



Escola Superior de Educação, Comunicação e Desporto
Instituto Politécnico da Guarda

RELATÓRIO DE ESTÁGIO

Licenciatura em Comunicação
e Relações Económicas

Jorge Augusto da Costa Bidarra
Fevereiro | 2011

Ficha de Identificação

Estagiário: Jorge Augusto da Costa Bidarra

Número de aluno: 6616

Estabelecimento de Ensino: Escola Superior de Educação, Comunicação e Desporto
Instituto Politécnico da Guarda

Curso: Licenciatura em Comunicação e Relações Económicas

Docente Orientadora: Doutora Regina Gouveia

Organização Facultadora do Estágio: OMNICONCONSUL, Consultores em Comunicação

Morada: Rua das Picoas, 12 - 1º andar, 1050-173 Lisboa

Telefone: (351) 213 129 142

Twitter: <http://twitter.com/omniconsul>

Email: omniconsul@omniconsul.pt

Coordenadora do Estágio: Dr.^a Graciete Rasteiro

Data de Início: 11 de Outubro de 2010

Data de Conclusão: 11 de Janeiro de 2011

“É muito melhor arriscar coisas grandiosas, alcançar triunfos e glórias, mesmo expondo-se à derrota, do que formar fila com os pobres de espírito que nem gozam muito nem sofrem muito, porque vivem nessa penumbra cinzenta que não conhece vitória nem derrota.”

Theodore Roosevelt, in Cabeggi, Gilberto (2010). *Antes tarde do que nunca: você tem direito a ser feliz*. São Paulo: Editora Gente, p. 110.

Agradecimentos

Agradeço aos meus pais, que me permitiram ter a oportunidade de me instruir, tanto a nível académico como de formação pessoal, incentivando-me sempre a diligenciar um futuro melhor.

À Susana, que me acompanhou durante estes três anos da minha vida, contribuindo bastante para que este momento seja possível.

A todos aqueles que participaram na minha formação, de uma forma especial às pessoas que infelizmente já não se encontram entre nós, mas que muito contribuíram para aquele que hoje sou. A todos os docentes do Instituto Politécnico da Guarda que me permitiram atingir um novo grau de conhecimento, na vida e no saber académico.

À Professora Regina Gouveia, pela sua orientação, paciência e profissionalismo.

E indubitavelmente, deixo os meus agradecimentos a toda a Equipa da OMNICONCONSUL Consultores em comunicação, Lda., em especial à Dr.^a Graciete Rasteiro e ao Dr. Joaquim Martins Lampreia, tanto pela oportunidade que me deram de participar activamente na Organização, como pelos conhecimentos que com eles adquiri.

A todos, um eterno BEM-HAJAM.

Índice Geral

Introdução.....	1
Capítulo 1- A OMNICONCONSUL.....	3
1.1 Localização.....	5
1.2 Estrutura orgânica.....	6
1.2.1 Subsistema Hierárquico.....	7
1.2.2 Subsistema Funcional.....	8
1.3 Filosofia Empresarial.....	9
1.4 Cultura Corporativa.....	11
1.5 Identidade visual.....	12
1.5.1 O Nome.....	12
1.5.2 O Logótipo.....	13
1.5.3 O Slogan.....	14
1.6 Comunicação.....	15
1.6.1 Comunicação Interna.....	15
1.6.2 Comunicação Externa.....	17
1.7 Serviços.....	18
1.7.1 Consultoria Estratégica em Comunicação (<i>Strategic Consulting</i>).....	19
1.7.2 Relações Institucionais (<i>Lobbing/Public Affairs/B2B</i>).....	19
1.7.3 Gestão de crise (<i>Crisis Management</i>).....	21
1.7.4 Imagem Empresarial (<i>Corporate Image</i>).....	22
1.7.5 Responsabilidade Social (<i>Corporate Social Responsibility</i>).....	22
1.7.6 Comunicação Interna (<i>Internal Communication</i>).....	23
1.7.7 Comunicação de produto (<i>Marketing Communication</i>).....	24
1.7.8 Relações com a Imprensa (<i>Media Relations</i>).....	25
1.7.9 Auditorias em comunicação e Imagem (<i>Audits</i>).....	27
1.7.10 Formação.....	27
1.8 Clientes.....	28
1.8.1 <i>Air Liquide Medicinal S. A.</i>	29
1.8.2 <i>Bullet Solutions - Sistemas de Informação S.A.</i>	29
1.8.3 Fundação Portuguesa do Pulmão.....	30
1.8.4 <i>Grifols S. A.</i>	31

Capítulo 2- ESTÁGIO	32
2.1- Actividades	33
2.1.1 OMNICONCONSUL.....	34
2.1.2 <i>Air Liquide</i> Medicinal	36
2.1.3 <i>Bullet Solutions</i> , Sistemas de Informação	37
2.1.4 Fundação Portuguesa do Pulmão (FPP).....	38
2.1.5 Grifols	41
2.2- Formação	41
Reflexão Final.....	44
Bibliografia.....	46
Anexos.....	50

Índice de Quadros

Quadro 1- Proporção de Poder de compra.....	6
---	---

Índice de Figuras

Figura 1- Estrutura Hierárquica da OMNICONCONSUL.....	7
Figura 2- Logótipo da OMNICONCONSUL, consultores em comunicação.....	13
Figura 3- Slogan (acompanhado de imagem) da OMNICONCONSUL.....	14
Figura 4- I Congresso FPP.....	39
Figura 5- I Congresso FPP, presença dos <i>media</i>	39

Introdução

Este relatório foi elaborado com o objectivo de apresentar a OMNICONCONSUL, Consultores em comunicação, organização que opera na área das Relações Públicas, doravante chamada por apenas “OMNICONCONSUL”, e descrever o estágio curricular que ali realizei, os conhecimentos académicos aplicados e, sobretudo, as novas competências adquiridas. As actividades desenvolvidas durante o estágio, que teve a duração de três meses, inseriram-se em três vertentes principais, correspondentes a Serviços Administrativos, Gabinete de Imprensa e Serviço Executivo, como consta do plano previamente definido (Anexo 1).

A escolha da OMNICONCONSUL como local de estágio deveu-se ao meu especial interesse pela área das Relações Públicas, nomeadamente a Gestão da Comunicação e Imagem como ferramenta empresarial. Foi, portanto, com toda a naturalidade que optei por estagiar neste sector de actividade, sobretudo com o objectivo de aprofundar conhecimentos e adquirir mais competências técnicas.

O curso de Comunicação e Relações Económicas (CRE), do Instituto Politécnico da Guarda (IPG), muniu-me de conhecimentos que serviram de base à prática das Relações Públicas em contexto profissional. Sendo um curso multidisciplinar, forma verdadeiros técnicos superiores nas áreas da comunicação e da economia, sendo que a primeira mereceu sempre a minha preferência.

Este trabalho conta com dois Capítulos. O primeiro apresenta a entidade que me acolheu, caracterizando pormenorizadamente os serviços que presta, a filosofia e cultura corporativa, a identidade visual e a comunicação, a estrutura organizacional e os clientes.

O segundo capítulo descreve com detalhe as actividades desenvolvidas durante o estágio, quase sempre em equipa, formada por mais dois estagiários. Estas actividades são apresentadas por destinatário ou cliente (conta), o critério de organização mais adequado à realidade em causa.

O corpo do relatório termina com uma Reflexão Final, que pretende avaliar criticamente o estágio realizado, ao nível do meu desempenho, assim como a formação académica que o precedeu.

Ao longo estágio, foram fundamentais algumas metodologias de investigação, curricularmente exploradas, mormente a observação participante, essencial à adaptação na OMNICONSUL e à aquisição e aprofundamento de conhecimentos. As pesquisas documentais, baseadas em livros e artigos, impressos e disponíveis na internet, revelaram-se igualmente cruciais para obter informação necessária ao desenvolvimento de tarefas, à minha auto-preparação relativamente a conceitos e técnicas relacionadas com as mesmas, para além da importância que tiveram na elaboração deste relatório.

A experiência que relato neste documento foi pessoalmente encarada como uma oportunidade única de adquirir e aprofundar saberes, teóricos e práticos, no contexto profissional de uma organização de referência na Gestão da Comunicação e Imagem. Permitiu-me, ainda, confirmar o gosto e a vocação relativamente à área da Comunicação, em muito pela forma como consegui, mais do que provar valor individual, honrar a Instituição que me formou.

Capítulo 1

| **A OMNICONSUL** |



A OMNICONCONSUL é uma das empresas portuguesas na gestão da comunicação e da imagem empresarial, na assessoria de imprensa e no lóbi, áreas de actividade que se inserem nas Relações Públicas. Fundada pelo Dr. Joaquim Martins Lampreia em 1976, com o nome de CNEP- Agência Internacional de Comunicação, sofreu uma reestruturação em 1996, de que resultou também a sua actual designação. Esta mudança despoletou um novo período na história da Empresa, sobretudo em termos de inovação em diversas áreas da sua actividade, graças, nomeadamente, ao seu pioneirismo na utilização das novas tecnologias que então começavam a proliferar em Portugal.

A área das relações Públicas engloba um “conjunto de actividades informativas, sistematicamente organizadas, sobre uma empresa, sociedade ou grupo, com vista a firmar e alargar a sua projecção junto do público, transmitindo deles uma boa imagem”¹. Como o próprio termo denuncia, dizem respeito “às relações humanas e, por isso, o seu conteúdo científico deve pressupor visão humanista” (Vieira, 2002: 60). Envolvendo conhecimentos das “escolas” da publicidade, do jornalismo, do marketing, da administração e do direito (Simões, 1995), constituem uma área interdisciplinar.

Durante a sua existência, a OMNICONCONSUL tem prestado os seus serviços a várias organizações desde empresas e associações a instituições públicas e privadas, além de governos de diversos países, projectando e implementando as estratégias mais adequadas para a prossecução dos objectivos dos seus clientes.

Membro fundador da APECOM, a associação do sector que incorpora as principais agências de comunicação do nosso país, a OMNICONCONSUL virgula o desempenho da sua actividade pelos valores de **competência, idoneidade e responsabilidade**.

Com um profundo saber do mercado em que actua, aliado à competência dos seus profissionais altamente qualificados e à experiência consolidada em todas as técnicas de comunicação, a OMNICONCONSUL é o interlocutor privilegiado para aconselhar e implementar desde as mais simples acções pontuais até às relacionadas com as exigências internacionais². Aposta na contratação de consultores externos, mediante as necessidades dos diferentes clientes, sempre profissionais exímios e referências nacionais na sua área de actividade, transmitindo a segurança dos seus conhecimentos sobre as diversas matérias.

¹Dicionário de Língua Portuguesa. In Diciopédia 2009 [DVD-ROM]. Porto: Porto Editora.

² Texto formulado tendo em conta o texto da secção “História” no *site* <http://www.omniconsul.pt/>, consultado em 20-01-2011.

1.1 Localização

A OMNICONCONSUL localiza-se numa zona comercial privilegiada, na Praça do Duque de Saldanha, na cidade de Lisboa. Com sede na Rua das Picoas, encontra-se perto de entidades como Portugal Telecom (PT) e Caixa Geral de Depósitos, o que lhe confere uma localização privilegiada para o exercício da sua actividade.

Lisboa detém um mercado muito rigoroso e competitivo no sector da comunicação e consultoria em Portugal, contando com empresas como Deloitte Consultores, S.A. empresa sediada perto da OMNICONCONSUL, *Lift Consulting*, Consultores de Comunicação, S.A., BAN – *Corporate & Media Relations*, Volume Comunicação e Tecnologias, S.A., *Dot One*, M *Public Relations*, S.A., *Generator*, entre outras que operam na mesma área da OMNICONCONSUL.

Lisboa, capital de Portugal, é a sua cidade mais populosa, com 500.000 habitantes, parte dos 3.000.000 que residem na Região de Lisboa³. Sendo a cidade com maior percentagem de poder de compra, relativamente ao total do País, de 28.21% (Quadro 1), é natural que as grandes indústrias se fixem, dando origem a um mercado de relações públicas amplo e emergente, com oportunidades para grandes negócios.

³ Fonte: Portugal em números, *site*: <http://www.por7ugal.net/index.html>, consultado em 04-02-2011.

Localização geográfica	Proporção de poder de compra (% - no total do País) por Localização geográfica; Bial	
	Período de referência dos dados	
	2007	%
Norte	30,42	
Minho-Lima	1,69	
Cávado	3,19	
Ave	3,73	
Grande Porto	13,71	
Tâmega	3,24	
Entre Douro e Vouga	2,16	
Douro	1,36	
Alto Trás-os-Montes	1,35	
Centro	18,82	
Baixo Vouga	3,27	
Baixo Mondego	3,20	
Pinhal Litoral	2,27	
Pinhal Interior Norte	0,81	
Dão-Lafões	1,96	
Pinhal Interior Sul	0,23	
Serra da Estrela	0,28	
Beira Interior Norte	0,74	
Beira Interior Sul	0,60	
Cova da Beira	0,67	
Oeste	3,00	
Médio Tejo	1,81	
Lisboa	36,20	
Grande Lisboa	28,21	
Península de Setúbal	7,99	
Alentejo	6,26	
Alentejo Litoral	0,82	
Alto Alentejo	0,92	
Alentejo Central	1,44	
Baixo Alentejo	0,96	
Lezíria do Tejo	2,13	
Algarve	4,16	
Algarve	4,16	

Quadro 1- Proporção de Poder de compra (% no total do País), por localização geográfica bial⁴

Fonte: Instituto Nacional de Estatística (INE)

1.2 Estrutura orgânica

A estrutura orgânica corresponde ao desenho da organização, das respectivas áreas funcionais e dos diferentes níveis de autoridade, assim como das relações entre os mesmos. A estrutura relativa à divisão dos recursos por áreas ou funções denomina-se de subsistema funcional. A organização em níveis hierárquicos ou de autoridade/comando corresponde ao subsistema hierárquico (Cruz, 2004).

⁴ A partir do Estudo sobre o Poder de Compra Concelhio 2005 (INE, 2007), o período de referência dos dados encontra-se associado ao momento de referência da informação de base mais actual utilizada.

1.2.1 Subsistema Hierárquico

O Subsistema Hierárquico constitui um pilar fundamental, na medida em que permite delinear internamente os diferentes graus de autoridade. Na OMNICONCONSUL o subsistema hierárquico é muito simples, podendo representar-se esquematicamente na Figura 3.

O Administrador, Dr. Joaquim Martins Lampreia é a origem da maioria das ordens ou decisões administrativas, ainda que a Dr.^a Graciete Rasteiro também detenha poder decisório. Na base encontram-se os Drs. Pedro Luiz de Castro, Augusto Fragoso e a Ana Fernandes, que, embora desempenhem funções diferentes, se encontram no mesmo patamar hierárquico. Estes últimos três colaboradores recebem informações decisórias, tanto do Administrador, como da *Managing Director*.

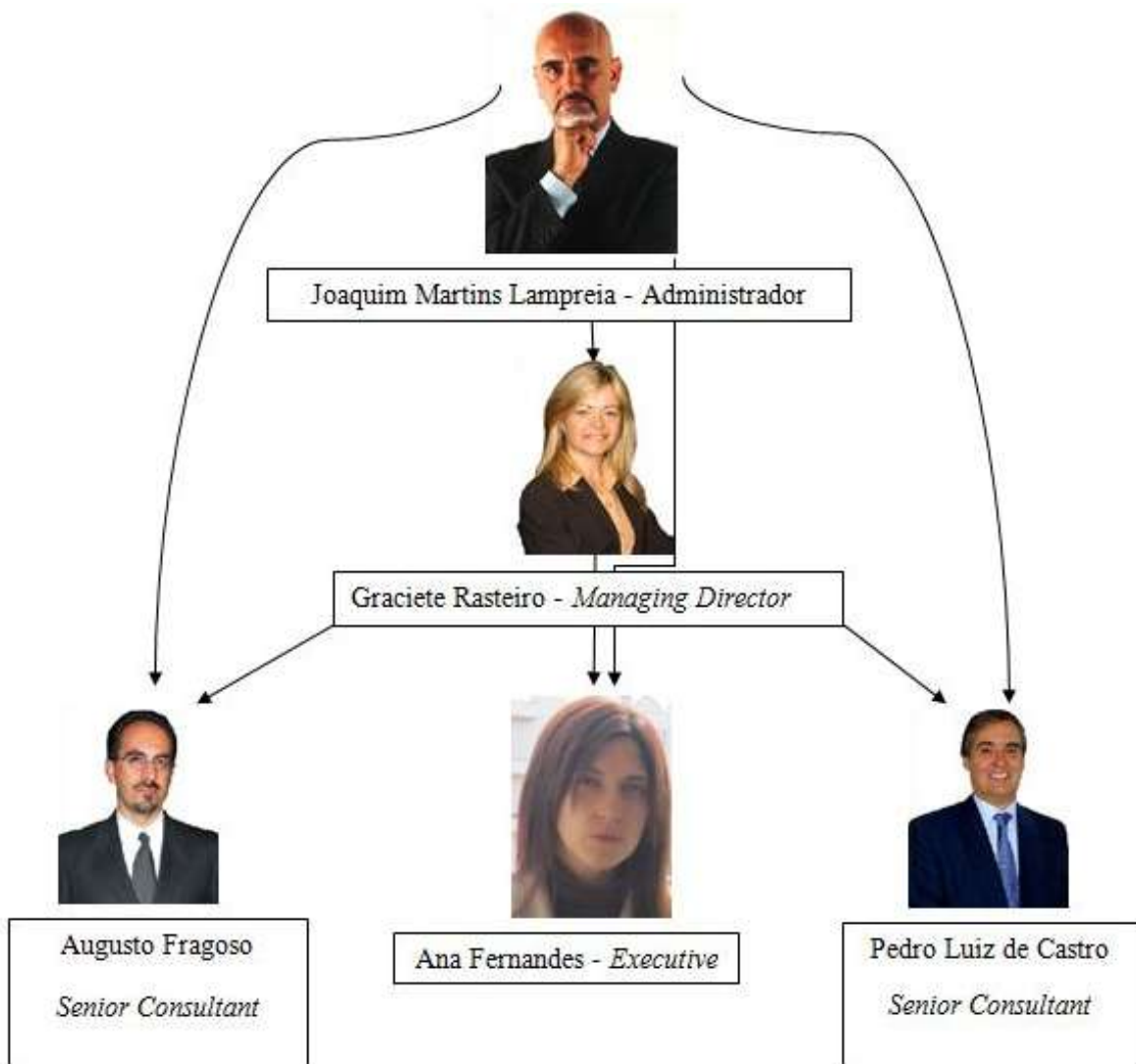


Figura 1 - Estrutura Hierárquica da OMNICONCONSUL

Fonte: Realizado pelo Estagiário

1.2.2 Subsistema Funcional

O Subsistema Funcional traduz as funções dos colaboradores na organização, sendo que na OMNICONCONSUL se distribuem da seguinte forma:

Dr. Joaquim Martins Lampreia - Administrador, decisor e imagem da OMNICONCONSUL, moldando-a segundo os seus valores e crenças, é ele mesmo o seu “relações públicas”. Além de planificar, desenvolver e efectuar as acções de lóbi, orienta a equipa, dada a sua vasta experiência em liderança, emprestando o seu contributo na construção de todas as estratégias de comunicação planificada. Pode-se considerar o “cérebro” da Agência, uma vez que nenhuma decisão é final sem ser ele próprio a declará-la como tal, tornando-a efectiva. Representa a organização em todas as ocasiões formais.

Dr.^a Graciete Rasteiro - *Managing Director*, opera usualmente como ponte entre o Administrador e os restantes colaboradores, não querendo obviando a que ele próprio comunique directamente com os mesmos, até porque, como foi referido anteriormente, detém o papel de “relações públicas”. É a líder da equipa técnica que desenvolve os planos, cabendo-lhe examinar directamente o trabalho realizado, participando activamente nele, e apresentar o trabalho final ao Administrador, acrescentando, de uma forma ou de outra, o seu cunho pessoal. Aproveitando a sua vasta experiência na área da comunicação, deixa directrizes para a prossecução dos objectivos pretendidos, tendo em conta cada acção a realizar. Orienta a equipa de acordo com a delineação semanal, que se planifica todas as segundas-feiras durante a reunião semanal em que participam todos os colaboradores.

A Dra. Graciete Rasteiro é igualmente responsável por toda a parte contabilística e gerência de contas bancárias, assim como pagamentos a colaboradores, tratando também dos contactos directos com clientes. Tem o comprometimento de orientar, instruir e ensinar todos os estagiários que a OMNICONCONSUL acolhe, de forma a aprofundarem conhecimentos. Cabe-lhe ainda fazer algum do *background* (contactos, propostas, entre outras) de algumas acções de lóbi. Pode-se dizer que representa o «músculo» da Organização, dedicando-se a ela de corpo e alma. Não estando presente o Administrador, a *Managing Director* assume também algumas das funções delegadas pelo mesmo.

Dr. Augusto Fragoso - *Senior Consultant*, licenciado em Ciências Computacionais, e tendo frequentado diversos cursos de formação avançada nas diversas áreas de Sistemas,

Tecnologias de informação e Gestão, Electrónica e Telecomunicações, é o consultor da OMNICONCONSUL na área das tecnologias de informação.

Dr. Pedro Luiz de Castro - *Senior Consultant*, Director de Media, é responsável pela Assessoria Mediática e pela formação em *Media Training* que a OMNICONCONSUL disponibiliza a todos os seus clientes. É ainda consultor na área das relações institucionais, valendo-se da sua vasta experiência para formular acções planeadas de comunicação.

Dr.^a Ana Fernandes - *Executive*, com alguma experiência na área da comunicação, é um elemento activo e orientador nas acções de Relações com a Imprensa, execução de propostas de planos de comunicação, assim como da realização do *background* das acções de lóbi. Agrega as funções de atendimento directo ao público, atendimento de chamadas, logística funcional, assim como de apoio administrativo ao Administrador e à *Managing Director*. Auxilia na inclusão e formação dos estagiários dentro da OMNICONCONSUL. Assume ainda o dever de efectuar contactos de interesse para os clientes, além da organização e expedição de documentos para diversos receptores, tais como *clippings* e cartas administrativas.

É conveniente salientar que, apesar da distribuição funcional que descrevi, não há uma organização rígida a este nível, sendo possíveis a delegação e a permuta de funções entre todos. Possuindo poucos colaboradores, a comunicação interna resulta muito fácil, acabando por construir um revezamento à estrutura definida.

1.3 Filosofia Empresarial

A filosofia empresarial ou institucional pauta a organização, e os respectivos colaboradores, podendo ser encarada como a sua “alma”. “Uma filosofia empresarial declara as metas e práticas que uma comunidade de empregados procura cumprir. No decorrer do tempo, esta filosofia leva ao desenvolvimento de uma grande série de práticas e modalidades menores de conduta que formam uma cultura empresarial” (Ouchi, 1986: 166).

Na origem de uma empresa, existem valores e predisposições do seu próprio fundador, quer sejam ou não reconhecidos por ele. Ao surgirem problemas, as direcções ou estratégias adoptadas acabam por redefinir a própria filosofia da empresa. Neste sentido, uma filosofia empresarial está directamente relacionada com a filosofia moral de um ou de alguns indivíduos, cujas acções moldam a própria empresa e a sua filosofia (Ouchi, 1986). Fica claro

que estes indivíduos terão de deter poder de decisão, dado que têm de participar activamente na definição de direcções para poderem influenciar, com a sua própria moral, a filosofia da organização que integram.

Na OMNICONCONSUL, sente-se que a filosofia empresarial está muito ligada aos valores do seu fundador, Dr. Joaquim Martins Lampreia. A comunicação é encarada como um instrumento de gestão fundamental para o desenvolvimento económico e, até mesmo, para a existência das empresas, que dependem cada vez mais dos movimentos de opinião e da construção de uma imagem positiva junto dos respectivos públicos.

A comunicação interna, tantas vezes desterrada para segundo plano, é considerada na OMNICONCONSUL uma actividade de primeiríssimo plano, de utilidade e importância cruciais, encarando os colaboradores como os seus melhores representantes e mensageiros. Funcionários motivados e informados ajudam a solidificar a imagem exterior da organização, transmitindo notoriedade e idoneidade e ajudando a consolidar a sua posição no mercado.

O escritório da equipa técnica está organizado sob a filosofia de *open space*, permitindo uma interacção rica entre todos os membros da Agência. Esta visão obedece aos princípios do fundador e a da sua Directora, Dr.^a Graciete Rasteiro, em quem reside também o poder de decisão.

A imagem das empresas, tal como a imagem pessoal, não deve ser deixada ao acaso. Na OMNICONCONSUL, existe a missão de aumentar e/ou manter a notoriedade da imagem organizacional com vista à fidelização, tendo sempre em consideração que é um processo contínuo, e que somente bons profissionais estão capacitados para atingir com eficiência, bons resultados⁵.

Numa vertente mais individual, existe ainda da parte de cada um dos colaboradores da OMNICONCONSUL uma efectiva responsabilidade, de autocontrolo e autogestão, nomeadamente no tempo delegado à realização das suas funções, não havendo controlo excessivo por parte de quem dirige. É importante salientar que esta responsabilidade e consciencialização tornam o colaborador mais independente e autónomo, sendo-lhe exigida a apresentação dos resultados no tempo previsto. Claro que existe uma participação activa por parte do Administrador e da *Managing Director* nos trabalhos desenvolvidos, não de uma forma

⁵ Texto formulado tendo em conta o texto da secção “Filosofia” no site <http://www.omniconsul.pt/>, consultado em 20-01-2011.

controladora mas, sim, com apoio activo no desenvolvimento das acções planeadas, permitindo-lhes um conhecimento contínuo dos processos.

1.4 Cultura Corporativa

Todas as organizações detêm uma identidade própria, que deverá basear-se ou derivar da respectiva cultura corporativa. Este pode ser entendida como a componente que garante a unidade da organização, sendo ela alicerçada em três componentes principais: as crenças e valores organizacionais, o conhecimento explícito e formal do negócio da organização e a visão de futuro. Generalizando, este trinómio responde às questões: O que a organização valoriza? O que faz? Para onde vai? (Pagano, 2002).

Em resposta à primeira questão, Pagano afirma que a organização valoriza os seus valores. Uma organização nada mais é do que uma associação de indivíduos, pode-se concluir que ela (a organização, representada pelo conjunto de pessoas que a compõem) também assume posturas, decide e (re)age de acordo com um determinado, e muitas vezes inconsciente, conjunto de crenças e valores (Pagano, 2002). A OMNICONCONSUL pauta a sua actuação por três valores fundamentais: competência, idoneidade e responsabilidade.

A segunda pergunta relaciona-se com a missão empresarial. Tão importante quanto o conjunto de valores para a consolidação da cultura corporativa é a definição formal da missão empresarial. As respostas para questões como “o que fazemos?”, “para quem?”, “de que modo particular?” devem ser imediatamente respondidas por todos os membros da organização (Pagano, 2002). A missão da OMNICONCONSUL prende-se com a gestão da comunicação empresarial de clientes, tanto interna como externa, fazendo-as rentabilizar ao máximo, através de acções de comunicação pontuais e campanhas de longa duração que concebe e implementa.

A última questão, mas não menos importante, relaciona-se com a declaração directa e objectiva da visão de futuro: “para onde o negócio deve ser direccionado?”. A visão de futuro pode ser entendida como a intenção estratégica da organização: um sonho distante, desafiador, porém realizável (Pagano, 2002). Na OMNICONCONSUL, a visão de futuro conecta-se com as próprias necessidades dos clientes, procurando a constante modernização, tanto de

meios como de técnicas, diligenciando sempre no sentido de atingir a excelência máxima no seu sector de actividade.

1.5 Identidade visual

A identidade visual de uma organização resulta da aplicabilidade direccionada dos seus elementos institucionais, expressando-se essencialmente em três signos: nome, logótipo e slogan. Corresponde ao conjunto de elementos gráficos que irão formalizar a personalidade visual de um nome, ideia, produto ou serviço (Strunck, 1989). Quando se trata de uma identidade visual corporativa, ou seja, aquela que tem como objecto uma empresa ou instituição, o trabalho complexifica-se, uma vez que não se espera que dure apenas um determinado período (Peón, 2000).

A identidade visual corporativa relaciona-se com a imagem corporativa de uma organização. Esta abarca tudo aquilo que, voluntariamente ou não, vai formando a posição da entidade na sua relação com o público: isto vai desde a forma como os seus funcionários lidam e se apresentam aos clientes até às estratégias de marketing assumidas, as campanhas publicitárias, a arquitectura, a decoração e sinalização, entre outros elementos. Tudo o que é associado à organização contribui para a formação gradual de uma determinada imagem na mente dos públicos.

Como tal, a identidade visual é um dos veículos que geram a imagem corporativa, é o mais explícito e, em alguns casos, o mais importante, mas não é o único (Peón, 2000). Em suma, é a identidade visual a forma mais directa e assertiva de qualquer organização se apresentar ao mundo e aos possíveis clientes, tendo também como objectivo criar benefícios emocionais que poderão levar à sua fidelização.

1.5.1 O Nome

O nome é a identidade verbalizada, devendo ser de fácil memorização, simples, objectivo. Se possível, deve remeter para o serviço e/ou produto comercializado ou para o que é mais

importante para a organização, ajudando também a atingir a fidelização dos clientes e a notoriedade da organização.

Desconstruindo o nome OMNICONSUL, encontramos OMNI e CONSUL. OMNI é um elemento de formação de palavras que exprime a ideia de um todo, inteiro. CONSUL advém de consultoria. Na sua totalidade, é um nome apelativo que remete para os serviços prestados pela Agência, sendo curto e de fácil memorização, logo, ideal para ser identificado quando visualizado.

1.5.2 O Logótipo

O logótipo é a particularização da escrita do nome, a forma diferenciada como é registado graficamente. A representação do nome pode ainda aliar-se a um símbolo. Terá de estar associado a uma ou mais cores, as cores da organização, a serem identificadas como tal pelos seus públicos.

Na OMNICONSUL o logótipo está essencialmente ligado ao nome, OMNICONSUL, consultores em comunicação. Lda. utilizando o castanho, a sua cor corporativa. O castanho está geralmente associado à terra e estabilidade, ao enraizamento e à criação de princípios firmes, à confiança interior e à auto-afirmação (Maia, 2008).



Figura 2- Logótipo da OMNICONSUL, consultores em comunicação Lda.

Fonte: OMNICONSUL

1.5.3 O Slogan

O slogan deve incentivar, suscitando curiosidade e interesse por parte de quem o lê. Tem um papel muito importante ao “apoiar-se na repetição e ao recorrer à síntese, dizendo muito em poucas palavras, mais ou menos subliminarmente. Na linguagem publicitária, é frequente o uso da polissemia e da homonímia, o paralelismo sintáctico, os jogos de palavras, os jogos fonéticos (onomatopeias, aliteraões) ”⁶.

