Trabalho apresentado no 22º CBCENF

Título: O IMPACTO DAS CAMPANHAS PUBLICITÁRIAS NA MÍDIA COMO COADJUVANTE NA EVOLUÇÃO DE TRANSPLANTES DE ÓRGÃOS

Relatoria: Lucas Benedito Fogaça Rabito

Autores: Roney Alan Nogueira

Modalidade: Pôster

Área: Políticas Públicas, Educação e Gestão

Tipo: Pesquisa

Resumo:

Introdução: Com a implementação da lei 10.211/2001 a doação passou a ser realizada somente com o consentimento familiar por escrito de parentes de primeiro e segundo graus ou conjugue, havendo assim uma queda no número de doação de órgãos. Atualmente, houve um grande aumento de transplantes de órgãos no Brasil. Em 2018 foram realizados 8.853 transplantes de órgãos. O MS estima que esse acréscimo no número de doações de órgãos se dá pelo grande incentivo e capacitação às equipes captadoras e à conscientização da população a partir das políticas públicas de saúde aplicadas em campanhas nacionais. Objetivo: expor o impacto das campanhas publicitárias como fator importante no aumento de transplantes no Brasil nos últimos 10 anos. Material e métodos: O estudo foi realizado através de pesquisas baseado em evidência através de uma revisão de literatura integrativa, consultando à base de dados da BVS e MS, foram elegíveis artigos entre 2014 a 2019, utilizando os descritores: obtenção de tecidos e órgãos; políticas públicas de saúde; transplante. Como critério de exclusão os artigos inferiores a 2014. Foram utilizados 2 artigos e dados de transplantes da MS. Resultado e Discussões: Na atualidade, diariamente em veículos de informações é comum noticias referente a acidentes, traumas ou fatalidades. Nesses casos, a partir de um rigoroso diagnóstico de morte encefálica, os órgãos sadios podem ser retirados e implantados naqueles que sofrem à espera de um transplante, podendo ter uma qualidade de vida de maior grau ou até mesmo o bem-estar total. No Brasil, a doação é um processo que implica mitos, tabus e ideias pré-julgadas. Dados do MS mostram que houve uma evolução de transplantes ponderável, sendo eles: 2008: 4.718; 2009: 5.999; 2010: 6.422; 2011: 6.665; 2012: 7.301; 2013: 7.524; 2014: 7.700; 2015: 7.773; 2016: 7.956; 2017: 8.669; 2018: 8.853 (BRASIL, 2019). Conclusão: Pode se concluir que houve um acréscimo importante nos dados de transplantes nos últimos anos, decorrente ao impacto das campanhas publicitárias nacionais, visto que a tecnologia vem com um potencializador de informações, sendo de fácil acesso e disseminador de informações em todos os níveis socioeconômicos e faixas etárias.