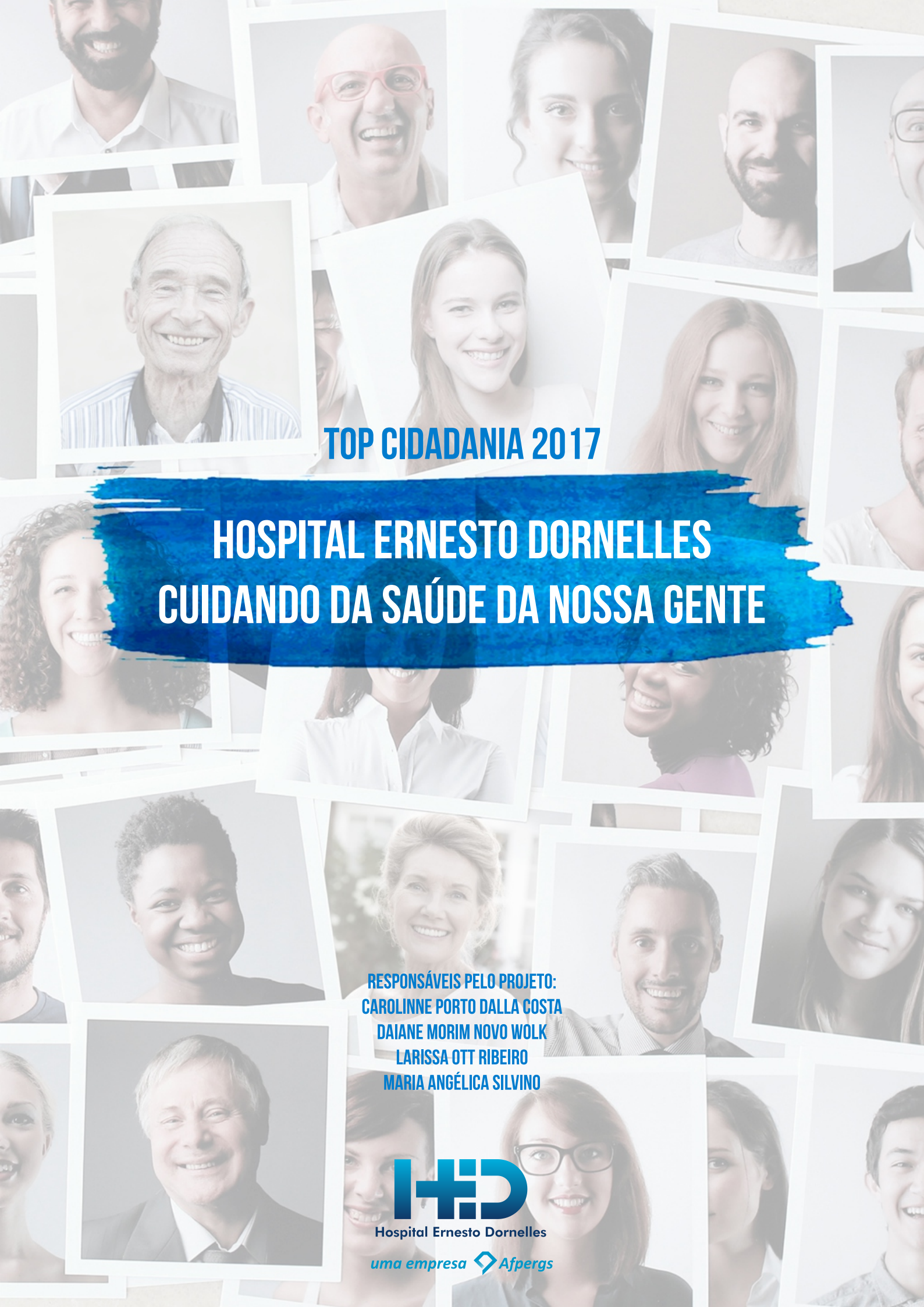


TOP CIDADANIA 2017

HOSPITAL ERNESTO DORNELLES
CUIDANDO DA SAÚDE DA NOSSA GENTE

RESPONSÁVEIS PELO PROJETO:
CAROLINNE PORTO DALLA COSTA
DAIANE MORIM NOVO WOLK
LARISSA OTT RIBEIRO
MARIA ANGÉLICA SILVINO

Hospital Ernesto Dornelles

uma empresa Afpergs

ÍNDICE

Resumo do Case 01

Introdução 01

Cenário 03

Câncer de Mama 03

Câncer de Próstata 04

Plano Tático e Divulgações 04

Ações Implementadas e Ferramentas de Marketing utilizadas 05

Público Interno 06

Público Externo 06

Ações Específicas 07

Outubro Rosa 07

Novembro Azul 09

Conclusão 10

Ações em Números 12

Outubro Rosa 12

Novembro Azul 12

Referências 13

Informações dos autores 14

RESUMO DO CASE

Incentivo à prevenção de doenças, visando a qualidade de vida e a saúde para todos: este é o objetivo do Hospital Ernesto Dornelles, através da sua Comissão Pró-Saúde - grupo multidisciplinar composto por médicos, profissionais de comunicação e marketing, de enfermagem, psicologia, fisioterapia e nutrição - que busca intensificar o relacionamento com a comunidade por meio de consultorias médicas, exames gratuitos e ações educativas.