O slogan deve ser facilmente entendível, e nem sempre pela denotação (Iasbeck, 2002). Quando colocado com destaque visual “pode trazer para si a prioridade da leitura, antes mesmo que a ilustração seja recebida” (Iasbeck, 2002: 44). É por vezes utilizado em conjunto com uma imagem, operando uma dicotomia ou, pelo contrário, uma complementaridade. Iconicamente, poderá atingir com mais impacto o público-alvo, assegurando uma consciencialização mais efectiva da mensagem que se pretende passar.

O slogan da OMNICONCONSUL é acompanhado de uma imagem (Figura 2), que reforça a mensagem escrita, a fim de causar mais impacto e atingir o público-alvo com maior eficácia.



Figura 3 - Slogan (acompanhado de imagem) da OMNICONCONSUL

Fonte: OMNICONCONSUL

⁶ Texto publicitário. *In* Diciopédia 2009 [DVD-ROM]. Porto: Porto Editora.

Analisando o slogan da OMNICONSUL, retira-se “De pouco adianta estar bem preparado quando se caminha no sentido errado...”, que, em confluência com a imagem, leva a reconhecer um indivíduo que parece estar muito bem preparado, mas para um cenário diferente daquele com que se depara. Estando preparado com material de montanhismo, como cordas, capacete e mochila de montanhismo, não escolheu o caminho certo, que seria o de montanha. A segunda parte do slogan, “Toda a comunicação é inútil, quando a Estratégia não é adequada.” estabelece a ponte entre a imagem e o slogan, fazendo concluir a mensagem que o conjunto deverá transmitir: a organização OMNICONSUL passa claramente a mensagem de que é importante que a comunicação obedeça a uma estratégia, a um planeamento, de forma a que não seja ineficaz, sendo a OMNICONSUL o parceiro ideal para formular essa estratégia.

1.6 Comunicação

Comunicação Empresarial desconstrói-se num conjunto de modelos ou instrumentos de acção que a organização usa para “falar” e fazer-se “ouvir”. “Resumidamente, é o processo, conjunto de métodos, técnicas, recursos, meios, etc., pelo qual a empresa se dirige ao público interno (os seus funcionários) e ao público externo (os seus consumidores)” (Bahia, 1995: 15).

Interna e externamente, a informação prestada pela organização deve respeitar uma estratégia, princípios e modelos montados e planificados de forma a fazer chegar informações credíveis, relevantes e inequívocas a todos os que nela estão interessados (Bahia, 1995). A nível externo, poderá, e deverá, cativar aqueles que até aqui não tenham conhecido ou não tenham tido interesse na organização.

1.6.1 Comunicação Interna

A comunicação interna serve para a organização transmitir as informações fulcrais aos seus colaboradores, que podem reportar-se, nomeadamente, a valores, ordens, considerações, propostas, visando ainda outros objectivos como integrar e motivar. Esta deriva da necessidade de transmitir aos colaboradores, com alguma regularidade e perceptibilidade, o pensamento e linha de acção da organização, nomeadamente as posições assumidas pelos seus

dirigentes e a consciência da função social que têm. A passagem da informação deve ser valorizada pelos responsáveis da organização, já que permite aos públicos internos conhecerem a realidade da mesma, podendo desempenhar mais facilmente a sua função e contribuir mais para o sucesso da organização (Bahia, 1995).

Na OMNICONCONSUL, como já foi anteriormente descrito, a comunicação interna desenvolve-se sem grandes dificuldades, já que nela trabalham poucos colaboradores. As mensagens decisórias têm como principais emissores o Administrador e a *Managing Director*, sendo que esta última serve muitas vezes de ponte entre o primeiro e a restante equipa.

De forma a delinear a orientação do trabalho semanal, realiza-se uma reunião entre todos os colaboradores, numa sala própria, com uma mesa redonda, que facilita a comunicação. Dessa reunião, resulta uma acta elaborada (Anexo 2), segundo uma ordem rotativa, por todos os colaboradores. Grande parte da comunicação interna realiza-se nestas reuniões, já que todos os colaboradores têm no final a noção das tarefas a desempenhar durante cada semana.

Torna-se evidente que a realização destas reuniões não evita o constante contacto da equipa com a *Managing Director*, relativamente à actualização de funções de cada colaborador, na medida em que durante a semana poderá haver uma mudança de conjectura, tornando o que antes era urgente em menos urgente, desencadeando a necessidade de adaptação. Nesta área de negócio, existe uma volatilidade de cenários, obrigando todos os colaboradores a uma grande capacidade de (re)adaptação nas suas funções e na planificação do tempo despendido com cada uma delas.

A equipa está localizada numa área de *open space* (com excepção do Administrador e da *Managing Director*), como já foi descrito anteriormente, facilitando toda a comunicação entre a equipa. Existe uma rede interna telefónica, com um telefone por cada colaborador, na respectiva secretária, fundamental à comunicação directa entre todos. Há ainda uma rede intra-net, que possibilita a troca fácil de ficheiros e informações entre todos os colaboradores. Cada colaborador dispõe de um computador, munido de Microsoft Outlook, um organizador de mensagens internas e de mensagens electrónicas (e-mail). Esta ferramenta é importantíssima na gestão da comunicação interna, permitindo memorizar, gerir, enviar, e organizar todos os tipos de mensagens em formato electrónico.

Nesta óptica interna de comunicação, todos os colaboradores da OMNICONCONSUL são emissores e receptores nos processos de comunicação.

1.6.2 Comunicação Externa

A Comunicação Externa é, obviamente, mais ampla do que a interna, abrangendo desde fornecedores, distribuidores e clientes à sociedade em geral. “Neste processo incluem-se toda a veiculação de informações e todos os comunicados emitidos pela organização empresarial para um público ou uma opinião pública fora dos limites internos. Em geral, o uso que a organização faz dos meios de comunicação para fim de tornar conhecidas as suas mensagens” (Bahia, 1995: 33).

No passado, a comunicação era restrita, por vezes bilateral, estando actualmente configuradas como, sobretudo, multilateral. As organizações e os seus responsáveis deixaram de se mover num círculo de vizinhos, passando a movimentarem-se num universo de nações, que conjuga complexos procedimentos tecnológicos e sucessivas interacções sociais (Bahia, 1995).

Na OMNICONCONSUL, a comunicação externa assume duas perspectivas: a comunicação externa na perspectiva da OMNICONCONSUL; e a comunicação externa na perspectiva do cliente.

Na perspectiva da OMNICONCONSUL, é realizada tendo como público-alvo global a sociedade, e como públicos-alvo específicos clientes, *media*, governos e todos os que tiverem interesse nas suas actividades. Esta é efectuada massivamente ou segmentada, sobretudo através do Marketing de Serviços, em que se insere a realização de eventos e o apoio a eventos de grande mediatismo, a que associa meios como *press-releases* e contactos pessoais. Durante o meu estágio, organizou um evento no âmbito do Marketing de Serviços da OMNICONCONSUL, que abordarei no segundo capítulo.

As acções anteriores são efectuadas num *timing* planeado e restrito. Existe ainda uma plataforma de apoio à Imprensa Regional Nacional⁷, um meio de comunicação directa com esta, que contém textos elaborados por colaboradores da OMNICONCONSUL, a que as publicações regionais detentoras da respectiva palavra-chave poderão aceder, a fim de os utilizarem.

⁷Pode ser consultado em <http://www.boletimregional.com/>, desde que se tenha a palavra-chave que é fornecida pela OMNICONCONSUL.

Sendo a OMNICONCONSUL a beneficiária directa das acções empreendidas nesta primeira perspectiva, as mensagens são elaboradas e direccionadas para se atingir maior notoriedade, visibilidade e hegemonia da Agência sobre as que operam no mesmo sector.

A comunicação externa na perspectiva do cliente da OMNICONCONSUL é planeada e efectuada tendo em conta os públicos-alvo do cliente em causa e os objectivos concretos que pretende atingir. Os meios aportados são diversos, destacando-se como mais utilizados *press-releases*, *press-kits*, correio electrónico, contactos directos, acções de lóbi e eventos.

O objectivo geral desta comunicação é a defesa dos interesses do cliente, tendo sempre em mente a suas necessidades, especificações e objectivos.

1.7 Serviços

Os serviços prestados pela OMNICONCONSUL integram-se globalmente na gestão da comunicação e da imagem empresarial. A comunicação é uma ferramenta indispensável para uma empresa que queira vingar no mercado económico nacional e internacional. No contexto económico actual, é essencial que, qualquer que seja o seu ramo, consiga comunicar interna e externamente de forma inequívoca, coerente e efectiva, para que os seus investimentos económicos se transformem em resultados positivos e reais.

A comunicação pode ser um elemento de orientação para a eficiência dos processos de relacionamento entre os públicos que compõem uma organização (França e Leite, 2007) e aqueles com quem se relaciona externamente. Nesta perspectiva, uma comunicação sem ruídos e bem realizada pode orientar uma empresa a atingir um grau de cumplicidade com os seus públicos que lhe poderá permitir atingir novos horizontes de negócio.

É neste campo que a OMNICONCONSUL oferece serviços de excelência aos seus clientes, tendo em vista o seu crescimento, nomeadamente no sentido da internacionalização, que obriga à concentração no fenómeno da globalização, de que resultam novas necessidades de comunicação, dada a forte influência que exerce nas relações humanas dentro de qualquer meio, mas, especialmente, no ambiente empresarial (França e Leite, 2007). Esses serviços inserem-se nas áreas que apresento a seguir.

1.7.1 Consultoria Estratégica em Comunicação (*Strategic Consulting*)

A Consultoria Estratégica em Comunicação consiste no aprofundamento das questões estratégicas, com análise do contexto e avaliação das principais acções da empresa no mercado, das acções na área da comunicação corporativa e interna e do seu planeamento presente e futuro (Lawrence, 2005). Tendo em conta esta perspectiva, é de todo interesse das organizações adquirirem estes serviços, com vista à competitividade e excelência no ramo onde operam. A concorrência vai aumentando, porque são em número cada vez maior as entidades conscientes da importância de elaborar uma comunicação positiva e correctamente planeada, e também porque vão aumentando os focos de criação de “estados de opinião” sobre as organizações (Gimenez, 2006).

1.7.2 Relações Institucionais (*Lobbying/Public Affairs/B2B*)

Como a sua própria denominação traduz, a área de Relações Institucionais visa promover os clientes, além de criar, manter e melhorar seu relacionamento com outras organizações. Nesta, incluem-se as subáreas de *Lobbying*, *Public Affairs* e *Business to Business*.

Lobbying ou **Lóbi** é um “conjunto de actividades que, num sistema democrático, visam exercer pressão sobre os Poderes Públicos (Legislativo e Executivo), na defesa dos interesses de uma empresa, instituição, sector de actividade, região ou país, no Plano Legislativo” (Lampreia, 2005:19). Trata-se de um conceito que tem, em Portugal, uma conotação bastante negativa, já que é costume ser utilizado por *media* e políticos tendo por base grupos de interesses dúbios que, normalmente, desencadeiam reacções de aversão e desprezo.

Apesar desta actividade se realizar no nosso país, não se encontra regulamentada nem legislada, fazendo com que se apresente de uma forma, geralmente, pouco clara. “Em Portugal e Espanha, nomeadamente, as três décadas de democracia pouca influência tiveram para alterar os antigos métodos de relacionamento entre a sociedade civil e os poderes públicos” (Lampreia, 2005:15), praticando-se ainda o antigo lóbi à portuguesa, aquilo a que os portugueses chamam de “cunha”.

Não obstante o facto de os próprios governos utilizarem o lóbi na defesa dos seus interesses⁸, alguns países da União Europeia (UE), incluindo Portugal, teimam em não legislar a actividade, sendo ela reconhecida, legislada e praticada no próprio Parlamento Europeu.

Esta prática, se legislada, poderia ser uma mais-valia, tendo em vista a competitividade nacional, dando oportunidade a pequenas e médias empresas de se fazerem ouvir junto do poder político, já que as empresas megalómanas não terão qualquer tipo de dificuldade nessa matéria. A OMNICONCONSUL foi a primeira agência de comunicação a trabalhar nesta área, dando a oportunidade a todos os seus clientes de recorrer a estes serviços desde 1976.

Numa campanha de *Lobbying*, as principais funções desempenhadas pela OMNICONCONSUL são:

- Identificação dos circuitos de decisão, já que é necessário saber quem é o decisor ou decisores;
- Recolha de toda a informação existente sobre a regulamentação do sector de actividade do cliente, a nível nacional, mas também na União Europeia;
- Definição das estratégias de actuação, estabelecendo acordos com os grupos de pressão favoráveis aos interesses do cliente, efectuando também acordos com aliados naturais na prossecução dos objectivos em comum;
- Criação de dossiês técnicos, livros brancos e outras publicações de índole jurídica;
- Implementação das respectivas redes de comunicação, necessárias para atingir os objectivos da acção de Lobbying;
- Controlo e conhecimento de todo o processamento por parte do cliente, com elaboração e disponibilização de relatórios periódicos⁹.

Public Affairs constitui uma expressão usada para descrever a relação de uma organização com todas as partes interessadas nela, ou seja, indivíduos ou grupos com interesse nos seus assuntos. Este conceito combina também serviços de meios de comunicação, relações

⁸ Como exemplo, saliente-se que, nos finais dos anos 90, Portugal realizou lóbi nos Estados Unidos da América contra a Indonésia, a favor da autodeterminação de Timor Leste, ou, ainda mais recentemente, o Estado do Vaticano realizou lóbi junto do Parlamento Europeu com o objectivo do novo Tratado Constitucional mencionar o Cristianismo (Lampreia, 2005).

⁹ Texto formulado tendo em conta o texto do separador “Serviços” rubrica “Relações Institucionais” do *site*: <http://www.omniconsul.pt/>, consultado em 20-01-2011.

governamentais, difusão de informação corporativa e conselhos de comunicação estratégica. *Public Affairs* têm como objectivo primordial influenciar a política pública, construindo e mantendo uma sólida reputação corporativa.

Business to Business ou B2B é um conceito referente a negociações que, normalmente, envolvem empresas, fazendo-se parcerias entre elas e padronizando formas de comunicação a fim de reduzir os respectivos custos internos e aumentar a sua própria eficiência.

1.7.3 Gestão de crise (*Crisis Management*)

No actual contexto económico, torna-se indispensável às organizações precaverem-se e/ou minimizarem o impacto de eventuais crises, possíveis, latentes ou, mesmo, reais. “Crise é o que pode, a qualquer momento, acontecer a qualquer um de nós, a qualquer empresa, a qualquer organização. E é bom que estejamos bem preparados. Que tenhamos pensado no assunto antes, que nos tenhamos organizado e apetrechado. Que saibamos bem como responder perante a adversidade, o que fazer e, sobretudo, o que não fazer. Foram muitas as empresas e as organizações que, ao longo da história, não sobreviveram ou passaram momentos muito difíceis por não terem sabido gerir adequadamente situações de crise (Caetano, 2006:12)¹⁰.

Erros geram crises e errar é susceptível de acontecer. O que não pode verificar-se é não estar preparado para reagir relativamente aos efeitos prováveis desse erro. Contornar a crise não é fácil, mas, através de técnicas e acções adequadas, poderá ser exequível. É ao conjunto destas técnicas e acções adequadas que se dá o nome de Gestão de Crise. Esta apela à existência de instrumentos indispensáveis, que são uma equipa, um gabinete, um manual e um programa¹¹.

As crises podem ser previsíveis ou imprevisíveis: os despedimentos contam-se entre as primeiras; sismos, difamações e sabotagens inserem-se nas segundas. A organização deve estar sempre precavida e em alerta para reagir através da comunicação, dentro da gestão de crise, a qualquer emergência: através de um Plano de Comunicação Preventivo, ou planeamento estratégico, às crises previsíveis, e através de um Plano de Comunicação Combativa, ou curativa, às crises imprevisíveis. Para se porem estes planos em prática é

¹⁰ Texto do prefácio, escrito por Carlos Braga, Gestor, Docente Universitário e Consultor.

¹¹ Comunicação de crise. In Diciopédia 2009 [DVD-ROM].

extremamente essencial identificar e analisar qualquer situação crítica, por mais pequena que seja ou pareça, de forma a conseguir a sua consequente resolução (Caetano, et al., 2006).

A OMNICONCONSUL concebe Planos de Comunicação de Gestão de Crise, dando a oportunidade aos diferentes clientes de usufruírem de uma equipa, um gabinete, um manual e um programa altamente direccionados para cada caso. Como é melhor prevenir, ou invés de tratar, propõe sempre aos seus clientes a implementação de Programas Preventivos, que irão permitir a minimização das consequências de uma possível situação de crise.

1.7.4 Imagem Empresarial (*Corporate Image*)

Num mercado extremamente competitivo, é essencial primar pela diferença essencialmente em termos de Imagem-Empresa. A organização que tiver a melhor imagem, maior notoriedade e credibilidade estará mais habilitada para convencer o seu público-alvo, conquistar a sua confiança, levando à certeza de que é uma escolha primordial e natural no seu sector de actividade.

Na OMNICONCONSUL, os clientes contam com uma equipa e conhecimentos que permitem criar uma imagem corporativa, apetecível e credível, positivamente diferenciadora em relação os concorrentes¹².

1.7.5 Responsabilidade Social (*Corporate Social Responsibility*)

A responsabilidade social é uma mais-valia para todas as organizações, na medida em que, melhorando o ambiente social à sua volta, estas acabarão por lucrar, de uma forma ou de outra. O filantropismo, surgido no início do século XX, está na origem da actuação social empresarial. Tendo-se esgotado o modelo industrial e o desenvolvimento da sociedade pós-industrial, o conceito foi evoluindo, passando a incorporar os planos de negócios das organizações. Termos como voluntariado empresarial, cidadania corporativa e responsabilidade social corporativa começaram a fazer parte do vocabulário empresarial.

¹² Texto formulado tendo em conta o texto do separador “Serviços” rubrica “Imagem Empresarial” do *site*: <http://www.omniconsul.pt/>, consultado em 20-01-2011.

Na perspectiva contemporânea, existe o consenso de que as organizações estão inseridas num ambiente complexo, onde os agentes sociais são influenciados por elas, assim como a comunidade e a própria sociedade. Nesta sequência, tornou-se insuficiente atender apenas aos interesses dos accionistas de uma empresa, ou aos dos seus responsáveis, sendo necessária a introdução de objectivos sociais no plano de negócios. Esta é uma boa forma de integração das organizações na sociedade, podendo estas tirar dividendos como estabelecer parcerias rentáveis, atingir notoriedade e melhorar a sua imagem (Tenório, 2006). Actualmente, a responsabilidade social tornou-se um factor de avaliação e preferência tanto para investidores como para consumidores, devendo as organizações, particularmente as empresas, promover com o seu apoio os projectos comunitários, entre outros, ajudando a pô-los em prática e a evoluírem.

Na OMNICONSUL, tem-se noção que os benefícios que advêm destas acções são bastante avultados, podendo-se criar parcerias rentáveis para ambos os intervenientes, com organizações não governamentais (ONG's) ou, até, com organizações governamentais. Ela própria desenvolve a sua responsabilidade social através de várias actividades, entre elas, serviços prestados em regime *pro bono* a uma fundação sem fins lucrativos, a Fundação Portuguesa do Pulmão (FPP), que será descrita mais à frente.

1.7.6 Comunicação Interna (*Internal Communication*)

Para haver comunicação externa, terá de se investir, prioritariamente, em comunicação interna, tendo esta que ser eficiente, assertiva e esclarecedora. Todo o investimento em campanhas de imagem é obsoleto, se os colaboradores não partilharem a visão, valores e proeminência organizacionais. Os colaboradores são uma mais-valia de uma empresa ou instituição, são a mão-de-obra, mas também o seu espelho. Colaboradores bem informados, motivados e educados, corporativamente falando, são propulsores de uma boa imagem corporativa externa.

Segundo Roger Cahen (citado por Vieira, 2004: 53), “quem faz acontecer as coisas são as pessoas, não planos, e apenas planear não basta, pois é necessário fazer com que as pessoas executem a sua parte no planeamento”. Para isto acontecer, a OMNICONSUL orienta os seus

clientes para uma comunicação interna adequada, no sentido certo da preparação e motivação dos colaboradores para cumprirem a sua parte no planeamento¹³.

1.7.7 Comunicação de produto (*Marketing Communication*)

Com a constante evolução do mercado e a conseqüente actualização de produtos, é necessário adoptar técnicas que permitam aumentar a fidelização do cliente para com a marca ou produto. Para atingir a devida credibilidade, destacando-se da restante concorrência, é necessário um plano de marketing. “O marketing identifica quatro variáveis capitais, que são entendidas como passíveis de influir as escolhas e o método de compra dos clientes. Como tal, esta acção tem de ser alvo da definição de uma política integrada, adequada de forma a possibilitar a concretização dos objectivos organizacionais. Marketing-Mix é a designação deste conjunto de variáveis, que são o produto, o preço, a distribuição e a promoção, em inglês, a política dos quatro P’s: Product, Price, Place, Promotion¹⁴.

Pode-se considerar que o produto é aquilo que a organização oferece ao mercado consumidor, algo que coloca no mercado para satisfação de uma necessidade ou, até, de um desejo. Este conceito não se limita aos produtos tangíveis, incluindo-se também os intangíveis, normalmente classificados como serviços. Para caracterizar os produtos, é necessário ter em conta alguns critérios como características, qualidade, marca, tamanhos, entre outros. Numa perspectiva de marketing, uma organização deve conhecer de forma aprofundada o mercado onde opera, de forma a capacitar-se para oferecer aos seus clientes um produto ou serviço que vá ao encontro das suas necessidades e desejos.

O preço de um produto oferecido por uma determinada organização pode influenciar directa ou indirectamente a escolha, ou não, do mesmo por parte do cliente. Para a aferição certa do valor a cobrar, é necessário avaliar os custos e outros factores internos com preponderância económica, a fim de delinear um preço justo que permita auferir algum lucro económico para a organização fornecedora do serviço ou produto, sem deixar de ser competitivo ou concorrencial.

¹³ Texto formulado tendo em conta o texto do separador “Serviços” rubrica “Comunicação Interna” do *site*: <http://www.omniconsul.pt/>, consultado em 20-01-2011.

¹⁴ Marketing-mix. In Diciopédia 2009 [DVD-ROM].

A distribuição respeita aos locais e meios pelos quais a empresa disponibiliza e localiza os seus produtos e/ou serviços. É relevante haver um estudo minucioso, nomeadamente com a utilização de variadíssimas ferramentas disponibilizadas pelo marketing, para concluir quais os mercados-alvo, para que se possa proceder à distribuição de forma a atingi-los o mais eficazmente possível.

Como promoção, entenda-se o conjunto de acções cujo objectivo é comunicar, ou levar à comunicação, com o mercado-alvo e com os respectivos públicos-alvo dos produtos e/ou serviços disponibilizados pela organização (Martins, 2006).

Estas quatro variáveis têm de ser encaradas como um processo único e dinâmico, orientado para uma adaptação mediante às diferentes conjunturas económicas e comerciais que afectam os mercados. Assim, a preparação de planos de comunicação de produto não deve obedecer a uma estrutura rígida, mas, sim, a uma estrutura dinâmica de adaptação constante às necessidades, não só organizacionais, mas também às do próprio mercado e do cliente.

A OMNICONCONSUL capacita todos os seus clientes, se esta for a sua necessidade, para efectuar acções de marketing adequadas, realizadas por profissionais competentes e conhecedores de que esse é um processo contínuo¹⁵, direccionadas aos mercados e públicos-alvo, permitindo aumentar a notoriedade da organização e fidelizando o cliente à marca e/ou produto.

1.7.8 Relações com a Imprensa (*Media Relations*)

A Imprensa é, sem dúvida alguma, um meio de difusão poderosíssimo, que poderá ser usado por qualquer organização, de forma a melhorar a sua actuação junto dos clientes, além da própria imagem e notoriedade, entre outros objectivos.

Diligentes de comunicação, auxiliados pela psicologia social, observaram que a recepção da mensagem é comandada por alguns princípios (Dornelles, 2002). O mais importante para este contexto é o interesse em obter a informação, portanto, “quanto mais expostas as pessoas estão a um determinado assunto, mais o seu interesse aumenta, e à medida que o interesse aumenta, mais elas se sentem motivadas para saberem mais acerca dele” (Wolf, 1995: 33). Este mesmo autor explica também o princípio da exposição selectiva, dizendo que os membros da audiência tendem a expor-se à informação que está de acordo com as suas

¹⁵ Contínuo em relação à avaliação, à constante execução e manutenção.

atitudes e, pelo contrário, evitam as mensagens que estão em desacordo com essas atitudes (Wolf, 1995).

Hallin, outro autor referenciado nesta matéria, conclui que a cobertura mediática de um tema, nomeadamente jornalística, pode-se localizar em três regiões, cada uma delas regidas por diferentes critérios, que denominou como Desvio, Consenso e Controvérsia, representando-os por círculos concêntricos (Hallin, 1986). Ainda de acordo com o mesmo autor, a objectividade situa-se na região intermédia, a que ele chamou de Esfera da Legítima Controvérsia, prevalecendo no seu interior a objectividade e o equilíbrio como as supremas virtudes jornalísticas necessárias a todos os *media* (Hallin, 1986).

Há um consenso de que tanto a empresa quanto os *media* desempenham funções vitais no progresso e desenvolvimento da sociedade moderna (Chinem, 2003). Nesta perspectiva, no âmbito da assessoria de imprensa, é essencial ir ao encontro das necessidades dos públicos-alvo das acções a empreender. Adequar a informação e a linguagem torna-se uma necessidade para as organizações, para o que é fundamental o recurso a uma equipa especializada nestas funções. Tendo a objectividade e o equilíbrio como virtudes, o discurso jornalístico torna-se uma mais-valia para as organizações, assessorias e para os próprios actores mediáticos.

Os 33 anos de experiência na área conferem à OMNICONCONSUL o estatuto de fonte credível, objectiva e equilibrada junto das redacções dos principais *media* e agências noticiosas. O seu trabalho, que obedece sempre a estratégias definidas tendo em conta os objectivos a alcançar, concretiza-se nos seguintes serviços:

- Estabelecimento de contactos personalizados com as redacções dos Órgãos de Comunicação Social;
- Elaboração e difusão de comunicados de imprensa (*Press-releases*), respeitando os timings adequados para cada acção;
- Concepção e realização de Dossiês de Imprensa (*Press-kits*);
- Reportagens e coberturas de Imprensa de acontecimentos e a sua posterior divulgação;
- Organização de Conferências de Imprensa;
- Preparação e elaboração de entrevistas em diferentes suportes de *media*;
- Preparação de reuniões e visitas às organizações com a participação de jornalistas;

- Imprensa informada e activamente participante em eventos organizados pelas empresas/organizações;
- Controlo e recolha de notícias de possível interesse, e conseqüente envio dessas recolhas para o cliente (*clipping*)¹⁶.

1.7.9 Auditorias em comunicação e Imagem (*Audits*)

As auditorias permitem avaliar a estrutura de uma organização, possibilitando a detecção de possíveis anormalidades e disfunções nas redes de comunicação. A comunicação, a imagem e a informação são as áreas que mais necessitarão de ser abrangidas por estas auditorias, tentando identificar e combater possíveis lacunas.

As auditorias realizadas pela OMNICONCONSUL, a pedido do cliente, permitem analisar os diferentes processos, tanto da Comunicação Externa como da Comunicação Interna, bem como os próprios fluxos de informação, de modo a identificar os pontos fracos, planejar estratégias de resolução ou fortalecer os aspectos mais débeis.

Estas auditorias servem também para avaliar a imagem da organização junto dos seus clientes e junto da comunidade em que se insere. Esta avaliação de imagem servirá para pôr em prática futuros planos de comunicação, ajudando a inferir relativamente ao tipo de abordagem adequada a seguir por parte da equipa técnica responsável¹⁷.

1.7.10 Formação

A Formação é encarada como um dos métodos mais activos de aprendizagem. Uma aprendizagem só é formativa na medida em que opera transformações no conhecimento daquele que aprende. É como se o conceito de formação indicasse a forma pela qual as nossas aprendizagens e experiências nos constituem como um ser singular no mundo, ainda que nem

¹⁶ Texto das actividades formulado tendo em conta o texto do separador “Serviços” rubrica “Relações com a Imprensa” do site: <http://www.omniconsul.pt/>, consultado em 20-01-2011.

¹⁷ Texto formulado tendo em conta o texto do separador “Serviços” rubrica “Auditorias em comunicação e Imagem” do site: <http://www.omniconsul.pt/>, consultado em 20-01-2011.

tudo que aprendemos, ou vivemos, deixa traços que nos formam como sujeitos (Carvalho, 2009).

A OMNICONCONSUL proporciona formações técnicas nas áreas do *Media Training* e “Como falar em público”. Quase todos os responsáveis organizacionais terão a necessidade de, em alguma altura da sua carreira, conceder entrevistas a órgãos de comunicação social. Sendo que a imagem das empresas acaba por se confundir com a imagem de quem as representa, torna-se então fundamental uma aprendizagem que acaba por se enquadrar na função de liderança, disponibilizada por técnicos especialistas em *Media Training*.

Complementando a formação de *Media Training*, a OMNICONCONSUL oferece aos clientes a oportunidade de desenvolverem competências no âmbito do Falar em Público. Trata-se de uma formação teórico-prática em grupo, que permite os formandos prepararem-se para qualquer conjuntura que careça de uma boa capacidade argumentativa e de discussão, nomeadamente no contexto da apresentação de produtos ou ideias de uma forma influente.

1.8 Clientes

Os clientes são a razão da existência de qualquer empresa, cuja satisfação é a sua própria satisfação. Nos últimos cinco anos, os clientes na OMNICONCONSUL advêm de diversos sectores de actividade, sendo eles: Alimentação e Bebidas, Defesa, Saúde, Ambiente, Sistemas de Informação, Governos de variados Países, Televisão.

Apesar de os clientes da OMNICONCONSUL não serem exclusivamente portugueses, estes são a grande maioria, se considerarmos que alguns, apesar de serem internacionais, mantêm o contacto directo com a OMNICONCONSUL através das suas sucursais portuguesas, que muitas vezes gozam de um estatuto de elevada autonomia.

Segue-se a apresentação concisa, organizada por ordem alfabética, dos clientes da OMNICONCONSUL aquando da realização do meu estágio.

1.8.1 *Air Liquide Medicinal S. A.*

Air Liquide Medicinal é um Laboratório Farmacêutico, pertencente à multinacional francesa *Air Liquide*, que tem uma filial em Portugal. Nascida em 1923, especializou-se em gases para uso medicinal, sendo responsável pelo seu fabrico e distribuição, pela instalação e manutenção de equipamentos, assim como, pela apresentação de todas as soluções, imprescindíveis à sua correcta aplicação. Através da formação contínua, é garantida a superioridade em todos os domínios da actividade medicinal.

