

PROMOVAREA SANATATII SI PREVENIREA IMBOLNAVIRII

Oamenii trebuie informati cu privire la sanatate si modul lor de viata , avand ca obiectiv prevenirea imbolnavirilor inainte ca procesele de deteriorare a sanatatii sa inceapa. In domeniul sanatatii oamenii asteapta de la cadrul medical informatii cu privire la promovarea sanatatii.

Facand parte din domeniul medical consider ca este o responsabilitate si este necesara promovarea sanatatii atat in mediul urban cat si in mediul rural prin diferite metode.

Omul este o parte a viului, a naturii si inseamna viata. Fiind normal sa ne intereseze viata, sanatatea mediului inconjurator asa trebuie sa ne intereseze si sanatatea omului. Acest lucru se poate prin promovarea sanatatii umane.

Sanatatea reprezinta starea completa de bine din punct de vedere fizic, mintal si social. Ea nu inseamna numai absenta bolii sau a infirmitatii.

(OMS, 1948).

Sanatatea este o calitate a vietii si totodata reprezinta si o masura a calitatii vietii (al nivelului de trai socio-economic si cultural).

Conform modelului epidemiologic al lui Dever, factorii care conditioneaza starea de sanatate sunt grupati in :

- factorii biologici (ereditate, caracteristici demografice ale populatiei)
- factori ambientali (de mediu – factorii mediului fizic si social)
- factorii comportamentali, atitudine, obiceiuri ; stilul de viata depinde de comportamente care, la randul lor sunt conditionate de factori sociali.
- serviciile de sanatate (preventive, curative, recuperatorii).

O.M.S.(1998) a clasificat determinantii starii de sanatate in patru grupe :

- macroeconomici
- factori de mediu
- factori socio-economici
- factori educationali.

Fiecare grup de indicatori, la randul sau include determinanti directi si indirecti.

Determinantii directi de importanta majora sunt :

- stilul de viata(fumat, tip de alimentatie, alcool, utilizare de droguri)
- conditii de mediu fizic si social (accesul la apotabila, sanatatia, habitatul).
- comportamente de grup social (violenta in mediul familial, accesul la servicii de sanatate).

Determinantii indirecti cuprind :

- produsul intern brut
- saracia
- poluarea
- modificarile de clima
- migratia
- modificari socio-demografice in structura populatiei
- situatiile de criza (dezastrele naturale, conflictele armate).

Preventia este cel mai eficace tratament.

“Sanatatea pentru toti pana in anul 2000” are ca obiective:

- 1) a da viata anilor (prin masuri de control al morbiditatii si incapacitatii)
- 2) a da sanatate vietii (prin promovarea sanatatii)

3) a da ani vietii (prin reducerea nr. Deceselor premature si prin cresterea duratei medii a vietii).

Promovarea sanatatii reprezinta punerea in practica bazata pe informatie a interventiilor desemnate sa promoveze sanatatea.

Necesitatile de baza pentru sanatate sunt: pacea , locuinta, hrana, caldura, educatia si venitul. Promovarea sanatatii recunoaste in mod expicit contributia pe care o au guvernele la realizarea acestor conditii de baza. Sistemele de sanatate pun mai mult accentul pe asistenta curativa ; cu toate acestea, impactul asupra populatiei este relativ redus si frecvent pot aparea chiar imbolnaviri.

Sistemele de sanatate se preocupa mai mult de modelele biomedicale de boala si de modelele populationale ale starii de boala, functiile sociale sipsihologice fiind frecvent neglijate.

Exista decese evitabile si conditii (stari) de morbiditate care pot fi prevenite.

Serviciile curative sunt costisitoare in timp ce interventiile preventive au in general, un cost mai mic si sunt accesibile.

Conform Charte de la Ottawa de promovare a Sanatatii, promovarea sanatatii este procesul care permite oamenilor sa isi creasca controlul si sa-si imbunatateasca propria stare de sanatate. Pentru a atinge o bunastare fizica, mentala si sociala, indivizii sau grupurile populationale trebuie sa fie capabile sa isi realizeze aspiratiile, sa isi satisfaca nevoile si sa schimbe sau sa faca fata mediului. Prin urmare, sanatatea este privita ca o resursa pentru viata si nu un obiect al vietii. Sanatatea este un concept pozitiv care pune accentul pe resursele sociale si personale, precum si pe capacitatile fizice. Prin urmare, promovarea sanatatii nu este numai responsabilitatea sectorului sanitar, ci ea merge mai departe, de la un stil de viata sanatos la o stare de bine.