Idealizado em 2001, o Pró-Saúde trabalha ativamente com ações e eventos consolidados. Ao longo desses 16 anos, mais de 15.000 pessoas sem acesso a saúde participaram das atividades promovidas pela instituição.

Em 2014, o grupo, com a aprovação da direção do hospital, inseriu no calendário institucional os eventos alusivos ao Outubro Rosa e Novembro Azul, buscando conscientizar sobre a importância da prevenção do câncer de mama e de próstata. Através disso, o HED, exerce seu papel de agente transformador na sociedade gaúcha, realizando ações sociais com foco na saúde.

A repercussão das atividades contribuiu para que cada edição fosse aprimorada, buscando atender as necessidades dos stakeholders. Com apoio de voluntários, serviços parceiros e muito empenho, a Comissão Pró-Saúde desenvolveu eventos com alto índice de adesão por parte do público interno e externo.

Exemplos disso, foram as ações do Outubro Rosa e Novembro Azul de 2016, nos quais ocorreu a entrega gratuita de exames de mamografia e ecografia, principal meio de monitoramento do câncer de mama, e de exames de PSA (Antígeno Prostático Específico), pelo qual observa-se as alterações da próstata, caracterizando ou não o câncer, e de consultas com os médicos mastologistas, oncologistas e urologistas da instituição.

Essa iniciativa, além de colaborar com a saúde e qualidade de vida da população, auxilia pessoas sem cobertura de planos de saúde a terem acesso à exames essenciais para prevenir umas das principais patologias que causam mortes no Brasil.

INTRODUÇÃO

O Hospital Ernesto Dornelles (HED), organização privada, fundada pela Associação dos Funcionários Públicos do Estado do Rio Grande do Sul (Afpergs), completa no dia 30 de junho 2017, 55 anos de vida dedicados à saúde da sociedade gaúcha.

Inserido em um nicho com instituições hospitalares de alta qualidade e reconhecimento nacional e internacional, o HED está em constante aperfeiçoamento, objetivando atender as demandas e expectativas do mercado.

Para tanto, foi elaborado um Planejamento Estratégico, ato fundamental para posicionar a instituição no setor hospitalar. A partir desse marco, identificou-se a necessidade de estreitar o relacionamento com a comunidade, implantando em sua cultura organizacional, o engajamento das equipes para o desenvolvimento de ações e eventos que contribuam para a saúde de todos. O

hospital expôs, assim, a sua postura e conduta socialmente responsável e incluiu no seu Mapa Estratégico, táticas de Marketing Social.

Em 2014, a Comissão Pró-Saúde, juntamente da Direção do Hospital, inseriu no calendário institucional os eventos alusivos ao Outubro Rosa e Novembro Azul. Desde então, vem-se realizando, através dos mesmos, ações de promoção da saúde e de conscientização da prevenção de doenças junto à comunidade.

A relevância de tais eventos está embasada nos dados estatísticos de instituições competentes do segmento, as quais apresentam os altos índices de ocorrências do câncer de mama e de próstata, no Brasil e, em especial, no Rio Grande do Sul.

Segundo o Instituto Nacional de Câncer (INCA), este tipo de tumor é o que mais causa óbito entre as mulheres. No Rio Grande do Sul, estima-se que a incidência tenha ficado em 87,22 novos casos para cada 100.000 mulheres, em 2014. Na mesma conjuntura, expõe-se o câncer de próstata como o segundo mais comum entre os homens, sendo estimados 68.800 novos casos no Brasil em 2016. E, de acordo com a OMS, no Rio Grande do Sul, são estimados, 109,59 casos para cada 100.00 homens. (INCA).

Todas essas informações fomentaram o planejamento dos eventos do Outubro Rosa e Novembro Azul. Outro dado alarmante, que chama atenção para as ações de saúde pública, é a importância da prevenção: cerca de 30% dos casos de câncer podem ser evitados, através de estratégias de conscientização e de exames preventivos.

É de conhecimento que o difícil acesso à exames médicos e de visitas regulares à especialistas, são coeficientes relevantes para o surgimento de novos casos das doenças a cada ano. Em vista disso, sendo a conscientização e a prevenção um dos objetivos da Comissão Pró-Saúde, a oportunidade de trabalhar esses pontos vulneráveis identificados, impôs uma maior responsabilidade e oportunidade para o Hospital Ernesto Dornelles em desenvolver seu papel de agente transformador na sociedade na qual está inserida.

Desde 2014, algumas atividades são realizadas com o objetivo de sensibilizar homens e mulheres e em 2016, os eventos alcançaram o ponto de maturação necessário para atender de forma mais ampla a necessidade observada na saúde da comunidade. E, nesta mesma ocasião, por intermédio do empenho dos profissionais envolvidos e do apoio firmado com os serviços parceiros do HED, a atuação do Pró-Saúde foi legitimada, devido ao impacto dos resultados alcançados com tais ações.

Pensados de maneira coerente e adaptados à realidade do hospital e às demandas advindas dos problemas da saúde pública, a organização e o planejamento de ambos eventos partiu do mesmo princípio e objetivo: beneficiar àqueles que não tem acesso à planos de saúde, além de estarem nos chamados grupos de riscos.

A fim de alcançar esse propósito, na ação destinada à saúde da mulher, o hospital se propôs a doar 100 mamografias, entretanto foram entregues 149 exames de mamografia, ecografia e consultas com médicos mastologistas e oncologistas, atendendo, desse modo, todas as participantes.