Os produtos centrais que comercializa são os gases medicinais, utilizados em particular nos domínios da anestesia e reanimação (Lenox, Vasokinox, Protóxido de azoto medicinal...), no tratamento da dor (MEOPA) e nas infecções respiratórias (Oxigénio medicinal). Tem por demanda acompanhar as unidades de saúde e os divergentes parceiros nesta área, inovando com vista à melhoria dos tratamentos e facilitando sua consequente utilização em total segurança, atenuando os possíveis riscos de acidente.

Air Liquide é líder mundial em gases para a indústria, saúde e ambiente, tendo como clientes os seguintes sectores: Crio preservação e Centros de Transfusão; Gabinetes de Projecto; Consultórios; Dentistas; Dermatologistas; Unidades de Saúde; Laboratórios de Análise Hospitalar; Transporte de Urgência; Bombeiros, INEM, Cruz Vermelha¹⁸.

1.8.2 *Bullet Solutions - Sistemas de Informação S.A.*

Apesar de esta organização não ser efectivamente uma cliente da OMNICONSUL, foi alvo da realização de uma proposta de plano de comunicação, depois de enviar um Briefing para a OMNICONSUL, consultando-a a propósito de algumas necessidades comunicacionais.

A *Bullet Solutions* é uma empresa portuguesa, especialista na prestação de serviços de consultoria e desenvolvimento de soluções informáticas de optimização, para problemas combinatórios, à medida do cliente. Os seus projectos têm merecido vários apoios governamentais, vendo assim confirmada a sua capacidade de inovar em Portugal.

¹⁸ Texto formulado tendo em conta a informação contida em <http://www.airliquidemedicinal.pt/>, consultado em 20/01/2011.

Não descurando o princípio-chave que a caracteriza - a investigação para a inovação, os produtos que desenvolve e comercializa são o resultado final da investigação realizada internamente, originando soluções realmente vantajosas que colmatam grandes deficiências existentes em cada uma das áreas abordadas¹⁹.

Esta empresa tem clientes nas áreas da educação, saúde, logística, recursos humanos, entre outros, tentando otimizar desde horários até escalas de serviços.

1.8.3 Fundação Portuguesa do Pulmão

A Fundação Portuguesa do Pulmão é uma pessoa colectiva de direito privado, tipo fundacional, sem fins lucrativos e de solidariedade social, constituída no dia 15 de Junho de 2009, por vontade dos seus fundadores, a Associação Nacional de Tuberculose e Doenças Respiratórias e um conjunto de personalidades preocupadas com o impacto social das doenças respiratórias, uma das principais causas de incapacidade de longa duração e mortalidade.

Existindo a consciência de que o progresso da saúde respiratória, a prevenção da doença e a defesa dos interesses e direitos dos doentes respiratórios são deveres de toda a sociedade civil, a Fundação foi criada com o objectivo de dinamizar a nossa sociedade no desenvolvimento de acções que contribuam para a melhoria da saúde respiratória dos portugueses.

A Fundação constitui-se em torno de três núcleos, que se complementam entre si. Um dos núcleos é constituído por profissionais de diversas áreas académicas, capazes de garantirem o carácter científico das ingerências da Fundação. Um outro núcleo é formado por membros da Sociedade Civil, normalmente em posições de destaque, que possam colaborar para a difusão das posições assumidas e defendidas pela Fundação, influenciando a tomada de decisões relevantes para a promoção da saúde respiratória. O outro núcleo é constituído por doentes respiratórios, os elementos primários na comunicação das suas próprias necessidades e anseios, tendo também a oportunidade de efectuar a defesa dos seus direitos²⁰.

A Fundação tem como corpos sociais o Conselho de Administração, o Conselho Científico, o Conselho Geral e o Conselho Fiscal. É presidida pelo Doutor Artur Diogo Teles de Araújo,

¹⁹ Texto formulado tendo como base a informação contida no separador “A Empresa” em <http://www.bulletsolutions.com/site/index.php?run=aempresa&l=1>, consultado em 20-01-2011.

²⁰ Texto retirado do separador “Quem somos” em http://fundacaoportuguesadopulmao.org/quem_somos.html, consultado em 20/01/2011.

tendo ainda os Doutores Jaime Alvarez Pina e Mário Augusto Sanches Morais de Almeida como vice-presidentes.

Como atrás referi, os serviços da OMNICONSUL a esta Fundação usufruem de benefícios especiais, concedidos no âmbito da sua responsabilidade social.

1.8.4 *Grifols S. A.*

Grifols é um grupo Espanhol de empresas do sector da saúde, fundado pelo Dr. Grifols, que atende a profissionais e pacientes em mais de 90 países ao redor do mundo. Investiga, desenvolve, fabrica e comercializa derivados de plasma, produtos para terapia intravenosa, nutrição, sistemas de diagnóstico e equipamentos médicos.

Grifols Portugal, Lda. foi a primeira filial Internacional da *Grifols*, sendo o seu Presidente o Dr. Dinis da Rocha Rodriguez. Fundada em 1988, tem-se dedicado nestes últimos dezasseis anos a comercializar e distribuir produtos desenvolvidos e fabricados pelas empresas do grupo no mercado Português, a partir da sua sede localizada em Sintra, onde possui o escritório e armazém central, e da delegação comercial na cidade do Porto.

A *Grifols* ajuda os profissionais de saúde a assegurar a saúde e o bem-estar dos indivíduos, através de produtos inovadores e serviços exclusivos, reunindo um grupo de vinte empresas que operam no sector da saúde em todo o mundo, organizadas em duas secções principais: Área Industrial, que inclui empresas envolvidas na investigação, desenvolvimento e fabricação de produtos e serviços; Área Comercial, estruturada em torno da *Grifols International*, dedicada ao marketing, vendas, distribuição e serviços a nível mundial, com empresas direccionadas para diferentes áreas geográficas.²¹

Actualmente, a *Grifols* detém quase 100% do mercado de plasma e seus derivados em Portugal. Isto aconteceu devido a um problema num lote da única empresa concorrente que operava no país, obrigando à sua recolha e desacreditando-a no sector. O seu cliente principal é o Serviço Nacional de Saúde (SNS).

²¹ Texto formulado a partir da informação contida no separador “Quem Somos” em <http://www.grifols.com/web/contenidoWorldwide2.asp?seccion=3&subseccion=620&tercero=1>, consultado em 20-01-2011.

Capítulo 2

| **ESTÁGIO** |



Como atrás referi, o estágio curricular que este relatório documenta decorreu na OMNICONCONSUL, Consultores em Comunicação, uma agência a operar na área das Relações Públicas, mais concretamente, na Gestão da Comunicação e Imagem Empresarial.

Este capítulo descreve as actividades desenvolvidas como estagiário, organizadas segundo as entidades a quem se destinaram – a própria OMNICONCONSUL e cada um dos respectivos clientes. Apresenta, também, as formações a que tive acesso. É de salientar, mais uma vez, que trabalhei quase sempre em equipa com mais dois estagiários, facto que tornou ainda mais interessante a superação dos desafios que nos foram sendo colocados.

2.1- Actividades

As actividades que desenvolvi na OMNICONCONSUL basearam-se em: serviços básicos da actividade empresarial, como mandar faxes, e-mail e correio, fazer digitalizações entre outras; actividades no âmbito do marketing de serviços, em que se inseriu o planeamento de um evento e a abordagem empresarial a possíveis clientes para esse evento (*forcing*²²); na assessoria de imprensa, com realização de *press monitoring* (dossiers de imprensa), elaboração de comunicados (comunicados de imprensa) e artigos para a Comunicação Social e organização de um *press-kit*, elaboração de textos para a plataforma de apoio à imprensa regional e participação numa conferência com apoio logístico à Imprensa; no planeamento de comunicação, com a elaboração de duas propostas de planos de comunicação e a participação em reuniões criativas; e no lóbi, participando no *background* de uma acção e na elaboração do documento que a materializou, o *Position Paper*.

Activamente integrado na equipa de trabalho da Agência, procedi ainda a atendimento telefónico e directo, quando necessário, e apoiei em questões de secretaria e burocracias. Tive também o privilégio de participar nas formações em Lóbi, *Intelligence*²³, “Como prevenir fugas de informação sensível nas organizações”, e *Media Training*.

²² Forçar – é uma técnica de marketing que se resume a um último esforço para atingir o(s) objectivo/objectivos pretendido(s) de uma ou varias acções realizadas anteriormente.

²³ Inteligência Competitiva

2.1.1 OMNICONsul

Grande parte dos trabalhos realizados na OMNICONsul inseriu-se no seu próprio Marketing de Serviços. Como a denominação indica, este serve para a Agência atingir potenciais clientes, respondendo aos seus desejos e carências, demonstrando a mais-valia dos serviços que fornece, de forma a angariar mais clientes efectivos. Muitas vezes, o objectivo mais imediato é atingir notoriedade, conferindo maior proeminência à projecção da sua imagem.

Numa definição mais operacional, o Marketing de Serviços pode ser definido com o conjunto de actividades que objectivam a análise, o planeamento, a implementação e o controlo de programas destinados a obter e servir a demanda por produtos e serviços, de forma adequada, atendendo a desejos e necessidades dos consumidores ou utilizadores tendo em vista a satisfação, qualidade e lucro (Juliano, 2011).

A OMNICONsul acredita que através da realização de eventos únicos e pioneiros conseguirá atingir a notoriedade que merece e a consequente projecção de imagem. Foi com esse intuito que o seu Administrador decidiu organizar um seminário subordinado ao tema “Gestão da Segurança da Informação”, (Anexo 2), com data inicialmente prevista para o dia 10 de Novembro de 2010, posteriormente adiada para 16 de Março do ano seguinte, devido a conflitos de agenda. Estipulou para este evento a possibilidade de participação de outras organizações, mediante remuneração.

No âmbito deste evento, participei na selecção de alvos com eventual interesse e fundo de maneio para virem a participar, devidamente compilados numa base de dados (Anexo 2). Após o envio das cartas aos potenciais participantes seleccionados (Anexo 3), fez-se uma lista para anotar as respostas (Anexo 2).

Tive depois a oportunidade de redigir o *press release* pré-evento, contendo toda a informação relevante sobre a sua realização (Anexo 4). Este suporte é normalmente produzido e divulgado por assessorias de imprensa para contestar, anunciar, informar, esclarecer ou responder à *media* sobre algum facto de um passado recente ou de um futuro próximo. Na prática, é uma informação pública oficial e documentada da organização que as assessorias de imprensa representam.

O *press release*, ou comunicado de(à) imprensa, deve ser redigido no formato de notícia, pronta a ser publicada pelos *media*. Segundo J. Martins Lampreia, “Uma notícia divide-se

normalmente em três partes: título, *lead* e *body* (corpo da notícia). Deve conter os seis elementos essenciais do acontecimento que pretende relatar: *Quem* (o personagem), *Quê* (o acontecimento), *Onde* (local), *Quando* (a data), *Como* e *Porquê*. Os quatro primeiros são chamados elementos básicos, os dois últimos (*Como* e *Porquê*), elementos secundários.” (Lampreia, 1999: 41).

Também para a OMNICONCONSUL, participei na execução de uma Base de Dados, Utilizando o Microsoft Excel relativa aos contactos dos diferentes *media*, a fim de ser usada nas difusões de *Press-Releases* (Anexo 2). Esta base de dados foi construída através de sucessivos contactos com redacções e direcções de *media*, entre outros, via telefone e correio electrónico. Uma base de dados deverá ser periodicamente analisada para que não constem elementos desactualizados (Sá, 2009). Contendo números de telefone, correios electrónicos e moradas. Estas bases de dados poderão ainda servir para fazer *Mailing lists*. Estas são ferramentas que facilitam a comunicação com o jornalista, permitindo enviar a mensagem à pessoa certa, mediante recolha dos dados dos *media* que cobrem as áreas de interesse da empresa. (Lucas, 2004).

Individualmente, elaborei ainda textos para o Boletim de Imprensa Regional (BIR)²⁴. O BIR existe desde 1987, sendo publicadas mensalmente duas notícias nacionais, duas internacionais e um artigo de fundo, disponibilizadas a cerca de sessenta jornais regionais. Estes terão de mandar à OMNICONCONSUL as suas publicações, permitindo à Agência recolher as notícias que são publicadas.

A finalidade do BIR é que os textos realizados pelos colaboradores da Agência sejam divulgados. A sua elaboração obedece às seguintes regras: os textos serão escritos no tipo de letra *Verdana*, no tamanho 10, sendo que os títulos terão o mesmo tipo de letra mas de tamanho 12 a negrito. Os textos referentes às duas notícias nacionais e internacionais não poderão ultrapassar uma página enquanto o artigo de fundo terá de ter duas páginas.

Os temas são escolhidos em reunião, tendo que todos os colaboradores contribuir com dois temas nacionais, dois internacionais e um tema de fundo. Após todos os colaboradores apresentarem os referidos temas procede-se a uma votação, escolhendo-se aqueles que tiverem mais votos. Durante o estágio, elaborei dois textos (Anexo 5), sobre temas que sugeri, um de contexto internacional e um texto de tema de fundo.

²⁴ Pode ser consultado em <http://www.boletimregional.com/>.

2.1.2 *Air Liquide Medicinal*

A OMNICONCONSUL desenvolveu para este cliente uma acção de lóbi, em que participei activamente com os colegas estagiários, sobretudo no respectivo *background*. Esta intervenção incidiu sobre um documento que numa acção de lóbi se denomina de *position paper*, muito importante em qualquer acção de lóbi. A trave mestra de qualquer acção de lóbi, corresponde a “documento de trabalho” ou “proposta para legislação”, devendo ser claro e conciso, identificando o problema (ou problemas) e adiantando soluções, assim como vantagens essenciais na sua aplicação por parte dos poderes políticos (Lampreia, 2005).

Não tendo autorização da OMNICONCONSUL para divulgar integralmente o *Posicion Paper* em causa e o seu propósito, devido à sua natureza confidencial, exponho apenas a parte formulada por mim e pelos meus colegas estagiários. Esta equivale a dois capítulos destinados a amenizar a função a que o documento se destinava, dando outras soluções além da que realmente interessava (Anexo 6).

Estive também implicado na realização do *Clipping* periódico para este cliente. Inserido no serviço de *Press-Monitoring*, ou Serviço de Imprensa, tem como resultado um dossiê (dossiê de imprensa ou *clipping*), com todas as notícias sobre temas anteriormente definidos como sendo de interesse para o cliente. Baseia-se no controlo das notícias publicadas, retirando as de interesse para a organização que pretende o serviço, ou notícias sobre um determinado evento de importância para a mesma, procedendo-se posteriormente ao envio desta recolha para a contratante. Permite-lhe ter noção do que se publica sobre si própria ou acerca dos temas que lhe interessam.

O *clipping* ou dossiê de imprensa é geralmente efectuado através de recortes de jornais, utilizando posteriormente uma *template* por cada notícia (Anexo 7), que permite registar informações acerca da notícia recolhida, tais como: a publicação de onde foi retirada, a sua periodicidade, o assunto da notícia e se abordagem é muito favorável, favorável, neutra, desfavorável ou muito desfavorável em relação à organização que requereu este serviço, a data da publicação, a localização dentro da página onde estava inserida. Por fim, mas não menos importante, é colocada na *template* a digitalização da notícia.

Porém, na OMNICONCONSUL, esta acção de *Clipping* é feita através das edições *on-line* de todas as publicações nacionais, pagas ou gratuitas, salvo raríssimas excepções. Isto acontece porque o número de edições *on-line* é superior às que apenas assumem um formato corpóreo e, tendo em conta a conjectura económica actual, que obriga à contenção de despesas, afigurou-se como opção adequada diminuir os consumos na realização desta actividade sem nunca por em causa a qualidade do serviço prestado, já que as edições *on-line* contêm o mesmo teor das publicações impressas.

2.1.3 *Bullet Solutions*, Sistemas de Informação

Como já foi esclarecido anteriormente neste relatório, a *Bullet Solutions* não é efectivamente uma cliente da OMNICONCONSUL, mas solicitou a formulação de uma proposta de um plano de comunicação para apoio numa feira internacional, mediante a apresentação de um *briefing* (Anexo 2).

O *briefing* consiste num documento que reúna todas as informações essenciais para o desenvolvimento de uma acção de comunicação, servindo como base para definir a estratégia, os objectivos e os recursos disponíveis de forma a atingir um bom resultado (Corrêa et al., 2009). Já o plano de comunicação é o documento que estabelece a forma que deverá assumir a comunicação organizacional, os seus moldes e a sua planificação. Este deverá permitir delinear a estratégia comunicacional da organização, assumindo uma forma menos formal, e apresentando apenas os traços gerais.

A comunicação deve despertar: orgulho no público interno, por fazer parte da organização, atrair talentos profissionais do mercado, captar a adesão do grande público, de clientes e parceiros, obter reconhecimento dos públicos de influência, imprensa e governo, entre outros. Um plano de comunicação bem estruturado possibilitará mais seguramente atingir os resultados pretendidos (Junior, 1999).

Participei, então, no planeamento e formulação do plano de comunicação solicitado, nos moldes que nos foram indicados e sem grandes pormenores, evitando fornecer as ideias basilares. O objectivo desta contenção reside em evitar o risco da implementação do plano por uma equipa interna da *Bullet Solutions*, o que, infelizmente, acontece muitas vezes (Anexo 2). Este plano incidiu em Estratégia, Objectivos, Público-alvo, Meios, Consultoria em

Comunicação, Assessoria de Imprensa, Patrocínios, B2B, Novas Tecnologias, Eventos e Suportes Gráficos.

2.1.4 Fundação Portuguesa do Pulmão (FPP)

Tal como mencionei atrás, este cliente é um *pro bono*, inserido na responsabilidade social na OMNICONCONSUL. Como o próprio nome indica, esta fundação está ligada à saúde respiratória, logo, é um cliente particularmente atento aos dias comemorativos relacionados com a sua área de intervenção. Daí que tenha sido muito relevante o conjunto de trabalhos em que participei a propósito de efemérides e do primeiro congresso desta Fundação.

- ✓ Dia Mundial da Espirometria (14 de Outubro de 2010) – Sendo a espirometria uma importante ferramenta de diagnóstico de doenças respiratórias, afigurou-se relevante para o cliente assinalar este dia, emitindo um *press-release* sobre o mesmo. Optou-se pela elaboração de quatro comunicados distintos: de acordo com os públicos-alvo dos diferentes meios de comunicação: publicações femininas, publicações desportivas, publicações científicas e publicações generalistas (Anexo 8). O envio de todos ocorreu na véspera da efeméride, através de correio electrónico. Na fase seguinte, foi-nos ordenado procedermos ao serviço de *Press-Monitoring*, de que resultou um *clipping* impresso, encadernado e devidamente assinado (Anexo 9).
- ✓ Iº Congresso da FPP (26 e 27 de Outubro de 2010) - Subordinado ao tema “O Estado Da Saúde Respiratória Em Portugal”, implicou também a elaboração e envio de um *press-release* pré-evento, enviado com o respectivo programa (Anexo 2) para as redacções dos meios de comunicação social através de correio electrónico (Anexo 10).



Figura 4 - I Congresso da FPP
Fonte: Captada pelo Estagiário



Figura 5 - I Congresso da FPP, presença dos *media*
Fonte: Captada pelo Estagiário

Procedeu-se também à organização de um *press-kit*. Este constitui um suporte complexo, a distribuir aos *media* e, eventualmente, a outros públicos prioritários, podendo incluir comunicados de imprensa, programa do evento, documentos institucionais da entidade promotora e textos sobre temas de interesse, nomeadamente relacionados com a temática a debater. Neste caso concreto, o *press-kit* foi apenas distribuído pelos representantes dos *media* que compareceram no evento, em suporte CD-ROM (Anexo 2).

No primeiro dia do Congresso, foi enviado outro *press-release*, com o objectivo de reforçar a presença dos *media* (Anexo 11). Com os colegas estagiários, estive ainda no apoio directo ao Gabinete de Imprensa no local do evento e, posteriormente, na respectiva acção de *Clipping* (Anexo 2).

- ✓ Dia Mundial da Pneumonia (12 de Novembro de 1010) - Sendo a pneumonia uma doença respiratória com resultados particularmente nefastos, foi conveniente à FPP assinalar a respectiva efeméride. À semelhança dos restantes dias comemorativos, procedeu-se à elaboração e envio, na véspera, de um *press-release* para as redacções dos *media*, com informações essenciais ao entendimento da importância desta doença respiratória. Neste caso, foram redigidos dois *press-releases*, um para publicações gerais e outro para publicações científicas (Anexo 12). Mereceu também serviço de *clipping* ocasional (Anexo 2).
- ✓ Dia Mundial da Doença Pulmonar Obstrutiva Crónica (15 de Novembro de 2010) – Tratando-se de uma doença respiratória frequente no seio da população portuguesa, a FPP não quis deixar passar a data sem lhe dar a devida relevância. Desta vez, apenas elaborámos um *press-release*, enviado por correio electrónico aos órgãos de comunicação social (Anexo 13). Após o evento, realizámos igualmente a devida acção de *Clipping* (Anexo 2).

Além de todos os *clippings* pontuais, a FPP recebe um *clipping* periódico, quinzenal, respeitante a todas as notícias sobre temas do seu interesse (Anexo 2), previamente definidas, em cuja organização participei.

2.1.5 Grifols

Para este cliente, foi-nos solicitado que elaborássemos uma proposta de plano de comunicação de continuidade, ou seja, um plano para o ano 2011. Para o efeito, tivemos apenas acesso ao plano primitivo, relativo ao ano de 2007, que serviu de base à formulação da nossa proposta (Anexo 2). Este plano teve como elementos fundamentais objectivos, acções propostas e calendarização das mesmas.

Também este cliente recebe *clipping* quinzenal, para cuja organização trabalhei (Anexo 14).

Particpei ainda na realização de muitos outros *clippings*, periódicos ou centrados numa determinada acção ou evento, fornecidos a clientes da OMNICONCONSUL. Optei por colocar em anexo um exemplo de cada um deles (Anexos 9 e 14), dado o facto de todos seguirem os mesmos princípios e regras, tornando-se redundante a sua integração neste relatório. Como exercício e demonstração de conhecimentos adquiridos, procedi à avaliação de uma notícia que poderia ser de interesse para a *Grifols*, tendo por base a respectiva *template* (Anexo 2).

É relevante salientar que algumas actividades desenvolvidas não podem ser expostas neste relatório, devido à sua natureza confidencial, por pedido ou ordem expressa do Administrador da OMNICONCONSUL, a quem devo o maior respeito.

2.2- Formação

Como já referi, no decorrer do estágio na OMNICONCONSUL, recebi formação em *Lóbi*, *Intelligence* e *Media Training*. Relativamente ao *Lóbi*, foi formador o próprio Administrador da OMNICONCONSUL, Dr. Joaquim Martins Lampreia, lobista credenciado junto do Parlamento Europeu (PE). No caso da formação sobre *Intelligence*, “Como prevenir fugas de informação sensível nas organizações”, tive como formadores Paulo Almeida, antigo Dirigente do Serviço de Informações Estratégicas de Defesa (SIED), e o Dr. Augusto Fragoso, Director do Sistemas de Informação da Autoridade Nacional de Comunicações e colaborador da OMNICONCONSUL. Em *Media Training*, tive como formador o Dr. Pedro Luiz de Castro, que, para além de ser colaborador da Agência, é também professor de comunicação na Universidade Autónoma de Lisboa e no Centro de Formação de Jornalistas.

- ✓ Na Formação em Lóbi, além da definição e da abordagem às áreas de conhecimento interventivas, o formador salientou quem o pratica, quantos lobistas há no Parlamento Europeu e os tipos de interesses que defendem. O Dr. Lampreia apresentou ainda alguns casos práticos, que ajudaram a assimilar o conhecimento transmitido (Anexo 2).

Toda a acção de lóbi tem um público-alvo, sendo planeada segundo uma estratégia que poderá ser de topo, directa ou de base. Os meios são variados, dependendo do tipo de estratégia a seguir. Apesar de não ser legal em Portugal, o lóbi realiza-se, não existindo uma transparência que seria positiva para quem o pratica, mas também para o aumento da sua actividade no país, permitindo a proliferação da sua prática o acesso por parte de pequenas e médias empresas, ao invés do que acontece actualmente, em que apenas está ao dispor de algumas empresas megalómanas.

- ✓ A Formação em *Intelligence* foi subordinada ao tema “Como prevenir fugas de informação sensível nas organizações”, tendo como pontos-chave a segurança da informação na actualidade, os riscos emergentes e a gestão da segurança da informação (Anexo 2).

Relativamente à segurança da informação na actualidade, foram explicados quatro tipos de informação, pública, interna, particular e confidencial, segundo o respectivo grau de confidencialidade, da menos confidencial para a de maior confidencialidade. Esta classificação permite decidir quem deverá ter acesso à informação. Além desta característica, a informação pauta-se ainda por temporalidade, extensibilidade e abrangência.

Os riscos emergentes para a segurança da informação são a espionagem, a subversão e a sabotagem: a espionagem a obtenção de informação por métodos clandestinos e ilegais; a subversão está ligada à manipulação, sedução ou cooperação; a cooperação consiste em dar informações de forma a ganhar algo com essa acção. Neste âmbito, chegamos à conclusão que as pessoas são o verdadeiro risco para a segurança da informação e que “a corrente é tão forte quanto o seu elo mais fraco”.

O *Outsourcing* é visto como um problema na segurança da informação. O *Outsourcing* é uma forma de contratar mão-de-obra fora dos limites internos da empresa (Fusco, 2005), seja em que área organizacional for, como logística, consultoria, limpeza, entre outros. É como a contratação de serviços por meio da transferência de uma parte da

responsabilidade pela gerência para o provedor de serviços, podendo envolver relações contratuais de longo prazo (Gutierrez, et al., 2005). Logo, este período tem de ser controlado, de forma a detectar e anular possíveis elos fracos relativamente à segurança da informação da empresa contratadora.

Na terceira vertente desta formação, a gestão da segurança da informação, aprendemos que se torna importante identificar e avaliar as debilidades internas da organização, e os seus riscos, para se definir a melhor forma de agir perante as mesmas.

- ✓ Na formação em *Media Training*, adquiri conhecimentos para conceber, planeando, uma entrevista, mediante os objectivos que se pretendam alcançar com a mesma; os grupos empresariais operantes no nosso país na área dos *media* e o que cada um deles detém; como dar uma entrevista, respondendo sempre de uma forma directa e assertiva, evitando palavras com sentidos dúbios e ambíguos e colocando sempre a voz de modo a que seja perceptível para aqueles que a ouvem. Foram ainda referenciadas algumas técnicas para o entrevistado evitar questões que poderão ser problemáticas ou incómodas para ele.

Reflexão Final

A escolha da OMNICONSUL para efectuar o meu estágio curricular foi extremamente frutuosa, não só pessoalmente, mas, também, para a própria Agência. O mês de Dezembro foi o menos proveitoso, tendo o trabalho escasseado devido ao facto de encerrar o ano civil e fiscal para a maioria das organizações, que acabam por direccionar recursos para esse encerramento, agendando as novas despesas para o início do ano seguinte.

Avalio o meu desempenho como tendo sido uma mais-valia para a entidade que me acolheu, mas, sobretudo, como fundamental para a aquisição e aprofundamento de conhecimentos na área das Relações Públicas. A maior dificuldade residiu no uso do Microsoft Outlook, perfeitamente superada após uma primeira semana de adaptação. A capacidade por mim demonstrada no seio da OMNICONSUL teve como procedência os saberes adquiridos no âmbito do curso Comunicação e Relações Económicas, da Escola Superior de Educação do Instituto Politécnico da Guarda, uma instituição educativa que reconheço como muito competente.

Porém, considero que poderiam ser facultadas aos alunos, em particular aos de comunicação, mais oportunidades de aplicarem conhecimentos em contexto profissional, nomeadamente através de acordos com empresas e instituições. Tal permitiria trabalharem com casos reais, tendo um orçamento disponibilizado pelas cooperantes, um *briefing* e um conjunto de objectivos a atingir, nomeadamente com a execução de planos de comunicação, evitando-se, assim, a teorização por vezes excessiva. Antevejo neste tipo de parcerias bastantes vantagens, tanto para os estudantes como para as organizações aderentes, à semelhança do que já é praticado por instituições educativas como a Escola Superior de Comunicação Social do Instituto Politécnico de Lisboa. A implementação destas parcerias poderá também contribuir para a dinamização do tecido empresarial da Guarda, fomentando a interacção entre o Instituto e a Cidade.

Outra forma de aumentar a prática poderia passar pela realização de um estágio com maior extensão temporal, no final do curso, ou de estágios intermédios, de menor duração. De resto, penso que, em termos teóricos, o Curso de Comunicação e Relações Económicas fornece os conhecimentos básicos ao exercício no âmbito da Gestão da Comunicação e Imagem, área de actividade da OMNICONSUL, cabendo também aos discentes o seu aprofundamento, se por ela decidirem enveredar.

O gosto e a vocação pessoais, que fizeram com que optasse pela área da Comunicação, implicaram igualmente o empenhamento em adquirir e desenvolver saberes, durante o estágio e na preparação para o mesmo. As muitas pesquisas documentais realizadas e a observação atenta e proactiva no seio da OMNICONCONSUL traduziram-se em domínio técnico-científico substancialmente acrescido, que espero ter conseguido plasmar neste relatório.

Bibliografia

Air Liquide Medicinal S.A. (2009). *Bem-vindos a Air Liquide Medicinal Portugal*. Consultado em 20/Jan, 2011, em <http://www.airliquidemedicinal.pt/>.

Bahia, Juarez (1995). *Introdução à Comunicação Empresarial*. Rio de Janeiro: Mauad.

Bullet Solutions S.A. (2010). *A Empresa*. Consultado em 20/Jan, 2011, em <http://www.bulletsolutions.com/site/index.php?run=aempresa&l=1>.

Cabeggi, Gilberto (2010). *Antes tarde do que nunca: você tem direito a ser feliz*. São Paulo: Editora Gente.

Caetano, Joaquim; Vasconcelos, Paulo; Vasconcelos, Maria (2006). *Gestão de Crise*. Editorial Presença.

Carvalho, José S. Fonseca (2009). *Sobre o conceito de formação*. Consultado em 08/Fev, 2011, em <http://revistaeducacao.uol.com.br/textos.asp?codigo=12511>.

Cesca, Cleusa G. Gimenez (2006). *Relações Públicas e suas interfaces*. São Paulo: Summus Editorial.

Chinem, Rivaldo (2003). *Assessoria de Imprensa: como fazer*. São Paulo: Summus editorial.

Corrêa, Jacinto; Maggessi, Andrea; Cantanhede, Benedito et al. (2009). *Marketing: a teoria em prática*. Rio de Janeiro: Senac Nacional.

