



**Assunto:** Utilização da mensagem “Tem feito planeamento familiar?”

**Nº:** 27/DICES  
**DATA:** 13/08/07

**Para:** Todos os serviços dependentes do Ministério da Saúde

**Contacto na DGS:** Contactos na DGS: Dr. Mário Freitas – Divisão de Informação, Comunicação e Educação para a Saúde; Prof. Jorge Branco – Programa Nacional de Saúde Reprodutiva.

Os padrões de comportamento podem ter um enorme impacto na saúde de cada indivíduo, assim como na dos que o rodeiam, não consistindo em padrões fixos, pelo que se encontram sujeitos a alterações, nomeadamente através do efeito de acções de educação para a saúde<sup>(1)</sup>. As acções de educação para a saúde orientadas para as mudanças de comportamento pretendem aumentar os conhecimentos das pessoas tanto acerca de si próprias quanto sobre os factores que influenciam a sua saúde<sup>(2)</sup>. Para tal, recorrem a métodos educativos que podem ser postos em prática através de campanhas em massa feitas pelos mais variados meios de comunicação, ainda que existam múltiplos factores que podem influenciar o processo de comunicação, tais como os valores, crenças, tabus ou aspectos culturais<sup>(3)</sup>.

O exemplo dos maços de tabaco é demonstrativo do impacto das mensagens nos produtos comercializados em termos de educação para a saúde. Assim, esta evidência abre portas à implementação de estratégias semelhantes relativamente a outro tipo de comportamentos de risco. Os comportamentos de risco que se pretende alterar através de estratégias de educação para a saúde, nomeadamente mensagens em produtos, devem ser escolhidos tendo como base a realidade e as necessidades de cada região. Neste contexto, os comportamentos relacionados com a gravidez indesejada surgem em Portugal como um alvo importante.

Dadas as elevadas repercussões negativas a nível pessoal, familiar, profissional e sócio-económico de uma gravidez não desejada, é urgente adoptar medidas de educação para a saúde que diminuam a sua incidência. O uso de mensagens de advertência em produtos habitualmente utilizados por homens e mulheres em idade fértil surge como uma estratégia que se deduz ser eficaz neste contexto, razão pela qual a Direcção-Geral da Saúde realizou um estudo donde se obtiveram um número significativo de mensagens; a implementação de uma campanha a este nível iniciar-se-á brevemente.

Os estudos de avaliação do impacto de mensagens anti-tabaco demonstraram ainda eficácia a longo prazo junto dos jovens em proporções muito semelhantes e em alguns casos superiores às dos adultos. Desta forma, as mensagens que pretendam diminuir a gravidez indesejada espera-se que tenham também um impacto alargado em termos de faixas etárias. As mensagens a utilizar deverão ter em conta as características que já se provaram ser eficazes no caso das mensagens colocadas em maços de tabaco.

Como parte integrante da campanha da Direcção-Geral da Saúde que tem como objectivo reduzir a gravidez indesejada em Portugal, foi seleccionada a mensagem “**Tem feito planeamento familiar?**”, à volta da qual se centrará a componente da campanha informativa que utiliza como meio de divulgação os serviços dependentes do Ministério da Saúde. Assim:

- A mensagem “**Tem feito planeamento familiar?**”, será colocada em destaque, *online* no site da DGS ([www.dgs.pt](http://www.dgs.pt)), assim como no site do Programa Nacional de Saúde Reprodutiva (em construção).
- Todas as mensagens de correio electrónico enviadas a partir de endereços da Direcção-Geral da Saúde (@dgs.pt) terão como nota de rodapé a mensagem “**Tem feito planeamento familiar?**”.
- Toda a correspondência remetida a partir da Direcção-Geral da Saúde, nomeadamente ofícios e faxes, terá como nota de rodapé a mensagem “**Tem feito planeamento familiar?**”.
- Em todos os envelopes enviados a partir da Direcção-Geral da Saúde será afixado autocolante com a mensagem “**Tem feito planeamento familiar?**”, elaborado para o efeito.

A todos os serviços dependentes do Ministério da Saúde solicita-se a implementação de medidas semelhantes, nomeadamente:

- Colocação *online*, no site da instituição, da mensagem “**Tem feito planeamento familiar?**”.
- Que em todas as mensagens de correio electrónico enviadas a partir de endereços da instituição (@instituição.min-saude.pt) seja colocada, como nota de rodapé, a mensagem “**Tem feito planeamento familiar?**”.
- Que em toda a correspondência remetida a partir da instituição seja colocada, como nota de rodapé, a mensagem “**Tem feito planeamento familiar?**”.
- Que em todos os envelopes enviados a partir da instituição seja afixado o autocolante com a mensagem “**Tem feito planeamento familiar?**”, fornecido pela Direcção-Geral da Saúde a todos os serviços dependentes do Ministério da Saúde dentro em breve.

De igual modo, também se solicita que todos os serviços dependentes do Ministério da Saúde, através das suas equipas multidisciplinares de Saúde Escolar, Saúde Ocupacional, Cuidados Continuados, entre outras, elaborem projectos que tenham como lema central a mensagem “**Tem feito planeamento familiar?**”.

Para apoio a esses Projectos, a Direcção-Geral da Saúde realizará acções de formação, disponibilizando também o apoio técnico da Divisão de Informação, Comunicação e Educação para a Saúde e do Programa Nacional de Saúde Reprodutiva; aconselha-se a utilização dos suportes elaborados pela DGS na área da Saúde Sexual e Reprodutiva, assim como a informação que constará no site do Programa Nacional de Saúde Reprodutiva (em construção).

O Director-Geral da Saúde,



Francisco George

### Referências bibliográficas

1. Nutbeam, D. (1998). *Health promotion glossary*. Health Promotion International, 13:4, 349-363.
2. Revuelta CC, Díaz CAD. (2001). *Promoción de la salud: concepto, estrategias y metodos*, In: “Promoción de la salud y cambio social”. Masson, Barcelona.
3. Remón CA. (2001). Educación para la salud, In: “Promoción de la salud y cambio social”. Masson, Barcelona.