

AS CAMPANHAS EDUCATIVAS PARA A PREVENÇÃO DE DOENÇAS SOB A ÓTICA DO GESTOR EM SAÚDE

Antônio Marcos Alves da Silva

RESUMO

A pesquisa tem como objetivo abordar as campanhas preventivas em saúde e estabelecer uma reflexão sobre a atuação do gestor nas campanhas educativas de prevenção às doenças e à promoção em saúde, buscando através da literatura identificar as campanhas nacionais e as discussões nas diferentes ações que possibilitem ser adotadas pelo gestor em saúde, sendo capaz de alcançar maior eficácia na prevenção de doenças e promoção em saúde. Utilizando a metodologia qualitativa, o presente estudo traz uma reflexão sobre as campanhas educativas; identificando na bibliografia estudada as principais campanhas, procura também, discutir as estratégias que podem ser adotadas pelo gestor em saúde promovidas junto à sociedade. A mesma tem o intuito de engajar melhor a população, que poderá ser mais eficaz, buscando informações diretamente com a Política Nacional de Promoção da Saúde tendo como finalidade alcançar a eficácia nas campanhas educativas de prevenção das doenças como: doenças mentais; de pele; lúpus; fibromialgia; mal de Alzheimer; anemia; leucemia; câncer bucal; câncer color retal; hepatites; câncer ósseo; doenças cardiovasculares; câncer de mama; câncer de próstata; diabetes; doenças pulmonares; AIDS e câncer de pele. Contudo, diante dos estudos apresentados verifica-se que apesar de haver vários temas e campanhas educativas de prevenção, é necessário implementar estratégias capazes de engajar melhor a comunidade com a gestão, com encartes publicitários que dialoguem objetivamente com o público a quem se destina.

Palavras-chave: Campanhas. Gestão. Prevenção. Saúde.

1 INTRODUÇÃO

A presente pesquisa aborda a importância das campanhas educativas para prevenção de doenças na ótica do gestor em saúde com foco na melhoria da saúde, valorizando o engajamento da população com o objetivo de identificar as campanhas e aprimorá-las de forma a atingir melhores resultados, tendo como base as doenças que protagonizam as campanhas e consideradas graves como: doenças mentais; de pele; lúpus; fibromialgia; mal de Alzheimer; anemia; leucemia; câncer bucal; câncer color retal; hepatites; câncer ósseo;

Discente do curso de Especialização em Gestão em Saúde pela Universidade da Integração Internacional da Lusofonia Afro-Brasileira – Unilab.

Orientadora. Doutora em Enfermagem pela Universidade Federal do Ceará – UFC.

Artigo apresentado e aprovado pela Banca Examinadora como requisito parcial para obtenção do título de Especialista em Gestão em Saúde, sob orientação da professora Dra. Rafaella Pessoa Moreira; Acarape, 14 de outubro de 2021.

doenças cardiovasculares; câncer de mama; câncer de próstata; diabetes; doenças pulmonares; AIDS e câncer de pele. É uma temática relevante no contexto social concernente à saúde pública, principalmente em épocas de pandemias em que os custos com a saúde atingem seus limites máximos, e que precisamos manter a saúde com qualidade, e para tanto, corroborando com entendimento de Cotta et al., (2005) devem ser implementadas estratégias nas campanhas educativas que ampliem o vínculo com a população, para assim melhorar a eficácia das campanhas de prevenção.

Como a saúde preventiva não é apenas uma linha de ideias e políticas em segundo plano, mas sim, um conjunto de ações integradas entre os entes responsáveis pela promoção em saúde daquela população sobre a qual competem a responsabilidade pelo seu desenvolvimento e aplicação de planos, projetos e ações, sejam elas no interior de uma empresa, comunidade, município, estado ou em nível nacional, e esta descentralização da gestão da saúde permite torna-la universalizada com a participação popular fortalecida por meio do elo estabelecido através das visitas do Agente Comunitários e Saúde, constrói uma saúde humaniza (COTTA et al.; 2005).

Quando uma campanha de prevenção em saúde é difundida, segundo Andrade et al (2020) ela é a principal interlocução com a população e tem o propósito educativo de informar e conscientização sobre os cuidados com a saúde, e essas ações são desenvolvidas em formas de eventos, palestras, rodas de conversas, atividades informativas e educativas. No setor público o governo brasileiro trabalha muito, Rossetto et al 2017, na tentativa de mitigar o impacto epidemiológico da tuberculose o governo brasileiro tem intensificado as ações de controle da doença por meio de políticas e programas de saúde, e essas ações e programas de saúde são realizadas de forma preventiva para buscar o máximo atingir todo o público alvo, garantindo uma saúde bem monitorada e evitando demandas com complicações mais graves.