Sendo de conhecimento da equipe promovedora que a demanda de procura aos

recursos ofertados seria alta, foram elaborados questionários de triagem a serem aplicados durante o evento, com perguntas seletivas que auxiliaram na captação do público-alvo da ação, onde uma das quais era se usufruía de um plano de saúde e se existia histórico de câncer na família.

Na ação com foco no público masculino, foram oferecidos 60 exames de PSA (Antígeno Prostático Específico) e o mesmo número de consultas médicas com os urologistas da instituição. Para realizar a distribuição entre os participantes, foi utilizado como método de seleção a ordem de chegada ao evento e a idade acima de 50 anos. Ou seja, os primeiros 60 homens atendendo aos preceitos básicos para a realização dos exames tiveram direito ao mesmo e a consulta.

Assim, o grupo multidisciplinar proporcionou um momento singular para o HED e, em especial, à comunidade, pois cumpriu um dos seus papéis que é auxiliar na prevenção de doenças.

CENÁRIO

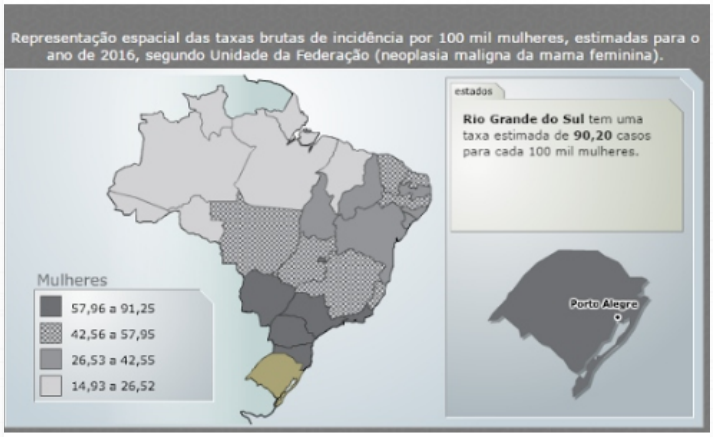
O Brasil, vem passando por alterações no contexto econômico, social e de saúde. O aumento da expectativa e qualidade de vida colaboram para que as pessoas vivam mais e, consequentemente, a média populacional cresça.

Em contrapartida, um elevado número de novos casos de câncer têm sido registrados. Para os quais, vários fatores influenciam: hábitos alimentares, genética, sedentarismo, a falta de acesso a saúde e de orientação quanto a prevenção. Assim, analisando o cenário exposto, a Comissão Pró-Saúde objetivou auxiliar na prevenção desse problema mundial - o câncer -, por meio de ações sociais estratégicas.

CÂNCER DE MAMA

O câncer de mama é uma doença resultante da multiplicação de células anormais da mama, formando um tumor. Há vários tipos e estágios, alguns se desenvolvem rapidamente, outros não.

Segundo o INCA (Instituto Nacional de Câncer), o câncer de mama é o segundo tipo de tumor maligno mais incidente entre as brasileiras. No entanto, mesmo sendo considerado relativamente de fácil diagnóstico, as taxas de mortalidade continuam elevadas no Brasil: 14 mil óbitos em 2013. Já em 2016, foram estimados 57.960 novos casos e, no mesmo período, no Rio Grande do Sul 90,20 para cada 100 mil mulheres.



Fonte: INCA

Histórico familiar, consumo de álcool, excesso de peso, sedentarismo e fatores relacionados à vida reprodutiva da mulher, são os aspectos prejudiciais mais conhecidos para o desenvolvimento do câncer de mama. No entanto, a idade continua sendo um dos mais importantes. As taxas de incidência crescem rapidamente até os 50 anos e, após essa idade, o aumento ocorre de forma mais lenta.

De 50 a 69 anos, a mulher deve estar atenta para a realização anual do exame, esta é a estratégia recomendada pelo Ministério da Saúde no Brasil para o rastreamento do câncer de mama. Pois, a detecção de tumores em fase inicial aumenta as chances de cura.

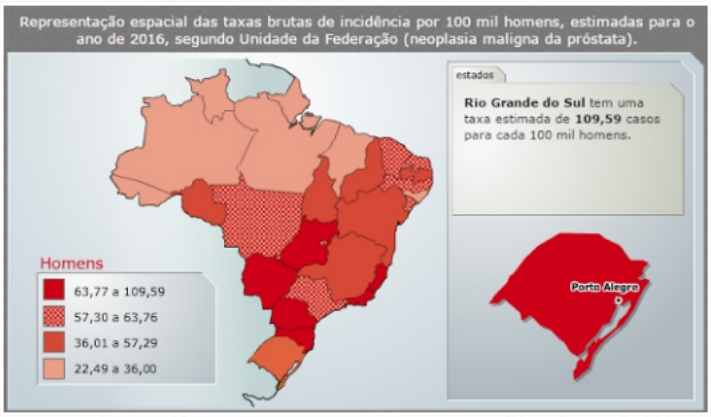
CÂNCER DE PRÓSTATA

Localizada no abdômen, abaixo da bexiga, a próstata é uma glândula exócrina pequena, com formato de maçã, presente apenas no sistema genital masculino.

