

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.