O gestor em saúde deve empenhar-se na aplicação das ações que visam estabelecer uma boa interlocução com as comunidades, para informar toda a coletividade quanto aos riscos das potenciais doenças às quais todos podem estarem vulneráveis, caso não haja uma prevenção programada, que segundo Andrade et al (2020), e para que o gestor em saúde possa planejar bem suas ações ele precisa, a princípio, do diagnóstico social que pode ser verificado por meio de uma resposta direta da própria comunidade, pois só o usuário é capaz de refletir a qualidade dos serviços prestados pela equipe de saúde.

(....) a pesquisa de satisfação de clientes ou usuários constitui-se num sistema de administração de informação, pode ser entendida como um tipo de pesquisa de marketing e tem o propósito de medir a qualidade ou a performance do serviço

oferecido, indicando direções para as decisões futuras dos responsáveis pela tomada de decisões nas organizações ou setores envolvidos na prestação do serviço (...). (VIANA, J. J. S.; et al, 2008, p.3).

Neste contexto podem ser destacadas as campanhas de vacinação que são planejadas pelo Sistema Único de Saúde – SUS e executadas pelos gestores em saúde locais, principalmente nos postos de saúde que se localizam nos bairros e localidades em cada município das cidades em todo o Brasil. Também é importante ao gestor em saúde local planejar periodicamente ações educativas informativas que podem ser desenvolvidas tanto nas unidades básicas de saúde como por meio de convênios junto as escolas municipais e estaduais.

O carácter informativo dessas ações têm impacto direto nos hábitos do dia a dia das pessoas. Por exemplo, quando as pessoas compreendem a real importância de uma alimentação saudável os benefícios da prática regular de exercícios físicos desde a adolescências, é muito mais provável que adotem hábitos preventivos na rotina diária e há consequentemente o aumento na expectativa de vida (FREIRE; 2014).

E sobre a relevância que há para a eficácias das campanhas educativas de prevenção de doenças e promoção da saúde, podem ser identificados os problemas de saúde e as causas de mortes no mundo, apresentados pelo encontro sobre prevenção e controlo do grupo de enfermidades, na sede da ONU em Nova Iorque, segundo a OMS, câncer, diabetes, doença pulmonar, doenças cardíacas e acidente vascular encefálico são responsáveis por sete em cada 10 mortes.

Os dados foram apresentados pelo diretor-geral da Organização Mundial de Saúde - OMS, Tedros Ghebreyesus, publicados no portal de notícias em Perspectiva Global Reportagens Humanas da ONU - *ONU News*, em 27 de setembro de 2018, e que as doenças crônicas matam 41 milhões de pessoas todos os anos, sendo muitas delas jovens, afirmando que as doenças crônicas são responsáveis por 70% das mortes no mundo.

Já em uma perspectiva gestora de prevenção de doenças e promoção em saúde, essas doenças podem ser reduzidas ou evitadas com a ajuda das campanhas educativas em saúde que trabalhem a prevenção dos fatores de risco, como prática de atividades físicas, alimentação adequada, não utilização de cigarros e bebidas alcoólicas, por exemplo.

Ademais, muitas doenças poderiam ser identificadas em fase inicial por meio de exames simples de rotina. A partir daí seria possível buscar acompanhamento dos profissionais de saúde para tratamento adequado. Isso poderia diminuir os riscos de complicações e consequentemente uma melhora na qualidade de vida das pessoas.

É compreensível que todas essas ações preventivas para detecção de possíveis doenças em seus estágios iniciais é a melhor estratégia capaz de promover de forma eficaz a saúde. Para que isso aconteça efetivamente é fundamental a participação da população. Isto poderá ser possível por meio da conscientização em massa, ou seja, uma modalidade de educação social que as campanhas de prevenção de doenças crônicas são capazes de promover.

Segundo Conrado Ramos et al. (2007) no estudo Impacto e (i)mobilização: um estudo sobre campanhas de prevenção ao câncer, a doença apresenta-se com tendência ou estável, se não crescente em detrimento a eficiência das campanhas preventivas, e diante desta realidade, faz-se necessário desenvolver, investir em campanhas mais estratégicas, especificamente direcionada a cada grupo populacional para que se possa aumentar sua efetividade das ações em campanhas da saúde preventiva (RIPSA; 2006).

Estudos sobre campanhas de prevenção mostram que há necessidade de melhor apresentação das campanhas educativas de prevenção as doenças e promoção da saúde, elas devem ser preparadas levando em consideração fatores que vão além das razões médicas, e considerando a dimensão psicossocial do público a quem são direcionadas as campanhas, com foco em resultados mais eficientes, que poderão ser alcançados através de maior participação e engajamento da população, deixando clara a necessidade de aperfeiçoar a comunicação com a população por meio das peças publicitárias como slogans mais elaborados e diretos ao objeto almejado, capaz de conscientizar massivamente a população, pois, segundo o autor, as mulheres, homens, gays e lésbicas, apresentam reações diferentes as campanhas de prevenção as doenças sexualmente transmissíveis, (RAMOS; CARVALHO e MANGIACAVALLI, 2017, p.1388); assim, poderá contribuir com maior adesão e prevenção de doenças crônicas.

