

**Faculdade de Ciências Médicas  
UNIVERSIDADE NOVA DE LISBOA**

---

**Educação para a Saúde**

**CAMPANHAS**

*José Luís Castanheira*

---

José Luís Castanheira, 2005

# Educação para a saúde

## MERCADO SOCIAL

---

- Espaço virtual de transacção
- De ideias, serviços e produtos
- Entre produtores e consumidores
- Sujeitos às leis do mercado

# OBJECTIVOS EM SAÚDE

---

- Comportamentais
- Ambientais
- Estratégicos
- Processuais
- Táticos

# SMART Criteria

*Simnett, 1995*

---

- ***Specific***
- ***Measurable***
- ***Agreed upon all concerned***
- ***Realistic***
- ***Time bound***

---

*A pessoa descobre-se e afirma-se pelo reconhecimento de necessidades e pela manifestação de desejos.*

Em cada tempo e circunstância, cada pessoa precisa ter capacidade para:

---

- ❑ Reconhecer as suas necessidades e hierarquizá-las;
- ❑ Gerir os seus desejos;
- ❑ Cumprir a sua liberdade.

# Educação para a saúde

## CAMPANHA

---

- ☑ Intervenção intensa através de múltiplos canais
- ☑ Delimitada no tempo e no espaço
- ☑ Com objectivos precisos
- ☑ Expressos em mensagens concretas
- ☑ Para audiências definidas

# CAMPANHAS

## Requisito para a realização

---

- Meios de produção apropriados
- Canais disponíveis
- Mensagens adequadas
- Audiências identificadas
- Mercado preparado



# CAMPANHAS

## Algumas questões

---

- ❑ Quais os pressupostos, técnicos e científicos que precisam estar assegurados?
- ❑ Quem, quando e como deve decidir?
- ❑ Quem paga?
- ❑ Que papel para os consumidores?
- ❑ Como e quando monitorizar?
- ❑ Quando e como avaliar?
- ❑ Valeu a pena?

# Teoria da difusão

*Rogers*

---

ATRIBUTOS QUE INFLUENCIAM A DIFUSÃO DE QUALQUER INOVAÇÃO:

- ❑ Vantagens relativas
- ❑ Compatibilidade
- ❑ Simplicidade
- ❑ Possibilidade de ser ensaiada
- ❑ Possibilidade de ser comprovada: resultados visíveis e fáceis de comunicar

# Teoria da difusão

*Rogers*

---

- Conhecimento
- Persuasão
- Decisão
- Adopção
- Confirmação

# ACONTECIMENTO

---

- Exige preparação muito cuidada
- Precisa ter visibilidade social
- Pretende ter repercussões
- Deve ser um esforço cooperativo
- Apela à participação

# COOPERAÇÃO INTERSECTORIAL

## Factores que influenciam o sucesso

*KOELEN M A BAN A W. HEALTH EDUCATION AND HEALTH PROMOTION. 2004 Wageningen Academic Publishers (pg. 219)*

---

- Comunicação e informação
- Finalidades e objectivos comuns
- Visibilidade
- Gestão partilhada
- Participação
- Envolvimento político
- Desenvolvimento de tácticas comuns