



SOMOS HFF

NEWSLETTER - HOSPITAL PROF. DOUTOR FERNANDO FONSECA, E.P.E.
Julho 2015

19.

AS ESTRATÉGIAS DE COMUNICAÇÃO DO HFF p. 02

Uma das estratégias do Hospital Prof. Doutor Fernando Fonseca, EPE, para motivação dos seus profissionais passa pelo seu envolvimento em acções de Comunicação - sejam elas notícias públicas, escritos para a Newsletter, envolvimento em acções de reconhecido mérito ou, até, colaboração com entidades externas que têm como fim último a promoção da Saúde.

Estratégias de Comunicação p. 02

Newsletter SomosHFF p. 03

A Opinião dos Profissionais p. 03

A Comunicação Social e a Motivação dos Profissionais p. 04

A Uniformização da Comunicação p. 05

DGTI - O Triângulo TIC p. 05

O Hospital (HFF)... que Mensagem? p. 06

O Guia de Acolhimento p. 06

Informação/ Comunicação e o Doente Internado p. 07

Dia do Interno 2015 p. 07

AS ESTRATÉGIAS DE COMUNICAÇÃO DO HFF



Uma das estratégias do Hospital Prof. Doutor Fernando Fonseca, EPE, para motivação dos seus profissionais passa pelo seu envolvimento em acções de Comunicação (...)

Uma das estratégias do Hospital Prof. Doutor Fernando Fonseca, EPE, para motivação dos seus profissionais passa pelo seu envolvimento em acções de Comunicação – sejam elas **notícias públicas, escritos para a Newsletter, envolvimento em acções de reconhecido mérito ou, até, colaboração com entidades externas** que têm como fim último a promoção da Saúde.

Num Hospital como o nosso, onde qualquer ocorrência que extravase a normalidade das coisas é susceptível de merecer a atenção dos Media, das redes sociais ou do simples “passa a palavra”, **a publicitação de acções de excelência desenvolvidas pelos nossos profissionais é susceptível de criar notícia e, simultaneamente, demonstrar reconhecimento.** Estamos em crer que esse reconhecimento é motivador para acções futuras. Neste momento, para além da publicitação de actividades junto dos Órgãos de Comunicação Social, o Gabinete de Comunicação dispõe de uma ferramenta de trabalho que, para além de envolver inúmeros profissionais, permite conhecer o dia-a-dia do Hospital em áreas que habitualmente não são publicitadas. Referimo-nos à Newsletter SomosHFF (que será objecto de artigo distinto nesta edição).

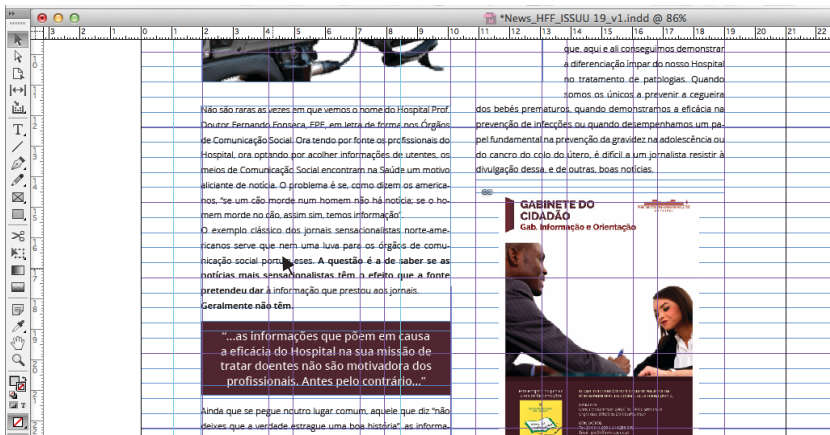
Não se pense, porém, que a Comunicação se circunscreve à Informação. De facto, **desde o ano passado que procuramos envolver profissionais e entidades externas em acções de mérito do nosso Hospital.** A abertura ao exterior permite dar-nos a conhecer e, simultaneamente, cativar entidades externas e internas para acções de melhoria na prestação dos cuidados de Saúde.