Seguindo o raciocínio, o papel do gestor em saúde tem de organizar e mobilizar toda a equipe de saúde coordenada para realização dessas ações, utilizando técnicas especializadas para alcançar bons resultados, daí a relevância deste estudo para atender as necessidades a serem atingidas através da realização de campanhas de prevenção de doenças crônicas que são comuns na população, e a necessidade de organização dessas campanhas pelos gestores em saúde.

2 OBJETIVOS GERAIS

Refletir acerca da atuação do gestor em saúde sobre as campanhas educativas para prevenção de doenças e promoção da saúde, a partir de busca na literatura.

2.1 Objetivos específicos

Identificar as campanhas educativas nacionais sobre prevenção de doenças e promoção da saúde.

Discutir as diferentes ações que podem ser adotadas pelo gestor em saúde para atingir maior eficácia nas campanhas educativas sobre prevenção de doenças e promoção da saúde no âmbito de sua competência, seja nacional, estadual ou municipal.

3 METODOLOGIA

A pesquisa é uma revisão da literatura e para tanto, foram realizadas pesquisas com foco nas campanhas educativas em saúde publicadas em sites institucionais como: www.reciis.icict.fiocruz.br, <https://www.inca.gov.br/observatorio-da-politica-nacional-de-controle-do-tabaco/tabaco>, Ministério da Saúde, www.conquistesuavida.com.br/noticia/as-cores-dos-meses-e-os-seus-significados-entenda-cada-campanha-voltada-a-saude_a7727/1, <https://vidasaudavel.einstein.br/saude-meses-do-ano-e-suas-cores/>, <https://www.sbd.org.br/janeiro-roxo/campanha.html> e ONU News com publicações que trazem informações das doenças que podem ser prevenidas ou detectadas precocemente; e por meio das campanhas de prevenção educativas para a promoção da saúde como Política Nacional de Promoção da Saúde sejam efetivadas ações eficientes para alcançar melhores resultados.

Análise foram feitas em artigos sobre as campanhas existentes no âmbito da Política Nacional de prevenção a doenças, usando os símbolos característicos representativos para cada campanha mensal, bem como as estratégias de comunicação adotadas e que devem ser adotadas pelos gestores em saúde para prevenção da doença e suas temáticas, de forma a alcançar melhores resultados.

Utilizando-se da literatura disponível, uma revisão analítica das estratégias de comunicação em saúde relacionadas às campanhas voltadas para esses temas, com as cores que simbolizam as campanhas em cada mês do ano utilizado nas campanhas nacionais, que podem ser aplicadas nos estados e municípios de todo o Brasil. Em seguida, sucintamente foram analisadas as medidas de prevenção que o gestor pode utilizar para alcançar melhores resultados em cada campanha educativa em saúde, ligando às estratégias de comunicação adotadas e classificando-as de acordo com seu objetivo de refletir sobre a atuação gestora com as campanhas de prevenção, conforme identificam-se as características que a promoção da saúde e a prevenção de doenças assumem em cada mês do ano calendário.

Já na fase de tratamento e interpretação dos dados, buscou-se a formulação dos resultados de modo a direcionar a análise em torno dos principais conteúdos veiculados nos

artigos publicados e em sites oficiais e não oficiais, organizando-os em duas categorias mentais de análise: sendo uma a primeira categoria acerca da reflexão sobre as campanhas já existentes, e outra priorizando a identificação das campanhas atuais e discutir ações que podem ser adotadas pelo gestor em saúde, em todo o território nacional para a prevenção de doenças e promoção da saúde que sejam mais eficazes. A análise compreendeu a complementariedade em ambas as categorias.

4 RESULTADOS E DISCUSSÕES

As campanhas estão aí, em todo o ano são divulgadas as campanhas em rede nacional de saúde, principalmente pelo Ministério da Saúde que veicula suas peças publicitárias e faz divulgar ao conhecimento de todas as instituições de saúde do país; mas para embasar melhor os fundamentos e importância de cada uma dessas campanhas, desde o início devem serem adotadas pelo gestor em saúde as melhores tecnologias de comunicação como estratégia educativa em saúde, pois estas ferramentas tradicionais como cartazes que são utilizados nas campanhas de vacinação desde os anos de 1920, de Andrade et al (2020) podem se tornarem ineficientes diante da geração da comunicação digital.