Cruz, Tadeu (2004). *Workflow II: A Tecnologia que Revolucionou Processos*. Rio de Janeiro: E-papers Serviços Editoriais Lda.

Dornelles, Beatriz (2002). *Mídia, imprensa e as novas tecnologias*. Porto Alegre: EdipuCRS.

Fundação Portuguesa do Pulmão (2010). *Quem somos*. Consultado em 20/Jan, 2011, em http://fundacaoportuguesadopulmao.org/quem_somos.html.

Fusco, José (2005). *Redes Produtivas e Cadeias de Fornecimentos*. São Paulo: Arte & Ciência.

França, Fábio; Leite, Gutemberg (2007). *A comunicação como estratégia de recursos humanos*. Rio de Janeiro: Qualitymark.

Grifols S.A. (2007). *Quem Somos*. Consultado em 20/Jan, 2011, em <http://www.grifols.com/web/contenidoWorldwide2.asp?seccion=3&subseccion=620&tercero=1>.

Gutierrez, Margarida, et al. (2005). *Estudos em Negócios IV*. Rio de Janeiro: Mauad.

Hallin, Daniel C. (1986). *The uncensored war: the media and Vietnam*. Berkeley: Los Angeles: University of California Press.

Iasbeck, Luiz Carlos Assis (2002). *Arte dos Slogans (A): as Técnicas de Construção das Frases de Efeito do Texto Publicitário*. São Paulo: Annablume.

Juliano, A. (2011). *Definição de Marketing de Serviços*. Consultado em 11/Fev, 2011, em <http://guiadomarketing.powerminas.com/definicao-de-marketing-de-servicos/>.

Junior, Luiz (1999). *Você tem medo do quê*. São Paulo: Editora Fundação Peirópolis

Lampreia, J. Martins (1999). *A Assessoria de Imprensa em Relações Públicas*. Mem Martins: Publicações Europa-América.

Lampreia, J. Martins (2005). *Lóbi - Ética, Técnica e Aplicação*. Lisboa: Texto Editores.

Lawrence, G. Hrebiniak (2005). *Making strategy work: leading effective execution and change*. New Jersey: Wharton School Publishing.

Lucas, Luciane (2004). *Com credibilidade não se brinca! A identidade corporativa como diferencial nos negócios*. São Paulo: Summus Editorial

Martins, Leandro (2006). *Marketing, Como se Tornar um Profissional de Sucesso*. São Paulo: Digerati Books.

Maia, Márcio (2008). *A importância da cor como ferramenta de comunicação e marketing contemporâneos na cultura ocidental sob análise da psicologia das cores*. Consultado em 10/Jan, 2011, em <http://www.webartigos.com/articles/3745/1/Cor-Como-Ferramenta-De-Comunicacao-E-Marketing/pagina1.html#ixzz1DcmKIIqw>.

Oliveira, I.L.; Paula, M.A. (2006). *Componentes da Comunicação Estratégica: uma reflexão sobre a articulação entre os aspectos teórico conceituais e práticos*. Congresso Brasileiro Publicações.

Omniconsul (2008). *Auditorias em Comunicação*. Consultado em 20/Jan, 2011, em <http://www.omniconsul.pt/>.

Omniconsul (2008). *Comunicação Interna*. Consultado em 20/Jan, 2011, em <http://www.omniconsul.pt/>.

Omniconsul (2008). *Filosofia*. Consultado em 20/Jan, 2011, em <http://www.omniconsul.pt/>.

Omniconsul (2008). *História*. Consultado em 20/Jan, 2011, em <http://www.omniconsul.pt/>.

Omniconsul (2008). *Imagem Empresarial*. Consultado em 20/Jan, 2011, em <http://www.omniconsul.pt/>.

Omniconsul (2008). *Relações com a Imprensa*. Consultado em 20/Jan, 2011, em <http://www.omniconsul.pt/>.

Omniconsul (2008). *Relações Institucionais*. Consultado em 20/Jan, 2011, em <http://www.omniconsul.pt/>.

Ouchi, William G. (1986). *Teoria Z: como as empresas podem enfrentar o desafio japonês*. São Paulo: Nobel.

Pagano, Robin Alves (2002). *Identidade Organizacional: a base da cultura corporativa*. Consultado em 8/Fev,2011, em http://www.intelligentia.com.br/novidades/artigos/ensaio_rap0204-1.pdf.

Peón, Maria Luíza. (2000). *Sistemas de Identidade Visual*. 2AB Editora.

Sá, Carlos; Sá, Daniel (2009). *Marketing para desporto: um jogo empresarial*. Porto Edições IPAM

Simões, Roberto Porto (1995). *Relações públicas: função política*. São Paulo: Sumus Editorial.

Strunck, Gilberto (1989). *Identidade visual: A direcção do olhar*. Rio de Janeiro: Editora Europa.

Tenório, Fernando Guilherme (2006). *Responsabilidade social empresarial: Teoria e Prática*. Rio de Janeiro: Editora FGV.

Vieira, Roberto Fonseca (2004). *Comunicação Organizacional: Gestão de Relações Públicas*. Rio de Janeiro: Mauad.

Vieira, Roberto Fonseca (2002). *Relações Públicas: opção pelo cidadão*. Rio de Janeiro: Mauad.

VV. AA (2008) *Comunicação de crise*. In Dicionária 2009 [DVD-ROM]. Porto: Porto Editora.

VV. AA (2008) *Dicionário de Língua Portuguesa*. In Dicionária 2009 [DVD-ROM]. Porto: Porto Editora.

VV. AA (2008) *Marketing-mix*. In Dicionária 2009 [DVD-ROM]. Porto: Porto Editora.

VV. AA (2011). *População na Capital*. Consultado em 04/Fev, 2011, em <http://www.por7ugal.net/index.html>.

VV. AA (2008) *Texto publicitário*. In Dicionária 2009 [DVD-ROM]. Porto: Porto Editora.

Wolf, Mauro (1995). *Teorias da comunicação*. Lisboa: Presença.

| **Anexos** |



Listagem de Anexos

Anexo 1 – Plano de Estágio

Anexo 2 – DVD

- A) Acta
- B) Programa do Seminário
- C) Possíveis *Targets* Seminário
- D) *Targets* Seminário com observações
- E) Base de Dados imprensa
- F) *Briefing Bullet Solutions*
- G) Plano de Comunicação *Bullet Solutions*
- H) Programa Congresso FPP
- I) *Press-Kit*
- J) Publicações I Congresso FPP
- K) Publicações Dia Mundial da Pneumonia
- L) Publicações Dia Mundial da DPOC
- M) Temas *Clipping* FPP
- N) Plano de Comunicação *Grifols*
- O) Exercício Template
- P) Formação em Lóbi
- Q) Formação em *Intelligence*

Anexo 3 – Cartas Modelo Seminário “Gestão da Segurança da Informação”

Anexo 4 – *Press-Release* Seminário “Gestão da Segurança da Informação”

Anexo 5 – Textos BIR

Anexo 6 – *Position Paper*

Anexo 7 – *Template*

Anexo 8 – *Press-Release* “Dia Mundial da Espirometria”

Anexo 9 – Exemplo de *Clipping* de Evento

Anexo 10 – *Press-Release* “I Congresso da FPP”

Anexo 11 – Segundo *Press-Release* da FPP

Anexo 12 – *Press-Release* “Dia Mundial da Pneumonia”

Anexo 13 – *Press-Release* “Dia Mundial da Doença Pulmonar Obstrutiva Crónica”

Anexo 14 – Exemplo de *Clipping* Periódico

Anexo 1

Plano de Estágio

Plano de Estágio

Serviços Administrativos

- Familiarização com a empresa
- Serviços básicos da actividade empresarial (fax, e-mail, correio, entre outras)
- Noções de marketing de serviços
- Noções de orçamento e facturação

Gabinete de Imprensa

- *Press Monitoring*/Serviço de Recortes
- Elaboração de Comunicados/Artigos para Comunicação Social
- Elaboração de textos para *Newsletters*
- Participação numa acção de imprensa

Serviço Executivo

- Reunião criativa/planeamento de Campanha
- Elaboração de Propostas
- Formação: Participação em Workshop (*Media Training* ou outro)
- Novas Tecnologias: *Internet Monitoring/Internet Consulting*
- Apoio e participação nas Equipas de Trabalho
- Abordagem de temas específicos do interesse dos Estagiários

Anexo 2

DVD

Anexo 3

Cartas modelo Seminário

“Gestão da Segurança da Informação”

Exmo. Senhor

Presidente da Associação

Assunto: Gestão da Segurança da Informação

Lisboa, de Agosto de 2010

Senhor Presidente...

Saberão os vossos associados como prevenir as fugas de informação nas suas empresas?

A competitividade das instituições mede-se cada vez mais pelo seu grau de imunidade às tentativas da concorrência em obter informação sensível interna.

Saber preservar essa informação, passou a ser uma mais-valia preciosa para qualquer gestor, num mercado cada vez mais global e competitivo.

Tendo em atenção esse problema crescente em Portugal, a Omniconsul, vai realizar, neste próximo mês de Outubro, o primeiro seminário sobre o tema, com vista a dotar as empresas de um sistema que lhes permitam fazer face ao *Market Intelligence* da Concorrência.

Tomamos a liberdade de o contactar no sentido de lhe solicitar a divulgação desta iniciativa pioneira em Portugal, junto dos vossos associados.

Neste sentido, deixamos-lhe um programa e ficha de inscrição, ficando ao dispor para lhe facultar toda a informação complementar que entender de interesse.

Antecipadamente gratos pela atenção que puder dispensar a este assunto, aproveito para lhe apresentar os meus cordiais cumprimentos

Atentamente

Exmo: Senhor

Digno Director Geral (Administrador ou presidente)

Lisboa de Agosto 2010

Assunto: Gestão de segurança da Informação

Exmo. Senhor...

Os seus colaboradores saberão como prevenir as fugas de informação na sua empresa?

A competitividade das instituições mede-se cada vez mais pelo seu grau de imunidade às tentativas da concorrência em obter informação sensível interna.

Saber preservar essa informação, passou a ser uma mais-valia preciosa para qualquer gestor, num mercado cada vez mais global e competitivo.

Tendo em atenção esse problema crescente em Portugal, a Omniconsul, vai realizar, neste próximo mês de Outubro, o primeiro seminário sobre o tema, com vista a dotar as empresas de um sistema que lhes permitam fazer face ao *Market Intelligence* da Concorrência.

Tomámos a liberdade de o contactar, com vista a informa-lo desta iniciativa, para o qual lhe anexamos um programa e uma ficha de inscrição, ficando ao dispor para lhe facultar toda a informação complementar que entender de interesse

Esperando podermos contar com a participação da sua empresa nesta iniciativa pioneira, aproveito para lhe endereçar os meus respeitosos cumprimentos

Atentamente

Exmo Senhor

Presidente do

Lisboa, de Agosto de 2010

Assunto: Gestão da Segurança da Informação

Exmo senhor Presidente

Os vossos colaboradores saberão como prevenir as fugas de informação nessa instituição?

O bom funcionamento das empresas públicas e organismos do Estado, depende cada vez mais do seu grau de imunidade às tentativas externas de obter informação sensível.

Saber preservar essa informação, passou a ser uma mais-valia preciosa para qualquer gestor, num mercado cada vez mais global e competitivo.

Tendo em atenção esse problema crescente em Portugal, a Omniconsul, vai realizar, neste próximo mês de Outubro, o primeiro seminário sobre o tema, com vista a dotar as Instituições de um sistema que lhes permitam fazer face ao *Market Intelligence* de mais diversas origens.

Tomámos a liberdade de o contactar, com vista a informa-lo desta iniciativa, para o qual lhe anexamos um programa e uma ficha de inscrição, ficando ao dispor para lhe facultar toda a informação complementar que entender de interesse.

Esperando podermos contar com a participação dessa instituição, nesta iniciativa pioneira, aproveito para lhe endereçar os meus respeitosos cumprimentos

Atentamente

Anexo 4

Press-Release Seminário

“Gestão da Segurança da Informação”



COMO PREVENIR FUGAS DE INFORMAÇÃO NAS ORGANIZAÇÕES

Lisboa, 4 de Novembro de 2010 – A Omniconsul realiza no próximo dia 10 de Novembro um Seminário pioneiro sobre a “Gestão da Segurança da Informação” no Centro Cultural de Belém, na sala Daciano da Costa, com o objectivo de sensibilizar os gestores para a prevenção fugas de informação nas suas organizações.

A segurança da informação nas empresas não é uma questão que deva ser unicamente responsabilidade do departamento de informática mas também pelos próprios líderes das organizações, que são responsáveis pelo primeiro nível de intervenção definindo a política e as medidas de protecção para que as informações não caiam nas mãos erradas.

Quer os colaboradores das organizações, quer os procedimentos e quer o tipo de tecnologia utilizada na produção, processamento, transmissão e armazenamento de toda a informação, podem ser factores de vulnerabilidade para a segurança da mesma e potenciais fontes de fuga para a concorrência.

O seminário contará com ilustres especialistas da área, Paulo Almeida, Consultor de Segurança de Informação e Inteligência Competitiva, e Augusto Fragoso director de Sistemas de Informação da ANACOM, como oradores, conforme o programa em anexo. Para mais informações visite o site em www.segurancainfo.com.

Contactos

Gabinete de Imprensa

OmniConsul – Consultores em Comunicação

Tel. (351) 213 129 142 Fax. (351) 213 541 340

João Coelho: Telm. (351) 918 796 812

Ana Fernandes: Telm. (351) 917 636 119

Anexo 5

Textos BIR

TED Talks, fazem falta mais ideias como esta...

Num Mundo onde as boas ideias escasseiam, existe um conceito em crescimento, que poderá permitir uma melhoria substancial da filosofia de vida e do próprio conhecimento, levando ao debate novas ideias e aparecimento de novos conhecimentos. *TED* (Technology, Entertainment, Design) *Talks* é o nome deste conceito.

Este dá origem a excelentes debates, apresenta ideias discutidas por vencedores de prémios Nobel, filósofos, especialistas de todas as áreas expondo concepções e ideias extremamente avançadas, compartilha-se descobertas, pensamentos, discute-se questões importantes sobre a existência e a condição humana. Este conceito teve início com uma conferência no ano de 1984, tendo reunido grandes pensadores nas áreas da tecnologia, entretenimento e *design*, com a premissa de difundir conhecimento, expor idéias para mudar atitudes, comunidades e o mundo.

Ideas worth spreading é o lema deste extraordinário conceito, que desde então a sua proeminência foi crescendo exponencialmente.

Estes debates ocorrem anualmente na cidade de Long Beach, na Califórnia, durante quatro dias. São cerca de 50 oradores de diversos países, havendo um compartilhar de avanços em diversas áreas do conhecimento humano, como ciência, economia, questões globais e artes, entre outras.

Todos têm o grande desafio de apresentar as suas idéias, descobertas e pensamentos em apenas 18 minutos! Al Gore, Johnny Lee e Stephen Hawking são alguns destes oradores, entre outros.

O mais fascinante neste conceito é a própria criação de uma verdadeira rede global de pensadores, paralela à noção de Aldeia Global, envolvendo diversos povos, culturas tentando atingir a compreensão profunda do mundo e de como esta poderia mudar as nossas vidas, o nosso próprio futuro, de preferência para melhor, sendo que, quanto mais pessoas conhecerem estas ideias, mais forte e completa esta rede será.

A participação do público é concorridíssima sendo que as reservas para estes eventos esgotam com um ano de antecedência.

Em Portugal, este ano existiram as primeiras TEDx na cidade de Lisboa, que por sua vez são eventos independentes, organizados a nível local com o objectivo de proporcionar uma experiência semelhante às TED, em que o x significa que é organizado de forma independente, onde os oradores são por norma da nacionalidade do País organizador.

Para quem estiver interessado basta uma pesquisa num qualquer motor de busca cibernauta com o nome "*TED Talks*", sendo garantido satisfação plena de mente, tanto que alguns intervenientes já lhe chamaram, "o melhor SPA para a mente" e "uma viagem de quatro dias ao futuro."

Jorge Bidarra

Parabéns a Você, e nós agradecemos

No próximo dia 10 de Dezembro comemora-se um aniversário bastante especial, um aniversário universal, de algo que acabou por marcar a Vida Masculina por todo o Mundo mudando mentalidades, ajudando a criar a definição de "Expressão de Liberdade" levando-a a um novo nível que outrora poderia ser considerada de blasfémia.

Para os mais distraídos e não sabidos, este aniversário a que me refiro é da tão afamada e apetecível revista *Playboy*.

Decorria o ano, de nosso Senhor de 1953 quando um jovem Americano (só podia) de nome Hugh Hefner, na época director de circulação da revista *Children's Activities*, acreditou, e bem, que poderia haver mercado para uma revista direccionada aos jovens adultos, quando que as publicações masculinas existentes eram sobre caçadas, armas, carros, etc. ignorando por completo o tema que mais preocupava os homens: as mulheres! Foi então que, com apenas 27 anos, teve uma ideia que mudaria a sua vida, e de tantos homens pelo mundo fora, revolucionando o mercado de revistas e não só....

Hefner pagou 500 dólares pelos direitos das fotos que Marilyn Monroe tirou para um calendário no início da sua carreira, pedindo dinheiro emprestado a amigos e parentes acabou por criar uma revista, sendo levada curiosamente às bancas sem número na capa da edição, pois Hefner não tinha certeza se haveria continuação.

O sucesso instantâneo, da revista *Playboy* não foi acidental: O *timing* de Hefner foi perfeito, trazendo à porta de casa uma revista fresquinha e de primeira.

A Era Vitoriana tinha terminado, acontece a Primeira Guerra Mundial, o que foi acompanhado pelo colapso na economia mundial e, em seguida, estoura a Segunda Guerra Mundial. Os homens que emergiram desta época estavam cansados de tanta responsabilidade sobre os ombros e abraçaram com todo o gosto o "*american way of life*" e todo seu consumismo.

Para quem não sabe, ou anda distraído, todos os meses, a revista *Playboy* apresenta aos seus leitores uma estrela principal: a capa da revista, a *playmate* do mês, bem como uma entrevista e reportagens sobre assuntos diversos do universo masculino.

Mas a história da *Playboy* nem sempre é feita a cor-de-rosa, esta inspiradora revista é distribuída em mais de trinta países, mas nem sempre é bem aceite ou até compreendida. Países como China, Malásia, Índia, Tailândia, Coreia do Sul, Taiwan, Singapura e Brunei, a venda e distribuição da revista *Playboy* é proibida. Em acumulação a esta lista de países, a revista também é banida em quase todos os países muçulmanos da Ásia e da África.

Pondo de parte censuras e incompreensões, a Playboy já contou com participações de atrizes, cantoras que cantam e encantam, modelos entre outras profissões do *Mundo do Show Business*. Meninas como Brigitte Bardot (1958), Ursula Andress (1965), Nastassja Kinski (1979), Cindy Crawford (1988), Sharon Stone (1990), Drew Barrymore (1995), Denise Richards (2004) entre outras, passearam por entre páginas que fizeram as delícias de muitos homens, muitas gerações, participando até na sua própria educação, dando sempre um novo significado ao sentido de liberdade.

Inerente a este império da *Playboy* está o não menos famoso Coelho, símbolo que pretende caricaturar todo o erotismo que está ligado à marca Playboy, coelho este que segundo o próprio Hefner transmite uma "*conotação sexual engraçada*" sendo que o laço foi adicionado para dar um ar de sofisticação.

De acordo com Arthur Paul, o primeiro director de arte da Playboy e aquele que desenhou o tão famoso logo, "Se eu tivesse a menor ideia de quão importante o coelhinho chegaria a ser um dia, eu, provavelmente, teria o redesenhado uma dúzia de vezes... Na época eu só fiz um desenho e pronto. Eu provavelmente não demorei mais de meia hora a acabar."

Ora aqui está a prova de que a simplicidade por vezes ultrapassa a sofisticação. Este império conta ainda com a aclamada Mansão *Playboy* sitio onde a maioria dos homens se sentiria como a "Alice no País das Maravilhas" e onde algumas mulheres se poderiam sentir num "Mundo Cruel".

Em Portugal esta revista já foi comercializada, mas problemas contratuais ainda por explicar permitiram pouco mais de um ano de existência, continuamos a aguardar. Por outro lado no Brasil a revista chega em Agosto de 1975 às bancas porém devido à Ditadura Militar que julgava o nome *Playboy* erótico demais, a revista teve que mudar o nome e foi baptizada como "A Revista do Homem". Porém actualmente a congénere Brasileira da *Playboy* tem das edições mais vendidas de sempre, com meninas que fazem sonhar... como capa.

Por estas e por muitas outras (razões ou não) eu digo, Parabéns *Playboy* por estes 57 anos e que venham mais 57 assim ou melhores!

Jorge Bidarra

Anexo 6

Position Paper

Capítulo II - Consultas através de Redes Sociais

Em que Consiste?

Na conjuntura económica actual existe a possibilidade de diminuir alguns custos/gastos na área da Saúde, nomeadamente reduzindo o tempo alocado aos Recursos Humanos necessários para o acompanhamento de certas Doenças.

No actual contexto de contenção de despesas, que embora necessário, aumenta as dificuldades em termos de Recursos Humanos para responder às necessidades permanentes dos doentes, torna-se necessário encontrar soluções práticas para se responder na totalidade às expectativas do "cliente final", isto é o Utente do Serviço Nacional de Saúde (SNS).

Não é novidade que as Redes Sociais existem e embora parecendo um paradoxo, estas funcionam cada vez mais como uma ferramenta de comunicação e de aproximação entre culturas, pensamentos e neste ultimo ano até entre médicos e doentes.

Com efeito há conhecimento que vários médicos do sector privado aderiram as Redes Sociais de forma a dar um acompanhamento mais personalizado a cada Paciente conseguindo atingir um elevado grau de satisfação, tanto do utente como do próprio médico.

Na possibilidade de implementar um sistema similar dentro do próprio SNS, em que se aproveitaria as redes sociais, blogues e outras plataformas virtuais, os utentes poderiam usufruir no conforto da sua própria casa de um apoio personalizado e direccionado do seu próprio médico, diminuindo os custos com logística, burocracias, utilizando um só correio electrónico como meio de inscrição para a consulta.

Este tipo de Consulta Médica de acompanhamento seria uma mais-valia para as diversas áreas terapêuticas, nomeadamente para Doenças Respiratórias, diminuindo também o próprio risco do utente se expor à possibilidade de contrair outras doenças, riscos estes que estão presentes em quaisquer salas de atendimento presencial do SNS. Passando a haver uma maior acessibilidade a

um direito universal, a Saúde, por parte de quem mais tem dificuldades em despender tempo para estar sujeito a filas intermináveis, desbloqueando também o "sistema" para quem realmente necessita de uma consulta presencial, atingir-se ia uma nova era de eficiência e de qualidade no SNS.

Esta facilidade de marcação em forma de atendimento acessível e personalizado poderia desbloquear recursos que inicialmente estariam a ser canalizados de forma unilateral, possibilitando também que estes mesmos recursos fossem reduzidos, ou utilizados de uma forma mais efectiva, diminuindo os custos de atendimento ao utente.

Vantagens Previstas

- Hospitais/SNS

- Libertação de camas e espaço útil.
- Evitar o excesso de utilização de serviços como as urgências para casos menos graves, levando a um conseqüente descongestionamento dos serviços hospitalares.
- Possível contributo para a resolução da grave falta de médicos nos hospitais (que poderiam trabalhar a partir de casa).
- Significativa redução na despesa hospitalar, tanto em termos logísticos como materiais.
- Optimização dos poucos recursos humanos existentes.

- Médicos/Especialistas

- Métodos de trabalho facilitado.
- Flexibilidade de horários.
- Agendamento prático.
- Possibilidade de resposta rápida à necessidade dos pacientes em qualquer altura e em qualquer lugar.
- Possibilidade de atender o utente a hora e em local conveniente.
- Maior possibilidade de gerenciar os próprios utentes.
- Existem grandes probabilidades de avanços científicos tendo como base de estudo os próprios debates entre pacientes/médicos.

- Utentes

- Rentabilização de tempo em idas ao Hospital e/ou centros de saúde.
- Redução nas despesas Hospitalares e deslocações.
- Possibilidade de apreensão de novos conceitos e tipos de tratamento com base na experiência de outros utentes com a mesma doença.
- Facilidade em aceder a um bom acompanhamento e esclarecimento de dúvidas independentemente da sua localização.
- Ter oportunidade de pesquisa e obtenção de informações e opiniões diversificadas do ponto de vista médico.
- Utentes que tenham dificuldade ou problemas que os incapacitem de se deslocar a espaços médicos, terão uma acentuada subida na qualidade de vida.
- Possibilidade de criação e manutenção de um histórico de consultas minucioso.
- Sistema de consultas adequado também para acompanhamento entre consultas presenciais.
- Diminuição de burocracia e de esperas intermináveis pelo simples facto de o médico de família ou responsável se encontrar ausente, seja por motivos pessoais, ou outros.
- Anonimato garantido se pretendido.

É necessário no entanto denotar que como dificuldades maiores, estarão as situações em que o utente não disponha de um Computador e/ou não saiba utilizar as Redes Sociais, o que se verifica sobretudo nas camadas mais idosas da população.

Capítulo III – Consultas de Acompanhamento em Grupo

Em que consiste?

A prestação de cuidados de saúde é hoje em dia um processo que envolve a utilização de recursos cada vez mais dispendiosos num cenário global de restrição orçamental.

Um outro método para a redução de despesas na área das Doenças Respiratórias, pode estar assente na realização de consultas dirigidas por um médico, com vários pacientes possuidores do mesmo problema de saúde. Estas consultas em grupo, que nestes últimos anos têm vindo a verificar uma tendência crescente nos Estados Unidos, devido às suas vantagens e visto que permita que os médicos atendam um maior número de utentes, durante um período de consulta mais alargadas e consequentemente disponham de mais tempo para os mesmos.

Vantagens Previstas

Muitos utentes mostram-se satisfeitos com estas consultas e dizem ser extremamente benéficas porque sentem-se esclarecidos sobre o seu problema e sobre como devem proceder no tratamento, visto que cada utente faz as suas perguntas e essas podem se tornar muito proveitosas para os restantes que provavelmente não se lembrariam de as colocar.

Após as consultas os médicos podem optar por acompanhar o paciente através de telefone ou mesmo e-mail coordenando assim a medicação e evitando que estes tenham de se deslocar de novo às clínicas.

Estes factos tornam-se muito vantajosos, tendo em conta a situação actual do Sistema Nacional de Saúde em relação ao fecho de muitas urgências e a falta de médicos nas mesmas, evitando assim constrangimentos por parte dos pacientes bem como as enormes filas de espera.

- Para os Hospitais/SNS

Estas consultas dão oportunidade aos utentes de estarem melhor informados e podem posteriormente (prevenir que estes tenham problemas graves) reduzindo assim o número de idas às urgências dos Hospitais e quando necessário o recurso a cirurgias dispendiosas.

È conhecido o exemplo de uma clínica norte-americana que descobriu que os idosos que assistiam às consultas de grupo mensalmente, recorriam menos aos hospitais.

- Maior eficácia do funcionamento dos Recursos Humanos (RH).
- Rentabilidade do número de horas despendidas pelos utentes.
- Existe a possibilidade de atingir novas abordagens perante os diferentes quadros clínicos, tendo como base de estudo os próprios debates entre pacientes/médicos.
- Representa uma mais-valia face a resolução da falta de técnicos de saúde e médicos nos hospitais.
- Redução das Despesas Hospitalares.
- Melhor aproveitamento do tempo dispensado a consultas externas.

-Para os Utes

- Evitar o tempo de espera nas urgências.
- Reduzir o número de deslocações aos hospitais.
- Compartilhar experiências de forma a reduzir o sofrimento individual do utente, compartilhando também novos métodos de atenuar os efeitos da própria doença.
- Além de poderem usufruir de mais tempo com o seu médico os doentes podem partilhar o seu histórico de doença com os outros pacientes com o mesmo problema e vice-versa.

Anexo 7

Template

CLIPPING

Publicação:

Área:

Natureza:

Frequência:

Assunto:

Data:

PAR IMPAR

CONTEÚDO	<i>Mto. Favorável</i>	<i>Favorável</i>	<i>Neutro</i>	<i>Desfavorável</i>	<i>Mto.Desfavorável</i>

Pág.

Anexo 8

Press-Releases

“Dia Mundial da Espirometria”

DIA MUNDIAL DA ESPIROMETRIA

ESPIROMETRIA, O DIAGNÓSTICO PRECOCE QUE PODE MELHORAR A QUALIDADE DE VIDA

Lisboa, 13 de Outubro de 2010 – A Fundação Portuguesa do Pulmão (FPP) promove, no próximo dia 14 de Outubro, o Dia Mundial da espirometria. Este evento realiza-se em paralelo com o ano internacional do pulmão.

Sendo a 4ª causa de morte de mulheres em Portugal no ano de 2009, (cerca de 5791 óbitos (Fonte: INE)), as doenças respiratórias têm vindo a se tornar uma crescente preocupação dos profissionais de saúde. A espirometria é uma técnica que permite o diagnóstico precoce e a caracterização da gravidade dessas mesmas doenças, caso elas existam, avaliando também as suas repercussões funcionais e o grau de controlo do mesmo.

Estima-se que 40% dos portugueses são afectados anualmente por doenças que limitam a capacidade respiratória, entre elas, a Doença Pulmonar Obstrutiva Crónica (DPOC) e a Asma que atingem cerca de 800.000 e 1.000.000 de portugueses, respectivamente. Dados estes números, a FPP em associação com outras organizações, nomeadamente, a Sociedade Portuguesa de Pneumologia (SPP), Projecto Gold, Associação Nacional de Tuberculose e Doenças Respiratórias (ANTDR) e RESPIRA, pretende sensibilizar a população para as doenças, atribuindo assim o reconhecimento da importância da espirometria e a sua posterior vulgarização, através duma campanha tendo como rosto Cristiano Ronaldo.

Suportado por esta iniciativa será organizado um *roadshow* apoiado numa unidade móvel de rastreio que irá percorrer o país de norte a sul, que começará a 14 de Outubro em Lisboa e terminará no Porto a 17 de Novembro, conforme o programa em anexo.

Para mais informações:

Omniconsul – Consultores em Comunicação, Lda

Tel.: (351) 213129142



Programa Roadshow

Lisboa: 14 de Outubro

Faro: 18 de Outubro

Évora: 19 de Outubro

Santarém: 20 de Outubro

Leiria: 21 de Outubro

Braga: 22 de Outubro

Setúbal: 8 de Novembro

Coimbra: 9 de Novembro

Guarda: 10 de Novembro

Viseu: 11 de Novembro

Aveiro: 12 de Novembro

Vila Real: 15 de Novembro

Viana do Castelo: 16 de Novembro

Porto: 17 de Novembro

DIA MUNDIAL DA ESPIROMETRIA

CRISTIANO RONALDO DÁ A CARA EM NOME DO DIA DA ESPIROMETRIA

Lisboa, 13 de Outubro de 2010 – A Fundação Portuguesa do Pulmão (FPP) promove, no próximo dia 14 de Outubro, o Dia Mundial da espirometria. Este evento realiza-se em paralelo com o ano internacional do pulmão.