Principiile promovarii sanatatii:

1. Implica populatia ca un intreg, ceea ce impune necesitatea ca populatia sa fie informata.
2. Este orientata asupra determinantilor sanatatii (factori care influenteaza sanatatea: biologici, ambientali, mod de viata, servicii de sanatate).
3. Foloseste metode/abordari diferite, complementare, deoarece sectorul sanitar nu poate singur sa promoveze sanatatea.
4. Urmareste asigurarea participarii publice, deoarece promovarea sanatatii este posibila numai daca indivizii isi transforma cunostintele dobindite in comportamente, contribuind astfel toti la promovarea sanatatii.
5. Implicarea cadrelor medico-sanitare in promovarea sanatatii, mai ales la nivelul serviciilor primare.

Domenii de interes:

1. Accesul la sanatate.
2. Dezvoltarea unui mediu sanogenetic:
 - tarile din vestul Europei au elaborat politici in care starea de sanatate este o componenta, iar procesul general de dezvoltare economico-sociala include si sanatatea sau este subordonat intereselor care vizeaza sanatatea;
 - acest model obliga ca atunci cind celelalte sectoare economico-sociale isi proiecteaza dezvoltarea, ele trebuie sa favorizeze sanatatea.
3. Intarirea retelelor sociale si a sprijinului social.
4. Promovarea comportamentelor favorabile sanatatii.
5. Dezvoltarea cunostintelor privind sanatatea.

Masuri posibile pentru promovarea sanatatii:

1. Dezvoltarea serviciilor personale: persoanele trebuie informate, convinse de eficacitatea anumitor metode de promovare a sanatatii.
2. Dezvoltarea resurselor comunitatii: astfel incat celelalte resurse ale comunitatii (agricultura, comertul, invatamintul) sa sustina si sa potenteze un program de alimentatie rationala.
3. Dezvoltarea structurilor organizatorice favorabile sanatatii:
 - tarile din vestul Europei au dezvoltat comisii parlamentare menite sa promoveze sanatatea;

-stimularea coparticipării factorilor de răspundere și a populației (structuri de stat, grupuri sociale formale sau ad-hoc);

-dezvoltarea rețelei de 'orase sanatoase' cu rol în a deveni structuri demonstrative pentru promovarea sănătății prin cooperare intersectorială;

-dezvoltarea rețelei de 'scoli sanatoase': în care componente de igienă personală, igienă școlară și a procesului de învățământ, comportament sanogenetic și cunoștințe favorabile sănătății sunt integrate într-un efort comun al elevilor, părinților, școlii și comunității.

4. Reglementări de ordin socio-economic, legislativ.

În promovarea sănătății există patru sfere de acțiune:

1. Educația pentru sănătate.
2. Intervențiile de politic publice (legale și fiscale).
3. Dezvoltarea și împuternicirea comunității.
4. Intervenții clinice (screening).

Promovarea sănătății și reforma sistemelor de sănătate

Obiectivul principal al reformelor sistemelor de sănătate constă în ameliorarea stării de sănătate, obiectiv care se traduce prin creșterea rolului promovării sănătății.

Strategiile naționale pentru sănătate pun în evidență faptul că sănătatea reprezintă o resursă foarte importantă pentru dezvoltarea personală, socială și economică și o dimensiune esențială a calității vieții.

Sănătatea trece prin dezvoltarea și integrarea a trei elemente :

- Condiții favorabile : ecosistem stabil și resurse viabile. Locuințe sigure și salubre, alimentație sănătoasă, nivel de instruire adecvat, venituri suficiente, justiție și echitate socială.
- Măsuri în toate sectoarele societății în vederea promovării sănătății.
- Conceperea și punerea în practică a reformelor, sistemelor desănătate în sensul ameliorării stării de sănătate și reducerii efectelor nocive asupra sănătății.

Reforma sistemelor de sănătate se confruntă cu cinci probleme majore: metodele de finanțare, limitarea cheltuielilor, descentralizarea, opinia și dreptul cetățenilor de a alege, ameliorarea stării de sănătate și menținerea acestei ameliorări.

În timp ce unele aspecte ale reformei se referă la gestionarea consumului de îngrijiri de sănătate, contribuția promovării sănătății în reforma constă în realizarea unei bune stări de sănătate și prevenirea îmbolnăvirilor și alocarea de resurse de o manieră mult mai eficientă.