Não podemos nunca esquecer a **campanha interna “Partilhar para Ajudar”** que tem como motivação o envolvimento dos profissionais na angariação de bens para crianças e

idosos necessitados. As campanhas já feitas têm redundado num êxito e, para além de demonstrarem a sensibilidade dos nossos para com aqueles que mais carências têm (numa área tão farta em carências), acabam por despertar cada profissional para a condição socioeconómica dos nossos utentes. Importante tem sido, também, o relacionamento que estabelecemos com a Sociedade Civil. Mais uma vez, este ano, fomos **eleitos pela Missão Sorriso** para beneficiarmos de meios financeiros e operacionais num **projecto de minimização da dor em contexto de Pediatria**, mas não nos ficámos por aí: Num gesto em que somos pioneiros, a **Fundação Calouste Gulbenkian produziu uma nova série do “Nasci e Agora”**, uma iniciativa da Pediatria que tem como fim último, ensinar as novas mães a lidar com os bebés nos primeiros meses de vida. Já a **Portugal Telecom instalou câmaras nas salas de Neonatologia** de forma a permitir que à distância de um “clic” os pais possam observar os filhos, a **Fundação EDP** financiou um ventilador neonatal e pediátrico e um ecógrafo multidisciplinar e, a **Fundação Manuel António da Mota** distinguiu-nos com uma oferta financeira destinada a criar condições para **melhorarmos o nosso projecto de Cuidar em Parceria.**

Muito há a fazer na área da Comunicação - como disciplina de envolvimento pessoal. Para este ano, **com o envolvimento da LeYa, vamos criar uma biblioteca para utentes** (a **Fundação Francisco Manuel dos Santos** também contribuiu com livros) e, para mostrarmos que até nem somos exigentes a pedir, depois de notarmos que uma das principais carências das enfermarias dizia respeito a falta de meios de medir o tempo, conseguimos que a **Gulbenkian nos oferecesse 200 relógios** – para saber a quantas andamos.

O PORQUÊ DA CRIAÇÃO DA NEWSLETTER SOMOSHFF



ça de que tudo correrá bem quando se tiver de recorrer a outros serviços, leva a que pouco interesse se tenha sobre o funcionamento dos mesmos. A análise não é crítica.

Todavia, a partilha de informação é essencial para o trabalho de uma sociedade global – que tem o seu micro espaço no nosso Hospital.

Ao criarmos a Newsletter SomosHFF pretendemos demonstrar que somos uma instituição “Una” que trabalha para um bem comum – o doente – e que funciona melhor com a partilha de boas práticas.

Nada pior para uma organização do que trabalhar com departamentos estanques. Uma instituição como a nossa, contando para contar, não pode trabalhar sem que um gabinete, direcção ou departamento, conheça o trabalho dos outros. **Para alcançar o bem máximo do nosso trabalho, o bem estar do doente e dos profissionais, temos de conhecer a dinâmica do Hospital.** Essa será a maior motivação para a SomosHFF.

É certo e sabido que os colegas de determinados Serviços poderiam não conhecer como funcionava a política de doações. O trabalho é de tal forma absorvente que a confian-

A maior prova de que este elemento de comunicação era necessário deve ser dada pela demonstrada disponibilidade dos profissionais na elaboração dos artigos. Falta-nos dar um passo gigantesco e pequenino: dar oportunidade aos utentes de colaborarem neste nosso projecto. Afinal, cada mensagem por nós transmitida pretende não só aproximar profissionais como, e sobretudo, levar aos utentes informação directa sobre aquilo que fazemos. E, se fazemos bem, porque não ouvi-los? Fica o desafio para o futuro.

A OPINIÃO DOS PROFISSIONAIS SOBRE O QUE FALHA NA COMUNICAÇÃO INTERNA

A eficácia da Comunicação no Hospital depende muito dos contributos dados pelos seus profissionais. O facto de procurarmos **gerir a Comunicação de forma descentralizada**, dando a cada serviço a prerrogativa de definir o que é importante ou não comunicar, obriga-nos a um trabalho em parceria. **Torna-se assim essencial aferir se os profissionais se sentem informados sobre o que de importante se passa no HFF, EPE.** Já este ano a Direcção de Recursos Humanos promoveu um **Inquérito de Satisfação dos Colaboradores** para avaliar a percepção dos profissionais em relação a diversos factores, incluindo a Comunicação. No que a essa área diz respeito, embora **71% considerem as políticas de Comunicação favoráveis**, é nosso dever preocuparmo-nos com o facto de, em 2014, **27%** dos profissionais terem

considerado estarem **deficientemente informados** sobre o que se passa no Hospital ou sobre os mecanismos de Comunicação Interna (Gráfico 1). O tema é tanto mais importante se admitirmos que durante a fase de questionário aos funcionários, a DRH dispensou perguntas específicas sobre a eficácia da informação. As respostas dadas revelam algumas lacunas que temos de melhorar.