Para todos os atletas amadores ou de alta competição, tendo estes a necessidade de manter o aparelho respiratório saudável, de modo a garantir um melhor rendimento, é de todo o interesse falar em espirometria, termo desconhecido por muitos, mas que pode interessar aos que se preocupam com o seu bem-estar e saúde. Esta técnica permite o diagnóstico precoce e a caracterização da gravidade das doenças respiratórias, caso elas existam, avaliando também as suas repercussões funcionais e o grau de controlo do mesmo.

Estima-se que 40% dos portugueses são afectados anualmente por doenças que limitam a capacidade respiratória, entre elas, a Doença Pulmonar Obstrutiva Crónica (DPOC) e a Asma que atingem cerca de 800.000 e 1.000.000 de portugueses, respectivamente. Dados estes números, a FPP em associação com outras organizações, nomeadamente, a Sociedade Portuguesa de Pneumologia (SPP), Projecto Gold, Associação Nacional de Tuberculose e Doenças Respiratórias (ANTDR) e RESPIRA, pretende sensibilizar a população para as doenças, atribuindo assim o reconhecimento da importância da espirometria e a sua posterior vulgarização, através duma campanha tendo como rosto Cristiano Ronaldo.

Suportado por esta iniciativa será organizado um *roadshow* apoiado numa unidade móvel de rastreio que irá percorrer o país de norte a sul, que começará a 14 de Outubro em Lisboa e terminará no Porto a 17 de Novembro, conforme o programa em anexo.

Para mais informações:

Omniconsul – Consultores em Comunicação, Lda

Tel.: (351) 213129142



Programa Roadshow

Lisboa: 14 de Outubro

Faro: 18 de Outubro

Évora: 19 de Outubro

Santarém: 20 de Outubro

Leiria: 21 de Outubro

Braga: 22 de Outubro

Setúbal: 8 de Novembro

Coimbra: 9 de Novembro

Guarda: 10 de Novembro

Viseu: 11 de Novembro

Aveiro: 12 de Novembro

Vila Real: 15 de Novembro

Viana do Castelo: 16 de Novembro

Porto: 17 de Novembro

DIA MUNDIAL DA ESPIROMETRIA

ANUALMENTE CERCA DE 40% DOS PORTUGUESES SOFREM DE DOENÇAS RESPIRATÓRIAS

Lisboa, 13 de Outubro de 2010 – A Fundação Portuguesa do Pulmão (FPP) promove, no próximo dia 14 de Outubro, o Dia Mundial da espirometria. Este evento realiza-se em paralelo com o ano internacional do pulmão.

A espirometria é uma técnica que permite o diagnóstico precoce e a caracterização da gravidade das doenças respiratórias, caso elas existam avaliando também as suas repercussões funcionais e o grau de controlo do mesmo.

Estima-se que 40% dos portugueses são afectados anualmente por doenças que limitam a capacidade respiratória, entre elas, a Doença Pulmonar Obstrutiva Crónica (DPOC) e a Asma que atingem cerca de 800.000 e 1.000.000 de portugueses, respectivamente. Outra doença com grande impacto na qualidade de vida de cerca de 25% da população de todas as idades é a Rinite, cuja incidência tende a aumentar de ano para ano.

Não obstante os importantes progressos terapêuticos, o Cancro do Pulmão mata mais de dez portugueses por dia, podendo vir a ser considerada como uma doença crónica, por outro lado dentro de 2 a 3 anos, Portugal poderá entrar no grupo de países Europeus de baixa incidência de Tuberculose. Por fim mas não menos importante, nas Pneumonias continuamos a ter sérios problemas, visto que a sua ocorrência tem vindo a aumentar, aproximando-se dos 200.000 casos por ano, causando mais de 50.000 internamentos e mais de 5.000 mortes em cada ano.

Dados estes números, a FPP em associação com outras organizações, nomeadamente, a Sociedade Portuguesa de Pneumologia (SPP), Projecto Gold, Associação Nacional de Tuberculose e Doenças Respiratórias (ANTDR) e RESPIRA, pretende sensibilizar a população para as doenças, atribuindo assim o reconhecimento da importância da espirometria e a sua posterior vulgarização, através duma campanha tendo como rosto Cristiano Ronaldo.

Suportado por esta iniciativa será organizado um *roadshow* apoiado numa unidade móvel de rastreio que irá percorrer o país de norte a sul, que começará a 14 de Outubro em Lisboa e terminará no Porto a 17 de Novembro, conforme o programa em anexo.

Para mais informações:

Omniconsul – Consultores em Comunicação, Lda

Tel.: (351) 213129142



Programa Roadshow

Lisboa: 14 de Outubro

Faro: 18 de Outubro

Évora: 19 de Outubro

Santarém: 20 de Outubro

Leiria: 21 de Outubro

Braga: 22 de Outubro

Setúbal: 8 de Novembro

Coimbra: 9 de Novembro

Guarda: 10 de Novembro

Viseu: 11 de Novembro

Aveiro: 12 de Novembro

Vila Real: 15 de Novembro

Viana do Castelo: 16 de Novembro

Porto: 17 de Novembro

DIA MUNDIAL DA ESPIROMETRIA

ANUALMENTE CERCA DE 40% DOS PORTUGUESES SOFREM DE DOENÇAS RESPIRATÓRIAS

Lisboa, 13 de Outubro de 2010 – A Fundação Portuguesa do Pulmão (FPP) promove, no próximo dia 14 de Outubro, o Dia Mundial da espirometria. Este evento realiza-se em paralelo com o ano internacional do pulmão.

A espirometria é uma técnica que permite o diagnóstico precoce e a caracterização da gravidade das doenças respiratórias, caso elas existam avaliando também as suas repercussões funcionais e o grau de controlo do mesmo.

Estima-se que 40% dos portugueses são afectados anualmente por doenças que limitam a capacidade respiratória, entre elas, a Doença Pulmonar Obstrutiva Crónica (DPOC) e a Asma que atingem cerca de 800.000 e 1.000.000 de portugueses, respectivamente. Dados estes números, a FPP em associação com outras organizações, nomeadamente, a Sociedade Portuguesa de Pneumologia (SPP), Projecto Gold, Associação Nacional de Tuberculose e Doenças Respiratórias (ANTDR) e RESPIRA, pretende sensibilizar a população para as doenças, atribuindo assim o reconhecimento da importância da espirometria e a sua posterior vulgarização, através duma campanha tendo como rosto Cristiano Ronaldo.

Suportado por esta iniciativa será organizado um *roadshow* apoiado numa unidade móvel de rastreio que irá percorrer o país de norte a sul, que começará a 14 de Outubro em Lisboa e terminará no Porto a 17 de Novembro, conforme o programa em anexo.

Para mais informações:

Omniconsul – Consultores em Comunicação, Lda

Tel.: (351) 213129142



Programa Roadshow

Lisboa: 14 de Outubro

Faro: 18 de Outubro

Évora: 19 de Outubro

Santarém: 20 de Outubro

Leiria: 21 de Outubro

Braga: 22 de Outubro

Setúbal: 8 de Novembro

Coimbra: 9 de Novembro

Guarda: 10 de Novembro

Viseu: 11 de Novembro

Aveiro: 12 de Novembro

Vila Real: 15 de Novembro

Viana do Castelo: 16 de Novembro

Porto: 17 de Novembro

Anexo 9

Exemplo de *Clipping* de evento

Exmo. Senhor
Dr. Jaime Pina
Digno. Vice-Presidente
Fundação Portuguesa do Pulmão
Rua Alberto de Oliveira, n 29 r/c Esq.
1700-018 Lisboa

Lisboa, 18 de Outubro de 2010
Ref.: N/091/10 – AF

Exmo. Senhor,

Segue o nosso serviço de Press Monitoring, sobre o Dia Mundial da Espirometria, referente ao período de 1 de Outubro a 18 de Outubro de 2010.

Apresento os meus melhores cumprimentos,

Ana Fernandes

Executive



FUNDAÇÃO PORTUGUESA DO PULMÃO



Serviço de Imprensa

Acção: Dia Mundial da Espirometria

Período: 1 de Outubro a dia 18 de
Outubro

Jornal de Notícias

Obrigado a trocar o cigarro pelo oxigénio

Raul Cacheira passou 58 anos a fumar dois maços por dia. Há dois, a Doença Pulmonar Obstrutiva Crónica trocou-lhe o vício: agora é dependente de uma bomba de oxigénio. O Centro Hospitalar Gaia/Espinho faz rastreios nos centros de saúde para detectar a doença.

O exame é tão rápido e simples como medir a pressão arterial. Chama-se espirometria e deve ser feita por todos os fumadores e ex-fumadores com mais de 40 anos. O Centro Hospitalar de Gaia/Espinho integra, desde Fevereiro de 2009, um projecto-piloto da Direcção-Geral de Saúde (DGS) para levar estes rastreios aos centros de saúde da sua área de influência. Hoje, quinta-feira, Dia Mundial da Espirometria, sabe-se que dos 1809 utentes rastreados num ano, 31% revelaram alterações da função respiratória.

Só a espirometria permite diagnosticar a Doença Pulmonar Obstrutiva Crónica (DPOC) provocada, sobretudo, pelo fumo do cigarro. É a doença de Raul Cacheira, homem do mar, viciado em tabaco dos 11 aos 69 anos. Raul tem agora 71 anos. Os últimos dois foram os mais duros.

Esteve internado várias vezes, chegou a pesar 42 quilos, não tinha forças para levar uma colher à boca. Conseguiu recuperar oito quilos, mas não dá mais de dois passos sem se cansar. Anda com a bomba de oxigénio para todo o lado. "Preciso de um litro por hora. Se fizer esforços, um litro e meio", diz, entre duas tossidelas carregadas de expectoração.

Raul tem menos de 50% da capacidade pulmonar. Começou a sentir o cansaço perto dos 65 anos. Sem saber, deixou a doença andar e continuou a fumar como se não houvesse amanhã. "Embarcado fumava ainda mais porque, às vezes, trabalhava 24 horas seguidas", recorda. "Foi o meu veneno", constata, pesaroso.

A mulher, Maria Ester Cunha, assente. "Acendia uns nos outros, não deixava de fumar por nada". Acabou por deixar, à força, quando se viu numa cama de hospital e percebeu que "ia desta para melhor". Aí a vida mudou. Passou a ter em casa uma bomba de oxigénio, que funciona à toda a hora. Passou a ter tubos junto ao nariz e por trás das orelhas. Passou a sair de casa de cadeira de rodas e com uma botija portátil debaixo do braço e a ter atenção ao indicador do nível de oxigénio.

Por uma vida de fumo, Raul perdeu muito. Perdeu autonomia, depende de Ester para tudo e gasta "dinheiro a mais" na farmácia. "São 116 euros de quinze em quinze dias", contabiliza a mulher. As caixas de medicamentos, alinhadas numa mesa em frente à televisão, sustentam a afirmação.

Periodicamente, Raul vai ao Hospital de Gaia, onde é seguido no serviço de Pneumologia. Três a quatro vezes por ano, faz uma espirometria. Esta prova funcional respiratória que consiste em soprar para um tubo permite diagnosticar a doença, mas também reavaliar a terapêutica, explica Miguel Guimarães, responsável pelo Laboratório de Exploração Funcional Respiratória do Centro Hospitalar de Vila Nova de Gaia/Espinho.

Detectar a doença o mais cedo possível para evitar complicações futuras é o desígnio do projecto-piloto que abrange também o Centro Hospitalar Lisboa Norte. Os primeiros resultados (ler caixa em cima) vão ser brevemente apresentados à DGS. O projecto será depois alargado a mais dois hospitais, adiantou Bárbara Parente, directora do Serviço de Pneumologia do Hospital de Gaia.

Inês Schreck

**A falta de informação
pode prejudicar a sua saúde!**

Patrocínio

Rastreio gratuito a doenças respiratórias no Porto



No âmbito das comemorações do Dia Mundial da Espirometria, o institutocuf, em parceria com a Sociedade Portuguesa de Alergologia e Imunologia Clínica, Associação Portuguesa de Asmáticos e Fundação Portuguesa do Pulmão, vai promover um rastreio gratuito às doenças respiratórias, no próximo dia 14 de Outubro, das 10:00 às 13:00, e das 14:00 às 17:00, no Porto, avança comunicado de imprensa.

De acordo com o Prof. João Fonseca, Coordenador da Imunoalergologia e responsável pelo Laboratório de alergia, inflamação e respiração do institutocuf, "o rastreio de espirometria permite a detecção precoce e prevenção de doenças muito representativas em Portugal como a Doença Pulmonar Obstrutiva Crónica ou asma. Está indicado particularmente para adultos com mais de 40 anos, expostos a tabaco, assim como a crianças com mais de 6 anos, com patologia alérgica das vias aéreas."

O rastreio decorrerá no 1º Dia Mundial da Espirometria, integrado no Ano Internacional do Pulmão, e será aberto a toda a população. Para além dos exames de diagnóstico, esta iniciativa pretende alertar a população para a saúde dos pulmões e conta com o apoio do programa Harvard Portugal, através do projecto de informação sobre doenças respiratórias crónicas.

Estima-se que 7% das mortes registadas todos os anos, a nível global, são o resultado de doenças pulmonares que podem ser prevenidas e que, a cada 5 minutos, morrem, em todo o mundo, 150 pessoas com estas patologias. Contudo, a espirometria e outras provas de função respiratória são subutilizadas. O diagnóstico de doenças respiratórias é tardio, principalmente na Doença Pulmonar Obstrutiva Crónica (DPOC), a 5ª causa de morte na Europa, e no caso da asma na criança em idade escolar.

A espirometria é o modo eficaz de detectar os primeiros sinais de várias doenças pulmonares. É um exame fácil, rápido e não invasivo. Este teste mede, especificamente, a quantidade (volume) e a velocidade (fluxo) de ar que é inspirado e expirado pelos pulmões. O exame é realizado, inspirando e expirando profundamente para um aparelho chamado espirómetro.

2010-10-13 | 12:41

Dia Mundial da Espirometria

14-10-2010

Mundial

Dia Mundial da Espirometria, 14 de Outubro: veja alertas para exames de diagnóstico precoce de doenças do pulmão

Integrado no Ano Internacional do Pulmão comemora-se, no dia 14 de Outubro, o Dia Mundial da Espirometria

A espirometria, também conhecida como exame do sopro, é um teste realizado pelo espirometro, que é um aparelho que mede o fluxo de ar nos pulmões. Para efectuar o exame basta colocar o tubo do aparelho na boca, encher totalmente os pulmões de ar e soprar com força até ao exaustor. O teste permite perceber se os brônquios se encontram obstruídos ou normais.

Além de confirmar o diagnóstico de Doença Pulmonar Obstrutiva Crónica (DPOC), a espirometria permite:

- Avaliar o grau de gravidade da doença
- Orientar o tratamento
- Avaliar a resposta terapêutica
- Monitorizar a sua evolução

A realização de espirometria, em fumadores e ex-fumadores com mais de 40 anos, poderá trazer ganhos de saúde muito significativos. Ao identificar a DPOC num estágio de menor gravidade da doença, a realização de espirometria possibilita a aplicação de medidas dirigidas de prevenção relativas ao tabagismo, ao ambiente laboral e a hábitos de vida.

2010 foi declarado Ano do Pulmão com o objectivo geral de intensificar a difusão de conhecimentos sobre prevenção e cuidados com a saúde respiratória, enfatizando a importância de se diagnosticar e tratar precocemente diversas enfermidades do tórax.

Para saber mais, consulte:

2010 Ano do Pulmão - <http://www.yesstophung.org> - em inglês

A **Unidade Local de Saúde de Matosinhos (ULSM)** realiza a 14 de Outubro, data em que se comemora o Dia Mundial da Espirometria, rastreios aos utentes do Hospital Pedro Hispano e das unidades de saúde do Agrupamento de Centros de Saúde Matosinhos.

A iniciativa do Serviço de Pneumologia tem como objectivo o diagnóstico precoce da DPOC.

As actividades de rastreio decorrem durante a manhã, das 9 horas às 12h30, e da tarde, da tarde entre as 14 horas e as 18h00, no Hospital Pedro Hispano (sala de Exames Especiais - piso 0) e nos Centros de Saúde S. Mamede do Infante, Matosinhos e Loja de Palmela e na Unidade de Saúde da Lajes.

No Centro de Saúde de Senhora da Hora, o rastreio realiza-se apenas da parte da manhã.

Em 2005, o ULSM deu início a um projecto que visa a realização de espirometrias nos centros de saúde, implementando uma rede que funciona em articulação com o Hospital Pedro Hispano.

Através deste projecto foi possível diagnosticar novos casos de DPOC, efectuando espirometria a todos os utentes com maior risco para a doença (fumadores, ex-fumadores ou outras exposições inalatórias), apelando também na prevenção primária e secundária da doença. Ao mesmo tempo foi possível aumentar a acessibilidade deste exame ao médico de família e diminuir o tempo de espera para realização do exame.

Desde Fevereiro de 2009 que técnicos de cardiopneumologia se deslocam aos vários centros de saúde e unidades de saúde familiar para realizar as espirometrias agendadas. Os resultados são enviados por correio interno para o Laboratório de Função Respiratória do Hospital Pedro Hispano, onde são validados e relatados por técnico e médico de especialidade. Posteriormente, a informação do resultado do exame é enviada ao respectivo médico de família.

Em Portugal a DPOC afecta cerca de 600 000 pessoas e é a sexta causa de morte. Devido ao seu carácter progressivo, o diagnóstico e o tratamento atempado são fundamentais para a prevenção de complicações e para reduzir as consequências na qualidade de vida dos doentes.

A DPOC está a crescer rapidamente em muitos países, como resultado da exposição a vários factores de risco, dos quais o tabaco é o principal causador de doença.

Para saber mais, consulte:

Unidade Local de Saúde de Matosinhos - <http://www.ulsm.pt>



Saúde
Actualidade
Saúde & Medicina



Dia Mundial da Espirometria celebra-se a 14 de Outubro

Rastreio gratuito a doenças respiratórias no Porto

No âmbito das comemorações do Dia Mundial da Espirometria, o institutocuf, em parceria com a Sociedade Portuguesa de Alergologia e Imunologia Clínica, Associação Portuguesa de Asmáticos e Fundação Portuguesa do Pulmão, vai promover um rastreio gratuito às doenças respiratórias, no próximo dia 14 de Outubro, das 10 às 17 horas, no Porto.

De acordo com o Prof. João Fonseca, Coordenador da Imunoalergologia e responsável pelo Laboratório de alergia, inflamação e respiração do institutocuf, "o rastreio de espirometria permite a detecção precoce e prevenção de doenças muito representativas em Portugal como a Doença Pulmonar Obstrutiva Crónica ou asma. Está indicado particularmente para adultos com mais de 40 anos, expostos a tabaco, assim como a crianças com mais de 6 anos, com patologia alérgica das vias aéreas."

O rastreio decorrerá no 1º Dia Mundial da Espirometria, integrado no Ano Internacional do Pulmão, e será aberto a toda a população. Para além dos exames de diagnóstico, esta iniciativa pretende alertar a população para a saúde dos pulmões e conta com o apoio do programa Harvard Portugal, através do projecto de informação sobre doenças respiratórias crónicas.

Estima-se que 7 por cento das mortes registadas todos os anos, a nível global, são o resultado de doenças pulmonares que podem ser prevenidas e que, a cada 5 minutos, morrem, em todo o mundo, 150 pessoas com estas patologias. Contudo, a espirometria e outras provas de função respiratória são subutilizadas.

O diagnóstico de doenças respiratórias é tardio, principalmente na Doença Pulmonar Obstrutiva Crónica (DPOC), a 5ª causa de morte na Europa, e no caso da asma na criança em idade escolar.

A espirometria é o modo eficaz de detectar os primeiros sinais de várias doenças pulmonares. É um exame fácil, rápido e não invasivo. Este teste mede, especificamente, a quantidade (volume) e a velocidade (fluxo) de ar que é inspirado e expirado pelos pulmões. O exame é realizado, inspirando e expirando profundamente para um aparelho chamado espirómetro.

Para mais informações sobre o rastreio ou inscrições pode ligar para o número: 220 033 500.

2010-10-13

[Dicas](#) 41 pessoas gostam disto

As informações disponibilizadas são para conhecimento geral e não substituem de forma alguma o conselho médico apropriado em caso de sentir algum sintoma de doença.



Tribuna Médica Press
Edição e Comunicação Audio Visual, Lda

HOME | Newsletter TRIBUNA MEDICA | QUEM SOMOS | ÚLTIMA HORA | Links Úteis | Farmajuda24 | Mundo Senior |

Home » RASTREIO GRATUITO A DOENÇAS RESPIRATÓRIAS NO PORTO

Pesquisar...

ÚLTIMA HORA

- NACIONAL
- INTERNACIONAL

INFORMAÇÃO

- NACIONAL
- INTERNACIONAL

ALERTAS

- PATOLOGIAS
- SAÚDE PÚBLICA
- COSMÉTICA
- ALIMENTAÇÃO
- TOME NOTA
- MEDICAMENTOS

SAÚDE EM NÚMEROS

- CONSUMOS DE MEDICAMENTOS / HOSPITALARES
- INFLAÇÃO SAÚDE
- ÓBITOS

Anúncios Google

Porto

[Hotéis Porto Portugal](#)

[Asma Rinite](#)

[Neurlogia Médica](#)

Temos 133 visitantes em linha

Clinica M. Dentaria Viseu
Clínica Médica Dentária de Viseu Equipa especializada ao seu dispor.
[www.medicadent.com](#)

Comece já a Emagrecer
Plano de Nutrição com resultados comprovados 30 dias. Ligue Já!
[www.provador-nutricao.com](#)

Anúncios Google

RASTREIO GRATUITO A DOENÇAS RESPIRATÓRIAS NO PORTO

Quarta, 13 Outubro 2010 17:16



No âmbito das comemorações do Dia Mundial da Espirometria, que se assinala amanhã, o Instituto CUF, em parceria com a Sociedade Portuguesa de Alergologia e Imunologia Clínica, Associação Portuguesa de Asmáticos e Fundação Portuguesa do Pulmão, vai promover um rastreio gratuito às doenças respiratórias, das 10h00 às 17h00, no Porto. Em comunicado, João Fonseca, coordenador da Imunoalergologia e responsável pelo Laboratório de Alergia, Inflamação e Respiração do Instituto CUF, "o

rastreio de espirometria permite a detecção precoce e prevenção de doenças muito representativas em Portugal como a Doença Pulmonar Obstrutiva Crónica ou asma. Está indicado particularmente para adultos com mais de 40 anos, expostos a tabaco, assim como a crianças com mais de 5 anos, com patologia alérgica das vias aéreas". Para além dos exames de diagnóstico, esta iniciativa pretende alertar a população para a saúde dos pulmões e conta com o apoio do programa Harward Portugal, através do projecto de informação sobre doenças respiratórias crónicas.

Airfree Purificador de Ar

O Mais Testado e Seguro do Mundo Asma, Alergias, Ácaros e Bolor

[www.airfree.pt](#)

Anúncios Google



Última Hora
Internacional

ONU: ALCOOL MATA 2,5 MILHÕES DE PESSOAS POR ANO

Sexta, 11 Fevereiro 2011



Consumo excessivo de bebidas alcoólicas é o principal factor de risco...

TEVA NA LIDERANÇA DOS GENÉRICOS

Sexta, 11 Fevereiro 2011



A gigante de genéricos Teva teve um ano de forte crescimento...

BOLÍVIA: PROTESTOS CONTRA FALTA DE ALIMENTOS

Sexta, 11 Fevereiro 2011

Os protestos

• [Arquivo](#)

[Imprimir](#) | [Fechar \[X \]](#)[Jornal da Madeira / Nacional / 2010-10-11](#)

Breves

Nacional

Promoções "congeladas" geram mal-estar

A Associação Sócio Profissional Independente da Guarda (ASPIG) criticou ontem o atraso nas promoções dos oficiais superiores da Guarda Nacional Republicana, defendendo que "prejudica o funcionamento" daquela força de segurança.

O vice presidente da ASPIG, Medina da Silva, afirmou à agência Lusa que "esta situação causa mal-estar ao nível da cúpula dirigente" da Guarda Nacional Republicana (GNR).

"Não se percebe como estão vagas por preencher desde 2008", lamentou Medina da Silva, a propósito de um grupo de oficiais que ameaça avançar para tribunal caso o Comando Geral da Guarda não divulgue as listas para promoções em "atraso há três anos".

O facto de os oficiais superiores "não terem conhecimento das listas de promoções torna-se desmoralizante", o que "não é aconselhável" para quem comanda homens no terreno, porque "não sabem com o que podem contar no futuro", explicou Medina da Silva.

Doença crónica associada à saúde mental

Os aspetos de saúde mental associados às doenças crónicas físicas foram o tema escolhido este ano para ser debatido no Dia Mundial da Saúde Mental, que ontem se assinalou.

"É um tema que tem sido bastante ignorado, mas que é importante", disse à agência Lusa o coordenador nacional da Saúde Mental, José Caldas de Almeida.

O coordenador nacional lembrou que "toda a investigação que tem sido feita nos últimos anos mostra que algumas doenças crónicas, não da área da psiquiatria, como a diabetes ou a doença coronária, têm associações importantes com doenças psiquiátricas, em particular a depressão, e com aspetos da saúde mental". "Sabe-se também que se houver uma intervenção bem feita nestas situações pode evitar-se muitos problemas destas situações físicas", referiu. Segundo José Caldas de Almeida, "pode até, eventualmente, diminuir-se de uma forma significativa a mortalidade associada a estas doenças".

O bastonário da Ordem dos Técnicos Oficiais de Contas (OTOC) alertou ontem que a consequência mais negativa do novo pacote de medidas de austeridade é uma redução do consumo e desvalorizou o impacto do aumento do IVA para 23 por cento. "As medidas de austeridade tomadas vão ter consequências graves, mas para a recuperação económica a consequência imediata será uma redução do consumo", disse à Lusa o bastonário, Domingues de Azevedo.

Portugal vai liderar um projeto que envolve também peritos de França, Holanda e Luxemburgo na formação das autoridades de Cabo Verde na gestão dos fluxos migratórios, disse ontem à Agência Lusa a secretária de Estado da Administração Interna portuguesa. Dalila Araújo, que terminou ontem uma visita de trabalho de dois dias a Cabo Verde, regressando segunda-feira a Lisboa, indicou que o projeto, ainda sem nome, é financiado através de fundos da União Europeia (UE), no âmbito da Parceria para a Mobilidade, integrada, por sua vez, na Parceria Especial entre os "27" e o arquipélago. A 20 deste mês, na Cidade da Praia, o projeto, no valor de dois milhões de euros, será alvo de análise entre peritos portugueses, franceses, holandeses e luxemburgueses para, em conjunto com as autoridades cabo-verdianas, definir as áreas de atuação.

A Sociedade Portuguesa de Pneumologia promove a partir de quinta-feira em várias cidades uma campanha destinada a prevenir uma doença que afeta mais de meio milhão de portugueses, disponibilizando um rastreio gratuito. A Doença Pulmonar Obstrutiva Crónica (DPOC), vulgarmente conhecida por bronquite crónica, resulta de uma obstrução das vias respiratórias, instala-se progressivamente e os sintomas demoram a manifestar-se, pelo que quando o doente vai ao médico já está avançada, alerta a Sociedade Portuguesa de Pneumologia. Daí a importância de efetuar regularmente um exame simples (espirometria) para ver o estado dos pulmões. Por ocasião do Ano do Pulmão e Dia Mundial da Espirometria, tem início uma campanha europeia, a que se associa a Sociedade Portuguesa e cujo rosto é o futebolista Cristiano Ronaldo.

[Agência Lusa](#)[Artigo de Nacional](#)

Copyright © Empresa Jornal da Madeira, Lda 2001 - 2008. Todos os direitos reservados.

A Sociedade Portuguesa de Pneumologia promove a partir de quinta-feira em várias cidades uma campanha destinada a prevenir uma doença que afecta mais de meio milhão de portugueses, disponibilizando um rastreio gratuito, avança a agência Lusa.



A Doença Pulmonar Obstrutiva Crónica (DPOC), vulgarmente conhecida por bronquite crónica, resulta de uma obstrução das vias respiratórias, instala-se progressivamente e os sintomas demoram a manifestar-se, pelo que quando o doente vai ao médico já está avançada, alerta a Sociedade Portuguesa de Pneumologia.

Dal a importância de efectuar regularmente um exame simples (espirometria) para ver o estado dos pulmões.

Por ocasião do Ano do Pulmão e Dia Mundial da Espirometria, tem início uma campanha europeia, a que se associa a Sociedade Portuguesa e cujo rosto é o futebolista Cristiano Ronaldo.

O objectivo é sensibilizar os cidadãos para a prevenção das doenças respiratórias, sob o lema "Todos queremos vencer na vida. Respirar é a única forma de o conseguir".

Em 14 capitais de distrito portuguesas haverá locais onde poderá ser feito um exame gratuito, até 17 de Novembro, à semelhança do que ocorrerá noutras cidades da Europa.

Segundo o presidente da Sociedade Portuguesa, Carlos Robalo Cordeiro, a DPOC é uma das patologias respiratórias com maior prevalência em Portugal.

Em declarações à agência Lusa, o médico recomenda que quando se faz um 'check-up' a espirometria não seja esquecida: "Este teste tem de entrar na rotina de diagnóstico geral".

A iniciativa tem início, simultaneamente, em Lisboa e Madrid, com profissionais de saúde apoiados numa unidade móvel para realizar os exames e prestar aconselhamento.

A Organização Mundial de Saúde estima que a DPOC atinja mais de 200 milhões de pessoas em todo o mundo. Uma das principais causas é o tabaco.

Cerca de 20 por cento dos fumadores podem vir a desenvolver a doença, segundo os especialistas, para quem o diagnóstico precoce é fundamental.

A unidade móvel de saúde passará por Lisboa, Faro, Évora, Santarém, Leiria, Braga, Setúbal, Coimbra, Guarda, Viseu, Aveiro, Vila Real, Viana do Castelo e Porto.

Carlos Robalo Cordeiro sublinha que o exame é particularmente aconselhado a pessoas com mais de 40 anos, fumadores e com profissões de risco inalatório.

2010-10-11 | 09:12

Faro recebe campanha de sensibilização para doenças respiratórias apoiada por Cristiano Ronaldo

Roadshow passa pela capital algarvia no dia 18 de Outubro

A campanha europeia de sensibilização e prevenção sobre doenças respiratórias que arranca já no próximo dia 14 de Outubro, o Dia Mundial da Espirometria, e é apoiada por Cristiano Ronaldo, também passará por Faro.

