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, sanatarea 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, boiceiuri ; 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 apapotabila, sanitatia, 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 coparticiparii factorilor de raspundere si a populatiei (structuri de stat, grupuri sociale formale sau ad-hoc);

             -dezvoltarea retelei de 'orase sanatoase' cu rol in a deveni structuri demonstrative pentru promovarea sanatatii prin cooperare intersectoriala;

            -dezvoltarea retelei de 'scoli sanatoase': in care componente de igiena personala, igiena scolara si a procesului de invatamint, comportament sanogenetic si cunostinte favorabile sanatatii sunt integrate intr-un efort comun al elevilor, parintilor, scolii si comunitatii.

4.Reglementari de ordin socio-economic, legislativ.

            In promovarea sanatatii exista patru sfere de actiune:

1. Educatia pentru sanatate.

2. Interventiile de politic publice (legale si fiscale).

3. Dezvoltarea si imputernoicirea comunitatii.

4. Interventii clinice (screening).

**Promovarea sanatatii si reforma sistemelor de sanatate**

Obiectivul principal al reformelor sistemelor de sanatate consta in ameliorarea starii de sanatate, obiectiv care se traduce prin cresterea rolului promovarii sanatatii.

            Strategiile nationale pentru sanatate pun in evidenta faptul ca sanatatea reprezinta o resursa foarte importanta pentru dezvoltarea personala, sociala si economica si o dimensiune esentiala a calitatii vietii.

            Sanatatea trece prin dezvoltarea si integrarea a trei elemente :

-        Conditii favorabile : ecosistem stabil si resurse viabile.Locuinte sigure si salubre, alimentatie sanatoasa, nivel de instruire adecvat, venituri suficiente, justitie si echitate sociala.

-        Masuri in toate sectoarele societatii in vederea Promovarii sanatatii.

-        Conceperea si punerea in practica a reformelor, sistemelor desanatate in sensul ameliorarii starii de sanatate si reducerii efectelor nocive asupra sanatatii.

           Reforma sistemelor de sanatate se comfrunta cu cinci probleme majore: metodele de finantare, limitarea cheltuielilor, descentralizarea, opinia si dreptul cetatenilor de a alege, ameliorarea starii de sanatate si mentinerea acestei ameliorari.

            In timp ce unele aspecte ale reformei se refera la gestionarea consumului de ingrijiri de sanatate, contributia promovarii sanatatii in reforma consta in realizarea unei bune stari de sanatate si prevenirea imbolnavirilor si alocarea de resurse de o maniera mult mai eficace.

            Activitatile care contribuie cel mai mult la promovarea sanatatii sunt :

* orientarea politicilor din toate sectoarele sociale spre ameliorarea sanatatii.
* Crearea de  conditii de viata si de munca favorabile unei stari de sanatate mai bune.
* Cresterea capacitatilor colectivitatilor locale in ceea ce priveste asigurarea unei stari bune de sanatate populatiei lor (de exemplu , ajutor acordat in definirea propriilor prioritati, conceperea si punerea in practica a unor strategii eficace).
* Dezvoltarea aptitudinilor fiecarui individ de a avea grija de sanatatea proprie.
* Orientarea sistemelor de ingrijiri de sanatate si al serviciilor individuale spre promovarea unei mai bune stari de sanatate.
* Crearea si sustinerea unuia sau mai multor centre de promovare a sanatatii cu rol in efectuare de analize, actiuni, programe nationale/regionale, locale.
* Crearea si sustinerea de competente locale in domeniul promovarii sanatatii si a unor dispozitive organizatorice adecvate care, pe plan local, joaca un rol de motivatie intersectoriala, de sustinere  si actiune.
* Definirea calificarilor si competentelor necesare, organizarea de programe de instruire adecvate.
* Ameliorarea posibilitatilor in disciplinele si sistemele de informare.

**Educatia pentru sanatate. Educatie sanitara.**

 Educatia pentru sanatate este diferita de educatia sanitara.

             Educatia sanitara se refera la dobandirea de cunostinte si deprinderi de idiena personala si a colectivitatii cu scopul de a preveni aparitia bolilor, fiind orientata strict asupra individului si avand un caracter prescriptiv.

 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. Elementul fundamental al educatiei pentru sanatate este comunicatia.

 Astfel de programme pot include : oferirea de informatii ; analizarea unor vlori si atitudini ; luarea unor decizii in problemele legate de sanatate ; dobandirea unor abilitati  cu ajutorul carora persoanele sa poata sa-si modifice comportamentele.

Toate acestea presupun promovarea increderii in sine si imputernicirea, astfel incat oamenii sa fie capabili sa actioneze in tot ce priveste sanatatea lor.

Educatia pentru sanatate studiaza nivelul de cultura sanitara (cunostinte, deprinderi, atitudini, comportamentele) si mijloacele si procedeele educationale necesare formarii si dezvoltarii unui comportament sanogen, igienic.

             Educatia pentru sanatate are urmatoarele scopuri:

**-**ridicarea nivelului de cunostinte medicale al populatiei in principal in domeniul sanogenezei, protectiei mediului si preventiei bolilor;

**-**formarea si dezvoltarea unor deprinderi corecte care sa promoveze sanatatea;

- crearea unei pozitii active fata de sanatatea individuala si fata de problemele sanatatii publice, in sensul atragerii si capacitarii maselor la participarea activa in realizarea consolidarii sanatatii.

              Obiective :

-        dezvoltarea cunostintelor

-        dezvoltarea de aptitudini (indemanari)

-        dezvoltarea atitudinilor, convingerilor ce vizeaza sanatatea.

