

Campanha “Uma Pausa para a Prevenção” abrange 3000 trabalhadores



MÓNICA
MELIM

**DESDE 2012 ESTA CAMPANHA JÁ ABRAN-
GEU CERCA DE 3000 TRABALHADORES, DE
ENTIDADES PÚBLICAS E PRIVADAS, DE DI-
FERENTES ÁREAS DE ATIVIDADE PROFIS-
SIONAL. NO SENTIDO DE DAR RESPOSTA A
NECESSIDADES INDIVIDUAIS, EFETUAMOS
ENCAMINHAMENTOS PARA CONSULTAS
DE TRATAMENTO DE ÁLCOOL, TABACO E
OUTRAS SUBSTÂNCIAS PSICOATIVAS.**

O local de trabalho tem uma grande influência na saúde dos trabalhadores, com impacto nas suas famílias, na comunidade e, por isso, é um espaço privilegiado para prevenir riscos psicossociais.

A Unidade Operacional de Intervenção em Comportamentos Aditivos e Dependências, do Instituto de Administração da Saúde e Assuntos Sociais, IP-RAM, está consciente das potencialidades de intervir no meio laboral ao nível da prevenção do consumo de substâncias psicoativas. Desta forma, a campanha de sensibilização de âmbito regional, denominada “Uma pausa para a prevenção”, tem como propósito sensibilizar, educar e informar sobre os riscos e malefícios do consumo de substâncias psicoativas, realizar ações e distribuir folhetos informativos aos trabalhadores e chefias.

Desde 2012 esta campanha já abrangeu cerca de 3000 trabalhadores, de entidades públicas e privadas, de diferentes áreas de atividade profissional. No sentido de dar resposta a necessidades individuais, efetuamos encaminhamentos para consultas de tratamento de álcool, tabaco e outras substâncias psicoativas.

Os departamentos de recursos humanos, os técnicos superiores de higiene e segurança, bem como a medicina do trabalho das empresas reconhecem que os programas de promoção da saúde em geral e, neste caso, a prevenção das dependências em particular são, sem dúvida, uma forma de tornar os locais de trabalho, espaços potenciadores do bem-estar e promotores de saúde minimizando as situações de stresse, e conduzir a transformações significativas na vida profissional, pessoal e familiar, com reflexos em todos os eixos da sociedade.

Questionámos a Eng. Márcia Silva, sócia-gerente e técnica de higiene e segurança na empresa AMS Services, acerca da avaliação e impacto da Campanha junto seus clientes.

– Apresente-nos a AMS SERVICES

AMS Services é uma empresa autorizada na área de segurança no trabalho que tem como parceiro a AVASAD, da Medicina do Trabalho. A colaboração é exercida em programas de formação no trabalho no-

meadamente na área de Ergonomia que se coaduna com a segurança.

– O que motivou a implementar estas ações de sensibilização junto das vossas empresas clientes?

O motivo principal deve-se ao aumento dos “mitos” relacionados com a palavra “droga”, e também ao incremento do consumo de várias substâncias, mesmo no local de trabalho.

– Como avalia o impacto desta campanha junto dos vossos clientes?

Muito positiva tanto ao nível da segurança como do bem-estar e saúde dos trabalhadores. Esta campanha foi efetuada em vários clientes, em 2014 e em 2015, a pedido dos mesmos.

– Do seu ponto de vista, quais as vantagens destas iniciativas nos locais de trabalho?

Acho muito bem que sejam efetuadas no local de trabalho e no horário de trabalho. Desta forma, chegam aos profissionais e esclarecem muitas dúvidas. As relações de trabalho entre profissionais melhoraram.

– Quais foram os benefícios resultantes da parceria estabelecidas com o IA-SAUDE, IP-RAM?

Uma grande mais valia é ter a colaboração das técnicas da UCAD. Proporcionando aos trabalhadores conhecimentos através de casos práticos, com base nas suas experiências de trabalho. Mas sobretudo conseguem transmitir com muito sucesso a mensagem. Existem clientes que nos reportaram resultados muito positivos após a intervenção das técnicas.

Psicóloga - Instituto de Administração da Saúde e Assuntos Sociais, IP-RAM - UCAD

O QUE DIZEM...

“Um olhar superficial aos resultados dos quatro maiores bancos portugueses pode criar a ilusão de que o sector já saiu da crise que dura há anos e que conseguiu superar com sucesso os principais desafios que tinha pela frente. É claramente uma conclusão precipitada, mas também não deixa de ser verdade que a evolução dos resultados da banca no primeiro semestre é positiva”.

-Nuno Carregueiro no Jornal de Negócios

“António Simões é português. Ontem foi nomeado presidente do HSBC para a Europa inteira, um grande, enorme banco internacional. É magro, é um pouco careca, não é alto, mas também não é baixo, características que refere sempre nas entrevistas que tem dado e onde também faz questão de dizer que é homossexual. António Simões atingiu o topo de um grande banco mundial, como António Horta Osório (Lloyds) já chegara e outros de certeza chegarão nos próximos anos”.

-André Macedo no DN Lisboa

“Nada do que foi voltará a ser. E é bom que se entenda esta verificada verdade. Verdade tornada numa expressão nebulosa e equívoca quando pronunciada por certa gente. Para que as coisas mudem e se restitua às palavras a dignidade da sua própria condição, torna-se imperiosa a necessidade de se remover este governo”.

- Baptista Bastos no Correio da Manhã



espacopublico@jornaldamadeira.pt

Os textos deverão ser enviados para o mail espacopublico@jornaldamadeira.pt ou entregues nas instalações do Jornal da Madeira, na Rua Dr. Fernando de Ornelas, 35.

Espaço de opinião para leitores do Jornal da Madeira

1 - O Jornal da Madeira passa a disponibilizar um espaço dedicado à expressão de opinião por parte dos seus leitores, não só na plataforma online, mas também na edição impressa. “Espaço público” constitui, na essência, uma rubrica que permite a abordagem de diversos assuntos, procurando ir ao encontro das expectativas de todos os que nos acompanham diariamente.

2 - Não obstante ser um espaço de expressão livre, o Jornal da Madeira reserva-se, no entanto, ao di-

reito de não publicar qualquer artigo que resulte em ofensa e ataque gratuito, a pessoas ou instituições, além de ser, forçosamente obrigatório, respeitar o Estatuto Editorial do Jornal da Madeira.

3 - Por razões de uma adequada gestão de espaço, os textos não poderão exceder os mil caracteres, reservando-se o Jornal da Madeira à análise das exceções, de acordo com a avaliação sobre o respetivo interesse público.

4 - Os textos deverão ser, obrigatoriamente, acom-

panhados da devida identificação do seu autor, admitindo-se que a mesma possa ser preservada na respetiva publicação, em determinadas circunstâncias avaliadas caso a caso.

5 - Os textos deverão ser enviados para o mail espacopublico@jornaldamadeira.pt ou entregues nas instalações do JM na Rua Dr. Fernando Ornelas 35.

6 - A opinião dos leitores publicada na edição impressa, será disponibilizada nesse mesmo dia na edição online.