Sob o mote «Todos queremos vencer na vida. Respirar é a única forma de o conseguir», a campanha assinala também o Ano do Pulmão, sendo suportada por um roadshow que percorrerá, em Portugal, 14 capitais de distrito até ao dia 17 de Novembro, havendo eventos semelhantes em várias e outras cidades europeias.

O objectivo passa por sensibilizar a população para a importância de realizar regularmente uma espirometria, um exame muito importante no diagnóstico precoce e na prevenção de doenças respiratórias, essencialmente na Doença Pulmonar Obstrutiva Crónica, uma doença que "progressivamente retira aos doentes a capacidade de respirar".

A campanha inserida no Ano do Pulmão conta com o apoio de Cristiano Ronaldo que, como desportista, precisa do pleno uso dos seus pulmões. "O que somos e o que alcançamos depende não só da nossa vontade mas também da condição física, da capacidade que o nosso corpo tem de responder ao que dele exigimos. Uns pulmões saudáveis são fundamentais para conseguirmos respirar e para podermos ultrapassar as barreiras que impomos a nós próprios", refere o jogador.

No dia 14 de Outubro, Dia Mundial da Espirometria, tem início, em simultâneo, em Lisboa e Madrid, um roadshow suportado por uma unidade móvel de saúde e aconselhamento, onde profissionais de saúde vão realizar espirometrias à população (basta colocar o tubo do aparelho na boca, encher totalmente os pulmões de ar e soprar com força até os esvaziar) como forma de sensibilização, desenvolvendo também um rastreio da DPOC.

A campanha passa por Faro no dia 18 de Outubro.

Redacção/RS

07 23 quinta-feira, 07 outubro 2010



Parabéns ao visitante n.º 999.999!

O nosso gerador numérico seleccionou-o como o possível vencedor de um iMac, iPad ou um iPhone 4 da Apple. Se foi seleccionado, clique aqui: www.livrepressao.com.pt



Segunda-feira, 14 de Fevereiro de 2011

Um presente especial? DESPESÇA a VIP!

Newsletter Enviar Email

ASSINE a VIP desde 699,90€!

Pesquisar Google

Nacional Internacional Reseiza Entrevistas Casas Vip Zen Luzeos Vagans Especiais Curiositas Galeria Videos

Nacional »

Jogador do Real Madrid celebrou efusivamente os dois golos que apontou ao Desportivo da Corunha

CRISTIANO RONALDO volta a brilhar em campo

Publicado: Tempo-livre: 3 de Outubro de 2010 em 12h58m

Partilhar 317 visualizações

Cristiano Ronaldo voltou a mostrar por que razão o Real Madrid lhe paga um ordenado milionário. O avançado português abriu e fechou a contagem dos 6-1 com que os Merengues golearam o Desportivo da Corunha este domingo. Contente com o sucesso, Ronaldo festejou efusivamente os dois golos.

Para além da sua vida desportiva, CR7 associou-se a uma campanha europeia de sensibilização e prevenção de doenças respiratórias que arranca no próximo dia 14 de Outubro, Dia Mundial da Expiração.

Sob o mote "Todos queremos vencer na vida. Respirar é a única forma de o conseguir", esta campanha tem por objectivo sensibilizar a população para a importância de respirar regularmente um ar fresco na prevenção de doenças respiratórias.

"Uns pulmões saudáveis são fundamentais para conseguirmos respirar e para podermos ultrapassar as barreiras que nos impõem a nós próprios", refere Cristiano Ronaldo em comunicado.

Fonte: B9 - Fotos: Reuters



ARTIGOS RELACIONADOS

- "É uma das melhores coisas da minha vida", conta CRISTIANO RONALDO
- Morte do pai de CRISTIANO RONALDO assombra o seu aniversário
- CRISTIANO RONALDO poderá actuar-se em breve como actor
- CRISTIANO RONALDO chora a morte do pai

Pergunta

Será esta uma imagem real?

VIP Revista VIP no Facebook

Curios 2.027

Já nas bancas!

Edição nº 708

A namorada, Irina, imita Cristiano Ronaldo. Abalado pela doença grave na família e pressões que sofre no relvado e na imprensa.

[Analisar a revista »](#)

Siga a **VIP.pt** no **twitter**

VIDEOS

VIP

Veja aqui

Parabéns **VIP** 2.º aniversário

NOIVAS

Vestidos românticos

Modelos, fotos e ideias para um dia feliz

Gourmet

Ofereça sabores campestres

interiores

CARISMA URBANO EM CASAS COM HISTÓRIAS

Pretendemos promover e divulgar a informação na área da Saúde. A reprodução total ou parcial dos textos e fotografias é possível, desde que referenciada a sua origem (JAS Farma@), o link (www.jasfarma.com) e com a autorização expressa da Direcção.

Notícia

Dia Mundial da Espirometria 2010/Campanha europeia de sensibilização e prevenção sobre doenças respiratórias

2010-10-01, [Permalink](#) | [Disponível em RSS](#) | [Imprimir](#)

0 Tweet

[Partilhar](#)



Clique para aumentar/diminuir

De modo a assinalar o Ano do Pulmão, a [Sociedade Portuguesa de Pneumologia](#) (SPP) vai lançar, dia 14 de Outubro (Dia Mundial da Espirometria), uma campanha europeia de sensibilização e prevenção sobre doenças respiratórias, nomeadamente a DPOC (Doença Pulmonar Obstrutiva Crónica).

Esta campanha, que conta com o envolvimento de Cristiano Ronaldo, tem o mote «todos queremos vencer na vida. Respirar é a única forma de o conseguir» e será suportada por uma unidade móvel de saúde e aconselhamento, onde profissionais de saúde vão desenvolver um rastreio à população através da realização de Espirometrias.

Até dia 17 de Novembro a unidade móvel da Sociedade Portuguesa de Pneumologia vai percorrer 14 capitais de distrito. A iniciativa termina, em Portugal, na cidade do Porto, no dia 17 de Novembro, Dia Mundial da DPOC e Dia Mundial do Não Fumador.

DPOC

Estando sub-diagnosticada, a DPOC constitui uma importante causa de morte e de incapacidade em todo o mundo. É a 6ª causa de morte a nível mundial, a 5ª na Europa e a 4ª nos Estados Unidos da América. A Organização Mundial de Saúde (OMS) estima que a doença atinja mais de 200 milhões de pessoas em todo o mundo.

Calcula-se que cerca de 75% dos Europeus e 50% dos Americanos sofrem de DPOC sub-diagnosticada. Os custos directos e indirectos associados a esta doença respiratória são comparados aos associados ao cancro da mama ou um enfarte do miocárdio. Os custos em hospitalizações são comparáveis ou mesmo superiores aos de outras doenças graves, incluindo ataques cardíacos. A DPOC é uma doença broncopulmonar muito comum que afectará mais de 500 mil portugueses.

14 capitais de distrito

A unidade móvel da Sociedade Portuguesa de Pneumologia arranca dia 14 de Outubro, em Lisboa, na Praça da Figueira, e percorrerá 14 capitais de distrito até ao dia 17 de Novembro. Posteriormente percorrerá outras cidades europeias.

Em Portugal esta acção passará pelas várias cidades nos seguintes dias:

- Lisboa: 14 e 15 de Outubro
- Faro: 18 de Outubro
- Évora: 19 de Outubro
- Santarém: 20 de Outubro
- Leiria: 21 de Outubro
- Braga: 22 de Outubro
- Setúbal: 8 de Novembro
- Coimbra: 09 de Novembro
- Guarda: 10 de Novembro
- Viseu: 11 de Novembro
- Aveiro: 12 de Novembro

- Vila Real: 15 de Novembro
- Viana do Castelo: 16 de Novembro
- Porto: 17 de Novembro

Record

Ronaldo apoia prevenção das doenças respiratórias

É O ROSTO DO DIA MUNDIAL DA ESPIROMETRIA

19.27 sexta-feira, 1 outubro de 2010

Cristiano Ronaldo é a cara da campanha europeia de sensibilização e prevenção sobre doenças respiratórias que arranca já no próximo dia 14 de outubro, o Dia Mundial da Espirometria.

Sob o mote "Todos queremos vencer na vida. Respirar é a única forma de o conseguir", a campanha assinala também o Ano do Pulmão, e será suportada por um roadshow que percorrerá, em Portugal 14 capitais de distrito até ao dia 17 de novembro, havendo eventos semelhantes em várias e outras cidades europeias.

O objetivo é sensibilizar a população para a importância de realizar regularmente uma Espirometria, um exame muito importante no diagnóstico precoce e na prevenção de doenças respiratórias, essencialmente na DPOC (Doença Pulmonar Obstrutiva Crónica), uma doença devastadora que progressivamente retira aos doentes a capacidade de respirar.

"No caso da DPOC, uma das patologias respiratórias com maior prevalência em Portugal, antes ainda de os sintomas serem visíveis, fazer uma Espirometria ajuda a detectar a doença e permite actuar e tratar antes da sua progressão. Dá a sua importância, e o apelo que fazemos para que quando pedir um check-up ao seu médico de família, não se esqueça de incluir a Espirometria", afirma Carlos Robalo Cordeiro, Presidente da Sociedade Portuguesa de Pneumologia.

(Jogo da vida)



Para que não lhe falte o ar [com](#)

imprimir 

Rede de Espirometria poderá contribuir para um diagnóstico mais precoce

Apostar na sensibilização da sociedade, dando-lhe armas para aprender a lutar contra a DPOC e promover um diagnóstico mais precoce é o grande objectivo do Grupo GOLD, cuja Coordenação na região Norte é da responsabilidade da Dra. Paula Simão e da Dra. Sara Conde.

O objectivo do GOLD - Global Initiative for Chronic Obstructive Lung Disease, constituído por um grupo de especialistas internacionais e patrocinado pela Organização Mundial de Saúde (OMS), é chamar a atenção das autoridades para o problema da DPOC (em Portugal, existe o Programa Nacional de Prevenção e Controlo da DPOC - PNPCDPOC - desde 2005, o que significa o reconhecimento de que este é um problema de saúde pública) e dar a conhecer a doença aos médicos, sobretudo aos médicos de família, a todos os profissionais de saúde e ao público em geral, designadamente através de acções de formação e de campanhas de sensibilização.

"O grande público é a nossa grande batalha actual. Só se a população estiver alertada para a doença é que vai procurar o médico", considera a pneumologista do Hospital de Pedro Hispano/Unidade Local de Saúde de Matosinhos.

Esta é, de resto, uma estratégia semelhante à que tem sido aplicada em relação às doenças cardiovasculares, que, embora continuem a ser a principal causa de morte, já começaram a decrescer.

Actualmente, o nível de conhecimento da população é **"muito baixo"**. Em inquéritos realizados pontualmente, percebeu-se que **"quase 99% das pessoas não faz a mínima ideia do que significa a sigla DPOC"**.

Há alguns anos, um inquérito realizado no próprio Hospital de Pedro Hispano a profissionais de saúde, incluindo médicos e enfermeiros, revelou que muitos desconheciam do que se estava a falar.

"Os sintomas são inespecíficos e muito insidiosos"

Sendo uma doença tão prevalente, é no mínimo estranho que as pessoas não saibam do que se trata. Calcula-se que a DPOC atinja à volta de 500 mil pessoas, isto é, 5% da população. Estes números são estimativas, esperando-se para breve os resultados de um estudo de prevalência intitulado BOLD, da responsabilidade do Grupo GOLD e da Sociedade Portuguesa de Pneumologia, sob a coordenação da Dra. Cristina Bárbara. Prevê-se que as conclusões do referido estudo apontem para uma prevalência superior à que se estima neste momento.

Há várias hipóteses para que a DPOC seja tão ignorada. Uma delas é o facto de se utilizar uma sigla. Para a Dra. Paula Simão, não é desculpa: **"Houve outras siglas que entraram, como o AVC"**, lembra.

A verdade é que a sigla é recente. Antigamente, ela abrangia várias doenças: incluía, a bronquite crónica, o enfisema, as bronquiectasias e até a asma, isto é, todas as doenças onde havia uma obstrução brônquica. Só no início deste século é que houve uma mudança de conceito e a própria definição da doença mudou, assim como os critérios de diagnóstico da DPOC. Actualmente engloba os conceitos de bronquite crónica e enfisema e o diagnóstico é feito demonstrando obstrução na espirometria (uma prova de função respiratória).

Por vezes, o diagnóstico não é óbvio. É preciso pensar nele. **"Os sintomas são inespecíficos e muito insidiosos, isto é, não surgem de forma abrupta. A maior parte dos doentes refere falta de ar e um cansaço anormal no exercício de determinadas tarefas. Os doentes cansam-se quando sobem escadas e passam a andar de elevador. Quando jogavam futebol com os amigos, deixam de o fazer, mas culpam sempre o tabaco"**, conta. Claro que o tabaco é o grande responsável pela DPOC mas os sintomas ocorrem devido à doença! Os sintomas incluem, também, tosse e expectoração crónicas.

O principal factor de risco é o tabaco, mas a DPOC também pode ser provocada pela exposição a poeiras inalatórias, como as emitidas pelas lareiras que ainda são comuns nas aldeias do nosso país. **"Por isso, em Portugal, há muitas mulheres com DPOC que nunca fumaram"**, salienta.

Por isso, **"os indivíduos com mais de 40 anos, fumadores ou ex-fumadores com sintomas devem dirigir-se ao médico de família. Mas há aqueles doentes que não têm sintomas. Mesmo nestes casos, o médico de família deve estar atento aos factores de risco e deve mandá-los fazer uma espirometria uma vez por ano"**, exorta.

Espirometria passará a ser feita nos centros de saúde

A espirometria é um método **"extremamente simples, barato e não invasivo"**. Basicamente, os doentes enchem o peito de ar e sopram com muita força para dentro de um tubo que consegue medir a quantidade de ar, isto é, o débito expiratório, após uma prova de broncodilatação de acção rápida. Isto permite perceber, em poucos minutos, se os brônquios estão obstruídos ou se estão normais. Consoante os valores encontrados, faz-se ou não o diagnóstico.

Para a especialista, a espirometria deveria entrar na rotina, tal como já acontece já com as análises à glicémia ou ao colesterol, sobretudo nas pessoas que tenham factores de risco.

Um dos objectivos do PNPDCPOC é, precisamente, criar uma Rede de Espirometria, que permitirá que a espirometria possa ser feita também nos centros de saúde. **"Sendo a espirometria um meio tão simples, não faz sentido que só possa ser feito dentro de um hospital"**, diz a médica.

No entanto, a constituição desta rede implica a aquisição de espirómetros e a contratação de profissionais treinados. A ideia é que os técnicos percorram os centros de saúde, tornando o teste acessível a toda a gente.

A Unidade Local de Saúde de Matosinhos, com o apoio da indústria farmacêutica, irá avançar em Janeiro de 2009 com uma Rede de Espirometria que abrangerá os quatro centros de saúde existentes no concelho. Um técnico estará, de quinze em dias, em cada centro de saúde. O projecto, que irá estender-se durante pelo menos um ano, deverá ter repercussões quer aumentando o número de diagnósticos de novos casos, quer retirando do hospital muitos doentes que podem perfeitamente ser diagnosticados e seguidos nos cuidados de saúde primários.

"O diagnóstico precoce trava a progressão da doença"

O diagnóstico precoce da DPOC tem imensas vantagens. **"A DPOC pode ser ligeira, moderada, grave e muito grave. No nosso hospital, muitos dos diagnósticos são feitos nas fases mais tardias, quando já há muitos sintomas, designadamente quando o doente vem ao Serviço de Urgência por causa de uma constipação ou de uma infecção respiratória. Se nós conseguirmos fazer o diagnóstico e uma intervenção terapêutica eficaz no estadió ligeiro, é muito melhor. Pode até não ser necessário dar medicamentos. Basta que os doentes deixem de fumar. Deixar de fumar é determinante. Os doentes estabilizam e a doença não evolui"**, garante.

Por outras palavras, **"o diagnóstico precoce trava a progressão da doença, sobretudo se conseguirmos intervir nos factores de risco e se a terapêutica for optimizada. Um doente no estadió 2 que deixa de fumar, toma a sua medicação, toma a vacina antigripal e trata atempadamente as exacerbações pode modificar completamente a evolução da sua doença"**.

Os benefícios são, portanto, fantásticos, quer do ponto de vista da saúde, quer do ponto de vista financeiro.

Já os doentes que são diagnosticados numa fase mais avançada da sua doença (por exemplo, no estadió 3 e 4) terão uma obstrução muito marcada e precisarão de tomar vários fármacos, tais como broncodilatadores e corticóides. Em alguns casos, terão de fazer ventilação não invasiva e oxigénio. **"Ai, já em um pouco tarde. É dramático"**, lamenta.

Além disso, deixam de trabalhar, têm muitas consultas periódicas, recorrem muitas vezes às urgências, têm frequentemente de ser internados. Os custos directos e indirectos são astronómicos. Isto já para não falar na perda da qualidade de vida e no risco acrescido de morbilidade e mortalidade.

Estima-se que a DPOC mata mais de 2,75 milhões de pessoas por ano, sendo considerada a 4ª causa de morte a nível mundial. Em Portugal, é já a 6ª causa de morte. Em 2020, a DPOC pensa-se que será a quarta.

A Dra. Paula Simão é pneumologista no Hospital de Pedro Hispano/Unidade Local de Saúde de Matosinhos, Assistente da Escola Superior de Tecnologias da Saúde do Porto, Coordenadora da Comissão de Reabilitação Respiratória da Sociedade Portuguesa de Pneumologia e Coordenadora do Grupo GOLD na região Norte desde o seu início.

©2011 Direitos Reservados

Anexo 10

Press-Release

“ I Congresso da FPP”



I CONGRESSO DA FUNDAÇÃO PORTUGUESA DO PULMÃO

O ESTADO DA SAÚDE RESPIRATÓRIA EM PORTUGAL

Lisboa, 25 de Outubro de 2010 - A Fundação Portuguesa do Pulmão (FPP) realiza dia 26 e 27 de Outubro, o 1º Congresso Nacional, no auditório da Associação Nacional de Farmácias, R. Marechal Saldanha 1, em Lisboa. Neste evento, subordinado ao tema "O Estado da Saúde em Portugal", será apresentado o Relatório do Observatório Nacional das Doenças Respiratórias do ano 2010.

O relatório do Observatório Nacional das Doenças Respiratórias (ONDR) pretende dar a conhecer a prevalência das doenças respiratórias no país, o seu desenvolvimento e a população que atinge. Deste modo, verifica-se que cerca de 40 % dos portugueses são afectados anualmente por doenças que limitam a capacidade respiratória, como, a Asma, a Rinite, que atingem, respectivamente, mais de 10% e 25% da população de todas as idades contribuindo para a perda da qualidade de vida, surgindo maioritariamente em crianças, jovens e idosos.

O cancro do pulmão que se apresenta como responsável pela morte de mais de dez portugueses por dia, tende a ser considerada uma doença crónica.

No combate à tuberculose têm-se registado progressos significativos tornando possível, para breve, a entrada de Portugal no grupo de países de baixa incidência. Porém, o tempo necessário ao diagnóstico continua a ser excessivo.

Quanto às pneumonias a sua ocorrência tem vindo a aumentar, aproximando-se dos 200 mil casos e sendo a causa de morte de mais de 5.000 portugueses por ano.

Estes estudos levados a cabo pelo ONDR vão de encontro a um dos objectivos da FPP, avaliar a situação epidemiológica das doenças respiratórias em Portugal, a capacidade de resposta instalada e propor eventuais medidas correctoras.

Dada a crescente preocupação pelas doenças respiratórias e respectiva prevenção, a FPP neste Congresso abordará alguns temas de interesse, como, os impactos ambientais na saúde, o sistema de saúde português, a responsabilidade dos farmacêuticos e dos *media* na saúde, entre outros.

O evento conta com diversas personalidades ligadas à saúde respiratória, nomeadamente, Dr. Teles de Araújo, Dr.^a Maria de Belém Roseira, Prof.^a Ana Escoval, Dr. Adalberto Campos Fernandes, Dr. Henrique Monteiro e Dr. João Silveira como principais oradores, conforme o programa em anexo.

Para mais informação contactar:

Gabinete de Imprensa – OmniConsul - Rua das Picoas, 12 - 1º Andar, 1050-173 Lisboa – Portugal

Tel. (351) 213 129 142 Fax. (351) 213 541 340

Graciete Rasteiro: Telm. (351) 917 636 117

Ana Fernandes: Telm. (351) 917 636 119

Anexo 11

Segundo Press-Release

“ I Congresso da FPP”

I CONGRESSO DA FUNDAÇÃO PORTUGUESA DO PULMÃO

O ESTADO DA SAÚDE RESPIRATÓRIA EM PORTUGAL

Lisboa, 26 de Outubro de 2010 - Iniciou-se hoje o 1º congresso da FPP (Fundação Portuguesa do Pulmão) tendo sido apresentado o Relatório do Observatório Nacional das Doenças Respiratórias (ONDR) do ano 2010.

O Congresso teve lugar na Associação Nacional das Farmácias, com início às 09:00 contando com a presença de vários oradores, nomeadamente o Director Geral da Saúde, Dr. Francisco George, o presidente da FPP, Dr. Teles de Araújo, e o vice-presidente Dr. Jaime Pina, entre outros.

Este Relatório da ONDR, relativo ao presente ano, veio confirmar que as Doenças Respiratórias constituem um dos principais problemas de saúde em Portugal como no resto do Mundo, reforçando também a convicção de que o tabaco é uma causa capital da Doença Pulmonar Obstrutiva Crónica (DPOC), atingindo esta cerca de 37,1 por cento dos fumadores com mais de 40 anos. Uma das ilações importantes a reter é que o risco de, a partir desta idade vir a sofrer da doença é quatro vezes superior nos fumadores, do que nos não fumadores.

Este Relatório de 2010 permite retirar dados que corroboram a necessidade urgente de, no Plano Nacional de saúde 2011-2016, se dar especial enfoque às doenças respiratórias e às suas consequências, de forma a melhorar as Condições de Vida.

O ONDR e a Fundação Portuguesa do Pulmão entendem que o organizado, que permita o livre acesso de todos os cidadãos aos cuidados de saúde de que necessitam.

Anexo 12

Press-Releases

“Dia Mundial da Pneumonia”

DIA MUNDIAL DA PNEUMONIA

Lisboa, 11 de Novembro de 2010 – No próximo dia 12 de Novembro, celebra-se o Dia Mundial da Pneumonia, organizado por cerca de 100 organizações internacionais que se juntaram numa Coligação contra a Pneumonia, entre elas a Fundação Portuguesa do Pulmão (FPP).

A Pneumonia é uma doença com prevenção e tratável que, a nível mundial, atinge anualmente 155 milhões de crianças, matando 1,6 milhões delas. É assim a maior causa de mortalidade nas crianças com menos de 5 anos, matando uma criança a cada 20 segundos, ultrapassando as mortes causadas pela SIDA, malária e sarampo, em conjunto. Todavia continua a não merecer suficiente atenção dos média.

Existem já vacinas eficazes contra as infecções por *Haemophilus* e *Streptococcus pneumoniae*, dois dos principais agentes causadores de pneumonia e o tratamento antibiótico, correcto e atempado, é eficaz na maioria dos casos e barato.

Estes factos levaram a que mais de 100 organizações internacionais, representantes dos interesses das crianças, se organizassem numa Coligação contra a Pneumonia nas crianças e declarassem o dia 12 de Novembro como Dia Mundial da Pneumonia.

Mas a Pneumonia não atinge só as crianças. Atinge adultos de todas as idades e é a complicação que leva à morte de muitos doentes com doenças crónicas, tornando-se num problema mais vasto, ainda que subestimado e subvalorizado pela população, pelos media e pelas autoridades.

Portugal, pelo seu desenvolvimento, já não está entre os países nos quais a pneumonia é um problema que conta para a mortalidade infantil, e a vacinação contra o *Haemophilus* faz parte do Plano Nacional de Vacinação (PNV). Mas a pneumonia em Portugal mantém-se um problema relevante, nesse e noutros grupos etários.

A Pneumonia é pois um importante problema de saúde em Portugal, pelo que a Fundação Portuguesa do Pulmão propôs à tutela que o Plano Nacional de Saúde de 2011 – 2016 incluia um Programa Nacional de Prevenção e Controlo da Pneumonia, o qual deverá contemplar, além da sensibilização das autoridades para o problema:

- Ensino e Formação dos médicos e restante pessoal de saúde;
- Ensino da população geral, com particular atenção aos grupos de risco;

- Campanhas de higiene (lavagem das mãos, prevenção da transmissão por via aérea);
- Intensificação das campanhas de vacinação da gripe (há clara correlação entre a gripe e o aparecimento subsequente de pneumonias bacterianas) e contra as infecções pneumocócicas;
- Política de antibióticos correcta e de prevenção das multiresistências.

A Fundação considera que a vacinação antipneumocócica deveria integrar o PNV na criança pequena e ser fortemente recomendada nos grupos de risco (doentes crónicos, imunocomprometidos e idosos)

Vamos inverter a incidência crescente de pneumonias e diminuir a mortalidade por elas causada!

Para mais informação contactar:

Gabinete de Imprensa – OmniConsul - Rua das Picoas, 12 - 1º Andar, 1050-173 Lisboa – Portugal

Tel. (351) 213 129 142 Fax. (351) 213 541 340

Graciete Rasteiro: Telm. (351) 917 636 117

Ana Fernandes: Telm. (351) 917 636 119

DIA MUNDIAL DA PNEUMONIA

Lisboa, 11 de Novembro de 2010 – No próximo dia 12 de Novembro, celebra-se o Dia Mundial da Pneumonia, organizado por cerca de 100 organizações internacionais que se juntaram numa Coligação contra a Pneumonia, entre elas a Fundação Portuguesa do Pulmão (FPP).

A Pneumonia é uma doença com prevenção e tratável que, a nível mundial, atinge anualmente 155 milhões de crianças, matando 1,6 milhões delas. É assim a maior causa de mortalidade nas crianças com menos de 5 anos, matando uma criança a cada 20 segundos, ultrapassando as mortes causadas pela SIDA, malária e sarampo, em conjunto. Todavia continua a não merecer suficiente atenção dos média.

Existem já vacinas eficazes contra as infecções por *Haemophilus* e *Streptococcus pneumoniae*, dois dos principais agentes causadores de pneumonia e o tratamento antibiótico, correcto e atempado, é eficaz na maioria dos casos e barato.

Estes factos levaram a que mais de 100 organizações internacionais, representantes dos interesses das crianças, se organizassem numa Coligação contra a Pneumonia nas crianças e declarassem o dia 12 de Novembro como Dia Mundial da Pneumonia.

Mas a Pneumonia não atinge só as crianças. Atinge adultos de todas as idades e é a complicação que leva à morte de muitos doentes com doenças crónicas, tornando-se num problema mais vasto, ainda que subestimado e subvalorizado pela população, pelos media e pelas autoridades.

Portugal, pelo seu desenvolvimento, já não está entre os países nos quais a pneumonia é um problema que conta para a mortalidade infantil, e a vacinação contra o *Haemophilus* faz parte do Plano Nacional de Vacinação (PNV). Mas a pneumonia em Portugal mantém-se um problema relevante, nesse e noutros grupos etários.

A mortalidade por Pneumonia é de 31,5/100.000 homens e 21,1/10.000 mulheres, acima da média europeia e tendo aumentado 2,7% entre 1999 e 2008.

Em 2009 mais de 43.000 internamentos nos hospitais portugueses tiveram como causa a Pneumonia, tendo falecido 15,3% desses doentes. Entre os internados 31,5% tinham menos de 65 anos. Entre 1998 e 2008 os internamentos por pneumonia mais do que duplicaram (115,7%) e entre 2009 e 2008 aumentaram 12,1%.

A Pneumonia é pois um importante problema de saúde em Portugal, pelo que a Fundação Portuguesa do Pulmão propôs à tutela que o Plano Nacional de Saúde de 2011 – 2016 inclua um Programa Nacional de Prevenção e

Controlo da Pneumonia, o qual deverá contemplar, além da sensibilização das autoridades para o problema:

- Ensino e Formação dos médicos e restante pessoal de saúde;
- Ensino da população geral, com particular atenção aos grupos de risco;
- Campanhas de higiene (lavagem das mãos, prevenção da transmissão por via aérea);
- Intensificação das campanhas de vacinação da gripe (há clara correlação entre a gripe e o aparecimento subsequente de pneumonias bacterianas) e contra as infecções pneumocócicas;
- Política de antibióticos correcta e de prevenção das multiresistências.

A Fundação considera que a vacinação antipneumocócica deveria integrar o PNV na criança pequena e ser fortemente recomendada nos grupos de risco (doentes crónicos, imunocomprometidos e idosos)

Vamos inverter a incidência crescente de pneumonias e diminuir a mortalidade por elas causada!

Para mais informação contactar:

Gabinete de Imprensa – OmniConsul - Rua das Picoas, 12 - 1º Andar, 1050-173 Lisboa – Portugal

Tel. (351) 213 129 142 Fax. (351) 213 541 340

Graciete Rasteiro: Telm. (351) 917 636 117

Ana Fernandes: Telm. (351) 917 636 119

Anexo 13

Press-Release

“Dia Mundial da Doença Pulmonar Obstrutiva Crónica”

Dia Mundial da Doença Pulmonar Obstrutiva Crónica

Lisboa, 15 de Novembro de 2010 – No próximo dia 17 de Novembro, comemora-se o Dia Mundial da DPOC, organização liderada pela Global Initiative for Chronic Obstructive Lung Disease (GOLD), como forma de alertar as populações, as autoridades e os meios de comunicação para a necessidade de prevenir e controlar a DPOC.

A Doença Pulmonar Obstrutiva Crónica (DPOC), quarta causa de morte a nível mundial (3 milhões de óbitos) e que em Portugal atinge mais de 500.000 portugueses e mata, anualmente 2.400 pessoas, é uma doença crónica que progressivamente retira aos doentes a capacidade de respirar livremente.

Todavia estudos recentes indicam que 25 a 50% dos doentes já com manifestações clínicas significativas ignoram que têm a doença, desvalorizando sintomas como a tosse crónica, a expectoração frequente, a falta de ar durante o exercício como o de subir escadas. Estes sintomas têm de ser valorizados e não interpretados como próprios da idade, ou do tabaco. São sintomas que podem ser a manifestação duma doença grave necessitando de tratamento.

O tema neste ano é: **2010 Ano do Pulmão: Meça a saúde do seu pulmão – Pergunte ao seu médico como e onde pode fazer um exame respiratório simples, chamado espirometria.**

A Fundação Portuguesa do Pulmão associa-se com entusiasmo a este evento procurando contribuir para a concretização em Portugal dos objectivos atrás enunciados.