Activitățile care contribuie cel mai mult la promovarea sănătății sunt :

- orientarea politicilor din toate sectoarele sociale spre ameliorarea sănătății.
- Crearea de condiții de viață și de muncă favorabile unei stări de sănătate mai bune.
- Creșterea capacităților colectivităților locale în ceea ce privește asigurarea unei stări bune de sănătate populației lor (de exemplu , ajutor acordat în definirea propriilor priorități, conceperea și punerea în practică a unor strategii eficiente).
- Dezvoltarea aptitudinilor fiecărui individ de a avea grijă de sănătatea proprie.
- Orientarea sistemelor de îngrijiri de sănătate și al serviciilor individuale spre promovarea unei mai bune stări de sănătate.
- Crearea și susținerea unuia sau mai multor centre de promovare a sănătății cu rol în efectuarea de analize, acțiuni, programe naționale/regionale, locale.
- Crearea și susținerea de competențe locale în domeniul promovării sănătății și a unor dispozitive organizatorice adecvate care, pe plan local, joacă un rol de motivație intersectorială, de susținere și acțiune.
- Definirea calificărilor și competențelor necesare, organizarea de programe de instruire adecvate.
- Ameliorarea posibilităților în disciplinele și sistemele de informare.

Educația pentru sănătate. Educație sanitară.

Educația pentru sănătate este diferită de educația sanitară.

Educatia sanitară se referă la dobândirea de cunoștințe și deprinderi de igienă personală și a colectivității cu scopul de a preveni apariția bolilor, fiind orientată strict asupra individului și având un caracter prescriptiv.

Educatia pentru sănătate constă în programe planificate pentru ca oamenii să învețe despre problemele legate de sănătate cu scopul de a favoriza asumarea unor modificări voluntare ale comportamentelor. Elementul fundamental al educației pentru sănătate este comunicarea.

Astfel de programe pot include : oferirea de informații ; analizarea unor valori și atitudini ; luarea unor decizii în problemele legate de sănătate ; dobândirea unor abilități cu ajutorul cărora persoanele să poată să-și modifice comportamentele.

Toate acestea presupun promovarea încrederii în sine și împuternicirea, astfel încât oamenii să fie capabili să acționeze în tot ce privește sănătatea lor.

Educatia pentru sănătate studiază nivelul de cultură sanitară (cunoștințe, deprinderi, atitudini, comportamentele) și mijloacele și procedeele educaționale necesare formării și dezvoltării unui comportament sanogen, igienic.

Educatia pentru sănătate are următoarele scopuri:

- ridicarea nivelului de cunoștințe medicale al populației în principal în domeniul sanogenezei, protecției mediului și prevenției bolilor;
- formarea și dezvoltarea unor deprinderi corecte care să promoveze sănătatea;
- crearea unei poziții active față de sănătatea individuală și față de problemele sănătății publice, în sensul atragerii și capacitării maselor la participarea activă în realizarea consolidării sănătății.

Obiective :

- dezvoltarea cunoștințelor
- dezvoltarea de aptitudini (îndemănări)
- dezvoltarea atitudinilor, convingerilor ce vizează sănătatea.

Există două tipuri de educație pentru sănătate :

1. educația pentru sănătate nonformală (comportamente formate prin experiența sau imitație).
2. educația pentru sănătate formală (proces planificat de transmitere, de cunoaștere, experiențe).

În funcție de calea de transmitere a mesajelor, metodele de educație pentru sănătate pot fi : auditive, vizuale, audio-vizuale.

Acțiunile de educație pentru sănătate se pot desfășura într-un mod personal (față în față), în grupuri sau se pot adresa unei audiențe de masă (mesajele sunt transmise prin mass-media).

Abordările în educația pentru sănătate sunt :

- medicală
- educațională
- abordarea orientată spre individ
- schimbarea socială.

Principii importante în acțiunile de educație pentru sănătate: mesaj clar ; mesaj care poate fi înțeles ; mesaj adaptat mediului (fond și formă) ; evitarea mesajelor care folosesc frica, judeca comportamente ; sublinierea aspectelor pozitive ; comunicarea în dublu sens ; participarea grupului țintă; un singur mesaj nu este suficient, el trebuie repetat, în forme diferite.

Educația pentru sănătate este modalitatea de comunicare a promovării sănătății. Prin urmare, comunicarea reprezintă elementul fundamental în educația pentru sănătate.

Comunicarea este un proces de transmitere a informațiilor sub formă de mesaje simbolice între două sau mai multe persoane, unele cu statut de emitor, altele cu statut de receptor, transmiterea făcându-se prin intermediul unor canale specifice.

Comunicarea implica obligatoriu doi "actori" : un emitor (sursa mesajului) si un receptor, presupune , in mod esential, intelegerea de catre receptor a mesajului transmis de emitor.