Mas como sugestão inovadora sob a ótica gestora em saúde, visando melhor alcançar a população, devem ser implementadas nas redes sociais e sites institucionais de forma mais intensa, mais incisiva, sejam eles públicos ou privados, visto que a saúde é universal e responsabilidade em cuidados de todos, não apenas do público; não atoa, notamos muitas organizações privadas que vestem a ‘camisa’ da ‘vida saudável’, como por exemplo a *Taeq* marca registrada do Grupo Pão de Açúcar que incentiva alimentação saudável, principalmente orgânicos.

Segundo entendimento de Cotta et al., (2005) o fortalecimento do vínculo com a população se dar pelo conhecer das realidades e características sociais, demográfica e epidemiológica, prestação de um serviço de saúde integral desenvolvido por processos educativos que produz uma prestação de serviço humanizado fortalece o elo entre os profissionais de saúde com a população alcança melhores resultados, como por exemplo o Programa Saúde da Família – PSF. Partindo desse entendimento podem ser adotados processos citados no parágrafo anterior, inovadores nas campanhas de prevenção no combate as doenças mentais, de pele, lúpus, fibromialgia, mal de Alzheimer, anemia, leucemia, câncer bucal, câncer color retal, hepatites, câncer ósseo, doenças cardiovasculares, câncer de mama, câncer de próstata, diabetes, doenças pulmonares, AIDS, câncer de pele, etc., nas campanhas

de prevenção de doenças e promoção em saúde, doenças estas que se agravam gradualmente no decorrer do tempo, mas devem e podem ser evitadas e ou controladas, e assim possibilitar uma vida mais longa e estável.

São temas que envolvem cores em todos os meses do ano, por exemplo, o maio amarelo, o outubro rosa ou o novembro azul possivelmente já são termos familiares a todos. No entanto, o gestor em saúde pode fortalecer as outras campanhas de prevenção nos demais meses, adotando as cores já preestabelecidas e que, até o momento não possuem um calendário bem definido e adotá-los na localidade onde o mesmo desempenha suas funções, ou seja, na localidade/região sob sua competência. É importante explicitar o objetivo das campanhas. O calendário colorido da saúde tem o objetivo de conscientizar a população sobre os perigos causados por algumas doenças. Conhecer como são estabelecidas as cores dos meses nas campanhas é muito importante. Esse conhecimento deve ser difundido no âmbito da educação infantil e fundamental para assim agregar o senso de adoção aos cuidados e às medidas de prevenção em saúde desde o início do desenvolvimento humano para assim, tornar-se uma cultura nas pessoas.

Quanto aos calendários das campanhas de prevenção em saúde, ainda não existe um calendário oficial estabelecido sobre a cor de cada mês, dessa maneira, associações médicas, por exemplo, quando reunidas podem determinar a cor para um mês como forma de conscientização e a disseminação das campanhas ocorrem, sobremaneira, de acordo com o engajamento da mídia, empresas, clínicas, hospitais, indústria farmacêutica, organizações não governamentais, instituições públicas ou privadas e até com a participação de monumentos que são iluminados com a cor do mês. Ou seja, quanto maior for a divulgação, maior é a chance de a cor escolhida seja fixada na mente das pessoas e associadas imediatamente à sua causa.

Inquestionavelmente, notável perceber que os meses de outubro e novembro se destacam devido às campanhas que favorecem o engajamento das pessoas, para tanto, o outubro Rosa e no novembro Azul com foco na prevenção ao câncer de mama e ao câncer de próstata, respectivamente servem de referência em eficiência em matérias de campanhas de prevenção nacionalmente; mas certamente isto deve-se, principalmente, ao empenho do poder público na implementação constante das peças publicitárias empregadas nestas campanhas.

Como simbologia e também para destacar cada uma destas campanhas, cada mês do ano que recebe uma cor, mesmo que às vezes as cores dos meses coincidam, algumas das instituições que se importam com o bem-estar-social como a Sociedade Brasileira de Dermatologia, a Sociedade Beneficente Israelita Brasileira Albert Einstein e o portal da *Taeq* - marca exclusiva do Grupo Pão de Açúcar para o segmento de alimentação saudável e com destaque para os ingredientes naturais e linha de orgânicos criada em 2006, compartilham as informações das cores simbólicas de cada mês do ano, bem como também descrevem os temas e doenças que merecem especial atenção e prevenção em cada um dos doze meses do ano, e para uma apresentação visual mais dinâmica e exemplificativa segue o quadro 1 (um) abaixo.

Quadro 1 – quadro representativo com os temas de saúde e as respectivas cores de cada mês do ano para as campanhas de prevenção a doenças e promoção de saúde.