Entre outras iniciativas, nos dias 16, 17 e 18 de Novembro a FPP promove rastreios gratuitos, incluindo espirometrias, à população de Faro, no Espaço Saúde em Diálogo nessa cidade.

Desde 14 de Outubro uma unidade móvel tem realizado um *roadshow* que inclui informação sobre doenças respiratórias, espirometrias e encaminhamento dos indivíduos com alterações nos exames. Esta iniciativa, conjunta da Fundação, da Sociedade Portuguesa de Pneumologia, do GOLD português, da Associação Respira entre outras, percorreu 14 capitais de distrito e termina hoje no Porto. Foram realizados alguns milhares de exames gratuitos e os núcleos distritais da Fundação tiveram um papel relevante na concretização deste projecto.

A sensibilização para a DPOC e a importância da espirometria tem sido uma preocupação constante da Fundação que, durante o ano rastreou mais de 1500 indivíduos em acções como a Feira da Saúde em Lisboa, Semanas do Pulmão em Faro, Castelo Branco e Vila Nova de Gaia, rastreios na Assembleia da República e Ministério do Ambiente, etc.

A doença é mais frequente a partir dos 40 anos em pessoas expostas a factores de risco. O maior factor de risco é o tabaco, quer o fumado directamente quer

aquele que fumadores e não fumadores inalam na presença de um cigarro aceso. Em Portugal a percentagem de fumadores ronda os 20%, sendo relativamente baixa. Contudo cerca de metade da população fuma ou já fumou, o que pode ser suficiente para desencadear a doença. Temos também elevadas percentagens de fumadores entre os 15 e os 45 anos e o vício tem aumentado entre os jovens e as mulheres. Muito há ainda a fazer no combate ao tabagismo e na protecção aos não fumadores.

Outros factores de risco existem, nomeadamente a exposição à inalação de poeiras e compostos químicos, no ambiente de trabalho ou na queima de biomassa em ambiente doméstico (pouco relevante em Portugal). Mesmo na ausência de factores de risco a doença pode surgir, em indivíduos predispostos.

Embora a DPOC seja uma doença crónica, e portanto sem cura, existem tratamentos eficazes no alívio dos sintomas, nomeadamente de falta de ar, tornando os doentes capazes de fazerem a sua vida diária. Os doentes devem procurar abrandar o ritmo de progressão da doença, ou mesmo detê-lo, reduzindo ou eliminando a sua exposição aos factores de risco, nomeadamente o tabaco.

Pelo contrário a doença sem tratamento é geralmente progressiva e os doentes caminham para um grau de falta de ar que lhes não permite realizar as tarefas do dia-a-dia, mesmo as mais simples, como o lavar-se ou fazer a barba. Evite chegar a esta fase diagnosticando a doença precocemente e cumprindo os tratamentos adequados.

Em Portugal o dia 17 de Novembro é o **Dia Nacional do Não Fumador**. Dado o papel fulcral do fumo de tabaco na génese da DPOC esta coincidência de datas é particularmente significativa. A FPP comemora a data com um Simpósio organizado em colaboração com o Gabinete Cidade Saudável de Viana do Castelo, no dia 16 de Novembro, subordinado ao tema: *Saúde Respiratória e a Mulher: O Consumo e a Exposição ao Tabaco ao Longo do Ciclo da Vida*, e uma exposição de cartazes de combate ao tabagismo, também realizada em Viana do Castelo.

No combate ao tabagismo a FPP tem repetidamente afirmado a necessidade de aperfeiçoar a Lei do tabaco, vigiar o seu cumprimento, intensificar a protecção dos não fumadores, desmotivar os fumadores e apoiar-os se pretendem abandonar o vício, através de maior acessibilidade às consultas de apoio e participação nos medicamentos.

Para mais informação contactar:

Gabinete de Imprensa – OmniConsul - Rua das Picoas, 12 - 1º Andar, 1050-173 Lisboa – Portugal

Tel. (351) 213 129 142 Fax. (351) 213 541 340

Graciete Rasteiro: Telm. (351) 917 636 117

Ana Fernandes: Telm. (351) 917 636 119

Anexo 14

Exemplo de *Clipping* periódico

Exmo. Senhor
Dr. Dinis Rodriguez
Digmo. Director Geral
Grifols Portugal
Produtos Farmacêuticos Hospitalar, Lda
Rua de S. Sebastião, 2
Zona Industrial – Cabra Figa
2635-448 Rio de Mouro

Lisboa, 3 de Janeiro de 2011
Ref.:N/095/11 – AF

Exmo. Senhor,

Segue, o nosso serviço de Press Monitoring, referente ao período de
13 Dezembro 2010 a 3 de Janeiro de 2011.

Apresento os meus melhores cumprimentos,

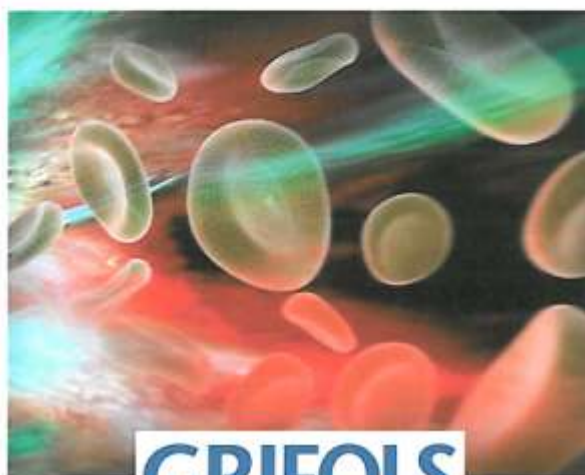
Ana Fernandes
Executive

Serviço de Imprensa

GRIFOLS

Cliente: Grifols

Data: 3 de Janeiro de 2011



GRIFOLS

Tema: SNS

omniConsul
consultores em comunicação,lda



terça-feira, 21 de Dezembro de 2010 | 08:33

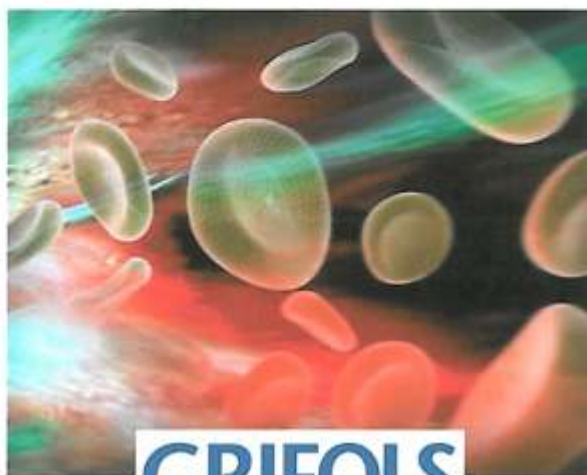
Défice no SNS aumentou 100 milhões de euros em três meses

De acordo com os dados da Administração Central do Sistema de Saúde (ACSS), divulgados na segunda-feira, o défice do Serviço Nacional de Saúde (SNS) disparou no terceiro trimestre deste ano, aumentando quase 100 milhões de euros. O défice dos hospitais com gestão empresarial continuou também a agravar-se no mesmo período.

Em Junho passado, o saldo negativo do SNS era de 101,6 milhões de euros, enquanto no final de Setembro o valor ascendia aos 200,2 milhões de euros, segundo o organismo, que adianta que a derrapagem terá sido motivada pelo aumento de 8% da despesa, justificado com o crescimento dos gastos com medicamentos vendidos nas farmácias.

No terceiro trimestre deste ano, o Ministério da Saúde garantia que as medidas levadas a cabo na área dos medicamentos e o plano de contenção imposto às unidades públicas iam começar a ter efeitos positivos no segundo semestre de 2010, mas verificou-se precisamente o contrário. Ainda assim, em Outubro e Novembro poderá ter havido uma inversão no crescimento do défice na Saúde, adianta a ACSS.

Copyright Diário Digital 1999/2011



GRIFOLS

Tema: ALZHEIMER

omniConsul
consultores em comunicação.lda



Impressão Fechar

Alzheimer: Investigadores britânicos afirmam que é possível detetar a doença anos antes dos primeiros sintomas

por Agência Lusa - Publicado em 22 de Dezembro de 2010

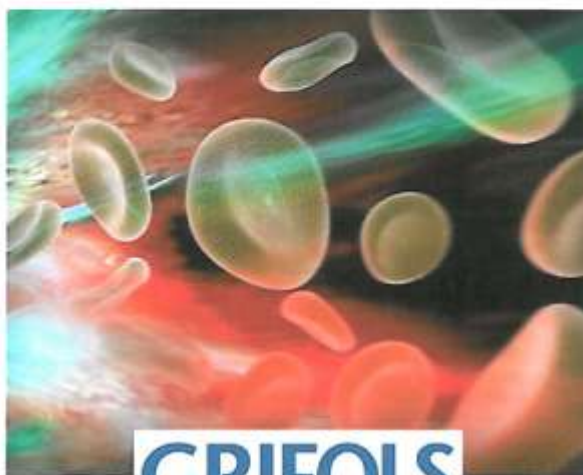
Investigadores britânicos anunciaram que encontraram forma de detetar o Alzheimer anos antes de os primeiros sintomas surgirem, através de uma punção lombar combinada com um exame que deteta a contração do cérebro.

Segundo o website da televisão pública britânica BBC, os cientistas acreditam que estes exames combinados podem identificar pacientes com sinais de demência precoce, podendo administrar, mais cedo, medicamentos para retardar ou parar a doença.

Os investigadores do Instituto de Neurologia da Universidade de Londres (College University) acreditam que assim podem detetar a forma mais comum de demência - a doença de Alzheimer - na sua fase inicial, vários anos antes de os primeiros sintomas aparecerem.

*** Este texto foi escrito ao abrigo do novo Acordo Ortográfico ***

Impressão Fechar



GRIFOLS

Tema: Indústria Farmacêutica

Concorrência: Tribunal confirma concertação de preços da indústria farmacêutica em concursos públicos

evassoos.pt/epaper

Lisboa, 31 dez (Lusa) -- O Tribunal da Relação de Lisboa confirmou a decisão da Autoridade da Concorrência (AdC) contra empresas farmacêuticas por concertação de preços em concursos públicos hospitalares entre 2001 e 2004, informou hoje aquela autoridade.

Há cerca de três anos, a AdC concluiu que a Abbott Laboratórios, a Menarini Diagnósticos e a Johnson & Johnson tinham concertado os preços do Reagente de Determinação de Glicose no Sangue ("tiras reagentes"), uma decisão agora confirmada pelo tribunal.

O acórdão do Tribunal da Relação de Lisboa foi emitido após recurso da sentença do Tribunal de Comércio de Lisboa interposto por aquelas três arguidas, mantendo a coima de três milhões de euros aplicada pelo Tribunal de Comércio de Lisboa à arguida Abbott Laboratórios, mas reduziu a coima da Menarini Diagnósticos, alegando tratar-se de uma única infração, cometida ao longo de vários anos, e não de várias infrações distintas, baixando a coima para um milhão de euros.

Patrocínio

Este texto da agência Lusa foi escrito ao abrigo do novo Acordo Ortográfico.
publicado a 2010-12-31 às 13:22

Para mais detalhes consulte:
http://www.jn.pt/PaginaInicial/Interior.aspx?content_id=1746363

GRUPO CONTROLINVESTE
Copyright © - Todos os direitos reservados



Interior Ficheiro

Remédios. Parlamento aprova receitas sem marca até ao Verão

Publicado em 13 de Dezembro de 2010

Oposição avança com leis para obrigar médicos a prescrever por princípio activo. Projectos são hoje todos aprovados na generalidade

Todos os partidos da oposição têm uma proposta para eliminar das receitas a marca dos medicamentos, a bem da contenção de gastos, o que irá obrigar o governo a mudar já no próximo ano as regras em vigor. A Assembleia da República viabiliza hoje um conjunto de projectos de lei que instituem a prescrição por Denominação Comum Internacional (DCI) - o princípio activo existente em cada medicamento - como regra no Serviço Nacional de Saúde. Os projectos de PSD, Bloco de Esquerda e PCP juntam-se a um projecto do CDS sobre esta matéria, que tinha sido aprovado a 13 de Outubro, para serem discutidos em conjunto na especialidade.

Já estão programadas uma série de audições das entidades representativas do sector, nomeadamente da Apifarma e do Infarmed, e é "expectável que o processo esteja concluído até ao final desta legislatura", apontou ao *i* o deputado do BE, João Semedo. Resta apenas saber se do debate na especialidade sairá uma versão mais suave, como a do PSD, ou mais radical, como a do BE.

O projecto de lei do PSD ontem apresentado "reforça a obrigatoriedade da prescrição de medicamentos por DCI sempre que exista medicamento genérico autorizado disponível no mercado" mas permite, no entanto, que os médicos continuem a prescrever medicamentos indicando a marca ou o nome "quando não existam genéricos autorizados disponíveis no mercado ou se a situação clínica do doente o justificar". A esquerda protestou contra o que diz ser um projecto de lei com demasiadas excepções que, no fundo, inviabiliza a prescrição por DCI. "Não aceitaremos que de excepção em excepção, a excepção passe a ser regra. Seria um erro grave para a política do medicamento", afirmou João Semedo. "Com tanta excepção no projecto do PSD quase que faz lembrar a frase de Churchill e de uma canção de Sérgio Godinho: a prescrição por DCI é o melhor de todos os sistemas, à excepção de todos os outros", acrescentou o líder parlamentar comunista, Bernardino Soares.

O PSD alega que o diploma diminuirá "os encargos de todos com medicamentos" e pretende encontrar um "equilíbrio" entre a "conduta do médico, do farmacêutico e a liberdade do doente", explicou o líder parlamentar, Miguel Macedo. Já o BE invoca que a farmácia deve dispensar o medicamento mais barato e que o doente deve optar livremente por um medicamento genérico ou de marca. Cabeira ao Infarmed definir em que substâncias se admite que o médico possa evitar a substituição por se considerar que uma pequena alteração na composição pode ter consequências para o doente.

Apesar de a lei actual prever a prescrição por DCI, é permitido acrescentar a marca, o que o PCP contesta: "A legislação existente actualmente institui uma falsa prescrição por DCI, uma vez que, ao permitir em todas as situações o acrescentar da marca ou do titular da Autorização de Introdução no Mercado, bem como a proibição de substituição do medicamento pelo utente dentro do mesmo princípio activo, se frustra o objectivo fundamental deste método." Os comunistas acusaram o CDS de defender os interesses da indústria farmacêutica com o seu projecto. "O único interesse que move o CDS é o do interesse do doente, não é mais nenhum", respondeu a deputada centrista Teresa Caeiro.

Em antecipação, o governo marcou para hoje uma proposta de decreto-lei que reforça as condições de obrigatoriedade de prescrição de medicamentos por DCI [ver texto ao lado]. Uma iniciativa de "diminuição dos custos na saúde" saudada pelo PS. "Não deixa de ser curiosa essa circunstância temporal de o governo, um dia depois de estarmos hoje [ontem] a discutir na Assembleia", ironizou o líder parlamentar social-democrata.

Interior Ficheiro

Você está em: [Homepage](#) / [Saúde](#) / [Notícia](#)

15 Dezembro 2010 - 18h32

Associação rejeita ruptura de stock pelo prazo de escoamento

Apifarma: Sistema apto para assegurar medicamentos

A Associação Portuguesa de Indústria Farmacêutica (Apifarma) afirmou esta quarta-feira que o prazo de escoamento dos medicamentos garantiu a continuidade de fornecimento e permitiu "evitar rupturas de stock" nas farmácias.

Segundo a associação de farmácias, "o prazo de escoamento permitiu não só garantir a continuidade de fornecimento e evitar rupturas de stock, como permitir que a larga maioria dos medicamentos vissem o seu 'stock' escoado bastante antes da data de hoje [quarta-feira]."

Em comunicado, a Apifarma assegura que "o sistema está, portanto, perfeitamente apto a assegurar a dispensa de todo e qualquer medicamento com a dedução de seis por cento, uma vez que qualquer grossista deverá estar abastecido de novas embalagens para fornecer as farmácias".

Adiantando ainda que desde 15 de Outubro, as empresas da indústria farmacêutica estão a colocar no circuito de distribuição "todos os medicamentos com a dedução de seis por cento".

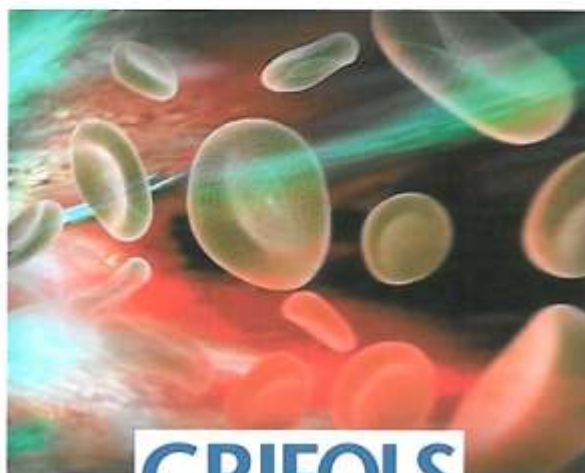
"O período de escoamento entre 15 de Outubro e 15 de Dezembro destinou-se a permitir aos grossistas e farmácias poderem continuar a vender os medicamentos que tinham comprado aos seus fornecedores ainda sem a dedução de seis por cento", lê-se na nota.

A dedução de seis por cento do preço dos medicamentos comparticipados foi publicada no Diário da República em Outubro, mas para que as farmácias pudessem escoar as embalagens de preço antigo, o prazo da entrada em vigor foi adiado três vezes.



Rui Miguel Pedroso

Fechar



GRIFOLS

Tema: Ministério da Saúde

Cartão Crédito Barclaycard, com linha de crédito até 6.000€!

IPSILON | GUIA DO LAZER | CINECARTAZ | INIMIGO PÚBLICO |

SIGA



Especial Festival de Cinema de Berlim
Ingmar Bergman é uma das estrelas



Fotogaleria
Dois portugueses, vítimas da repressão franquista na Galiza



JORNAL DO DIA | PDF | VÍDEOS | MULTIMÉDIA | INFOGRAFIAS | BLOGUES | DOSSIERS |

| LOJA | ASSINATI

MUNDO POLÍTICA ECONOMIA DESPORTO SOCIEDADE EDUCAÇÃO CIÊNCIAS ECOSFERA CULTU

Diário da República

Ministério da Saúde reduz conselhos de administração dos hospitais EPE

27.12.2010 - 13:00 Por Lusa

Votar | 1 votos ★★★★★

9 de 17 notícias em Sociedade < anterior seguir

O Ministério da Saúde reduziu a composição dos conselhos de administração dos hospitais com gestão empresarial (EPE) e extinguiu a estrutura de missão Parceria.Saúde para reduzir despesas no sector, segundo um despacho publicado hoje em Diário da República.



Estas alterações serão aplicadas a partir de 1 de Janeiro (Foto PÚBLICO)

0
Tweet
7
Share

ESTATÍSTICAS

1553 leitores
5 comentários

SIGA-NOS



Twitter Facebook RSS

FUNCIONALIDADES

Com este decreto-lei, o conselho de administração (CA) de cada hospital EPE passa a ter, € do presidente, no máximo quatro elementos - sendo um deles, obrigatoriamente, o director clínico e outro o enfermeiro/director, em vez dos cinco actuais.

Pode ainda integrar o conselho de administração um vogal não executivo a nomear por despacho conjunto dos ministros das Finanças e da Saúde, sob proposta dos municípios da área abrangida directamente pelo hospital EPE, mas que não pode ser remunerado.

Estas alterações serão aplicadas a partir de 1 de Janeiro. Os actuais CA podem manter a sua composição até ao final dos seus mandatos.

O Governo decidiu ainda extinguir a estrutura de missão Parcerias.Saúde (EMPS), que foi criada pelo Ministério da Saúde para promover formas inovadoras de gerir o Serviço Nacion de Saúde, nomeadamente através de parcerias entre o Estado e as empresas. Inicialmente, estava previsto que esta estrutura deixasse de existir no dia 31 de Dezembro de 2009. No entanto, terminar a EMPS na data prevista poderia ter impactos negativos nas parcerias criadas porque ainda estão a ser construídos seis hospitais: Loures, Vila Franca de Xira, Lisboa Oriental, Algarve, Vila Nova de Gaia -Espinho e Póvoa de Varzim-Vila do Conde. *Considera

Diminuir Aumentar
Comentar Imprimir
Enviar Comgr
Feedback Partilhar

que a extinção abrupta da EMPS na data anteriormente prevista teria consequências irreparáveis para a prossecução do programa de parcerias público-privadas aprovado pelo Governo, teve lugar um processo de transmissão de competências e atribuições da EMPS para a Administração Central do Sistema de Saúde*, que se encontra em fase de conclusão, refere o decreto-lei. O processo de transmissão das atribuições previstas, bem como o processo de integração da Estrutura de Missão na Administração Central do Sistema de Saúde termina a sexta-feira.

URL DESTA NOTÍCIA

<http://publico.pt/1472626>

COMENTÁRIO + VOTADO

Filhos e sobrinhos de futuros autarcas

Viram assim o seu futuro posto em risco. Mas outras empresas publicas se erguerão para darem ...

Evil Donner
27.12.2010 14:44

Os trabalhadores da EMPS vão ser integrados na Administração Central do Sistema de Saúde para continuar a acompanhar as parcerias criadas.

Estas medidas inserem-se no programa do Governo de redução da despesa e de aumento de receita apresentado na proposta de lei do Orçamento do Estado para 2011.

Corrigir Provedor do Leitor Feedback Diminuir Aumentar

Blogue sobre este artigo

Se comentar este artigo no seu blogue, o link aparecerá aqui.

Efectue o ping do seu blogue no Twingly para nós o encontrarmos.

Comentários 1 a 5 de 5

Escrever Comentário

Votar | 1 votos ★★

Evil Donner · 27.12.2010 14:44 Via PÚBLICO

Filhos e sobrinhos de futuros autarcas

Viram assim o seu futuro posto em risco. Mas outras empresas publicas se erguerão para darem destino a estes publicos jovens.

Este comentário tem 0 respostas

Responder a este comentário Denunciar este comentário

Anónimo · Lisboa, Portugal · 27.12.2010 20:15

Cinco elementos

cinco, cinco (5) elementos para gerir um hospital ????? e eram mais! que grande regabofe, s'p sacadores, como são "queimados" os impostos daqueles que descontam; a alimentar clientelas políticas, corja de bandidos. Este mês estive no hospital de Maria para tratamento. Entrei de manhã e quis lavar as mãos; nada de sabão nem papel para as limpar. Quando sai, 12H15 a situação era igual. No comments.

Este comentário tem 0 respostas

Responder a este comentário Denunciar este comentário

Anónimo · Barcelos · 27.12.2010 19:51

NOMEAÇÃO AUTARCA NOS HOSPITAIS

Como o Hospital de Barcelos (EPE), é presidido pelo comissário político Lino Mesquita Machado, não será surpresa que o actual presidente da Câmara de Barcelos (PS) negocie um tacho com o Presidente da Câmara Municipal de Braga, que é irmão do administrador hospitalar. É tudo uma irmandade cor-de-rosa e o povo que se lixe.

Este comentário tem 0 respostas

Responder a este comentário Denunciar este comentário



terça-feira, 21 de Dezembro de 2010 | 10:05

«Não há risco de saída» de enfermeiros contratados em 2011

O Ministério da Saúde assegurou hoje que «não há qualquer risco de saída» no próximo ano de enfermeiros do Serviço Nacional de Saúde (SNS) por caducidade dos contratos ou do regime de mobilidade desde que os serviços onde trabalham queiram mantê-los.

O Sindicato dos Enfermeiros Portugueses (SEP) alertou para o risco de cerca de 900 enfermeiros que trabalham no SNS serem demitidos quando os contratos terminassem, o que podia acontecer no final deste mês ou em Março.

Contactado pela Lusa, o Ministério da Saúde (MS) esclareceu que a Lei do Orçamento do Estado prevê que «todos os casos de profissionais nos diversos regimes de mobilidade podem ser prolongados até 31 de Dezembro de 2011, se os diferentes serviços estiverem interessados e houver acordo dos funcionários em questão».

«Esse prolongamento permitirá, designadamente, a conclusão dos vários processos concursais que estão em curso», refere o MS numa nota enviada à Lusa.

Em relação aos enfermeiros que estão em contrato a termo, o MS garante que esse contrato manter-se-á até ao final dos processos concursais.

O presidente do Conselho Directivo Regional do Centro da Ordem dos Enfermeiros (OE), Manuel Oliveira, disse à agência Lusa que esta informação foi transmitida no sábado à Ordem pelo secretário de Estado Adjunto e da Saúde, Manuel Pizarro.

O secretário de Estado «confirmou a prorrogação do prazo», adiantando que é «uma medida inscrita no OE para 2011, e que iria informar as Administrações Regionais de Saúde (ARS) a fim de rapidamente divulgar a informação, atendendo a que os prazos estavam quase a terminar e os constrangimentos que trazia, não só do ponto de vista da organização, mas também dos enfermeiros e dos profissionais de saúde», disse Manuel Oliveira.

O também responsável pelo Observatório da OE para os cuidados de saúde primários afirmou que «apesar desta medida que, de certa forma, garante a permanência destes enfermeiros, há outro problema»: as vagas que foram postas a concurso não cobrem a existência de todos os enfermeiros nos cuidados de saúde primários, o que significa que há enfermeiros que vão ficar excluídos.

«Há um défice crónico nos cuidados de saúde primários e reafirmamos a necessidade de, além de reforçar os enfermeiros que hoje são necessários nos centros de saúde, manter os que não estão contemplados pelas vagas dos concursos», sustentou.

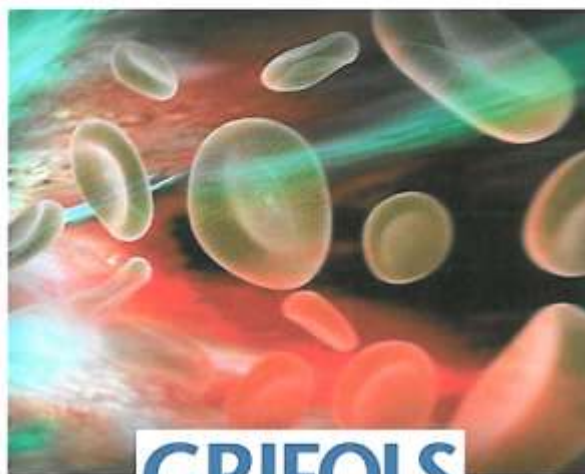
Para o responsável, a permanência destes profissionais «é fundamental, como é fundamental a admissão de novos enfermeiros».

Para isso, a Ordem dos Enfermeiros tem defendido a elaboração de um plano estratégico para a continuidade da reforma dos cuidados de saúde primários, onde os recursos humanos são uma área muito crítica.

«Estamos a assistir a um conjunto de enfermeiros que se têm aposentado e outros que por razões de doença, ou por outros motivos, não têm sido substituídos, o que agrava o défice», acrescentou.

Diário Digital / Lusa

Copyright Diário Digital 1999/2011



GRIFOLS

Tema: Ordem dos Médicos



segunda-feira, 13 de Dezembro de 2010 | 10:07

Médicos: 4 candidatos a bastonário com propostas distintas

Os quatro candidatos a bastonário dos médicos - Isabel Caixeiro, José Manuel Silva, Manuel Brito e Jaime Teixeira Mendes - apresentam propostas distintas para a Ordem, mas em comum têm a defesa do Serviço Nacional de Saúde (SNS) e das carreiras médicas.

O bastonário que for eleito na quarta-feira para o triénio 2011/2014 substituirá Pedro Nunes e dirigirá uma Ordem em que estão inscritos mais de 40 mil médicos.

Isabel Caixeiro, que presidiu nos últimos seis anos à Secção Sul da Ordem dos Médicos (OM), quer "reposicionar os valores da medicina e dos médicos na sociedade em detrimento dos valores económicos que ultimamente têm estado mais em vigor". Defende ainda carreiras para os médicos mais jovens e a sustentabilidade do SNS, com a OM a colaborar como "parceiro na definição de qual será a melhor maneira para que não sejam feitos cortes cegos que limitem a qualidade dos cuidados".

Outra proposta desta especialista em medicina geral e familiar é a extinção da Entidade Reguladora da Saúde: "Não tem qualquer utilidade prática" e é "uma má utilização dos dinheiros públicos", diz.

José Manuel Silva preside à Secção Centro há três anos e candidatou-se por considerar que é preciso "modernizar" a OM.

"Quero uma ordem muito mais interventiva, que seja um parceiro ativo na definição das políticas de saúde, que seja incómoda, que por cada crítica apresente uma proposta construtiva", diz o professor da Faculdade de Medicina de Coimbra.

O especialista em medicina interna defende um organismo "rigorosamente independente, que se preocupe com o futuro dos médicos, sobretudo os mais jovens, e dos doentes e da qualidade da saúde e da formação pré e pós-graduada".

"Uma Ordem que se preocupe com o futuro do SNS e o seu enquadramento no sistema nacional de saúde" e que se oponha à "abertura de mais faculdades de medicina".

O médico diz que se esperam "tempos difíceis" e

que a OM precisa de um "líder lúcido, afirmativo, incómodo, exigente, com qualidade e com um percurso profissional que confirme essa qualidade".

Quanto a Manuel Brito candidata-se por estar "muito desiludido" com a "atitude e desempenho da OM nos últimos anos".

O cirurgião propõe, assim, um novo ciclo com uma "matriz clara: a OM tem de defender essencialmente e de forma nuclear a medicina das boas práticas, mais humanizada e acessível a todos".

A instituição, sublinha, tem de defender "um sistema de saúde ao qual todos os portugueses tenham acesso". Para isso, tem de ser "estruturada, muito mais presente junto dos médicos e das instituições e respeitada pela sociedade e ouvida pelo poder político".

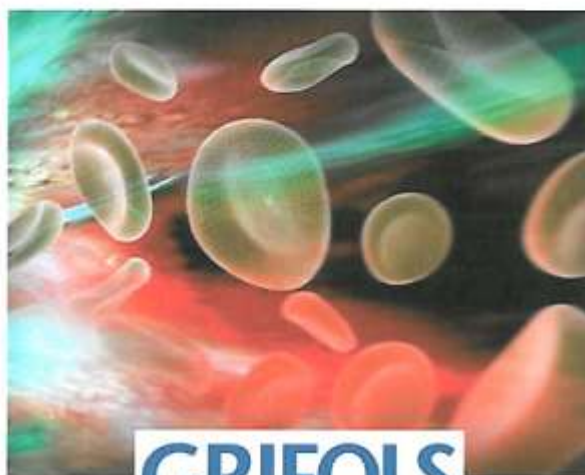
"No momento que estamos a viver, de cortes na área da saúde, penso que a OM assume um protagonismo fundamental, para que os cortes não sejam cegos", afirmou.