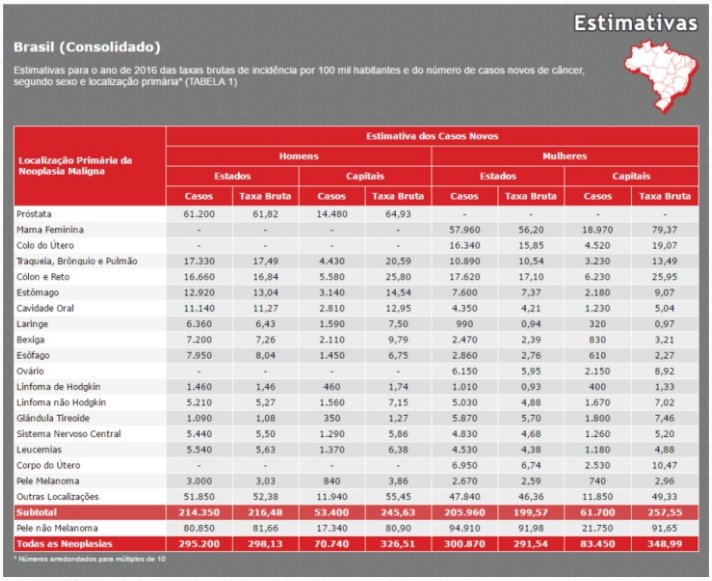
Os sintomas do câncer de próstata são referentes ao aumento do tamanho, igual às outras doenças. Por exemplo, dificuldade para urinar, micção frequente, dor ou sangue ao ejacular. Apesar do medo involuntário do exame de toque retal, ele é indolor e ainda é a forma mais precisa de detectar o câncer de próstata, tanto ele quanto o antígeno prostático específico (PSA) no exame de sangue são importantes e recomendados anualmente.

Os fatores de risco identificados para o câncer de próstata são: idade, etnia/cor da pele e o histórico familiar. No entanto, a idade é o único fator de risco bem definido para o desenvolvimento da doença, ou seja, a grande maioria é diagnosticado em homens acima dos 65 anos, sendo apenas 1% abaixo dos 50 anos. Dieta, nutrição e sobrepeso também são fatores importantes para a incidência da patologia.

De acordo com a Organização Mundial de Saúde, no Brasil, esse tipo de câncer é o segundo mais comum entre os homens, sendo estimados 61.200 novos casos no Brasil em 2016. No Rio Grande do Sul, são estimados, 109,59 casos para cada 100 mil homens. (INCA)



Fonte: INCA



Localização Primária da Neoplasia Maligna	Estimativa dos Casos Novos							
	Homens				Mulheres			
	Estados		Capitais		Estados		Capitais	
	Casos	Taxa Bruta	Casos	Taxa Bruta	Casos	Taxa Bruta	Casos	Taxa Bruta
Próstata	61.200	61,82	14.480	64,93	-	-	-	-
Mama Feminina	-	-	-	-	57.960	56,20	18.970	79,37
Colo do Útero	-	-	-	-	16.340	15,85	4.520	19,07
Traquéia, Brônquio e Pulmão	17.330	17,49	4.430	20,59	10.890	10,54	3.230	13,49
Cólon e Reto	16.660	16,84	5.580	25,80	17.620	17,10	6.230	25,95
Estômago	12.920	13,04	3.140	14,54	7.600	7,37	2.180	9,07
Cavidade Oral	11.140	11,27	2.810	12,95	4.350	4,21	1.230	5,04
Laringe	6.360	6,43	1.590	7,50	990	0,94	320	0,97
Bexiga	7.200	7,26	2.110	9,79	2.470	2,39	830	3,21
Esôfago	7.950	8,04	1.450	6,75	2.860	2,76	610	2,27
Ovário	-	-	-	-	6.150	5,95	2.150	8,92
Linfoma de Hodgkin	1.460	1,46	460	1,74	1.010	0,93	400	1,33
Linfoma não Hodgkin	5.210	5,27	1.560	7,15	5.030	4,88	1.670	7,02
Glândula Tireoide	1.090	1,08	350	1,27	5.870	5,70	1.800	7,46
Sistema Nervoso Central	5.440	5,50	1.290	5,86	4.830	4,68	1.260	5,20
Leucemias	5.540	5,63	1.370	6,38	4.530	4,38	1.180	4,88
Corpo do Útero	-	-	-	-	6.950	6,74	2.530	10,47
Pele Melanoma	3.000	3,03	840	3,86	2.670	2,59	740	2,96
Outras Localizações	51.850	52,38	11.940	55,45	47.840	46,36	11.850	49,33
Subtotal	**214.350**	**216,48**	**53.400**	**245,63**	**205.960**	**199,57**	**61.700**	**257,55**
Pele não Melanoma	80.850	81,66	17.340	80,90	94.910	91,98	21.750	91,65
Todas as Neoplasias	**295.200**	**298,13**	**70.740**	**326,51**	**300.870**	**291,54**	**83.450**	**348,99**

* Números arredondados para múltiplos de 10

Fonte: INCA

PLANO TÁTICO E DIVULGAÇÕES

O Hospital Ernesto Dornelles evidenciou a necessidade de desenvolver ações, a fim de, disseminar o conhecimento e a prevenção das patologias, enfatizando a importância de as pessoas conhecerem melhor o seu corpo e ficarem atentas às alterações suspeitas.