Cores	Temas de Saúde e Objetivos
	- Janeiro branco é um alerta sobre a saúde mental; a campanha visa demonstrar a importância que cuidar da saúde não significa apenas cuidar da saúde do corpo. Cuidar da mente também é fundamental para o total bem-estar e equilíbrio entre corpo e mente. - Também o janeiro é conhecido como “Janeiro Roxo”, pois desde 2016, o Ministério da Saúde associou a cor roxa ao mês para chamar a atenção sobre a hanseníase, doença infecciosa e contagiosa que causa manchas na pele.
	- Fevereiro roxo é o mês de conscientização sobre as doenças: lúpus, fibromialgia e mal de alzheimer. - O Fevereiro Laranja, por sua vez, conscientiza sobre a leucemia.
	- O Março Azul traz o debate sobre a prevenção ao câncer colorretal.
	- Abril Verde significa a conscientização sobre a importância da segurança no trabalho. - O mês também é chamado de Abril Azul para trazer o debate sobre o autismo, que tem a data 02.04 como o Dia Mundial da Conscientização do Autismo.
	- Desde 2014 o amarelo de maio é dedicado à prevenção de acidentes de trânsito. - Sua outra versão popular, o “Maio Vermelho”, visa conscientizar sobre o câncer bucal. - Há, ainda, o “Maio Cinza”, referente ao câncer cerebral.
	- Vermelho é a cor comemorativa do mês de junho sobre a importância da doação de sangue, que tem a data 14.06 como o Dia Mundial do Doador de Sangue. - E o Junho Laranja é voltado para a conscientização sobre a anemia e leucemia.
	- O Julho Amarelo traz à tona a conscientização sobre as hepatites virais e também sobre o câncer ósseo.

	- O Agosto Dourado é o mês de informação sobre o aleitamento materno, que, inclusive, tem os dias entre 01 a 07 de agosto como a Semana Mundial da Amamentação. - Agosto também comemoramos o combate ao fumo.
	- Verde é a cor do mês de setembro para a conscientização sobre a doação de órgãos e prevenção ao câncer de intestino. Neste mês, a data 27 de setembro é o Dia Nacional de Doação de Órgãos e Tecidos. - Outra cor para o mês de setembro é o amarelo, que tem como objetivo a prevenção ao suicídio. - Setembro também recebe a cor vermelha para a conscientização sobre a prevenção das doenças cardiovasculares.
	- O outubro Rosa é dedicado à conscientização sobre o câncer de mama, foi criado nos Estados Unidos na década de 1990. Outubro também é dedicado em maior parte à saúde feminina.
	- O novembro azul ganha também um logotipo em formato de bigode para conscientizar a pessoas sobre a importância de prevenir e combater o câncer de próstata. - Além disso, a cor também serve para campanhas votadas aos cuidados da diabetes.
	- O mês de dezembro também tem mais de uma cor, o vermelho e o laranja. O dezembro vermelho ressalta a importância da prevenção contra a AIDS, e o dezembro laranja traz o debate sobre o combate ao câncer de pele.

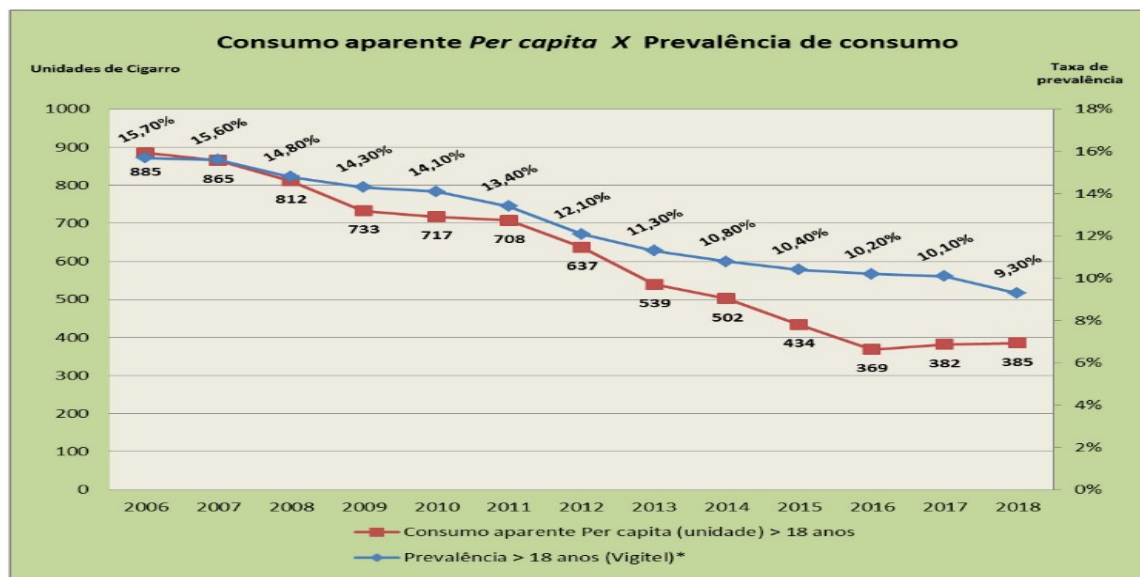
Fontes: Sociedade Beneficente Israelita Brasileira Albert Einstein; Sociedade Brasileira de dermatologia; Taeq.