A candidatura do pediatra Jaime Teixeira Mendes defende a qualidade da medicina, a continuação da defesa das carreiras médicas na perspetiva técnico-científica e a defesa do SNS como "um garante de equidade, um pilar da saúde, e uma referência essencial na formação dos médicos".

Jaime Mendes garante que a primeira medida que tomará como bastonário será promover uma auditoria externa às contas da Ordem. A segunda será a constituição de uma comissão alargada para a revisão dos estatutos.

Diário Digital / Lusa

Copyright Diário Digital 1999/2011



GRIFOLS

Tema: Sangue

Diário de Notícias

Coimbra apela à dádiva de sangue

Pedida A directora do Centro Regional de Sangue de Coimbra, Helena Gonçalves, apelou à dádiva de sangue para prevenir eventuais rupturas nesta altura do ano. "Neste momento não há rupturas, mas poderá haver, sobretudo nas plaquetas, que têm apenas cinco dias de duração", advertiu a médica.

publicado a 2010-12-30 às 01:00

voltaaomundo.pt/epaper

|

PATROCÍNIO

Para mais detalhes consulte:
http://www.dn.pt/inicio/portugal/interior.aspx?content_id=1745163
GRUPO CONTROLINVESTE
Copyright © - Todos os direitos reservados

Cartão Crédito Barclaycard, com linha de crédito até 6.000?!

PSILON | GUIA DO LAZER | CINECARTAZ | INIMIGO PÚBLICO |

SIG

Publico
20



Passatempo
Venham passar a
noite dos Óscares
conosco



Fotogaleria
Os vencedores do
World Press Photo
2010



JORNAL DO DIA | PDF | VÍDEOS | MULTIMÉDIA | INFOGRAFIAS | BLOGUES | DOSSIERS |

LOJA | ASSINATI

MUNDO POLÍTICA ECONOMIA DESPORTO SOCIEDADE EDUCAÇÃO CIÊNCIAS ECOSFERA CULT

Quatro anos depois

Médicos alemães declaram cura de VIH em paciente após transplante de medula óssea

16.12.2010 - 11:55 Por Romana Borja-Santos

Votar | 23 votos ★★★★★

1 de 1 notícias em Ciênc

O caso remonta a 2007. Na altura, um norte-americano de 42 anos, residente em Berlim e infectado pelo VIH, tinha desenvolvido uma leucemia aguda. A quimioterapia falhou e seguiu-se um transplante de medula óssea. Após a intervenção, as análises revelaram que o vírus responsável pela sida tinha desaparecido do seu corpo. Quatro anos depois, a equipa de investigadores alemães confirma que o transplante conseguiu erradicar o VIH do doente e deu-o como curado.



Falar em "cura" da sida após vários fracassos na investigação torn-se um tema sensível (Foto: Carla Carvalho Tomás arquivo)

6

Tweet

243

Share

ESTATÍSTICAS

20392 leitores

18 comentários

SIGA-NOS



Twitter Facebook RSS

FUNCIONALIDADES

De acordo com Thomas Schneider e os seus colegas da Universidade Médica de Berlim o paciente, que tinha leucemia e VIH, quatro anos após a cirurgia continua livre do vírus. "Os nossos resultados sugerem fortemente que a cura para o VIH foi conseguida para este paciente", lê-se no jornal médico *Blood*, onde acaba de ser publicado um artigo sobre o caso.

A história foi divulgada pela primeira vez em Março de 2008, num congresso que decorreu em Boston sobre retrovírus e doenças oportunistas. Gero Hütter, outro dos colegas de Schneider, apresentou o espantoso caso de um doente com VIH e leucemia que, ao que tudo indicava, estava livre do vírus da sida há 145 dias. Porém, o resultado foi recebido com muita prudência já que falar em "cura" da sida após tantos fracassos na investigação tornou-se um tema sensível.

Uma outra curiosidade neste caso é que Gero Hütter, médico do norte-americano, não é especialista em sida mas sabia da existência de uma mutação genética, conhecida desde 11 que torna as pessoas que a herdaram dos dois progenitores imunes a quase todas as estirpes de VIH. A mutação verifica-se no gene que comanda o fabrico de uma proteína, a CCR5. Normalmente, a CCR5 encontra-se à superfície das células-alvo do VIH, que a usa para entrar nelas e replicar-se. Mas nos "mutantes", ela desaparece e o vírus fica à porta.

Diminuir Aumentar
Comentar Imprimir
Enviar Corrigir
Feedback Partilhar

URL DESTA NOTÍCIA

<http://publico.pt/1471250>

COMENTÁRIO + VOTADO

esperança e a minha palavra para poder viver.

ola eu sou joao portador de Hiv descoberto a tres anos fico muito feliz com a noticia ate me ...

Anónimo
17.12.2010 15:54

O segredo escondido numa mutação genética

A equipa procurou, entre as amostras de sangue de dadores de medula óssea compatíveis com o doente, uma que fosse mutante de pai e mãe para a CCR5. E encontrou-a na amostra n.º 80 entre 80 possíveis. Uma sorte, visto que apenas um por cento dos europeus são portadores desta mutação (e talvez um pouco mais no Norte da Europa). O doente foi então irradiado e tratado, de forma a eliminar virtualmente todas as células do seu sistema imunitário, e a sua medicação anti-VIH suspensa. A ideia era retomar os tratamentos para o VIH após o transplante. A equipa tem procurado o vírus no seu cólon, fígado, líquido espinal e cérebro - reservatórios onde o VIH se pode "esconder" durante anos.

Mas o vírus não voltou e acende uma esperança para o futuro, ainda que prudente, já que a equipa de Schneider salienta que este não é de todo um tratamento de larga escala. O transplante de medula óssea é um procedimento de última linha na área da hematologia e apresenta riscos elevadíssimos, além de ser extremamente doloroso para o doente e de demorada convalescença.

O transplante implica destruir a medula óssea do paciente e depois transferir a do dador compatível. Seguem-se longos meses de espera para que o sistema imunitário se reconstitua. "Não é prático e pode matar pessoas", salientou à agência noticiosa Reuters Robert Gallo, do Instituto de Virologia Humana da Universidade de Maryland, que ajudou a descobrir o vírus da imunodeficiência humana (VIH), responsável pela sida.

O investigador não descarta a hipótese de cura mas sublinha que só depois de o doente morrer e de ser feita uma análise genética completa se poderá ter certeza. O vírus da sida atinge milhões de pessoas em todo o mundo e já matou mais de 25 milhões desde que a pandemia começou, nos anos 1980.

Corrigir Provedor do Leitor Feedback Diminuir Aum

Blogue sobre este artigo

Se comentar este artigo no seu blogue, o link aparecerá aqui.

Efectue o ping do seu blogue no Twingly para nós o encontrarmos.

Comentários 1 a 10 de 10

Escrever Comentário



Anónimo : almada portugal 17.12.2010 15:54

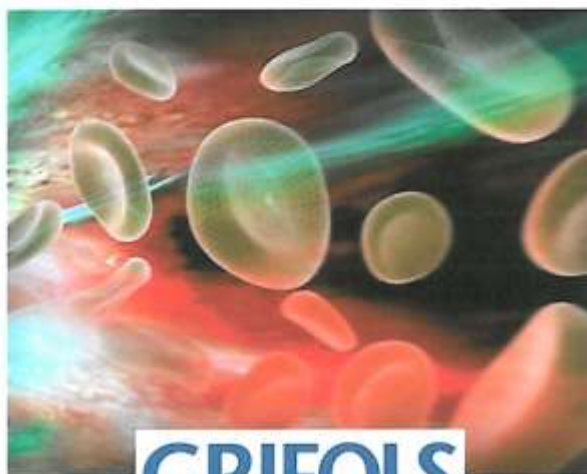
esperança e a minha palavra para poder viver.

ola eu sou joao portador de Hiv descoberto a tres anos fico muito feliz com a noticia ate me candidato para ir a berlim se ft preciso o alemao e a minha segunda lingua obrigado estou sem palavras

Este comentário tem 0 respostas

[Responder a este comentário](#)

[Denunciar este comer](#)



GRIFOLS

Tema: Saúde

omniConsul
consultores em comunicação lda

Jornal de Notícias

Saúde: Desempregados começam hoje a pagar taxas moderadoras

Os desempregados com rendimento superior ao salário mínimo nacional pagam a partir de hoje, sábado, taxas moderadoras, assim como os reformados com rendimentos acima de 485 euros.

As novas regras foram conhecidas em Junho do ano passado, mas só na última semana do ano é que se soube, por publicação no Diário da República, qual o limite máximo do rendimento a partir do qual os utentes do Serviço Nacional de Saúde (SNS) passam a pagar taxas moderadoras.

O diploma, publicado a 28 de Dezembro último, determinou também que os reformados que recebam rendimentos acima dos 485 euros vão deixar de ter acesso gratuito aos cuidados prestados pelo SNS, tendo que pagar taxas moderadoras.

A medida abrange os cônjuges e filhos menores desde sejam dependentes, tanto no caso dos desempregados inscritos nos centros de emprego, como os pensionistas.

Para os pensionistas continuarem a beneficiar do regime especial de comparticipação de medicamentos, terão de provar que a soma dos rendimentos do agregado familiar, dividida pelo número de pessoas, não ultrapassa os 14 salários mínimos (6790 euros).

A diploma entra hoje em vigor e vem adaptar a nova lei da condição de recursos aos beneficiários dos apoios na saúde, nomeadamente quanto à isenção das taxas moderadoras e na comparticipação de medicamentos.

As taxas moderadoras representam cerca de um por cento do total dos gastos do sector da saúde, e recomeçaram no início desta década a ser actualizadas em função da inflação.

publicado a 2011-01-01 às 15:43

Para mais detalhes consulte:

http://www.jn.pt/PaginaInicial/Sociedade/Interior.aspx?content_id=1746760

GRUPO CONTROLINVESTE

Copyright © - Todos os direitos reservados

**A falta de informação
pode prejudicar a sua saúde!**

Patrocínio

Cartão Crível: Barcelona, com tinta da coroa de 6.000*

PSILON | GIRA DO LAZER | CINCOARTAZ | NINGO PÚBLICO |

18 de Fevereiro de 2011

PSILON

Entrevista
José Maria Neves
anuncia último
mandato no
Governo do Cabo
Verde

clix...
A TUA HOMEPAGE

JORNAL DO DIA | PDF | VÍDEOS | MULTIMÉDIA | INFOGRAFIAS | BLOGUES | DOSSIERS |

LOJA | ASSINATURAS | CONTACTOS | CLASSIFICADOS | INICIATIVAS | METEO

MUNDO | POLÍTICA | ECONOMIA | DESPORTO | SOCIEDADE | EDUCAÇÃO | CIÊNCIAS | ECOLOGIA | CULTURA | LOCAL | MÍDIA | TECNOLOGIA | NAZI

Auditoria do Tribunal de Contas

Saúde gastou 21 milhões de euros em consultoria que não serviu para nada

30.12.2010 - 09:21 Por Alexandre Correia, João e Tereza

Voto: 12 votos + 2 de 18 votaram em Sociedade + autor + seguir +

O Serviço de Utilização Comum dos Hospitais (SUCH) pagou a três consultoras 21 milhões de euros pelo seu contributo na constituição das três unidades de serviços partilhados mas esta estratégia conduziu o serviço a uma "situação financeira crítica".



Auditoria detetou vários problemas no SUCH (PÚBLICO (cooper))

1 Tweet 90 5 Shares

ESTATÍSTICAS

11432 leituras
78 comentários

SIGA-NOS

Twitter Facebook RSS

FUNCIONALIDADES

Diminuir Aumentar

Comentar Imprimir

Enviar Comarcar

Facebook Twitter

URL DESTA NOTÍCIA
http://www.publico.pt/1472010

COMENTÁRIO + VOTADO

Serviço

Claro que serviu para encher os bolsos das empresas e mais não digo.

31.12.2010 10:58

O Serviço de Utilização Comum dos Hospitais (SUCH) pagou, só a três empresas privadas de consultoria e gestão, mais de 21 milhões de euros até ao final de 2009, um montante quatro vezes superior ao total do prejuízo registado nesse ano por este organismo tutelado pelo Ministério da Saúde. Os valores surgem no relatório final da auditoria do Tribunal de Contas (TC) ao SUCH, a que o PÚBLICO teve acesso, e que volta a ser muito crítico da gestão presidida por Paula Nantas, que foi demitida no final de Junho.

As unidades de serviços partilhados criadas através de agrupamentos complementares de empresas (Somos Pessoas, Somos Contas e Somos Compras), com a participação das operadoras privadas CapGenini, Accenture e BGG (Deloitte), não contribuíram para a redução do défice do Serviço Nacional de Saúde esperado e observado em iniciativas internacionais semelhantes", destaca o TC. A agravar, esta estratégia conduziu a associação "a uma situação financeira crítica, com eventuais consequências na sua própria sobrevivência".

As unidades de serviços partilhados redundaram "numa fuga às regras de concorrência", mas não tiveram a adesão esperada por parte dos associados do SUCH (hospitais públicos, administrações regionais de saúde e misericórdias), reflectindo-se de imediato na deterioração dos seus resultados. Em 2009, o SUCH apresentou resultados líquidos negativos de cinco milhões de euros, 18-se no relatório final de auditoria do TC - cujas conclusões e recomendações são em quase tudo semelhantes às do relatório inicial, ainda sem contraditório. O PÚBLICO tentou confrontar Paula Nantas com os resultados definitivos, sem êxito. Na altura, em entrevista ao PÚBLICO, a anterior presidente do conselho de administração do SUCH contestou com veemência estas conclusões.

Na base do agravamento da situação está, defende o TC, a "falta de conhecimento do SUCH e dos parceiros privados sobre as vicissitudes do sector público da saúde nas áreas de compras, gestão de recursos humanos e gestão financeira e contabilística", além do "excessivo recurso a financiamento bancário" (33,2 milhões de euros, em 2009). O TC põe ainda em causa o facto de o SUCH não ter aberto concurso público para seleccionar os parceiros e ter escolhido a CapGenini, a Accenture e a BGG com base nos seus currículos. Estes foram remuneradas com 4,3 milhões de euros, 9,4 e 7,6 milhões de euros, respectivamente, pelo seu contributo na constituição das três unidades de serviços partilhados.

Central criada sem estudo

Entretanto, face à "falácia" desta estratégia, a tutela criou os Serviços Partilhados do Ministério da Saúde (SPMS), a chamada central de compras de saúde, que herdou os activos e passivos da Somos Pessoas, Somos Contas e Somos Compras. Um organismo que já tem um conselho de administração nomeado e que o ministério acredita possa vir a gerar poupanças de milhões de euros por ano, quando estiver em velocidade cruzada. Mas a forma de constituição desta entidade mereceu também um duro reparo do TC, que solicitou ao gabinete do ministro Ana Jorge os estudos técnicos que demonstram a sua viabilidade e racionalidade económicas. Em 15 de Setembro, leu-se o TC, os estudos que "de acordo com as regras de boa gestão, deviam ter sustentado a priori a decisão de criação dos SPMS, encontravam-se ainda em elaboração".

O TC recomenda, assim, ao primeiro-ministro que mande fazer um estudo de viabilidade económico-financeira da central de compras e volta a sugerir que altere o estatuto jurídico do

Adira já e receba uma Máquina de Café Nespresso

Até 31 de Fevereiro de 2011

não perca esta oportunidade única

Adira já!

*Consultar para a sua localização de lojas, condições de acesso, prazo de validade e a taxa de adesão. T800 00 25 0000

W/NEP/010

- 1. Diplomados pensam mais do que depilaram em dez anos
- 2. Uma "maná" de raiz para mostrar que "a pele a que está a ser parva"
- 3. Hospital de Faro terá de pagar 400 mil euros por regimentos teatrais
- 4. Exército ajuda Bando Parlamento e suspende Constituinte
- 5. O Real Madrid resistiu no Conselho
- 6. Uma coligação para assentar quase vai à frente
- 7. Dente no Rio Chaves e a favor de Palaco
- 8. Milhena nas ruas contra Berlusconi e a favor da "Solidariedade dos cidadãos"
- 9. Momento de Raquel encenado morto na sua habitação em S. Martinho de Antas
- 10. Arquêologos encontram no Ilhéu Verde do capim que inspirou "Moby Dick"

Jornal do dia

publico.pt

Consultoria Precisa Serviço de Consultoria*
Encontre aqui Serviço Profissional
por www.cfd Nova Seguros de Saúde Seguro de Saúde - Serviços Médicos sem limite desde 8.250 euros adira já
www.sandeprime.pessoas.saude Esta vontade chegar à sua dos humores! Ofereça uma Joia Limpa personalissimo.por.it
www.pombura.net Classificados Grátis Imoveis seus anuncios quanto Zero Custo e venda em todo o Portugal www.customado.pt

Imobiliário

FUNCIONALIDADES

- Diminuir Aumentar
- Comentar Imprimir
- Enviar Corrigir
- Feedback Partilhar

URL DESTA NOTÍCIA

<http://publico.pt/1473016>

COMENTÁRIO + VOTADO

Serviú

Claro que serviu para encher os bolsos dos compadres e mais não digo.

Anónimo
31.12.2010 10:58

milhões de euros, lê-se no relatório final da auditoria do TC - cujas conclusões e recomendações são em quase tudo semelhantes às do relatório inicial, ainda sem contradit. Ontem, o PÚBLICO tentou confrontar Paula Nanita com os resultados definitivos, sem êxito. altura, em entrevista ao PÚBLICO, a anterior presidente do conselho de administração do S contestou com veemência estas conclusões.

Na base do agravamento da situação está, defende o TC, a "falta de conhecimento do SUCI dos parceiros privados sobre as idiossincrasias do sector público da saúde nas áreas de compras, gestão de recursos humanos e gestão financeira e contabilística", além do "excesso de recurso a financiamento bancário" (33,2 milhões de euros, em 2009). O TC põe ainda em cs o facto de o SUCH não ter aberto concurso público para seleccionar os parceiros e ter escol a CapGemini, a Accenture e a SGG com base nos seus currículos. Estas foram remunerada com 4,3 milhões de euros, 9,4 e 7,6 milhões de euros, respectivamente, pelo seu contributo constituição das três unidades de serviços partilhados.

Central criada sem estudo

Entretanto, face à "falência" desta estratégia, a tutela criou os Serviços Partilhados do Minis da Saúde (SPMS), a chamada central de compras da saúde, que herdou os activos e passiv da Somos Pessoas, Somos Contas e Somos Compras. Um organismo que já tem um conse de administração nomeado e que o ministério acredita possa vir a gerar poupanças de milh de euros por ano, quando estiver em velocidade cruzeiro. Mas a forma de constituição deste entidade merece também um duro reparo do TC, que solicitou ao gabinete da ministra Ana Jorge os estudos técnicos que demonstram a sua viabilidade e racionalidade económicas. E 15 de Setembro, lamenta o TC, os estudos que, "de acordo com as regras de boa gestão, deviam ter sustentado a priori a decisão de criação dos SPMS, encontravam-se ainda em elaboração".

O TC recomenda, assim, ao primeiro-ministro que mande fazer um estudo de viabilidade económico-financeira da central de compras e volta a sugerir que altere a natureza jurídica (SUCH, por considerar que a associação não deve continuar a usufruir do estatuto de utilidad pública administrativa.

1 2 [Página seguinte »](#)

[Ver texto com](#)

Corrigir Provedor do Leitor Feedback Diminuir Aum

4 blogues ligam para este artigo

- Depois de 2010**
Há 41 dias O Arquitecto de CML
- Mas ninguém pergunta?!**
Há 45 dias Câmara de Comuns
- M5 - Mais desperdício**
Há 45 dias Bancarrota
- 21 milhões de euros que serviu para dar saúde a três consultoras**
Há 46 dias D'SUL



Comentários 1 a 10 de 78

[Escrever Comentário](#)

1 2 3 4 5 ...

Diário de Notícias

Saúde: Associação de Centros de Diálise ameaça não aceitar mais doentes

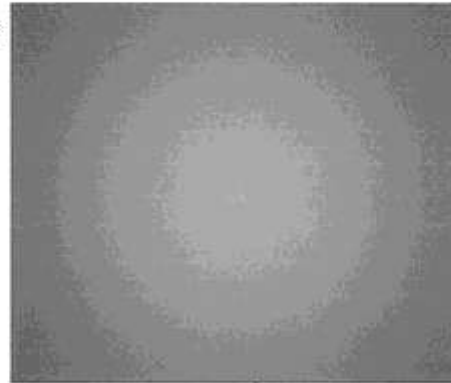
Lisboa, 29 dez (Lusa) - A Associação Nacional de Centros de Diálise (Anadial) vai propor aos associados que não admitam novos doentes a partir de janeiro de 2011, caso o Ministério da Saúde não reveja a sua posição relativamente às unidades privadas de hemodiálise.

Em comunicado hoje divulgado, a ANADIAL refere que o Ministério da Saúde (MS) fez publicar recentemente um despacho que, além de impor uma "redução do preço contratado, impõe ainda àqueles unidades um "acréscimo de serviços" até aqui não incluídos no chamado "preço compreensivo", como sejam a construção de acessos vasculares e transfusões de sangue.

Sem afastar a possibilidade de "impugnação judicial" da medida, a Anadial adverte que irá também propor aos associados que cobrem ao Estado, judicialmente através de processo de execução, a "totalidade da dívida e respetivos juros de mora".

Este texto da agência Lusa foi escrito ao abrigo do novo Acordo Ortográfico.

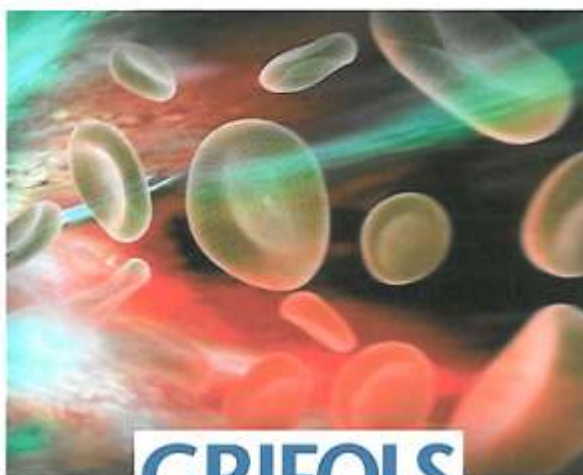
publicado a 2010-12-29 às 19:09



PATROCINIO

Para mais detalhes consulte:
http://www.dn.pt/Inicio/interior.aspx?content_id=1744920

GRUPO CONTROLINVESTE
Copyright © - Todos os direitos reservados.



GRIFOLS

Tema: Cancro

omniConsul
consultores em comunicação, lda

Diário de Notícias

Células do cordão podem ajudar tratamento da leucemia

umbilical O transplante de células estaminais hematopoiéticas do sangue umbilical pode ser tão eficaz como o transplante de medula óssea em doentes adultos com leucemia. Esta é a conclusão de uma investigação do Medical College of Wisconsin, nos EUA. O estudo refere que os doentes com leucemia submetidos ao transplante de células hematopoiéticas obtiveram resultados positivos, mesmo quando o dador não correspondia, exactamente, ao perfil hematológico do receptor.

voitaaomundo.pt/epaper

O estudo envolveu 216 centros de transplante e comparou os resultados de 165 doentes, com 16 ou mais anos, com leucemia aguda que receberam sangue do cordão umbilical, com 888 adultos que receberam células estaminais não relacionadas e com os de 472 doentes que receberam transplante de medula óssea. Após dois anos, independentemente da fonte de células estaminais usadas no tratamento, os pacientes registaram iguais possibilidades de sobrevida livre de leucemia.

publicado a 2010-12-23 às 01:00

PATROCÍNIO

Para mais detalhes consulte:
http://www.dn.pt/inicio/ciencia/interior.aspx?content_id=1741126&seccao=Sa%FAde
GRUPO CONTROLINVESTE
Copyright © - Todos os direitos reservados

Você está em: [Homepage](#) / [Saúde](#) / [Notícia](#)

22 Dezembro 2010 - 18h56

Pode levar a nova forma de prevenção

Nova descoberta para cancro do estômago

Um grupo de investigadores do Instituto Patologia e Imunologia Molecular da Universidade do Porto (Ipatimup), no Porto, anunciou esta quarta-feira descoberta de um novo alvo terapêutico para interromper o desenvolvimento de cancro no estômago.

Os investigadores da Universidade do Porto identificaram uma proteína que, associada à propagação de uma metaplasia intestinal no estômago (lesão pré-cancerosa em que algumas células do estômago são substituídas por células do intestino), comporta um risco significativo de evolução para cancro gástrico.

O grupo considera necessária "uma compreensão mais fundamental do processo" porque as tentativas de controlo da progressão do cancro do estômago, quando se verifica esta lesão, não se têm revelado eficazes.

Os investigadores acreditam que "se for possível parar este processo, será uma forma de fazer uma prevenção primária do cancro do estômago".

A descoberta é descrita como um dos motivos pelos quais as lesões de metaplasia intestinal no estômago são irreversíveis, sendo demonstrado que a proteína CDX2 regula a própria lesão, perpetuando-a.



Arturino Ribeiro

Fechar

Acha que o desemprego em 2011 irá aumentar?

Vota e ganha um Mercedes

Sim

Não

Você está em: [Homepage](#) / [Saúde](#) / [Notícia](#)

19 Dezembro 2010 - 03h19

Évora: Serviço é considerado um dos mais avançados da Europa

Tecnologia contra o cancro

Há um ano e três meses, o Alentejo deixou de ser a única região da Península Ibérica sem um serviço de radioterapia. Certo é, que, actualmente, esta valência do Hospital do Espírito Santo de Évora (HESE) é a mais avançada na área instalada no nosso País, e, seguramente, uma das melhores da Europa na tecnologia de combate ao cancro, tendo sido recentemente reconhecida pelo Fórum Hospital do Futuro, com a atribuição do primeiro prémio na categoria de Parcerias em Saúde.

O problema põe-se quando se fala da potencialização do serviço, a trabalhar actualmente muito abaixo das capacidades, lamentam os responsáveis. Tal facto deve-se ao desconhecimento da sua existência por grande parte dos profissionais de saúde.

A efectuar actualmente uma média próxima dos 80 tratamentos por dia, a radioterapia eborense podia, sem prejuízo da qualidade do serviço, chegar aos 200. "Há quem continue a encaminhar os doentes para os grandes centros urbanos quando temos uma unidade que prima pela qualidade", reiterou, aquando do primeiro aniversário da unidade, a presidente do conselho de administração do HESE, Filomena Mendes. Além das possibilidades de tratamento em radioterapia externa, braquiterapia ginecológica e prostática, que já funcionam actualmente, o serviço vai alargar o leque de competências clínicas já a partir de 2011, apesar de ter 'em carteira' 650 doentes – a capacidade cifra-se em 1400 pacientes. "Acredito que estas pequenas unidades funcionam melhor do que as dos grandes centros, por todos os motivos. Precisamos de tratar muitas mais pessoas do que as que estamos a tratar actualmente e reclamamos isso", disse ao CM Pedro Chinita, um dos dois radioterapeutas e director clínico do serviço do HESE (ver entrevista).



Hugo Ribeiro

A grande luta dos responsáveis passa agora pela sensibilização dos médicos de família para que se possa potenciar os recursos. "A falta de conhecimento e o não encaminhamento dos doentes para aqui leva a que uma pessoa que viva no Alentejo tenha de se deslocar, por exemplo, ao IPO de Lisboa para fazer um ciclo de cerca de 25 tratamentos, o que é extremamente fatigante e desgastante, podendo ser evitado se efectuado em Évora. Melhorar a qualidade de vida aos doentes oncológicos é o princípio básico desta unidade de radioterapia", acrescentou Pedro Chinita.

HOSPITAL PAGA HOTEL E COMIDA

Os utentes do serviço de radioterapia de Évora, caso sejam provenientes de uma distância superior a 80 quilómetros, durante os ciclos de tratamento (normalmente de segunda a sexta-feira, entre um e dois meses), ficam alojados e com alimentação paga num dos hotéis da cidade com quem o hospital estabeleceu um protocolo. "Dar todo este conforto é estar a poupar milhões aos cofres do Estado. O que encaixa os tratamentos são os transportes, cujo custo é quatro a cinco vezes o custo do tratamento em si", refere o serviço de radioterapia. Por ano, eram gastos 2,5 milhões de euros em deslocações.

O MEU CASO: JOSÉ MARTINS

"ESTE TRATAMENTO NÃO PROVOCA DORES"

Aos 75 anos, José Martins viu-se confrontado com um dos maiores receios do homem, o cancro da próstata. Acompanhado há aproximadamente um ano, está actualmente a cumprir um ciclo de tratamentos no Serviço de Radioterapia do Hospital do Espírito Santo, em Évora. O paciente desdobra-se em elogios ao apoio que lhe tem sido prestado e à qualidade dos cuidados de saúde.

"Penso que a minha situação está a correr bem. Foi-me diagnosticado o problema em Janeiro deste ano. Aqui, sou muito bem tratado, o espaço é muito agradável e as pessoas são da maior das simpatias", disse ao CM o agricultor reformado, residente em Montoito, no concelho de Redondo.

"Este tratamento não provoca dores. Chego sem dor, saio daqui sem dor e posso ir fazer a minha vida. Felizmente, conto com a ajuda do meu filho, que me acompanha desde a primeira hora", referiu.

Até dia 25 de Janeiro, todos os dias úteis, José Martins vai à radioterapia para uma sessão que não demora mais do que 30 minutos, desde o momento em que chega ao hospital até que sai. "Felizmente, continuo autónomo e capaz de fazer tudo. Vir aqui é só mais uma das coisas que tenho para fazer todos os dias, mas que faço sem esforço nenhum, porque são realmente todos muito prestáveis", concluiu.

PERFIL

José Martins tem 75 anos e reside na freguesia de Montoito, no concelho de Redondo. É casado e tem um filho. Agricultor, actualmente encontra-se reformado, mas toda a vida viveu do que a terra dá. Está em tratamento à próstata.

DISCURSO DIRECTO

Correio da Manhã – Qual a vantagem deste serviço de radioterapia em relação aos dos grandes centros urbanos?

Pedro Chinita – Além dos recursos técnicos, não há lista de espera. A comodidade e proximidade são superiores e isto tudo evita a disfunção familiar e a ausência.

– E os doentes que ficam alojados em hotel?

– O doente pode ficar com um acompanhante e ao fim-de-semana vai sempre a casa, para evitar o distanciamento. Pagar a estada em vez dos transportes é fazer poupar ao estado milhões de euros por ano.

– O serviço está a tratar abaixo da capacidade. A trabalhar na máxima força, continuará a oferecer estas condições de comodidade aos doentes?

– Claro, isso é ponto assente na nossa política e queremos crescer.

Pedro Galego

Fechar