

viabilidade, com visita técnica ao local da ação; implementação, com treinamento da equipe responsável, definição dos papéis e da infraestrutura necessária; e balanceamento, para o ajuste no design da mecânica - corrigindo possíveis falhas de execução e processo. Resultados: A ação lúdica e inovadora proposta pela Comunicação gerou o engajamento de cerca de 30 funcionários, de áreas diversas, habilitando-os a disseminar as informações recebidas. O jogo revelou-se eficaz no contexto da capacitação, visto que promoveu a aprendizagem de maneira natural e dinâmica. Além disso, as metas de equipe incentivaram a troca e colaboração entre membros, promovendo. Conclusão: A gamificação mostrou-se uma estratégia capaz de promover o engajamento dos funcionários em atividades institucionais. Ainda, propiciou condições de aprendizagem mais conectadas com o mundo real, através do fomento da experimentação, método que pode ser replicado na resolução de problemas futuros.

eP2777

Choosing Wisely: a comunicação fazendo mais pelo paciente

Ana Paula L. Folletto; Clóvis Prates; Gabriela Cambraia; Larissa Crippa; Rodrigo Wenzel ; Elstor Hanzen
HCPA - Hospital de Clínicas de Porto Alegre

Apresentação: em saúde, é comum se ouvir que, quanto mais exames e procedimentos, maior é o controle sobre o estado de saúde de uma pessoa. Mas será que a afirmação é verdadeira? Até que ponto uma intervenção pode ser mais benéfica do que prejudicial para um paciente? Pensando no uso excessivo ou inapropriado de recursos na saúde surgiu, em 2012, o movimento mundial Choosing Wisely. Esta iniciativa visa promover o diálogo entre profissionais e pacientes sobre exames e procedimentos excessivos. No Hospital de Clínicas de Porto Alegre (HCPA) a ideia foi implantada em 2017. A fim de conquistar o engajamento de sua comunidade interna nesta causa, o HCPA se valeu de ações de comunicação, disseminando, por meio de diferentes canais, a ideia de que mais nem sempre é melhor. Objetivos: analisar a campanha interna de comunicação planejada e executada pela Coordenadoria de Comunicação do HCPA para engajar a comunidade interna a fazer escolhas mais sensatas em saúde. Métodos: pesquisa bibliográfica e análise de conteúdo. A coleta de dados foi realizada nas campanhas veiculadas em 2017 e 2018. Resultados: a campanha realizada em 2017, na primeira fase, apresentou ao público interno o conceito de Choosing Wisely, através de fotos e arte produzidas pela própria Coordenadoria de Comunicação, que demonstravam que o exagero no uso de produtos, medicamentos ou alimentos não era, necessariamente, positivo. Na segunda etapa, alguns serviços médicos desenvolveram recomendações sobre procedimentos e intervenções que deveriam ser deixados de lado ou minimizados. No ano de 2018, a campanha teve sequência com recomendações das áreas e uma, em especial, foi escolhida para que a ação pudesse ser mensurada: a redução de 15% nas solicitações de raios x de tórax na CTI. Em comparativos realizados com o ano anterior, houve redução em todos meses. Pode-se destacar os meses de maio e setembro, em que as reduções foram de 167 e 122 solicitações, respectivamente, representando mais de 100% da meta proposta. Conclusões: uma campanha de comunicação interna, quando desenvolvida de forma que seu conteúdo consiga estabelecer um canal direto com o público de interesse, num diálogo contínuo, a fim de disseminar as metas e ideias propostas, consegue promover o engajamento e mudar comportamentos. Neste caso, possibilitando, principalmente, mais qualidade e segurança ao paciente assistido.

eP2805

Estudo analítico de contato de substâncias psicoativas por estudantes da rede pública de um município de pequeno porte no Rio Grande do Sul

Jordana Kich; Amanda Nery Pormann; Jordana Tomas; Caroline Sgarbi; Karine Sulzbach; Taila Franciéli da Silva; Juliana Assmann; Rebeca Kimberley Aamot Nelson; Carla Kauffmann; Luís César de Castro
Outras Instituições