Para os serviços de saúde se aperfeiçoarem ao melhor patamar possível no quesito qualidade, requer necessariamente que sejam adotados programas e projetos que engajem a sociedade como partícipe, de maneira a conhecer e entender com clareza os benefícios da saúde preventiva, mediante as campanhas de prevenção que podem ser desenvolvidas conjuntamente com a rede de educação tanto infantil como também fundamental em todo o território nacional. Podem iniciar utilizando em cada mês do ano com os temas já existentes supracitados, pois a população não basta saber, precisa participar ativamente pelo engajamento educação desde a sua infância, e desta maneira participará ativamente do processo no desenvolvimento de hábitos cada vez mais saudáveis.

Como exemplo de campanhas de prevenção a saúde eficiente pode ser anotado o dia 29 de agosto como sendo aquele de maior eficácia já visto em campanhas de prevenção. Criada por meio da instituição do 'Dia Nacional de Combate ao Fumo' pela Lei Federal de nº 7.488, de 11 de junho 1986, a campanha de promoção a saúde e combate ao tabagismo que destrói as imagens esportivas e prazerosas propagadas na mídia até meados dos anos 80s; mesmo assim, estudos mostram que não podem ser jamais negligenciadas as campanhas e políticas de prevenção (INCA/MS - Observatório da Política Nacional de Controle do Tabaco/consumo cigarros capita), sob pena de perda da eficiência.

Consumo de cigarros *per capita* no Brasil. O consumo oficial aparente de cigarros per capita reduziu-se em 65% entre 1980 e 2010 (a tendência de queda se inicia no final da década de 90, a partir da qual se observa uma redução mais intensa e contínua do consumo). Em 2016, o Brasil registrou menor consumo aparente de cigarros per capita (Gráfico 1), contudo houve um ligeiro acréscimo nos anos de 2017 e 2018.

Figura 1 – Informe do INCA - Observatório da Política Nacional de Controle do Tabaco/consumo cigarros capita, publicado em 13/07/2020 | 15h46



Fonte: <https://www.inca.gov.br/observatorio-da-politica-nacional-de-controle-do-tabaco/consumo-cigarros-capita> (2020).

No combate ao tabaco nota-se que as frases de efeito como “*em que mundo você vive? A melhor escolha é não fumar*” conseguiram ao longo dos anos eficientemente educar a população e conseguiu reduzir eficazmente o consumo de tabaco.

Diante do exposto é fundamental a mensuração da satisfação dos usuários. O seu vínculo com o serviço de saúde prestado deve servir de base para a reorganização das práticas e processos, objetivando serviços cada vez mais humanos e com boa imagem diante da população.

Para a promoção da saúde é de fundamental importância que o gestor em saúde adote estratégias eficientes nas campanhas de prevenção que sejam capazes de atingir a população de maneira que todos venham às Unidades Básicas de Saúde - UBS e hospitais de forma preventiva, e assim evitar agravamento de determinadas doenças que podem ser detectados precocemente, principalmente no âmbito do Programa Saúde da Família – PSF.

Essas estratégias de prevenção de doenças e promoção da saúde que se utilizam de campanhas não são novas e vem ganhando força significativamente desde a I Conferência Internacional sobre Promoção da Saúde, realizada em Ottawa, Canadá, em 1986, como uma

expressão promotora da saúde que tem se tornado cada vez mais recorrente no universo da saúde pública (VASCONCELOS, COSTA, MENDONÇA, (2016).

Nessa temática, a percepção dos usuários sobre a prática do Programa Saúde da Família é de extrema importância, uma vez que a comunidade é a razão da existência do mesmo e deve ser identificada como sujeito capaz de avaliar e intervir, modificando o próprio sistema, fortalecendo a democracia em saúde, Cotta et al., (2005), e nesta perspectiva, as campanhas de prevenção das doenças podem ser amplamente disseminadas de maneira a atingir toda a população com a finalidade de tornar os serviços de saúde eficientes e também eficazes.

Além disso, abordar a satisfação dos usuários implica trazer um julgamento sobre características dos serviços e sobre sua qualidade. Assim, a perspectiva do usuário fornece informação essencial para completar e equilibrar a qualidade dos serviços de saúde prestados a sociedade. (TRAD et al., 2002).