Canalele de comunicare pot fi :

- orale (conversatia fata in fata, telefonica)
- scrise
- alte mijloace (radio, televiziune, ziare, posta electronica)

Pentru un mesaj important se recomanda folosirea mai multor canale. Comunicarea la nivel individual sau interpersonal apare atunci cand oamenii citesc, scriu, vorbesc, gesticuleaza, asculta mesajele pe care le primesc sau observa ce fac altii.

Din punct de vedere al modului de transmitere a mesajului , comunicarea poate fi verbala si non-verbala. Impactul comunicarii verbale (cuvinte si continut) este de 10% din totalul comunicarii, componenta vocala realizeaza 35% (viteza vorbirii, inflexiunea, claritatea) iar cea vizuala 55% (mimica, gestica, mediul, mijloace vizuale). Pentru ca mesajul sa fie clar, este necesara convergenta limbajului verbal si non-verbal.

Principalele bariere in comunicare in educatia pentru sanatate sunt :

- deosebirea socio culturala.
- receptivitate scazuta a auditoriului.
- atitudine negative sau ostila fata de medic.
- intelegere limitata.
- mesaje contradictorii.

Solutii posibile de depasire a barierelor:

- educatorul sa vorbeasca clar, rar.
- utilizarea cuvintelor si a propozitiilor simple.
- numarul de informatii/sedinta sa nu fie mare.
- transmiterea informatiilor sa se faca intr-o succesiune logica.
- repetarea notiunilor importante.
- tehnici pedagogice adecvate.
- importanta comunicarii non-verbale.

Comunicarea persuasiva este un proces prin care ascultatorul (receptorul) nu numai ca este convins sa asculte mesajul emitorului, dar sa-l si accepte.

Succesul comunicarii persuasive depinde de :

- calitatile emitorului (experienta, credibilitate, cunostinte, modul de expunere).
- continutul mesajului (cateva argumente solide).
- canalul de comunicare (in general, discutii fata in fata).
- caracteristicile audientei.

In activitatile de educatie pentru sanatate un rol important il are si comunicarea organizationala si comunicarea in echipa.

Comunicarea organizationala se refera la schimb de informatii in interiorul sau intre organizatii sau institutii.

Comunicarea in echipa – caracteristica principala a activitatii in multe din organizatiile sanitare este munca in echipa, caracteristica si activitatilor de promovare a sanatatii si educatiei pentru sanatate.

Echipa este construita din mai multe persoane care comunica intre ele, frecvent pe o perioada limitata de timp, fiind un numar suficient de mic ca sa poata comunica direct cu ceilalti. Membrii echipei lucreaza impreuna pentru un scop comun.

Marketingul social si promovarea sanatatii

Marketingul este activitatea umana îndreptată către satisfacerea nevoilor și dorințelor printr-un proces de schimb.

În domeniul sănătății, marketingul se referă la satisfacerea nevoilor și dorințelor legate de sănătate, promovând sau facilitând schimbarea la nivelul individului sau /și schimbul de programe sociale și politici la nivelul societății.

Marketingul social reprezintă adaptarea principiilor și metodologiilor moderne la promovarea unui concept, a unui produs sau a unei gesturi cu semnificație socială. Marketingul social se definește prin aplicarea tehnicilor de marketing

comercial la analiza, planificarea și evaluarea programelor destinate influențării comportamentului diverselor categorii de public țintă în scopul ameliorării bunăstării personale și a celei a ansamblului colectivității.

În mod tradițional, companiile de educație pentru sănătate s-au bazat pe considerarea că oamenii care primesc informații își vor îmbunătăți cunoștințele, prin urmare atitudinile și, apoi, comportamentul. Marketingul social a apărut ca urmare a concluziei că frecvent campaniile de informare a populației nu au avut succes, pe când campaniile de publicitate a produselor comerciale sunt foarte frecvent încununate de succes.

De la aceste concluzii s-a extins marketingul social :

- un grup de persoane care nu știu nimic nu pot fi influențate numai prin campanii publicitare.
- Probabilitatea de a obține un răspuns individual crește dacă subiectul companiei prezintă interes pentru individ. Dacă sunt interesate puține persoane, puțini vor răspunde.
- Receptivitatea la informații noi depinde de atitudinile existente în prealabil. Oamenii evită informațiile dezagreabile.
- Oamenii înțeleg diferit informația pe care o primesc în funcție de valorile lor personale și de credințele pe care le au. Oamenii diferiți reacționează diferit la același tip de informație.

Marketingul comercial are drept principiu de bază canalizarea unor atitudini și comportamente care există în mod real în rândul populației.