A iniciação precoce e a manutenção do contato com substâncias psicoativas caracterizam ampliação no risco à saúde. Tanto as drogas lícitas, quanto as ilícitas, apresentam registros de aumento da prevalência de consumo. O espaço escolar tem sido percebido como interface entre os níveis doméstico e público dos cuidados com crianças e adolescentes. Estes constituem população especialmente vulnerável à experimentação e manutenção de uso de substâncias psicoativas. Este estudo objetivou perceber a prevalência de experimentação e manutenção de uso de substâncias psicoativas medicamentosas, álcool, tabaco, solventes inalantes e drogas ilícitas, entre escolares da rede pública de um município de pequeno porte do estado do Rio Grande do Sul. Foi empregado um questionário autoaplicável, padronizado, junto a escolares de 12 a 17 anos de idade, com extração dos dados de uso de fármacos psicoativos, álcool, tabaco, solventes inalantes e drogas ilícitas. Os dados foram codificados e digitalizados em sistema de dupla entrada no programa Epi-Info. Foram realizadas análises descritivas de frequência e intervalos de confiança ou médias e desvio padrão. Foram considerados 671 questionários válidos, sendo 321 do sexo masculino e 350 do sexo feminino, coletados de escolares de 16 escolas da rede pública do município, nascidos entre 2001 e 2005. Os dados revelaram uma frequência de uso na vida de qualquer substância pesquisada na ordem de 69,6% (IC de 95%: intervalo de 65,9% a 73%), e uso nos últimos 12 meses na ordem de 62,1% (IC 95%: intervalo de 58,3% a 65,8%). A média de início para o uso de fármacos psicoativos foi de 13,1 anos, com um mínimo de 7 anos de idade. A média de precocidade para o uso de álcool foi de 12,3 anos, com um mínimo de iniciação aos 5 anos. A relação de uso na vida e manutenção de uso foi de 1,2 para o álcool, 1,6 para os fármacos estudados e 1,5 para drogas ilícitas. Dados obtidos em 2012, no mesmo município, apresentavam 67,9% para uso na vida e, para uso nos 12 meses anteriores à coleta de dados, 59,6%. O maior número de usuários, visibilidade e mobilização social e maior demanda sobre os serviços de saúde levam à necessidade de ampliação e aprofundamento do estudo deste fenômeno e à proposição de medidas educativas quanto ao uso racional de medicamentos, bem como preventivas mais efetivas para o uso de álcool e drogas ilícitas.

eP2834

Perfil institucional do HCPA no Instagram: agregando e aproximando a instituição das pessoas

Gabriela Gonçalves Cambraia; Ana Paula Folletto; Rodrigo Wenzel; Clóvis Prates; Larissa Crippa; Elstor Hanzen
HCPA - Hospital de Clínicas de Porto Alegre

Apresentação: o Instagram é uma rede social focada no compartilhamento de fotos, vídeos e também publicações efêmeras através dos stories. No Brasil, cerca de 50 milhões de pessoas mantêm perfis nesta rede social. Dessa forma, a Coordenadoria de Comunicação (CCom) percebeu a possibilidade de uso da plataforma para contribuir com a divulgação das ações do Hospital de

Clínicas de Porto Alegre. A ferramenta é usada para divulgar diversos tipos de ações, sempre considerando suas particularidades, valorizando o primor visual e a oportunidade de humanização do conteúdo. Compreender as especificidades do meio é fundamental para conseguir êxito no processo de formação de público e engajamento. Objetivos: analisar o envolvimento dos seguidores do Instagram do HCPA, frente às postagens de interesse humano. Métodos: análise do número de seguidores, baseando-se nos indicadores estabelecidos durante a etapa de planejamento do perfil para 2019 (1,5 mil seguidores no primeiro mês e 20% de aumento nos meses seguintes), bem como análise do engajamento (comentários e curtidas) de publicações de cunho humano no mês de abril. Resultados: das 11 postagens analisadas, foram obtidos um total de 114 comentários e 4.486 curtidas. No geral, pôde-se notar uma grande interação do público através das postagens, resultando, em abril de 2019, o maior aumento de seguidores entre janeiro e maio deste ano. 5/4- Sino da Conquista (626 curtidas); 9/4- HCPA 24 horas (841); 19/4- Bebês da Maternidade vestidos de cenourinhas (557); 21/4- Cardápio de Páscoa (834); 23/4- Além do Crachá: o impressor orquídeo Marcelo (239); 24/4- Além do Crachá: a enfermeira e cantora lírica Dóris (280); 25/4- Além do Crachá: o segurança e ilustrador Ney (232); 26/4- Além do Crachá: o médico e autor Marcelo (267); 29/4- Além do Crachá: a nutricionista e ciclista Simone (178); 30/4- Além do Crachá: o roupeiro em instrumentista Luciano (219); 30/4- Além do Crachá: felicitações pelo dia do trabalhador (213); Conclusões: através dos comentários, nota-se o orgulho e admiração que a comunidade possui em relação ao HCPA, mantendo um vínculo afetivo por meio de mensagens, elogios e, até mesmo, o compartilhamento via menção de outros usuários para conferir determinadas publicações. Em consequência disso, houve um aumento expressivo no número de seguidores a partir do terceiro mês de uso. No mês de maio, foi alcançado mais que o esperado para o restante do ano de 2019.

