



32º CONGRESSO
DE SECRETÁRIOS
MUNICIPAIS DE
SAÚDE DO
ESTADO DE
SÃO PAULO

15ª Mostra de
Experiências
Exitosas dos
Municípios

8º Prêmio
David
Capistrano

"30 anos de SUS: SUStentabilidade para garantia do Direito à Saúde
Aumento do financiamento federal e estadual!"

Gestão de Pessoas, do Trabalho e Educação em Saúde

A COMUNICAÇÃO VISUAL COMO MOTRIZ VEICULAR DA PROMOÇÃO EM SAÚDE

Eduardo Figueiredo De Moraes Rego

1 Prefeitura Do Município De Santa Maria Da Serra - Prefeitura Do Município De Santa Maria Da Serra

Santa Maria da Serra

INTRODUÇÃO E JUSTIFICATIVA

O uso da publicidade para fins de intervenção no comportamento em saúde talvez passe pela percepção de que "muitas das enfermidades e doenças que acometem as sociedades modernas ocidentais estão intrinsecamente ligadas a estilos de vida, e a comunicação de massa] é imaginada como capaz de contribuir de forma significativa para essas mudanças comportamentais" (FENNIS, 2002, p.316). A promoção em saúde tem como um de seus pilares, a dimensão educativa das campanhas de comunicação em saúde pública, dada a premissa de que informar não é educar e que a aprendizagem, elemento central do processo de educação, envolve a compreensão, elaboração e domínio do conhecimento para seu uso potencial ou efetivo (ALVES E MELLO, 2012). Pelos dados disponibilizados pelo Ministério da Saúde, os impactos destas campanhas são positivos. As campanhas mensais temáticas são um alerta para a conscientização sobre a prevenção, abertura de debates e despertam na população um olhar para sua própria saúde através do auto cuidado. A partir da experiência rosa no mês de outubro, as cores tornaram-se um elemento fortalecedor e identificador das diversas campanhas mensais em saúde; disparando a partir de cada mês a consciência e o cuidado para o restante do ano, para si e para a coletividade. Santa Maria da Serra é um município pequeno, com população estimada em 6.017 habitantes (IBGE, 2017) que faz parte da RRAS de Piracicaba. Pela sua dimensão de cidade pequena, pontos estratégicos com informação visual constituem-se em elementos estratégicos, disparadores de comunicação entre seus diversos atores que potencializam rodas de conversa nos diversos palcos da cidade.

OBJETIVOS

- Fomentar a Promoção em Saúde através da Educação Permanente envolvendo a gestão municipal, os trabalhadores de saúde e os usuários. - Promover o estímulo e fortalecimento da qualificação profissional dos trabalhadores da saúde municipal, visando transformar suas práticas em consonância com os princípios do SUS. - Fortalecer o usuário como protagonista das ações de promoção e prevenção à saúde municipais através da aprendizagem significativa.

METODOLOGIA

Baseia-se na criação e confecção de faixas e banners sobre o tema-cor-mês pela gestão municipal de saúde e afixados em diversos pontos da cidade a saber: Praças, Rodoviária, Quadra de Esportes Municipal, Centro Comunitário, escolas, Prefeitura, CRAS, FUNSOL, Centro Comunitário, unidades de saúde. A equipe de saúde busca a informação acerca do tema/mês/cor num processo de educação continuada e visitam as escolas, CRAS e demais



32º CONGRESSO
DE SECRETÁRIOS
MUNICIPAIS DE
SAÚDE DO
ESTADO DE
SÃO PAULO

15ª Mostra de
Experiências
Exitosas dos
Municípios

8º Prêmio
David
Capistrano

"30 anos de SUS: SUStentabilidade para garantia do Direito à Saúde
Aumento do financiamento federal e estadual!"

entidade, promovendo rodas de conversa, num processo de educação permanente com a população e gestores de todos os setores da cidade. A população traz suas vivências, angústias, necessidades e experiências nestas rodas. A reflexão é reforçada com a realização mensal de um evento de massa para a população sobre o tema, com palestras de profissionais e dinâmicas desenvolvidas por universitários.

RESULTADOS

A experiência foi iniciada em julho de 2017, no qual trabalhou-se "Combate às Drogas". Faixas e banners foram confeccionados e sua quantidade foi se ampliando, em decorrência da inclusão de novos pontos estratégicos e do feedback da população. Assim, veio agosto dourado (amamentação), setembro amarelo (suicídio), outubro rosa (câncer de mama e colo de útero), novembro azul (câncer de próstata), dezembro vermelho (DST-Aids), janeiro branco (saúde mental) /janeiro roxo (hanseníase), fevereiro roxo (Alzheimer, Lúpus e Fibromialgia) e no momento março azul marinho (câncer colorretal). Mês a mês é possível observar a população usuária buscando o SUS em busca de ações e serviços inerentes à resolutividade de suas questões pessoais e coletivas traduzindo mudança de cultura através da aprendizagem significativa. Nas rodas de conversa aparecem as experiências/vivências dos usuários onde um ensina e aprende com o outro. Os trabalhadores de saúde vêm desenvolvendo uma percepção e inclusão das experiências do trabalho como fonte sistemática de formação, de despertar de novas ideias/proposições e de formulação de novas estratégias e conhecimentos a partir da prática. A melhoria das práticas e ações/serviços revela-se pela adesão de novos usuários ao sistema.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

O caráter inovador desta experiência vem proporcionando grandes mudanças na cultura em saúde e na qualidade de vida da população, que avalia com grande satisfação o trabalho. Os trabalhadores da saúde, antes desestimulados, vem buscando a qualificação e o conhecimento para interagir com maior propriedade com os usuários. Ao longo destes meses vem sendo possível observar uma interseção entre o aprender e ensinar na realidade dos serviços locais através do encontro dos universos do trabalho e da formação. Há engajamento de todos atores envolvidos que buscam a gestão ansiosos querendo saber: "Qual o tema do próximo mês?" Este projeto é fundamentalmente inovador pois que é uma experiência inédita no município, que nunca teve suas ruas e praças vestidas numa indumentária de informação e comunicação publicitando a saúde e sua promoção. A busca dos serviços e ações de saúde no município e na rede regional de atenção à saúde vem aumentando com a adesão de novos atores e fortalecimento dos que já faziam parte do elenco de usuários no protagonismo através da publicidade das campanhas temáticas de saúde veiculadas por faixas e banners espalhados pela cidade.