Outro ponto importante, é que da mesma forma que o consumidor assumiu seu papel no centro das organizações privadas, a avaliação dos usuários no sistema de saúde com relação aos serviços prestados também passou a ser de suma importância para que os gestores planejem suas estratégias e ações na prestação dos serviços na saúde, Viana et al, (2008), assegurando que a participação do usuário nos serviços prestados é que contribui eficazmente aos planejamentos e efetivação em cada plano de ação, que podem ser adotados, tanto no setor privado, como também no setor público.

E neste contexto, utilizando como referência e analogia o estudo de Silva; Ribeiro e Silveira, (2004, p. 1-13) que avalia a satisfação dos usuários do Programa Saúde da Família é preciso implementar ações corretivas ou de melhoria, caso tenha sido constatada na fase anterior a necessidade de corrigir ou melhorar processos. Ou seja, implementar uma ação significa aprimorar as técnicas para que seja possível atingir os objetivos esperados, e quando se fala de campanhas de prevenção de doenças e promoção da saúde, é necessário corrigir e melhorar as ações anteriores para alcançar melhores resultados, usar como referência estudos que apresentam mais eficiência quando empregados mais empenho em seus programas.

De acordo com Santiago (2010, p.15) sobre a avaliação do sistema de saúde pelos usuários:

A avaliação do sistema de saúde pelo usuário favorece a humanização do serviço, além de constituir um a oportunidade de se verificar, na prática, a resposta da comunidade à oferta do serviço de saúde, como também permitir a adequação do mesmo às suas expectativas. Desta forma, a avaliação de satisfação do usuário sobre a prática do PSF a apresenta grande relevância, uma vez que a comunidade é a razão

da sua existência e deve ser identificada com o sujeito capaz de avaliar e intervir, modificando o próprio sistema.

Com base na obra supracitada, para que as campanhas educativas de prevenção sejam mais eficazes, é notória a importância da avaliação do sistema de saúde pelo usuário porque fornece feedback direto ao gestor em saúde e aferi maior satisfação dos usuários quanto a qualidade dos serviços prestados à população. No mesmo contexto, é fundamental estabelecer um paralelo com as campanhas educativas de prevenção de doenças e promoção da saúde que atualmente existem, de modo que o Gestor em Saúde seja capaz de promover por meio de processos melhorados estrategicamente, uma saúde com mais qualidade resultante da participação indireta do próprio usuário por meio da adesão natural aos preceitos de cada uma campanha de prevenção as doenças e promoção a saúde que envolva mais a população, de forma participativa, desde a infância, em parceria com a rede de educação básica.

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Pelos estudos realizados, notam-se que há possibilidades de maior eficácia das campanhas educativas de prevenção, e para tanto, o Gestor em Saúde deve adotar melhor planejamento, pautando-se no maior engajamento da população com a gestão da saúde para assim alcançar melhores resultados.

Para tanto, as ações preventivas com um planejamento estratégico ambicioso focado em maiores resultados, a literatura mostra o usuário como foco do objeto planejado, como por exemplo, o Programa Saúde da Família ensina implementar ações corretivas ou de melhoria, caso tenha sido constatada na fase anterior a necessidade de corrigir ou melhorar os processos; reforçando analogicamente o entendimento de que, caso as informações transmitidas a população não sejam satisfatórias aos resultados esperados na campanha educativa em saúde, surge a necessidade de implemento em ações nas campanhas, através de processos gerenciais capazes de envolver a população ativamente, para que as campanhas de prevenção possam fazer parte cultural na vida das pessoas, e para que isto aconteça o gestor em saúde deve estabelecer um maior engajamento comunicativo das comunidades com a gestão.

Contudo, atualmente parte das campanhas realizadas com peças de maneira isoladas não transformam a realidade de vida da população, e em se tratando de conscientização, educativamente precisam ser mais contundentes para que sejam tão eficientes quanto tem sido a campanha do combate ao tabagismo ao longo dos anos, e por sua vez, se assim implementadas todas serão eficazes.

REFERENCIAS

BRASIL. Ministério da Saúde. Secretaria de Vigilância em Saúde. Secretaria de Atenção à Saúde. **Política Nacional de Promoção da Saúde** / Ministério da Saúde, Secretaria de Vigilância em Saúde, Secretaria de Atenção à Saúde. – 3. ed. – Brasília: Ministério da Saúde, 2010. Disponível em:

https://bvsms.saude.gov.br/bvs/publicacoes/politica_nacional_promocao_saude_3ed.pdf. Acesso em: 04 Jul. 2021.

BRASIL. Ministério da Saúde. Instituto Nacional do Cancer. **Observatório da Política de Controle do Tabaco. 2020**. Disponível em: <https://www.inca.gov.br/observatorio-da-politica-nacional-de-controle-do-tabaco/consumo-cigarros-capita>. Acesso em: 03 Set. 2021.

