

combinação de anti-hipertensivos e terapia com CPAP pode ter um efeito sinérgico na redução da pressão arterial. Conclusão: A coexistência de AOS e HAS se deve, também, aos fatores de risco em comum entre as duas patologias, como a obesidade, idade avançada e síndrome metabólica. Há uma relação importante do mecanismo fisiopatológico de ambas comorbidades, as quais, quando concomitantes, aumentam o risco cardiovascular do indivíduo portador, havendo uma necessidade de tratamento da doença basal (AOS).

CIÊNCIAS SOCIAIS APLICADAS

2220

COMUNICAÇÃO EM MEIO À CRISE: ALIANDO ESTRATÉGICA E TÉCNICA ANA PAULA LAPENTA FOLLETTI; CAMILA CAROLINE BARTHS; NICOLE DUARTE BRAATZ; RODRIGO FROHLICH WENZEL; ELSTOR HANZEN
HCPA - Hospital de Clínicas de Porto Alegre

Introdução

Com o um cenário de incertezas devido às consequências da pandemia do novo coronavírus, a Comunicação reforçou o seu papel estratégico, para que o HCPA se consolide cada vez mais como um modelo de confiabilidade e transparência em meio à crise.

Objetivos

Evidenciar o papel relevante e estratégico da Comunicação no combate à pandemia do coronavírus, por meio da gestão de processos internos, produção de conteúdos confiáveis e atenção ao cenário externo na busca de melhores resultados.

Metodologias empregadas

Nos primeiros sinais do coronavírus no Brasil, o HCPA criou o Comitê Executivo do Enfrentamento à Covid-19, com participação da Coordenadoria de Comunicação. A partir daí, foi traçado um planejamento para ser aplicado conforme o avanço da doença e as decisões do grupo, rediscutido e revisto diariamente. Usando estratégias de prevenção de crise, foi feito um levantamento de informações relevantes para esclarecer dúvidas dos diferentes públicos. As ações foram pensadas para informar de forma segura e confiável, reforçando a percepção do cuidado prestado pela instituição em todas as frentes. Foram sempre avaliadas as mídias, canais e fontes mais adequadas para cada tema. Para tornar mais assertivo o trabalho um jornalista passou a se dedicar exclusivamente à análise de jornais e de redes de TV e rádio, subsidiando o Comitê. O público interno teve especial atenção, recebendo as notícias em primeira mão, a fim de disseminar as informações corretas e minimizar a proliferação de boatos. Os canais internos também foram ampliados, possibilitando maior acesso de todos ao que estava sendo divulgado.

Observações ou modificações de práticas a partir dessa experiência

Para atender a todas as demandas, foi preciso reformular as atividades dos profissionais de Comunicação. Com o trabalho remoto, reuniões diárias de alinhamento passaram a ser realizadas. A troca de informações, fundamental no trabalho de equipe, se tornou indispensável para otimizar as entregas. Identificou-se, assim, oportunidades de melhorias e reorganização dos processos que devem ser continuados após a pandemia.

Considerações

Por meio desta experiência, foi possível inferir que os planejamentos de comunicação devem ser flexíveis e revistos periodicamente. Além disso, neste contexto onde a Comunicação ganha papel de destaque, ações estratégicas, planejadas e sistemáticas se mostram cada vez mais necessárias para manter a imagem positiva e de alto grau de confiabilidade de uma instituição.

2221

A RESPONSABILIDADE CIVIL DO PESQUISADOR, DAS INSTITUIÇÕES E DO PATROCINADOR REALIZADORES DE PESQUISA CLÍNICA NO BRASIL

TATIANA SEEFELD; MÁRCIA SANTANA FERNANDES
HCPA - Hospital de Clínicas de Porto Alegre

Resumo:

O título do estudo é A Responsabilidade Civil do Pesquisador, das Instituições e do Patrocinador Realizadores de Pesquisa Clínica no Brasil. O objetivo geral é estudar e compreender o instituto da responsabilidade aplicável às situações de pesquisa, envolvendo pesquisadores, instituições e patrocinadores. Os objetivos específicos são: 1. Realizar uma revisão narrativa da literatura jurídica e bioética relacionada à responsabilidade, aplicada às situações de pesquisa; 2. Estudar a jurisprudência dos Tribunais relacionadas à matéria; 3. Analisar o projeto de lei n.º 7.082/17. Como métodos a natureza da pesquisa é qualitativa, revisão narrativa de literatura, relacionada à matéria. Para o alcance dos objetivos 1 e 2, utilizar-se-á a análise de conteúdo (BARDIN, 2011) como forma de análise. Serão selecionadas categorias de análise a priori para a busca inicial, como: pesquisa clínica e dano, responsabilidade culposa, objetiva, por risco criado. Serão selecionadas categorias de análise a posteriori após leitura preliminar do material. As referências serão buscadas em base de dados indexados, que concentrem material jurídico e de bioética, além de livros e documentos, Revista RT, Scielo. Para o alcance do objetivo 2, as decisões coletadas serão a partir de 2003. Palavras-chave: responsabilidade civil objetiva, subjetiva, risco da atividade e dano. Para o alcance do objetivo 3, as pesquisas serão no site da Câmara dos Deputados e do Senado Federal. O resultado é a elaboração

de um artigo científico. A conclusão até o momento é a elaboração parcial do trabalho para apresentação à Banca de Qualificação de Mestrado no mês de setembro de 2020. A próxima etapa compreenderá a conclusão do trabalho com a elaboração do artigo científico e a defesa. O projeto de pesquisa foi registrado no Comitê de Ética em Pesquisa da Instituição com o nº 19561919.0.0000.5327, e foi devidamente aprovado em 10 de setembro de 2019. O trabalho está vinculado nas atividades do Mestrado Profissional em Pesquisa Clínica do HCPA, e insere-se na linha de pesquisa de Gestão em Pesquisa em Saúde.