             Exista doua tipuri de educatie pentru sanatate :

1. educatia pentru sanatate nonformala ( comportamente formate prin experienta sau imitatie).

2. educatia pentru sanatate formala(proces planificat de transmitere, de cunoastere, experiente).

In fuctie de calea de transmitere a mesajelor, metodele de educatie pentru sanatate pot fi : auditive, vizuale, aodio-vizuale.

Actiunile de educatie pentru sanatate se pot desfasura intr-un mod personal (fata in fata), in grupuri sau se pot adresa unei audiente de mase (mesajele sunt transmise prin mass-media).

           Abordarile in educatia pentru sanatate sunt :

- medicala

- educationala

- abordarea orientate spre individ

- schimbarea sociala.

            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.

|  |
| --- |
|  |

            Educatia pentru sanatate este modalitatea de comunicare a promovarii sanatatii. Prin urmare, comunicarea reprezinta elementul fundamental in educatia pentru snantate.

            Comunicarea este un process de transmitere a informatiilor sub forma de mesaje simbolice intre doua sau mai multe personae, unele cu statut de emitator, altele cu statut de receptor, transmiterea facandu-se prin intermediul unor canale specifice.

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

            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 interpersonala 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 informatiiilor 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 emitatorului, dar sa-l si accepte.

            Succesul comunicarii persuasive depinde de :

- calitatile emitatorului (experienta, credibilitate, cunostinte, modul de expunere).

- continultul mesajului (cateva argumente solide).

- canalul de comunicare (in general, discutii fata in fata).

- caracteristicile audientei.

            In activitatile de educatie pentru snatate 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 personae care comunica intre ele, frecvent pe o perioada limitata de timp, fiind un numar suficient de mic ca sa poata comunica dicrect cu ceilalti. Membrii echipei lucreaza impreuna pentru un scop comun.

**Marketingul social si promovarea sanatatii**

Marketingul este activitatea umana indreptata catre satisfacerea nevoilor si dorintelor printr-un proces de schimb.

            In domeniul sanatatii , marketingul se refera la satisfacerea nevoilor si dorintelor legate de sanatate, promovand sau facilitand schimbarea la nivelul individului sau **/**si schimbul de programme sociale si politici la nivelul societatii.

            Marketingul social reprezinta adaptarea principiilor si metodologiilor  moderne la promovarea unui concept, a uni produs sau a unii gest cu semnificatie sociala. Marketingul social se defineste prin aplicarea tehnicilor de marcketing

comercial la analiza, planificarea si evaluarea programelor destinate influientarii comportamentului  diverselor categorii de public tinta in scopul ameliorarii bunastarii personale si a celei a ansamblului colectivitatii.

            In mod traditional, companiile de educatie pentru sanatate s-au bazat pe consideratia  ca oamenii care primesc informatii isi vor imbunatatii cunostintele, prin urmare atitudinile si, apoi, comportamentul. Marketingul social a aparut ca urmare a concluziei ca frecvent campaniile de informare a populatiei nu au avut succes, pe cand campaniile de publicitate a produselor comerciale sunt foarte frecvent incununate de succes.

De la aceste concluzii s-a extins marketingul social :

      un grup de persoane care nu stiu nimic nu pot fi influentate numai prin campanii publicitare.

      Probabilitatea de a obtine un raspuns individual creste daca subiectul companiei prezinta interes pentru individ. Daca sunt interesate putine persoane, putini vor raspunde.

      Receptivitatea la informatii noi depinde de atitudinile existente in prealabil. Oamenii evita informatiile dezagreabile.

      Oamenii inteleg diferit informatia pe care o primesc in functie de valorile lor personale si de credintele pe care le au. Oamenii diferiti reactioneaza diferit la acelasi tip de informatie.

          Marketingul comercial are drept principiu de baza canalizarea unor atitudini si comportamente care exista in mod real in randul populatiei.

 Marketingul social nu are drept scop obtinerea uni profit financiar. Mecanismul schimbarii nu este financiar. In marketingul social produsul nu este tangibil, este heterogen. Mesajele sunt solidedaca cunostintele audientei sunt  (exista cu adevarat).

             Produsul in marketingul social poate fi o idee, o practica, sau un obiect tangibil.

1. Ideea se refera la :

            -  valoare – o ideie generala despre ceea ce este bine si ceea ce este rau (de exemplu :drepturile pacientului)

            - credinta- perceptia unui aspect practic(de exemplu : folosirea prezervativului previne transmiterea HIV)

            - atitudinea- evaluare pozitiva sau negativa a unor oameni , obiecte , idei sau evenimente (de exemplu : fumatul este daunator.)

2. Practica se refera la :

            - o actiune (de exemplu : vaccinarea)

            - un comportament(ex. : folosirea prezervativului).

3.Obiect tangibil  (ex. : adezivele cu nicotina).

              Marketingul social in promovarea sanatatii :

-  nu este rapid si nici ieftin.

- este limitat de calitatea cercetarii pietei.

- cercetarea trebuie facuta de persoane specializate in domeniul promovarii sanatatii.

- procesul este limitat de nivelul cunostintelor privind un comportament snatos.

- specialistii in promovarea sanatatii trebuie sa fie constienti de limitele cunostintelor sale.

- campaniile trebuie amplasate in locurile unde se gaseste audienta tinta si nu sa se astepte ca audienta sa vina la specialistii in promovarea sanatatii.

- 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 nesanatoasa, 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), Ecutura Info Medica

       **“PSIHOLOGIE MEDICALA”** (Ioan Bratu Iamandescu)

                              Editura  Info Medica