Estamos certos que a publicação da **Newsletter SomosHFF se tornará**, com o tempo, um elemento fundamental para **diminuir a percentagem**. Ainda assim, **queremos fazer melhor**. O Gabinete de Comunicação funciona de porta aberta, procurando sempre dar a resposta adequada a sugestões feitas. Vamos continuar a trabalhar no sentido de **aumentar esse nível de participação**. A Comunicação é de todos e para todos!

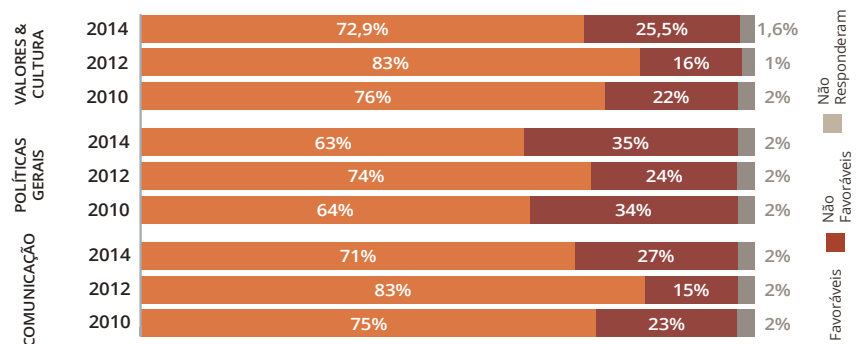


Gráfico 1 - Resultados do Inquérito de Satisfação aos Colaboradores relativo aos anos 2010, 2012, 2014.

A IMPORTÂNCIA DA COMUNICAÇÃO SOCIAL NA MOTIVAÇÃO DOS PROFISSIONAIS



Não são raras as vezes em que vemos o nome do Hospital Prof. Doutor Fernando Fonseca, EPE, em letra de forma nos Órgãos de Comunicação Social. Ora tendo por fonte os profissionais do Hospital, ora optando por acolher informações de utentes, os meios de Comunicação Social encontram na Saúde um motivo aliciante de notícia. O problema é se, como dizem os americanos, “se um cão morde num homem não há notícia; se o homem morde no cão, assim sim, temos informação”. O exemplo clássico dos jornais sensacionalistas norte-americanos serve que nem uma luva para os órgãos de comunicação social portugueses. **A questão é a de saber se as notícias mais sensacionalistas têm o efeito que a fonte pretendeu dar** à informação que prestou aos jornais. **Geralmente não têm.**

“...as informações que põem em causa a eficácia do Hospital na sua missão de tratar doentes não são motivadoras dos profissionais. Antes pelo contrário...”

Ainda que se pegue noutra lugar comum, aquele que diz “não deixes que a verdade estrague uma boa história”, as informações que põem em causa a eficácia do Hospital na sua missão de tratar doentes não são motivadoras dos profissionais. Antes pelo contrário: **cientes de que deram tudo, que trataram o doente seguindo as mais elementares regras de respeito e deontologia, os clínicos não ficam satisfeitos** quando vêem nos escaparates, alguém que colocou o seu trabalho em causa. Verifiquemos a seguinte situação (verdadeira): alguém fez queixa a um jornal nacional que um seu familiar, vítima de fractura do colo do fémur, aguardava há sete dias por cirurgia. Desumano, visto assim. Mas... e se considerarmos que o cidadão vítima daquela fractura, de 92 anos, corria o risco de

não suportar uma anestesia e, em consequência, ter graves problemas pós-operação que lhe causariam a morte?

A notícia nunca seria: “doente espera sete dias por operação por não aguentar anestesia”. A notícia foi: “doente com o colo do fémur partido, aguarda operação há sete dias”.