2230

CORONAVÍRUS: NOVOS CANAIS DE COMUNICAÇÃO REFORÇAM TRANSPARÊNCIA COM O PÚBLICO INTERNO

ANA PAULA L. FOLLETTTO; LARISSA CRIPPA ; RODRIGO WENZEL; ELSTOR HANZEN; CLOVIS PRATES

HCPA - Hospital de Clínicas de Porto Alegre

Introdução

A pandemia do coronavírus trouxe a necessidade de o Hospital de Clínicas de Porto Alegre (HCPA) se reestruturar rapidamente para atender aos pacientes e implantar o trabalho remoto em diversas áreas. A comunicação com os colaboradores precisou se adequar a esse contexto, de modo a manter seu público informado de forma ágil e transparente sobre as ações.

Objetivos

O trabalho pretende relatar os novos processos e práticas implementados na comunicação interna do HCPA para promover a transparência e o alcance das informações.

Metodologias empregadas

O HCPA adota uma política de comunicação proativa e transparente com sua comunidade interna e a Coordenadoria de Comunicação (CCom) é a área que gerencia as ações de comunicação do hospital com este e outros públicos. Os esforços de comunicação interna ajudam a promover engajamento e alcançar melhores resultados. A partir dos primeiros sinais do coronavírus no Brasil, a CCom, em sintonia com o Grupo de Trabalho para Enfrentamento do Coronavírus, estabeleceu um plano inicial de comunicação. Diversas ferramentas foram utilizadas inicialmente: envio diário de boletim; atualizações em vídeo, com a Direção Executiva e representantes do GT, com orientações e esclarecimento de dúvidas. Com o grande volume de notícias e mudanças de rotina, foi estruturado o hotsite interno que centralizou todas as informações.

Passados três meses de execução das atividades propostas, percebeu-se a necessidade de ampliar ainda mais o acesso da comunidade interna do HCPA às informações do hospital sobre a pandemia. Novas ações e ferramentas foram incorporadas: listas de transmissão de WhatsApp com funcionários e chefias e envio semanal às lideranças de materiais sobre a Pauta da Semana - temas de interesse para compartilhamento com as equipes.

Observações ou modificações de práticas a partir dessa experiência

A partir das práticas em execução, a tendência da comunicação com chefias e funcionários por WhatsApp deve ser adotada além do período da pandemia. Além disso, a necessária adaptação de meios e linguagens para que seja possível atingir um público cada vez maior.

Considerações

A Direção do HCPA também tem aumentado a transparência de suas ações neste período: exemplos são os Encontros Virtuais com a Diretoria - eventos sistemáticos para esclarecimento de dúvidas - e o e-mail enviado três vezes por semana pela diretora-presidente, onde são dadas as principais notícias do hospital em primeira mão.

2259

SUPER CRACHÁS - AÇÕES DE HUMANIZAÇÃO POR MEIO DA COMUNICAÇÃO

NICOLE DUARTE BRAATZ ; CAMILA CAROLINE BARTHS ; ANA PAULA LAPENTA FOLLETTTO ; ELIS DE PELLEGRIN ROSSI ; RITA GIGLIOLA GOMES PRIEB ; RODRIGO FROHLICH WENZEL ; LARISSA HETZEL CRIPPA ; CLÓVIS DE SOUZA PRATES

HCPA - Hospital de Clínicas de Porto Alegre

Introdução: Diante da situação de pandemia por covid-19, profissionais que atuam na linha de frente necessitaram uma paramentação especial para atendimento, com EPIs, que os tornaram praticamente irreconhecíveis por seus colegas e pacientes. O Serviço de Psicologia que atua no Centro de Tratamento Intensivo (CTI) do HCPA, enxergou a possibilidade de amenizar essa dificuldade através da confecção de crachás mais visíveis para os profissionais de saúde. **Objetivos:** Descrever o Projeto dos Super Crachás, como uma ação de humanização em saúde. O projeto buscou aproximar os funcionários dos pacientes, além de melhorar a identificação dos mesmos, promovendo aos pacientes o reconhecimento de quem presta o atendimento. **Método:** Através da ideia apresentada pela Psicologia, a Coordenadoria de Comunicação (CCom) iniciou a implementação do projeto, seguindo-se as etapas de criação de layout, orçamento, captação de recursos, organização do material, projeto, produção e distribuição. Os crachás foram confeccionados em papel plastificado resistente, para que a higienização pudesse ser feita de forma segura, conforme normas institucionais preconizadas pela Comissão de Controle de Infecção Hospitalar (CCIH). **Observações:** O processo da assistência se torna mais humanizado à medida que há uma aproximação entre equipe e pacientes, onde o paciente consegue reconhecer quem o está atendendo. Nos crachás, a foto mostra o profissional sorrindo, em uma atitude mais leve, um contraponto ao momento difícil da internação. Além disso, a iniciativa é uma forma de valorizar o colaborador, aumentando o sentimento de pertencimento e identidade. A distribuição dos crachás foi feita pela Psicologia e acompanhada, inclusive por jornal de grande circulação regional, resultando em matéria de capa, às vésperas do Dia do Trabalhador. O êxito do projeto junto ao público interno pode ser comprovado, pois, após a entrega dos primeiros crachás, estendeu-se aos profissionais de demais áreas envolvidas diretamente no cuidado a pacientes