

## Trabalho apresentado no 25º CBCENF

**Título:** FERRAMENTAS DE EDUCAÇÃO EM SAÚDE: diretoria de marketing nas ligas de suporte básico de vida  
**Relatoria:** Ihago Saraiva de Alencar Silvestre  
**Autores:** Hercules Pereira Coelho  
**Modalidade:** Comunicação coordenada  
**Área:** Formação, Educação e Gestão em Enfermagem  
**Tipo:** Relato de experiência

**Resumo:**

Introdução: as ligas acadêmicas costumam traçar uma linha focal de assuntos a serem abordados dentro da sua área de conhecimento, nas quais, para um processo de desenvolvimento organizacional, são definidas diretorias com cargos compostos pelos próprios ligantes. Nesse contexto, a diretoria de marketing, presente em algumas ligas, tem potencial para atuar de forma digital e utilizar a tecnologia como aliada pedagógica na disseminação de informações em saúde para a comunidade, através da elaboração de redes sociais, por exemplo. Objetivo: entender a atuação da diretoria de marketing de uma liga acadêmica como ferramenta de educação em saúde. Método: trata-se de um relato de experiência, descritivo, referente à vivência de um discente do curso de Graduação em Enfermagem, do Centro Universitário Doutor Leão Sampaio (UNILEÃO), durante a produção de conteúdos midiáticos atrelados à diretoria de marketing da Liga Acadêmica do Suporte Básico de Vida em Parada Cardiorrespiratória (LASP), no período de setembro de 2022 a julho de 2023. Resultados: a disseminação das publicações digitais, sobretudo em redes sociais, aumentou a visibilidade da LASP no âmbito acadêmico e social, e possibilitou a divulgação de informações científicas à comunidade. A diretoria de marketing contribuiu para ampliação do conhecimento acerca do Suporte Básico de Vida (SBV) em Parada Cardiorrespiratória (PCR), tornando-o acessível a um público mais amplo e leigo. A linguagem visual atrativa, combinada com informações científicas embasadas, permitiu alcançar um público diversificado e proporcionou a compreensão de assuntos relevantes em saúde. Além disso, a divulgação de conhecimentos sobre SBV em PCR possibilita que mais pessoas estejam preparadas para intervir em situações de urgência, reduzindo riscos e impactando positivamente na morbimortalidade. Conclusão: a criação de diretorias de marketing, em ligas acadêmicas, pode ser uma estratégia crucial para promover a educação em saúde e disseminar informações científicas para a população. A utilização das redes sociais, como meio educativo, torna a abordagem mais atraente e facilita o acesso ao conhecimento. Ademais, é fundamental incentivar e fortalecer essa prática, buscando sempre embasar as informações e garantir a qualidade das mensagens transmitidas. Com isso, a liga acadêmica contribui significativamente para a formação de uma comunidade mais informada e consciente em relação à saúde e ao suporte básico de vida.