Por aqui se vê que o interesse de vender jornais não é compatível com o interesse de tratar doentes. É verdade que, aqui e ali, conseguimos demonstrar a diferenciação ímpar do nosso Hospital no tratamento de patologias. Quando somos os únicos a prevenir a

cegueira dos bebés prematuros, quando demonstramos eficácia na prevenção de infecções ou quando desempenhamos um papel fundamental na prevenção da gravidez na adolescência ou do cancro do colo do útero, é difícil a um jornalista resistir à divulgação dessa, e de outras, boas notícias.

GABINETE DO CIDADÃO
Gab. Informação e Orientação

Este Hospital dispõe de Livro de Reclamações

O GAB. DO CIDADÃO ESTÁ SITUADO NA ÁREA DA PORTA PRINCIPAL DA CONSULTA EXTERNA (Piso 2)

HORÁRIO
Consultas Externas: 09h00 às 18h00 (dias úteis)
Urgências: 09h00 às 23h00 (dias úteis)

CONTACTOS
Tel: 214 348 200 | 214 759 240
Email: gpc@h.f.fonseca.pt

Informamos, orientamos e apoiamos pessoalmente os utilizadores do Hospital.
Recolhamos as reclamações, sugestões e agradecimentos.

Para quem nos lê, utentes, familiares de utentes e funcionários, fica o alerta de que existe um Gabinete de Comunicação que pode, pelo menos, equilibrar a notícia. Além do mais, o Hospital Prof. Doutor Fernando Fonseca, EPE, dispõe de um Gabinete do Cidadão onde todas e quaisquer queixas são merecedoras de resposta.

Por isso, **antes de arriscar usar a Comunicação Social como provedor do Doente, pense se vale a pena!**

Os profissionais, estou certo, agradecem!

A UNIFORMIZAÇÃO DA COMUNICAÇÃO

O HOSPITAL COMO UM TODO

Encontramo-nos na **Era da Informação**, dada a multiplicidade de veículos de **comunicação constantemente a requerer a nossa atenção** que fica, assim, dispersa.

Torna-se imperativo recorrer a conceitos como **simplicidade, objectividade e coerência**, para atingir clareza na comunicação, para conseguirmos passar mensagens e para que possamos **avaliar a importância** das que nos chegam.

Mais do que nunca, o **Design** é uma ferramenta essencial na construção e **transmissão de ideias claras e de confiança**, sendo o seu valor reconhecido no Panorama Nacional.

Este é, inclusivamente, o **Ano Português do Design**, uma iniciativa promovida pelo **Estado Português**. No site próprio (www.designportugues.pt) o Secretário de Estado da Cultura, Jorge Barreto Xavier afirma que: "Nunca houve tanta procura por **Design** (...) como motor de inovação e **catalisador de soluções para problemas económicos e sociais**."

Também o **nosso Hospital** reconhece esta importância, e tem feito um **esforço contínuo** no sentido de tornar mais clara e coerente a sua forma de comunicar, através da uniformização/actualização dos folhetos, da criação de um manual de acolhimento, da Newsletter SomosHFF, de Flashes Informativos (DGTI), apoio na realização gráfica de projectos internos, etc.



Como afirmou Aristóteles: "O todo é maior que a soma das suas partes". É portanto fundamental **reforçar a voz comum (identidade) do nosso Hospital, objectivo para o qual pedimos a compreensão e colaboração de todos os profissionais**, pois será quase impossível replicar as diversas vozes individuais de cada um de nós. Contudo, é um desafio necessário para funcionarmos verdadeiramente como um todo, para mais facilmente atingirmos objectivos comuns e continuarmos a **transmitir confiança aos nossos utentes**.

DGTI - O TRIÂNGULO TIC

E O PROCESSO DE UPGRADE DO PCE SOARIAN® CLINICALS

A **DGTI** (Direção da Gestão das Tecnologias e da Informação) oferece **competências aplicadas à governação e operação de tecnologias e sistemas de informação**, suportando a atividade assistencial e de apoio não-clínico, **promovendo mecanismos de qualidade para decisões mais informadas e seguras para o doente**, num quadro de desenvolvimento económico e financeiro sustentável.