BRASIL. **Lei nº 7.488, de 11 de junho de 1986**. Disponível em: http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/1980-1988/17488.htm. Acesso em: 03 Set. 2021.

COTTA, R.M.M.; et al. **A satisfação dos usuários do Programa de Saúde da Família: avaliando o cuidado em saúde**. Scientia Medica; Porto Alegre: P UC RS; v.15; n. 4; out./dez. 2005.

FREIRE, R. S.; et al. **Prática Regular de Atividade Física: Estudo de Base Populacional no Norte de Minas Gerias, Brasil**. Disponível em:

<https://www.scielo.br/j/rbme/a/gwfXcRKZWkp5dF64ZjYMfTv/?lang=pt&format=pdf>. Acesso em: 15 Set. 2021.

ONU NEWS. **Doenças crônicas são responsáveis por sete em cada 10 mortes**. Set. 2018. Disponível em: <https://news.un.org/pt/story/2018/09/1640132>. Acesso em: 04 Jul. 2021.

Ramos, C. et al. **Impacto e mobilização: um estudo sobre campanhas de prevenção ao câncer**. Departamento de Psicologia, Instituto de Ciências Humanas, Universidade Paulista. 2007. Disponível em: <https://www.scielo.br/j/csc/a/cMbCzCQ7HPyx5cT9tMffkks/?lang=pt>. Acesso em: 04 Jul. 2021.

ROSSETTO, Maíra. et al. **Comunicação para promoção da saúde: As campanhas publicitárias sobre tuberculose no Brasil**. Revis. Enferm UFSM 2017 Jan/Fev. Disponível em: <https://periodicos.ufsm.br/reufsm/article/view/22801/pdf>. Acesso em: 24 Jul. 2021.

SANTIAGO, Renata Florêncio. **Qualidade do Atendimento nas Unidades de Saúde da Família no Município do Recife: a percepção dos usuários**. Dissertação a apresentada ao curso de Mestrado em Saúde Pública do Centro de Pesquisas Aggeu Magalhães, Fundação Oswaldo Cruz para a obtenção do grau de Mestre em Ciências. Recife, 2010.

SILVA, J. A.; Ribeiro, L. C.; Silveira, M.: **Avaliação do nível de satisfação dos usuários do Programa de Saúde da Família no Bairro Furta do Menezes - Juiz de Fora/MG**. In: Encontro Nacional de Estudos Populacionais - ABEP, X IV. Caxambu, 2004. p. 1-13.

SOCIEDADE BENEFICIENTE ISRAELITA BRASILEIRA ALBERT EINSTEIN. **Quais são os temas de saúde e as respectivas cores de cada mês do ano?** Publicado por Hospital Israelita Albert Einstein em 03/03/2021/atualizado em 07/07/2021.

Disponível em: <https://vidasaudavel.einstein.br/saude-meses-do-ano-e-suas-cores/>. Acesso em: 11 Jul. 2021.

SOCIEDADE BRASILEIRA DE DERMATODOLOGIA. **Janeiro Roxo**.

Disponível em: <https://www.sbd.org.br/janeiro-roxo/campanha.html>. Acesso em: 19 Out. 2021.

TRAD, L.A.B.; et al. **Estudo etnográfico a satisfação do usuário do Programa de Saúde da Família (PSF) na Bahia**. Ciência & Saúde Coletiva; v. 7; n. 3; 2002. Disponível em: yh. Acesso em jul. 2021.

TAEQ. **As cores dos meses e os seus significados: entenda cada campanha voltada à saúde**. Disponível em: https://www.conquistesuavida.com.br/noticia/as-cores-dos-meses-e-os-seus-significados-entenda-cada-campanha-voltada-a-saude_a7727/1. Acesso em: 11 Jul. 2021.

VASCONCELOS, W. R. M. de; et al. **Promoção ou prevenção? Análise das estratégias de comunicação do Ministério da Saúde no Brasil de 2006 a 2013**. RECIIS – Ver Eletron Comum BInf Inov Saúde. 2016 abr.-jun.; 10(2) | [www.reciis.icict.fiocruz.br] e-ISSN 1981-6278. Disponível em: https://www.reciis.icict.fiocruz.br/index.php/reciis/article/view/1019/pdf_1019. Acesso em jul. 2021.

VIANA, J. J. S.; et al. **A pesquisa de marketing como um instrumento de apoio à tomada de decisões: uma aplicação ao Programa de Saúde da Família (PS F) na cidade de Dourados MS**. SEGeT – Simpósio de Excelência em Gestão e Tecnologia, 2008. Disponível em: https://www.aedb.br/seget/arquivos/artigos08/433_Satisfacao%20com%20o%20servicos%20do%20PSF.pdf. Acesso em jul. 2021.