Em função disso, as instituições hospitalares possuem um importante papel social, na medida em que são responsáveis por atender uma das necessidades básicas do ser humano, a saúde, não apenas levando o tratamento e a cura, mas

também promovendo o bem-estar integral.

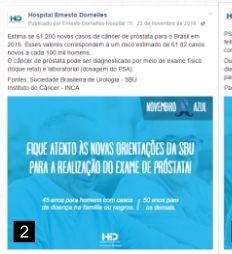
Acreditando nisso, médicos mastologistas, urologistas, oncologistas, enfermeiros, psicólogos, nutricionistas, assistentes sociais, fisioterapeutas, jornalistas, relações públicas e publicitário, engajaram-se nessa campanha, oferecendo serviços e atendimentos gratuitos à comunidade.

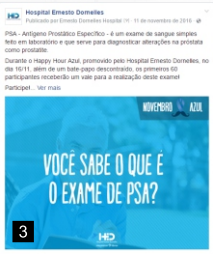
O planejamento das ações foi realizado gradativamente, com a premissa de instruir e, após, tratar. O projeto para os eventos de 2016, iniciaram no ano anterior, com isso, durante doze meses, todos os profissionais envolvidos trabalharam exaustivamente para oferecer um trabalho satisfatório e completo ao público-alvo. Atividades voluntárias, disponibilização de materiais informativos impressos e virtuais, doações de atendimentos, consultas e exames, além do envolvimento dos veículos de comunicação, foram as principais ferramentas utilizadas.

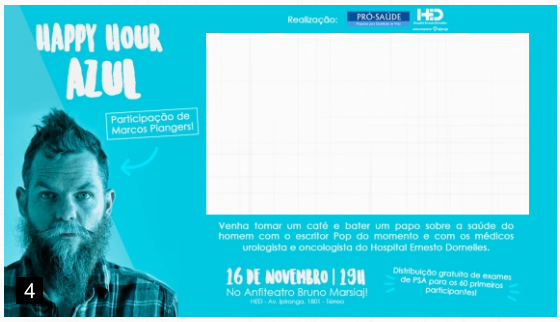
AÇÕES IMPLEMENTADAS E FERRAMENTAS DE MARKETING UTILIZADAS

O Hospital Ernesto Dornelles buscou aliar efetividade, visibilidade e economia ao elaborar as ações que seriam executadas a fim de atingir seus objetivos. Por isso, baseou-se no marketing social para produzir a compreensão sobre a importância dos temas trabalhados, e assim, incentivar uma mudança no comportamento das pessoas: cuidado e auto prevenção.

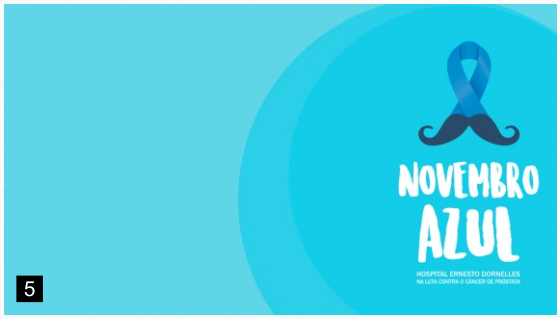








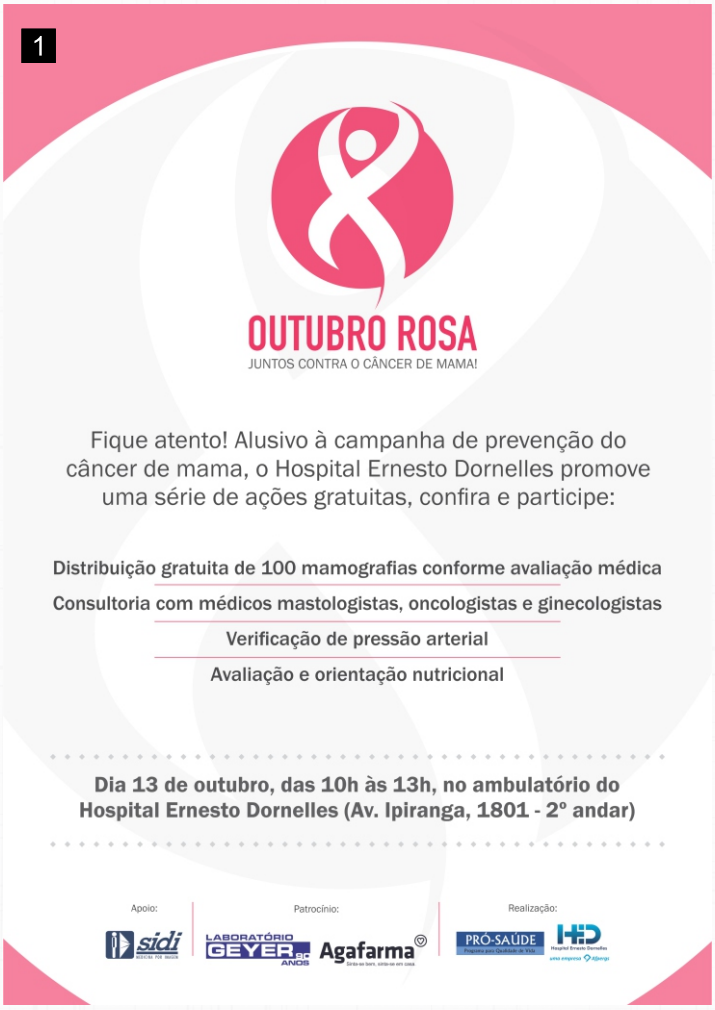






1 Cartaz de divulgação do evento
2 e 3 Cards de informação para prevenção (via facebook)
4 Divulgação do evento nos televisores da instituição
5 Wallpaper temático
6 Card de divulgação do evento (via facebook)
7 E-mail enviado aos colaboradores