Hoje, a prioridade da DGTI centra-se na actualização do "**Triângulo TIC**" (**Sistema Central <> Rede <> Posto Local**). Tendo concluído a actualização da infraestrutura central, encontra-se a executar o **upgrade ao PCE (Processo Clínico Eletrónico) Soarian® Clinicals** que completará a primeira fase no próximo dia 2 de Agosto. No entanto **o processo de upgrade tem prevista a continuação dos trabalhos até ao final do ano**, alcançando a mais recente versão aplicacional. Em fase de estudo pré-concursal encontra-se ainda a actualização para a rede de dados.

Em paralelo com o suporte dia-a-dia para apoio ao utilizador decorre a normalização do parque informático, através da substituição de PC's por Sunrays ou novos equipamentos.

Estas atualizações tecnológicas são essenciais para sustentar a inovação funcional,

assegurando a fiabilidade e *performance*, necessárias por exemplo, nos seguintes casos: **Soarian® Scheduling** (módulo integrado para agendamento clínico transversal); do **Soarian® Clinicals** (expansão a 100% das Enfermarias, UCI's e Ambulatório); **Soarian® Clinicals** (adoção e fecho do circuito da medição); **Módulo de apoio à decisão** (notificação inteligente de interações e reações adversas); **RIS** (integração de toda a electromedicina, com desmaterialização da imagem médica); **UNO** (Balcão Único multicanal do Utente, Kiosk e Gestão de Atendimento).

Desta forma acreditamos contribuir para o sucesso da missão do HFF, EPE, evidenciando a excelência da prática clínica.



O HOSPITAL (HFF)... QUE MENSAGEM? QUANDO PENSADA POR UMA CRIANÇA

O hospital é um lugar onde as pessoas colocam muitas vezes grande esperança para o tratamento e para a cura das suas doenças. É aí que colocam a sua vida na mão de outras pessoas. É onde tem que existir profissionalismo, dedicação e empenho das pessoas que lá trabalham.



“Quando penso no hospital, penso: Nos profissionais, na forma educada como atendem as pessoas, que às vezes até sorriem.”

Os doentes gostam de ter confiança e de ser bem tratados por isso **cada profissional deve apoiá-los**. Acho que o Hospital pode significar segurança para os doentes, mas ao mesmo tempo também significa perigo; a segurança por estar a ser tratado, mas o perigo por causa da doença.

Quando penso no hospital, penso:

- Na **organização** que é precisa para que tudo funcione bem;
- Na **limpeza** é que necessária para evitar as infeções e para a manutenção das boas condições de higiene;
- No **edifício e nas instalações** e reparo nas paredes bem pintadas ou às vezes nas outras que já perderam a cor da tinta, ou no azulejo que está partido;
- Nos **profissionais**, na forma educada como atendem as pessoas, que às vezes até sorriem.

Quando penso no hospital, penso acima de tudo que **se for transmitida confiança aos doentes, estes terão mais segurança nos profissionais.**

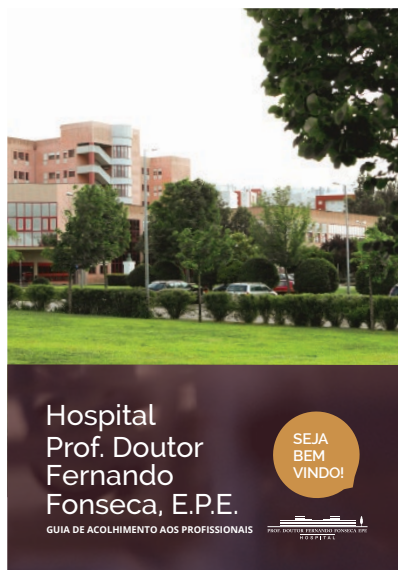
E como é que isso ainda poderia ser melhorado?

Elaborando placares com mensagens que transmitam mais segurança, o profissionalismo e a dedicação dos seus profissionais. Por exemplo na maternidade, que tal existirem frases como “Aqui ajudamos a nascer vida” ou à entrada “A nossa função é a sua saúde” ou ainda “A nossa dedicação é a força para a sua confiança.”

O GUIA DE ACOLHIMENTO DO HFF INTEGRAÇÃO DOS PROFISSIONAIS

Acolher um novo Colaborador é, acima de tudo, disponibilizar as melhores condições de integração para que se sinta, o mais rapidamente, membro deste Hospital. O Hospital Prof. Doutor Fernando Fonseca, EPE, assume-se hoje como o **segundo maior empregador do Concelho de Sintra**. Esta posição no ranking da empregabilidade deve ainda ter em conta o facto de **estarmos a falar do segundo maior concelho do País (em termos de população)** e do terceiro mais pobre. O investimento nas pessoas traz, por isso, maior responsabilidade institucional.

