



I CONGRESSO INTERNACIONAL DE COMUNICAÇÃO E MARKETING EM CUIDADOS PALIATIVOS

Coimbra

21 e 22 de fevereiro de 2020

Apresentação

Este Congresso Internacional, de abordagem multidisciplinar de áreas científicas diversas, convida ao debate sobre a comunicação e o *Marketing* em torno dos cuidados paliativos. Pretendendo ser um espaço público de discussão sobre o tema, numa lógica muito além do quadro de representação e ação do que caracteriza os cuidados paliativos, este Congresso tem como desígnio principal partilhar as mensagens de construção do melhor caminho para que os Cuidados Paliativos cheguem efetivamente a quem deles necessita, mas cheguem de uma forma esclarecida. É verdadeiramente importante que a “sociedade” desperte para aquilo que são as necessidades paliativas, só assim estará disponível para centrar-se no valor e na especificidade dos cuidados ao serviço das mesmas.

Como traçar então o melhor caminho para este despertar da consciência pública quanto à importância dos Cuidados Paliativos?

A resposta passará, num primeiro momento, por debater ingredientes essenciais à divulgação da mensagem, sendo em outros momentos, a atenção voltada para a definição daquilo que melhor atenderá à disseminação da mesma.

Em Portugal, a prática dos Cuidados Paliativos encontra-se numa evolução acelerada nas últimas décadas, conforme revelado no estudo do Parlamento Europeu - *Palliative Care in the European Union* – 2008, sendo mais recente a implementação deste tipo de cuidados na faixa pediátrica.

Mas, apesar desta expressividade, há ainda um longo caminho a percorrer, onde todos não serão demais para reivindicar mais e melhor provisão destes cuidados. Os princípios e as

I CONGRESSO INTERNACIONAL DE COMUNICAÇÃO E MARKETING EM CUIDADOS PALIATIVOS

práticas adotadas atualmente em cuidados paliativos são ainda uma resposta inequívoca, fundamentada e estruturada para as necessidades das pessoas em fim de vida. Assim, é urgente romper com esta forma de estar para poder instituir-se a mudança necessária.

A necessidade de promover os Cuidados Paliativos, não passa apenas pela via da formação ou da investigação, mas por meio de um conjunto de ações concertadas que difundam a filosofia destes cuidados, que promovam a reflexão junto dos profissionais de saúde e de quem recebe estes cuidados (Felix, 2013). Este conjunto de ações, designadas de *Marketing*, assentam numa diversidade de métodos e meios utilizados para promover, junto dos públicos de interesse, os comportamentos mais favoráveis e mais desejáveis (Kotler, 2002). O processo de *Marketing* em Cuidados Paliativos, não será mais do que um método estratégico, com definição de objetivos claros e concretizáveis, desempenhando, de acordo com a *Canadian Hospice Palliative Care Association* (2002), a principal função, a de desmistificar o conceito do termo “paliativo”.

Torna-se essencial que o conhecimento sobre os Cuidados Paliativos esteja disponível e acessível a todos. Para essa concretização é necessário o desenho de estratégias que disponibilizem “a melhor abordagem”, o que, na perspetiva de Stjernswärd, Foley e Ferris (2007), serão bem mais viáveis se envolverem a sociedade, na sua coletividade. Urge então haver uma estratégia pública viável, para se poder concretizar, na sua plenitude, o principal objetivo dos cuidados paliativos como “um direito humano”.

No que toca à definição de cuidados paliativos, ao longo dos últimos anos tem vindo a registar-se “um alargamento do conceito” o que tem originado “um aprofundamento da reflexão em torno do seu verdadeiro significado”. Conceito, que na maioria dos casos é entendido como “cuidados de fim de vida”, e que deverá ser interpretado como cuidados que visam aliviar o sofrimento humano e agregar qualidade à vida e ao processo de morrer, por contraposição ao valor, característico de uma medicina industrial, da preservação da vida a todo o custo.

Vivemos numa sociedade, em que a esperança média de vida é cada vez maior e os cuidados de saúde mais especializados e desenvolvidos. O envelhecimento da população, aliado ao progresso científico e tecnológico, impulsionou uma cultura de negação da morte e da biomedicalização da vida, pelo que tem vindo a aumentar o número de pessoas com doença em fase avançada e em fase terminal de vida. Foi, nomeadamente, devido à multiplicidade de

I CONGRESSO INTERNACIONAL DE COMUNICAÇÃO E MARKETING EM CUIDADOS PALIATIVOS

necessidades destas pessoas e famílias, que emergiu a carência do desenvolvimento de uma nova lógica de cuidados que preservem a dignidade da pessoa e a máxima qualidade de vida durante o tempo que resta viver. A relação custo-benefício, tanto em termos economicistas, como em termos de qualidade de vida das pessoas, tem um papel inequívoco no planeamento dos cuidados de saúde à população, onde os Cuidados Paliativos assumem particular relevo.

A divulgação dos cuidados paliativos é essencial para a visibilidade e anuência por parte da sociedade, como área da medicina especializada e imprescindível para um cuidar com dignidade. O cuidado paliativo é uma forma de intervenção avançada e envolve várias áreas de especialidade e especialistas. Importa então perceber que estes cuidados são essenciais na doença, seja ela breve, prolongada ou terminal e podem ser aplicados ao longo do ciclo de vida. São cuidados que não se aplicam apenas aos cuidados à pessoa em fim de vida. Recém-nascidos, crianças, adolescentes, jovens adultos, adultos e pessoas mais velhas têm direito aos Cuidados Paliativos, prestados por cuidadores formados e especializados. Acontece que esta ideia não está ainda suficientemente esclarecida junto da sociedade em geral e há profissionais da saúde também não devidamente esclarecidos. O grau de sensibilidade a este problema por parte dos cidadãos e, muito particularmente, por parte dos decisores políticos e gestores, são fatores fundamentais na resposta a este desafio, pelo que despertar a consciência pública para a problemática pode ser a forma de melhor e mais rapidamente chegar até aos mesmos. Depreende-se então que, sendo os Cuidados Paliativos uma área de interesse público e social, devem estar sujeitos a um processo de *Marketing*.