1



2



3



4



5



1 Cartaz de divulgação do evento
2 Divulgação do evento nos televisores da instituição
3 Wallpaper temático
4 Card de divulgação do evento (via facebook)
5 E-mail enviado aos colaboradores

PÚBLICO INTERNO

- Informativo “Acontece no HED”;
- Cartazes em Murais;
- E-mail;
- Whatsapp;
- Reuniões;
- Mídias Sociais;
- Intranet;
- Televisões corporativas; e
- Tasy (Sistema de Gestão em Saúde).

PÚBLICO EXTERNO

- Cartazes em Murais;
- Newsletter;
- Site;
- Folders;
- Mídias Sociais;
- Televisões corporativas; e
- Imprensa.

AÇÕES ESPECÍFICAS

OUTUBRO ROSA

A instituição realizou a sua primeira ação efetiva em outubro de 2014, mês dedicado mundialmente a prevenção do câncer de mama, visando alertar a comunidade sobre a doença, métodos de prevenção e identificação precoce. Na ocasião, o HED realizou atuações de mobilização junto aos motoristas, na Av. Ipiranga - uma das principais vias da cidade de Porto Alegre -, em frente às suas instalações, com a entrega de folders e adesivos informativos alusivos à campanha. Faixas representativas também foram expostas durante o fechamento da sinaleira.

Além disso, a campanha contou com uma mobilização interna. Laços rosa, símbolo da campanha, foram distribuídos à todos os colaboradores, para que usassem durante o mês de outubro.

Neste mesmo ano, para fortalecer a ligação de compromisso e confiança entre a organização e o seu público, os eventos Outubro Rosa e Novembro Azul foram incluídos, oficialmente, no cronograma institucional, do hospital.

Em 2015, as soluções pensadas inicialmente em torno do problema mapeado foram adequadas à realidade institucional, otimizando o tempo e os recursos despendidos pelos profissionais que organizam e atuam no evento, utilizando-se de muita criatividade, entusiasmo e, principalmente, satisfação em ajudar ao próximo. A partir disso, no dia 23 de outubro, foi realizada a ação conjunta ‘’Outubro Rosa e Novembro Azul – Juntos contra o câncer!”.

Realizada no Ambulatório do hospital, a ação contou com a participação de profissionais do Serviço de Oncologia e Serviço de Mastologia do HED, e dos integrantes do Pró-Saúde. Na ocasião, foram disponibilizados gratuitamente os serviços de verificação de pressão arterial, avaliação nutricional e consultoria com psicólogas especialistas em oncologia, e médicos oncologistas e mastologistas, atendendo um total de mais de 300 pessoas durante as 3 horas de evento. Além disso, as pessoas que circulavam pelo local, receberam materiais informativos sobre as doenças e dicas de nutrição.

Na busca por um resultado ainda mais fundamentado, o ápice das campanhas se deu no ano de 2016, quando houve um aumento significativo de apoios para a realização das atividades. Por intermédio dessa iniciativa, implantou-se uma mudança na organização dos eventos, onde foram propostas ações distintas para cada data, com vista de torná-las ainda mais efetivas e atrativas.

Neste ano, com o objetivo de repassar orientações necessárias para prevenção, detecção precoce e tratamento do Câncer de Mama, no dia 13 de outubro, o Hospital Ernesto Dornelles realizou o evento ‘’Outubro Rosa: juntos contra o câncer de mama”. A ação foi planejada e desenvolvida em conjunto com os setores da Mastologia, Oncologia, Psicologia Clínica, Enfermagem, Nutrição, SAC, Assessoria de Comunicação e Marketing, o Grupo de Apoio do Câncer de Mama, do Laboratório A+ e o SIDI - Diagnóstico por Imagem.

A ideia do evento foi oportunizar às mulheres alguns cuidados especiais, para tanto, disponibilizou-se a avaliação nutricional, a

medição de pressão e a entrega de exames de mamografia e ecografia e, posteriormente, uma consulta individual com um médico mastologista, com intuito de possibilitar um atendimento completo às que participaram da ação.

Para viabilizar a oferta e realização dos exames de mamografia e ecografia mamária, foi firmada uma parceria com o serviço parceiro SIDI - Diagnóstico por Imagem, responsável pelos procedimentos dessa natureza na instituição. A proposta inicial era de 100 exames, entretanto, devido a demanda, foi restabelecido o atendimento e todas as 149 mulheres presentes no evento foram contempladas.

Em um universo de 149 mulheres, três participantes foram diagnosticadas com tumores no seio, o que gerou grande comoção. A equipe de mastologia deu assistência integral a elas, estimulando o início imediato do tratamento. Ambas foram encaminhadas para o Serviço de Psicologia da instituição, com o propósito do acolhimento humanizado e de orientá-las da melhor forma em relação a aceitação do diagnóstico e, desse modo, buscar motivação para a cura.