eP2861

Indicador de campanhas de comunicação como norteador para ações efetivas nas organizações

Camila Caroline Barths; Ana Paula Lapenta Folletto
HCPA - Hospital de Clínicas de Porto Alegre

Apresentação: buscando de realizar ações sistemáticas de comunicação interna, o Hospital de Clínicas de Porto Alegre (HCPA) utiliza as campanhas de comunicação, de modo a direcionar suas estratégias. Toda campanha implica, obrigatoriamente, na identificação de um problema mensurável a ser solucionado, na definição de uma meta quantificável de melhoria e na mensuração dos resultados para avaliação da eficácia da ação. A comunicação interna tem se consolidado ao longo dos anos, à medida que as organizações têm estruturado seus esforços no sentido de informar e motivar seu público interno. Além disso, ela reforça a importância do funcionário, cria engajamento e compromisso com resultados. Objetivos: analisar a taxa de efetividade do indicador proposto pela Coordenadoria de Comunicação para medir a eficácia de suas ações de comunicação interna. Métodos: análise documental. A coleta de dados foi realizada com base nos indicadores trabalhados em 2018. Resultados: a partir das campanhas de comunicação, que abordam temas de interesse estratégico institucional, foi possível mensurar a efetividade das ações, de forma positiva, alcançando a meta proposta no final do ano. As práticas comunicacionais tiveram como objetivo engajar e promover mudanças de comportamento no público interno em questões relacionadas à sustentabilidade, plano de saúde e de previdência privada. No primeiro trimestre a meta (75%) não foi atingida, ficando em 71%; no segundo trimestre ficou em 97,18%; e no terceiro e quarto semestres atingiu 142%. O consolidado do ano ficou em 113%. Conclusões: o indicador fornece uma ideia abrangente sobre a efetividade das campanhas de comunicação interna, proporcionando a análise da eficácia das estratégias e canais utilizados e, conseqüentemente, a realização de realinhamentos sempre que necessário. Ao mesmo tempo, a análise de cada campanha separadamente permite que sejam identificadas aquelas em que é preciso propor ações específicas de reforço da comunicação.

eP2868

O trabalho do/a assistente social na maternidade frente a situações de violência contra a mulher

Ana Kelen Dalpiaz; Juliana Paulazzi Cavalli
HCPA - Hospital de Clínicas de Porto Alegre

O trabalho do/a Assistente Social na Maternidade visa identificar as expressões da Questão Social presentes na vida de gestantes, puérperas e recém-nascidos (RNs), onde incluem-se as situações de violência contra a mulher. Utiliza-se entrevista semi-estruturada para apreender a realidade social e articular ações e serviços intersetoriais, com vistas a efetivação dos princípios do Sistema Único de Saúde (SUS) e da Política Nacional de Atenção Integral à Saúde da Mulher. O objetivo deste estudo é relatar a experiência de trabalho dos/as Assistentes Sociais da Maternidade frente a situações de violência contra a mulher. Trata-se de um relato de experiência referente ao trabalho dos/as Assistentes Sociais, que ocorre mediante o atendimento e acompanhamento, com o intuito de compreender o contexto social no qual as pacientes estão inseridas, bem como garantir a continuidade do cuidado. Para tal, é necessária a articulação com a rede socioassistencial, sociojurídica e de saúde, e também a constante reflexão crítica com os profissionais e famílias, a fim de coibir a violência contra a mulher. A partir da intervenção profissional, é possível identificar as fragilidades (dependência financeira e emocional, fragilidade e/ou rompimento de vínculos familiares, desconhecimento acerca da legislação e dos dispositivos de proteção às mulheres em situação de violência, entre outros) e potencialidades (suporte familiar, acesso aos serviços do território, entre outros) do cotidiano da mulher. Além disso, são realizadas discussões junto com a equipe multiprofissional, através de rounds. Realiza-se o contato e articulação com a rede externa, com o propósito de articular os serviços e recursos disponíveis por meio de emissão de relatórios sociais, participação em reuniões de rede, audiências judiciais e visitas domiciliares e institucionais, garantindo assim a qualidade na assistência prestada às pacientes e suas famílias. O trabalho do/a Assistente Social na Maternidade tem relevância, pois permite uma visão ampliada do contexto social, o acesso aos direitos sociais e a articulação dos recursos necessários para a proteção das mulheres em situação de violência e dos RNs. O foco da intervenção é a garantia da integralidade do cuidado às pacientes, levando em consideração os aspectos biopsicossociais que impactam nas situações de violência contra a mulher.