Como integrar colegas que, antes, apenas tinham lidado com pessoas doentes durante o seu período de formação curricular ou, no limite, nunca tinham sido confrontados com o ambiente hospitalar?



Todas estas questões são respondidas pela eficácia dos nossos serviços mas, para que tal eficiência resulte, é preciso proceder a um **acolhimento e integração adequados e formação**

constante dos nossos profissionais.

Com o empenho da Unidade de Desenvolvimento e Formação dos Recursos Humanos e a colaboração inestimável de todos os sectores profissionais, é promovido um programa de acolhimento, um plano de integração e um programa de formação anual. Neste contexto, foi assumida a prioritária importância do **Guia de Acolhimento do HFF**: um documento estruturado que procura ajudar os “novos profissionais” para o desafio de trabalharem num hospital que tem a segunda maior maternidade do País e uma das maiores (senão a maior) Urgência de Portugal.

Esta é também uma maneira que o Hospital tem para dar as boas vindas e enquadrar o novo profissional na organização.

INFORMAÇÃO/COMUNICAÇÃO E O DOENTE INTERNADO

De acordo com o conceito em vigor desde 2002, da Direcção-Geral de Saúde e Instituto Nacional de Estatística (INE), «Internamento» é «o conjunto de Serviços que prestam cuidados de saúde a indivíduos que, após serem admitidos, ocupam cama (ou berço de neonatologia ou pediatria), para diagnóstico, tratamento ou cuidados paliativos, com permanência de, pelo menos, 24 horas.»

O internamento de um utente num hospital de agudos, como o HFF, EPE, **inicia-se com a sua admissão e termina com a alta hospitalar.** Durante este período **é fundamental que a comunicação entre doente e profissionais do Hospital seja clara**, focada no essencial, preferivelmente com um tom positivo e capaz de envolver activamente o doente, família e cuidadores, no seu processo prestação de cuidados.

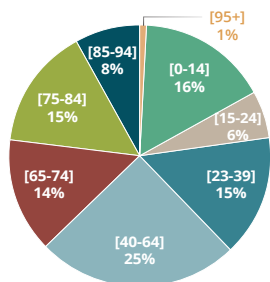
Como é a informação valorizada pelos doentes internados?

De acordo com os resultados do Inquérito à Avaliação da Satisfação dos Utentes nos Serviços de Internamento (2014), os utentes valorizaram muito positivamente a «forma como foi feito o acolhimento» e como foi «preservada a informação relativa à sua condição/situação.» Na realização e preparação para exames (meios complementares de diagnóstico e terapêutica), os utentes valorizaram a clareza da informação sobre a preparação para exames e as respostas às dúvidas.

E quem procurou o Internamento do HFF, E.P.E. em 2014?

Verificaram-se mais de 32 mil (32 083) episódios de internamento (Gráfico 1).

DISTRIBUIÇÃO DE EPISÓDIOS DE INTERNAMENTO POR FAIXA ETÁRIA (2014)



Para estes resultados concorreu o elevado número de episódios de internamento no Departamento da Mulher – Serviços de Obstetrícia e Ginecologia (5 176), no U.I.C.D. de Obstetrícia e U.I.C.D. Geral (1 831). Consideremos a média de idades de episódios de internamento por serviço, no quadro seguinte:

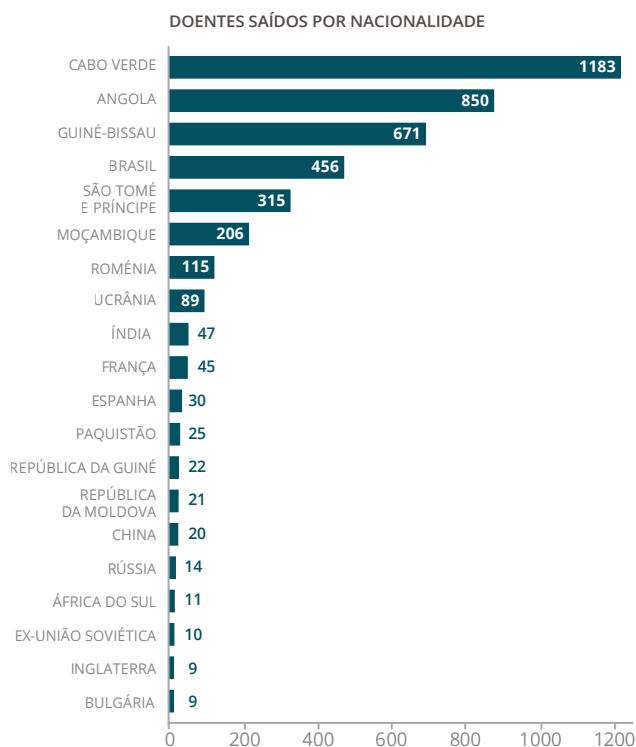
DIA DO INTERNO 2015

O Hospital Prof. Doutor Fernando Fonseca, EPE, destaca-se pela relação de proximidade para com os internos, assim como pelo empenho no seu crescimento pessoal, que contribui para o desenvolvimento formativo. Este ano, o VII Dia do Interno decorreu na Arrábida, tendo posto à prova o sentido de interação, cooperação e trabalho de equipa entre todos os internos. *Teamwork* foi, assim, a palavra deste dia que faz do HFF um hospital muito especial!



Do total de episódios de Internamento - 32 083 – mais de 25 mil (25 986) corresponderam a doentes saídos de nacionalidade portuguesa e outros 4 279 episódios equivaleram a **doentes saídos de nacionalidade estrangeira – 13,3%.**

Novamente, em jeito de conclusão, e considerando a população imigrante e estrangeira que servimos, deixamos um retrato das 20 nacionalidades mais frequentes associadas aos Serviços de Internamento, em 2014.



Devido à diversidade de nacionalidades, o Hospital tem acautelados mecanismos de comunicação específica adaptados a cada caso.

Nota: Os dados apresentados foram extraídos do sistema de Business Intelligence - QlikView - cuja fonte de dados é o Hosix (sistema de informação e registo administrativo), entre 10 de fevereiro e 10 de março de 2015.

Foram igualmente consultados os dados dos seguintes estudos/documentos: Censos 2011, Dados estatísticos da Pordata, Anuário Estatístico da Região de Lisboa, do Instituto Nacional de Estatística (INE), de 2013; Dinâmicas demográficas e envelhecimento da população portuguesa, 1950-2011, Evolução e Perspectivas, Estudo da Fundação Francisco Manuel dos Santos; Estatísticas da Associação Portuguesa de Apoio à Vítima (APAV).

CALENDÁRIO DE ACTIVIDADES/EVENTOS

AGOSTO / SETEMBRO 2015

UPGRADE SOARIAN CLINICALS

FORMAÇÃO SOBRE ALTERAÇÕES DA VERSÃO INTERMÉDIA 3.3



A passagem do Soarian Clinicals da versão 2.C6 para a versão intermédia 3.3 está agendada para as 18 horas do dia 1 de agosto de 2015. Esta intervenção implicará limitações ao aplicativo. **Durante os primeiros 30 minutos após o início dos trabalhos o Soarian Clinicals ficará inativo.** Depois estará acessível apenas em modo de leitura (Read Only). Na fase final do processo existirá um novo momento de inacessibilidade (inclusive leitura), período mais próximo da disponibilização do Soarian Clinicals versão 3.3, pelas 8 horas do dia 2 de agosto de 2015.

Para contextualizar os profissionais de saúde sobre este processo e informá-los sobre as principais alterações **decorrem formações diárias - dias 27, 28 e 29 de julho, no horário das 9-10h e das 16-17h.**

Esta formação tem como objetivo dar a conhecer o processo de transição em curso e mostrar as alterações "major" de maior impacto nesta nova versão (3.3). A participação nesta formação é essencial para os utilizadores do PCE Soarian Clinicals, em especial para os **Serviços de Urgência.**

PLANO DE CONTINGÊNCIA PARA FALÊNCIA DOS SISTEMA DE INFORMAÇÃO:

<http://intranet.hff.corp/dc/duo/ggr/Paginas/Plano%20de%20Conting%3%aaancia%20para%20Fal%3%aaancia%20de%20Sistemas%20de%20Informa%3%a7%3%a30.aspx>

17 AGOSTO a 10 SETEMBRO ESCOLA DE VERÃO DO HFF

Com o objetivo de contribuir para a formação e ocupação dos tempos livres dos jovens e adolescentes que fazem parte do HFF, EPE, será realizada uma Escola de Verão. Os jovens poderão participar em diversas actividades como: Suporte Básico de Vida, Primeiros Socorros, Prevenção Rodoviária e Comportamentos de Risco, etc.