Contudo, visando engajar também o público interno, foi realizada a distribuição de bandanas rosas, para os colaboradores utilizarem durante todo o mês de outubro, com intuito de proporcionar a sensibilização e reflexão sobre a doença. No mesmo momento, foram entregues informativos sobre a doença e orientações sobre o evento, para que todos compreendessem a importância do tema e se mobilizassem.



NOVEMBRO AZUL

Seguindo fielmente o preceito de tratar bem, o Hospital Ernesto Dornelles, também inseriu no seu calendário de eventos institucionais uma ação que fosse direcionada aos homens. No entanto, segundo informações obtidas através de diálogo preliminar com urologistas do hospital, para o planejamento das ações, ainda há um tabu em torno do exame de toque retal, gerando um certo desconforto na abordagem do assunto com o público masculino, o que pode levar ao adiamento do exame e, consequentemente, um início tardio do tratamento. Com essa informação, veio o desafio: abordar de forma bem-humorada um tema extremamente importante: a prevenção do câncer de próstata.

Na primeira proposta de abordagem do assunto, em 2014, a instituição realizou apenas atividades de sensibilização, com a fixação de faixas ao redor do hospital, a distribuição de laços azuis alusivos à campanha aos colaboradores, e a divulgação de dicas através dos meios de comunicação digital nas redes sociais.

Já em 2015, as soluções pensadas inicialmente em torno do problema mapeado foram adequadas à realidade institucional, visando otimizar o tempo e os recursos despendidos pelos profissionais que organizam e atuam no evento. Então, no dia 23 de outubro, foi realizada a ação conjunta ‘’Outubro Rosa e Novembro Azul – Juntos contra o câncer!”, alusiva às comemorações de conscientização, já citadas anteriormente.

No entanto, compreendendo que as ações com o público masculino adulto deveriam ser ampliadas e efetivas, o Pró-Saúde precisou ser criativo e replanejou suas atividades focadas no cenário atual, no qual a instituição atendesse as necessidades dos participantes: esclarecimento da doença, acesso ao exame e consultoria gratuita. Neste contexto, foi promovido, no dia 16 de novembro de 2016, o evento intitulado “Happy Hour Azul”.

Baseando-se no fato que comunicadores do meio radialístico detém a atenção dos homens e são grandes formadores de opinião, o jornalista e apresentador Marcos Piangers foi convidado a participar e, entendendo a importância de ações sociais como esta, mediou voluntariamente o evento, que teve como formato uma ‘’mesa redonda”, com a presença de dois médicos - um oncologista e outro urologista. O bate-papo possibilitou a interatividade com o público e permitiu uma mediação divertida para a abordagem do assunto. Durante o Happy Hour Azul, foi pautado temas como prevenção, sintomas, diagnóstico e tratamento do câncer de próstata, desmistificando, inclusive, o tabu do exame de toque retal, necessário para identificar a doença.

Realizado no Anfiteatro Bruno Marsiaj, do Hospital Ernesto Dornelles, a ação contou com a distribuição gratuita de exames de PSA (Antígeno Prostático Específico - exame de sangue simples que serve para diagnosticar alterações na próstata), através do Laboratório A+, e consultas com médicos urologistas para os primeiros 60 participantes com idade acima de 50 anos.

O evento mobilizou os colaboradores da instituição, a imprensa, a comunidade e serviços parceiros como o Laboratório A+ que se envolveram direta e indiretamente na sua realização. Após meses de planejamento e organização, o resultado conquistado foi além das expectativas, com a participação de mais 90 homens, além familiares que marcaram presença.



CONCLUSÃO

Apoiar a batalha contra uma epidemia global como o câncer, foi e continua sendo um grande desafio para o Hospital Ernesto Dornelles, principalmente, tratando-se de uma patologia que é a segunda causa de morte no Brasil e que deve dobrar ao longo dos próximos 20 a 40 anos.

A Organização Mundial da Saúde (OMS) estima que, até 2030, haverá 27 milhões de casos novos de câncer, 17 milhões de mortes pela doença e 75 milhões de pessoas vivendo com ela. O maior efeito desse aumento incidirá em países em desenvolvimento, como o Brasil.

Protagonista de grandes descobertas na área da saúde, o HED tem em seu histórico o pioneirismo em serviços e técnicas inovadoras na trajetória da medicina gaúcha e brasileira. O resultado positivo de eventos como o ‘’Outubro Rosa’’, e o ‘’Novembro Azul’’, é efeito da atenção dada pela instituição aos problemas sociais, alinhando assim, a missão da instituição com as atividades realizadas. Uma vez que, desenvolvendo ações sociais como as expostas, é viável possibilitar um atendimento mais igualitário

entre a população.

A educação e instrução da comunidade sempre está em primeiro lugar, pois visa-se o cuidado antes do tratamento e assim, o objetivo é atingido. Durante as ações, houve muitos relatos de mulheres e homens que nunca haviam feito, ou que há não anos não realizavam os exames de prevenção, por falta de acesso ao serviço. Grande parte do público masculino presente, era do interior do Estado.

