

Trabalho apresentado no 24º CBCENF

Título: OS MEIOS DE COMUNICAÇÃO COMO FERRAMENTA PARA A PROMOÇÃO A SAÚDE NA PERSPECTIVA DO AUTOCUIDADO

Relatoria: Elisa da Conceição Silva Barros
Andressa da Silva Medeiros
Elizabeth Rose Costa Martins

Autores: Beatriz da Costa Pereira
Henrique Francisco de Sena
Nizelia Ferreira da Silva Floro Rosa

Modalidade: Pôster

Área: Inovação das práticas de cuidado

Tipo: Pesquisa

Resumo:

Introdução: A presença masculina nos espaços de saúde vem sendo um desafio para a saúde do homem. As campanhas voltadas para essa população estão sempre vinculadas ao câncer de próstata; além disso, a percepção é a de que o homem não procura os serviços de saúde, dando-lhes uma invisibilidade que acaba por ter, como consequência, a ausência da população masculina, no que diz respeito aos cuidados preventivos. Objetivos: Descrever a percepção do homem sobre a importância dos meios de comunicação para a sua saúde e discutir o impacto dos meios de comunicação como ferramenta, na promoção da saúde do homem voltado ao autocuidado. Método: Estudo descritivo e exploratório, abordagem qualitativa, desenvolvido com 27 homens a partir de 18 anos, devidamente matriculados numa universidade pública, situada no município do Rio de Janeiro. O instrumento de coleta de dados foi a entrevista semiestruturada e, para análise dos dados, foi aplicada a técnica de análise de conteúdo, conforme etapas: pré análise, exploração do material e tratamento dos resultados, inferência e interpretação. Resultados: O estudo evidenciou a percepção do homem sobre os meios de comunicação e as informações para a sua saúde e a invisibilidade das ações de promoção à saúde sobre a população masculina nas mídias digitais. Os homens do estudo não se percebem contemplados pelos meios de comunicação, quanto à temática saúde, sendo a exceção o “Novembro Azul” como campanha dedicada à população masculina. Compreendem, ainda, a importância dos meios de comunicação como ferramenta para estímulo, esclarecimentos e reflexão sobre assuntos que envolvem as questões do gênero masculino em relação à saúde e ao autocuidado. Conclusão: Diante da invisibilidade das ações de promoção à saúde sobre a população masculina nas mídias digitais, são necessárias campanhas de fácil entendimento, com a compreensão de integralidade em saúde, sob a perspectiva relacional de gênero.