As inscrições realizam-se até ao dia 07 de Agosto, sendo as inscrições feitas por email para:

raquel.navalho@hff.min-saude.pt.

25 e 26 SETEMBRO SUPORTE AVANÇADO DE VIDA

O Curso de SAV Cardiovascular da American Heart Association foca a importância do Suporte Básico de Vida (SBV) e a sua integração com o SAV. Baseia-se em casos clínicos simulados, que encorajam a participação dos formandos, treinando todas as técnicas chave individualmente, em equipa e como líderes de equipa. O curso será também realizado em Outubro e Dezembro. A inscrição deve ser feita no centro de formação e todos os candidatos devem ser detentores do Curso de SBV.

CURIOSIDADE

RECONSTRUÇÃO DE CRÂNIO IMPRESSO EM 3D

Artigo Original: NoticiasAoMinuto.com e MedicalDaily.com

Han Han uma criança chinesa de apenas 3 anos, conhecida como "a criança com a cabeça grande", tornou-se o primeiro caso de sucesso de uma cirurgia reconstrutiva total do crânio - com um implante impresso em 3D numa liga de titânio. A menina sofria de hidrocefalia congénita, uma doença que fez com que o crânio ficasse com 4 vezes o tamanho normal devido à acumulação de líquido.

A área médica não deixa de evoluir e a impressão 3D tem dado a sua significativa contribuição. Este, é mais um caso que nos dá esperança para o futuro graças ao avanço da tecnologia.



FICHA TÉCNICA

COORDENAÇÃO GERAL

Conselho de Administração

EDIÇÃO

Conselho Editorial SOMOSHFF -
Dr.ª Margarida Rato, Dr.ª Arminda Sustelo,
Enf.ª Lídia Jerónimo, Dr.ª Lucília Gonçalves,
Dr. Paulo Barbosa, Dr.ª Sofia Macias

COLABORARAM NESTE NÚMERO

P.2

O Grupo Editorial

P.3

Em cima: O Grupo Editorial

Em baixo: O Grupo Editorial,
Dr.ª Sofia Oliveira (UDFRH, Coordenadora)

P.4

O Grupo Editorial

P.5

Em cima: O Grupo Editorial

Em baixo: Eng. Carlos Sousa (DGTI, Diretor),
Ana Nunes (DGTI, Técnica Superior)

P.6

Em cima: Afonso Dias
(Cliente dos Serviços do HFF)

Em baixo: O Grupo Editorial,
Dr.ª Sofia Oliveira (UDFRH, Coordenadora)

P.7

Em cima: O Grupo Editorial,
Dr.ª Fátima Pinheiro (Dir. Qualidade, Diretora),
Eng. Manuel Barrento (Dir. de Planeamento e
Controlo de Gestão, Técnico Superior)

Em baixo: Dr.ª Catarina Pedrosa (Comissão de
Internos do HFF, Interna de 3º Ano Oftalmologia)

P.8

Em cima: Eng. Carlos Sousa (DGTI, Diretor),
Daniella Azevedo (DGTI, Técnica Superior)

Em baixo: O Grupo Editorial

DESIGN | Inês Valente

INFORMAÇÕES / SUGESTÕES
SOMOS.HFF@HFF.MIN-SAUDE.PT

ÍNDICE DE IMAGENS

P.4 | Em cima: Autor - Worradmu (freedigitalphotos.net)

P.8 | Em baixo: Crânio de liga de titânio
impresso em 3D

- imagem do artigo do medicaldaily
("Chinese Girl Becomes World's First To Receive Full Skull
Reconstruction Via 3D Printing";
<http://www.medicaldaily.com> ;
"Criança chinesa é a primeira a ter crânio impresso em
3D"; <http://www.noticiasao minuto.com>)



somos **HFF**

nº 19 | Julho 2015