jorge Gross e Mirela Azevedo - Interessados: 651 / Inscritos: 151 (23,1%) / Alcance: 25 mil. Conclusões: Cada novo evento criado no Facebook atrai pessoas a partir dos seguidores do perfil institucional e de seu engajamento, marcando outras pessoas, curtindo e compartilhando as postagens. Assim, o universo total de pessoas alcançadas reflete-se em um número significativo de inscritos em cada evento, representando o engajamento do público e reforçando a marca do HCPA no ambiente digital. Unitermos: Comunicação; Eventos; Redes sociais.