Marketingul social nu are drept scop obținerea unui profit financiar. Mecanismul schimbării nu este financiar. În marketingul social produsul nu este tangibil, este heterogen. Mesajele sunt solide dacă cunoștințele audienței sunt (există cu adevărat).

Produsul în marketingul social poate fi o idee, o practică, sau un obiect tangibil.

1. Ideea se referă la :

- valoare – o idee generală despre ceea ce este bine și ceea ce este rău (de exemplu :drepturile pacientului)
- credință- percepția unui aspect practic(de exemplu : folosirea prezervativului previne transmiterea HIV)
- atitudinea- evaluare pozitivă sau negativă a unor oameni , obiecte , idei sau evenimente (de exemplu : fumatul este daunător.)

2. Practica se referă la :

- o acțiune (de exemplu : vaccinarea)
- un comportament(ex. : folosirea prezervativului).

3.Obiect tangibil (ex. : adevăratele cu nicotină).

Marketingul social în promovarea sănătății :

- nu este rapid și nici ieftin.
- este limitat de calitatea cercetării pieței.
- cercetarea trebuie făcută de persoane specializate în domeniul promovării sănătății.
- procesul este limitat de nivelul cunoștințelor privind un comportament sănătos.
- specialiștii în promovarea sănătății trebuie să fie conștienți de limitele cunoștințelor sale.
- campaniile trebuie amplasate în locurile unde se găsește audiența țintă și nu să se aștepte ca audiența să vină la specialiștii în promovarea sănătății.

- managementul in procesul de marketing trebuie sa tina cont de perspectiva existentei barierelor in comunicare in vederea indepartarii acestora. Implica munca coordonata cu o varietate de institutii si sectoare.
- cercetarea permanenta a eficientei campaniei.
- materialele educative trebuie sa fie adecvate grupului tinta , acelasi mesaj putand fi transmis in diferite forme.

Integrarea problemei .

La noi in tara , promovarea sanatatii se face mai mult prin televiziune si prin presa scrisa. Alimentatia sanatoasa reprezinta o parte componenta a stilului de viata sanatos prin care se asigura calitatea vietii si se previne aparitia dezechilibrelor nutritionale.

Obiceiurile alimentare sunt reprezentate de comportamentul alimentar al pacientului. Cele mai frecvente greseli de alimentatie se pare ca sunt in prezent folosirea unor alimente bogate in grasimi, produse bogate in glucide, consumul de alcool si bauturi dulci dar si consumul de alimente noaptea. Alimentatia hipercalorica tip "fast-food" reprezinta un pericol din ce in ce mai mare pentru sanatatea pacientilor.

CONCLUZII :

- Oamenii trebuie informati cu privire la sanatate si modul lor de viata, avand ca obiectiv prevenirea imbolnavirilor inainte ca procesele de deteriorare a sanatatii sa inceapa.
- Fumatul, alimentatia nesanoasa, alcoolul, habitatul, au un rol foarte important , influentand starea de sanatate a pacientului.
- **Promovarea sanatatii** reprezinta punerea in practica bazata pe informatie a interventiilor desemnate sa promoveze sanatatea.
- Principiile promovarii sanatatii : Implica populatia ca un intreg; este orientata asupra determinantilor sanatatii ;foloseste metode/abordari diferite, complementare ; urmareste asigurarea participarii publice ; implicarea cadrelor medico-sanitare.
- Preventia este cel mai eficace tratament.
- Educatia pentru sanatate consta in programe planificate pentru ca oamenii sa invete despre problemele legate de sanatate cu scopul de a favoriza asumarea unor modificari voluntare ale comportamentelor
- Principii importante in actiunile de educatie pentru sanatate: mesaj clar ; mesaj care poate fi inteles ; mesaj adaptat mediului (fond si forma) ; evitarea mesajelor care folosesc frica, judeca comportamente ; sublinierea aspectelor pozitive ; comunicarea in dublu sens ; participarea grupului tinta; un singur mesaj nu este sufficient, el trebuie repetat, in forme diferite.
- Canalele de comunicare pot fi :orale (conversatia fata in fata, telefonica); scrise sau alte mijloace (radio, televiziune, ziare, posta electronica).

BIBLIOGRAFIE :

- **“ENDOCRINOLOGIE CLINICA, NUTRITIE SI BOLI METABOLICE ”**
Editura Medicala
- **“MEDICINA INTERNA ” (L.GHERASIM)**
Vol.2, partea a II-a, Editura Medicala
- **“OBEZITATEA SI DISLIPIDEMIILE ”** In practica medicala (Nicolae Hancu), Editura Info Medica
- **“PSIHOLOGIE MEDICALA”** (Ioan Bratu Iamandescu)
Editura Info Medica