Além de incentivar o cuidado com a saúde, as atividades promoveram um grande aprendizado para a instituição de modo geral, possibilitando a adoção de medidas de apoio na solução dos problemas identificados. Quanto aos resultados quantitativos, três mulheres foram diagnosticadas com tumores, sendo duas com grau maligno e uma benigna. Todas foram acolhidas e tiveram o atendimento humanizado, integral e efetivo de acordo com os seus tratamentos e procedimentos indicados pelos médicos. Com isso, pode-se refletir que se não fosse a realização deste evento, provavelmente, essas três mulheres não conseguiriam realizar os exames e, consequentemente, detectar a existência do tumor a tempo de realizar o tratamento.

Diariamente, diversos tipos de doenças são tratados, mas ajudar a preveni-las e dar esperança a quem precisa, é o que motiva e favorece o crescimento profissional e pessoal dos envolvidos. A alegria e a satisfação dos profissionais, superaram os indicadores excelentes obtidos com as iniciativas. Voluntários, serviços parceiros, médicos e colaboradores em uma luta conjunta pelo bem, mostra que todo o esforço, amor e dedicação colocados em cada ação valeu a pena.

O carinho recebido dos participantes após os eventos e a percepção de que juntos pode-se fazer sempre mais pelo próximo, é o que se precisa para continuar desenvolvendo atividades que incentivem a prática do cuidado com a saúde.

Tudo que o Hospital Ernesto Dornelles vem realizando em seus eventos, nada mais é do que resultado de parcerias entre profissionais e instituições com os mesmos objetivos: fazer a diferença na vida de outras pessoas.

O cenário da saúde brasileira, pode ser modificado através de ações de baixa complexidade, mas de resultados qualitativos imensuráveis para a sociedade, como as adotadas pelo HED. A aplicabilidade é sustentada devido ao engajamento dos agentes envolvidos nessa missão.

O apoio da imprensa com conteúdo direcionado para o ramo da saúde, como os sites: Sistema de Informação em Saúde (Sis Saúde); Sindicato dos Hospitais e Clínicas de Porto Alegre (Sindihospa); e Setor Saúde e, também, de veículos como a Rádio Bandeirantes, Zero Hora, Jornal do Comércio, Correio do Povo e RBS TV, foi de grande valia para o hospital, tendo em vista a divulgação dos eventos à comunidade e, também, impulsionando o HED como vitrine para que outras instituições pudessem se motivar e promover ações com as mesmas premissas.

O retorno obtido justificou o investimento empenhado para a realização das campanhas, uma vez que se trata de um movimento mundial. Além disso, esse é um tema permanente e que faz parte do

calendário anual de eventos institucionais.

Com criatividade, tecnologia, dedicação e união da sua equipe multiprofissional, o Hospital Ernesto Dornelles segue na luta diária pela saúde da comunidade. Para 2017, as ações já possuem datas: 06 de outubro e 07 de novembro e, devido ao sucesso do ano anterior, seguirá nos mesmos moldes: distribuições de exames e a consultoria gratuita com médicos especialistas, profissionais de enfermagem e nutrição.

AÇÕES EM NÚMEROS

OUTUBRO ROSA



149 MULHERES CONTEMPLADAS



149 AVALIAÇÕES NUTRICIONAIS
Total: 4.470,00



149 MAMOGRAFIAS
Total: R$19.370,00



149 VERIFICAÇÕES DE PRESSÃO
Total: 518,00



149 ECOGRAFIAS
Total: R$16.390,00



3 BIÓPSIAS
Biópsia + Honorário Médico + Valor AP
Total: R$ 3.600,00



149 CONSULTAS
Total: R$29.800,00



46 PROFISSIONAIS ENVOLVIDOS

VALOR TOTAL DA AÇÃO: R$ 74.148,00

NOVEMBRO AZUL



60 HOMENS CONTEMPLADOS



60 EXAMES DE PSA
Total: R$5.520,00



60 CONSULTAS
Total: R$15.000,00



73 PROFISSIONAIS ENVOLVIDOS

VALOR TOTAL DA AÇÃO: R$ 20.520,00

REFERÊNCIAS

KOTLER, Philip e ROBERTO, Eduardo. *Marketing Social: Estratégias Para Alterar o Comportamento Público*. 1ªed. Rio de Janeiro. Editora Campus. 1992.

http://outubrorosa.org.br/historia/ <acessado em: 23/05/2017>

http://www.brasil.gov.br/saude/2012/11/novembro-azul-conscientiza-homens-para-prevencao-do-cancer-de-prostata <acessado em: 23/05/2017>

http://www.inca.gov.br/estimativa/2016/tabelaestados.asp?UF=BR <acessado em: 23/05/2017>

INFORMAÇÕES DOS AUTORES

Carolinne Porto Dalla Costa - Assistente da Assessoria de Comunicação e Marketing, do Hospital Ernesto Dornelles - Publicitária - Formada pela Pontifícia Universidade Católica do RS - PUCRS

Daiane Wolk - Coordenadora da Assessoria de Comunicação e Marketing, do Hospital Ernesto Dornelles - Jornalista, pós-graduada em comunicação estratégica, comunicação corporativa e gerenciamento de risco e crise.

Larissa Ott Ribeiro - Auxiliar da Assessoria de Comunicação e Marketing, do Hospital Ernesto Dornelles - Jornalista - Formada pela Universidade Luterana do Brasil - ULBRA

Maria Angélica Silvino - Analista da Assessoria de Comunicação e Marketing, do Hospital Ernesto Dornelles - Relações Públicas - Formada pela Pontifícia Universidade Católica do RS - PUCRS