

aurora geography journal, n. 3, p. 149-151, 2009-2011

Simpósio Internacional - La Mercadotecnia: impulsinando la salud como valor social

Paula Remoaldo

Professora Associada, Universidade do Minho, Departamento de Geografia
[premoaldo@geografia.uminho.pt]

Na Promoção da Saúde e na Educação para a Saúde, o Marketing revela-se, cada vez mais, como fundamental na mudança de comportamentos e na melhoria da qualidade de vidas das pessoas.

Possuindo a América Latina um importante historial em Marketing em Saúde, como resultado, sobretudo, da influência dos E.U.A., surgiu em 2001 a necessidade de se constituir uma *Rede Iberoamericana de Mercadotecnia* (Marketing, na terminologia europeia) *en Salud* (R.I.M.S.). O México, a partir da formação que realiza em Marketing e Saúde Pública em várias Universidades, assumiu a liderança da Rede, a partir da Universidade Juaréz Autónoma de Tabasco e na pessoa do Professor Doutor Heberto Priego.

A R.I.M.S é uma entidade não governamental, de carácter público e de direito internacional, constituída por profissionais vinculados a Universidades, Institutos de Educação Superior, Instituições Governamentais e não Governamentais, que promovam, difundam e utilizem estratégias de marketing.

Actualmente, encerra 16 países e tem revelado um importante dinamismo no domínio do Marketing em Saúde, organizando vários Simpósios nos

diferentes países aderentes e um Simpósio Internacional, de carácter anual, com uma rotatividade de organização pelos vários países envolvidos. A grande mais-valia do evento é juntar investigadores universitários e técnicos que trabalham em instituições e empresas e discutir as soluções que se devem procurar para ultrapassar os problemas que vão surgindo no quotidiano das populações, no âmbito da saúde.

A Rede é constituída, sobretudo, por Médicos, Enfermeiros, Biólogos, Odontólogos, mas também por Geógrafos e Assistentes Sociais ou profissionais ligados à Gestão.

Em 2009, realizou-se em San José (capital da Costa Rica) a “VII Convención Anual de la Red Iberoamericana de Mercadotecnia en Salud” e o Simpósio Internacional “La mercadotecnia: impulsinando la salud como valor social”, com o patrocínio do Ministério da Saúde (e a presença da Ministra da Saúde) e da Universidade da Costa Rica.

A relevância do Marketing no entendimento da saúde como valor social foi o tema escolhido para o evento de 2009, o que revela uma evolução no âmbito da abordagem da saúde. Nos primeiros Congressos Internacionais assistimos a uma

apresentação de questões mais técnicas, muito direccionadas para os profissionais de saúde (Marketing Odontológico, Marketing em Enfermagem, Marketing Gerontológico e Marketing em Nutrição). Nos dois últimos Congressos, foi dada relevância à questão social e ao Marketing Social. O Marketing Sócio-Ambiental é outra das temáticas em ascensão no seio da Rede.

Portugal tem mantido uma regular presença nos vários eventos que têm sido organizados, tendo participado em três dos sete organizados até ao momento.

O último Simpósio contou com oito conferências (cada uma com cerca de 45 minutos de duração) distribuídas pelos três dias de trabalho, onde participaram vários professores e investigadores de seis países (Colômbia, Costa Rica, Cuba, Equador, México, Portugal). Foi ainda dada relevância a uma Mesa Redonda intitulada *La Mercadotecnia: Impulsionando la Salud* como Valor Social, onde participaram quatro professores e técnicos de quatro países.

Esta Mesa Redonda, amplamente participada, centrou-se em seis temas:

- 1 - Mercadotecnia social en la promoción de la salud;
- 2 - La Mercadotecnia y el valor social de la salud;
- 3 - “Contramarketing” a productos nocivos para la salud;
- 4 - Problemas, alcances y limitaciones de la Mercadotecnia Social;
- 5 - Papel de la educación en la Mercadotecnia Social;
- 6 - Alianzas estratégicas para el mercadeo social en salud. Factores de éxito en Mercadotecnia de la Salud.

Os restantes dias foram preenchidos com mais 27 comunicantes (com intervenções de 30 minutos) e não foram previstas comunicações livres.

Gostaríamos de destacar a Conferência Inaugural proferida pelo Professor Doutor Heberto Priego, Presidente da R.I.M.S., que falou da sua longa experiência em Marketing em Saúde, debruçando-se sobre a definição de alguns conceitos e o surgimento de novos conceitos, assim como os domínios da sua aplicação. A conferência intitulou-se *Mercadotecnia de la Salud: Conceptos y Aplicaciones*, baseando-se na terceira edição (2008) da sua obra mais divulgada, na Península Ibérica e na América Latina, intitulada *Mercadotecnia en Salud: Aspectos Básicos e Operativos*.

A experiência da Organização Panamericana da Saúde no âmbito do Marketing (intervenção do seu Presidente, Dr. Roberto Del Águila) e na Promoção da Saúde foi outra das conferências interessantes, que recordou os sucessos alcançados até ao momento na América Latina em termos de saúde, centrando-se nos Programas que estiveram nos últimos anos em vigor, os impactos que tiveram e os que estão actualmente em curso. Algumas das metas alcançadas ou perdidas no seio dos Oito Objectivos do Milénio foram também focalizadas.

Os Oito Objectivos do Milénio também estiveram em destaque num dos “Talleres” (seminários) do dia 26 de Novembro, especialmente na apresentação feita por Paula Cristina Remoaldo, intitulada *La Salud como un Valor Social y su desarrollo en Portugal previsto al 2015*. A autora centrou-se

sobretudo nos desafios que se colocam para Portugal até 2015, insistindo nos Objectivos 1, 3, 4, 5 e 6.

A experiência de leccionação do Marketing Social também foi focalizada, sobretudo com as intervenções de vários Professores da Universidade da Costa Rica, tais como de Rossana García (*Mercadotecnia de la Salud en Costa Rica desde la Perspectiva Rectora*).

Uma das intervenções mais pragmáticas relacionou-se com a apresentação de um programa nacional que está a ser

desenvolvido na Costa Rica relacionando a participação dos cidadãos (exemplo da Bandeira Azul) na produção e promoção social da saúde. O envolvimento da população nas questões da saúde, é, aliás, uma postura com um importante historial na América Latina, que não encontra ecos nalguns países do espaço europeu, como é o caso de Portugal.

A reunião de sócios e representantes da R.I.M.S. ocorreu no último dia, decidindo-se que em Outubro de 2010 realizar-se-á um novo evento no Panamá.