De que falamos então quando o assunto é comunicação e *Marketing* em Cuidados Paliativos?

Falamos de “Pensar em voz alta os Cuidados Paliativos”. De como estruturar uma nova forma de estar e olhar para os cuidados paliativos, com arte, com humor, com inovação e criatividade, na sensibilização da sociedade frente aos mesmos, contemplando uma perspetiva multidisciplinar e global e reforçando a interface com as ciências da comunicação e do *Marketing*.

Assim, propomos a organização do ***I Congresso Internacional de Comunicação e Marketing em Cuidados Paliativos***, aberto à participação de todos aqueles a quem o tema provoque inquietação, seja do espaço nacional, europeu e internacional, com o objetivo de refletir e antecipar novos desafios para encontrar as melhores respostas a este desiderato.



I CONGRESSO INTERNACIONAL DE COMUNICAÇÃO E MARKETING EM CUIDADOS PALIATIVOS

Espera-se que esta discussão alargada, de âmbito multidisciplinar, sirva para instituir mais e melhores cuidados paliativos. A reflexão sobre a casuística, a troca de opiniões entre os vários profissionais e outros participantes, ajudarão certamente a encontrar respostas humanas, compassivas e no respeito pelos direitos e dos interesses dos doentes.

Acredita-se que este Congresso Internacional poderá consubstanciar-se numa perspetiva ótima de divulgação e desenvolvimento de novos percursos que vise preparar, ampliar e desenvolver novas dinâmicas favorecedoras da oferta destes cuidados.

Objetivos:

- Estimular o aprofundamento de conhecimento e reflexões sobre o verdadeiro sentido dos Cuidados Paliativos
- Promover o diálogo multidisciplinar, antecipando novos desafios para um novo olhar sobre os Cuidados Paliativos
- Contribuir para o *Marketing* dos Cuidados Paliativos

Destinatários:

- Profissionais da Saúde, da Comunicação e do *Marketing*, investigadores e estudantes, pessoas com doença crónica, seus familiares e outros cuidadores envolvidos e cidadãos em geral, num máximo de 250 participantes.

PROGRAMA

21 de fevereiro WORKSHOPS	
13h30 - 14h00	Abertura do secretariado
14h00 - 17h00	WORKSHOP 1 Counselling em comunicação José Carlos Bermejo
15h00 - 17h00	WORKSHOP 2 Estratégias de Marketing em Cuidados Paliativos Isabel Galriça Neto
17h30 - 19h30	WORKSHOP 3 Medição de outcomes em Cuidados Paliativos como estratégia de Marketing Bárbara Antunes
	WORKSHOP 4 Humor em Cuidados Paliativos - Operação Nariz Vermelho Margarida Fernandes e Gilberto Oliveira
19H30	Conclusões dos trabalhos

22 de fevereiro	
8h30 - 9h15	Abertura do secretariado
9h15 - 10h45	PAINEL I MEDIA E CUIDADOS PALIATIVOS <i>Moderação: Susana Caires</i>
	O poder dos <i>media</i>: uma ferramenta de comunicação dos profissionais de saúde em CP Ana Cláudia Arantes
	O que podemos esperar dos <i>media</i>? Retrato dos cuidados paliativos nas notícias em Portugal Bárbara Gomes

	<p>O que dizem os <i>media</i> sobre Cuidados Paliativos em Espanha? Carla Reigada</p>
10h45-11h15	<i>Coffee - break</i> e Visita aos Posters
11h15-13h00	<p>PAINEL II MARKETING EM CUIDADOS PALIATIVOS <i>Moderação:</i> Fernanda Freitas</p> <p>Estratégias de <i>Marketing</i> em Cuidados Paliativos Isabel Galriça Neto</p> <p>Estratégias de comunicação em Cuidados Paliativos: Como comunicar com o público alvo? Laurinda Alves</p> <p>Cuestiones Éticas en el <i>Marketing</i> en Cuidados Paliativos José Carlos Bermejo</p>
13h00-13h30	SESSÃO DE ABERTURA
13h30-14h30	<p>ALMOÇO (Lunch box)</p> <p>5 COMUNICAÇÕES LIVRES</p> <p>POSTERS COM APRESENTAÇÃO EM SALA</p>
14h30	Momento musical
14h40-16h00	<p>PAINEL III INOVAÇÃO E CRIATIVIDADE EM CUIDADOS PALIATIVOS <i>Moderação:</i> Maria Jesus Moura</p> <p>Projeto musical “Ligados às máquinas” Paulo Jacob (30 minutos)</p> <p>A intervenção dos Doutores Palhaços em Cuidados Paliativos Pediátricos Gilberto Oliveira e Margarida Fernandes</p> <p>Cancro com Humor Marine Antunes</p> <p>Conta-me histórias Sandra Marques</p>

I CONGRESSO INTERNACIONAL DE COMUNICAÇÃO E MARKETING EM CUIDADOS PALIATIVOS

16h00-16h30	<i>Coffee-break</i>
16h30-18h00	FÓRUM Representações sociais sobre CP: Onde estamos e para onde queremos ir? <i>Moderação: Paula Silva e Susana Magalhães (GERMEN)</i>
18h00-18h30	Entrega de prémios - Comunicações, Posters e Fotografia
18h30	SESSÃO DE ENCERRAMENTO