



# Campanha da Voz: uma iniciativa para cuidados em saúde

## Voice Campaign: an initiative for health care

## Campaña de voz: una iniciativa para el cuidado de la salud

Rodrigo Dornelas\*

Susana Pinto Pimentel Giannini\*\*

Léslie Piccolotto Ferreira\*\*\*

### Resumo

As campanhas em saúde são ações que têm como objetivo levar à população informações sobre aspectos saudáveis de vida. Utiliza-se a educação em saúde para elaborar as estratégias baseadas no referencial teórico de prevenção de doenças e promoção de saúde. A Campanha da Voz é uma ação em saúde, que desde 1999 comemora o Dia da Voz, instituído devido à alta incidência de câncer de laringe no Brasil. Esta comunicação pretende retomar o percurso histórico da Campanha da Voz, que completa 14 anos, e contextualizar o que atualmente é proposto pelas instituições que a organizam.

**Palavras-chave:** promoção da saúde; prevenção de doenças; voz.

### Abstract

*Health campaigns are actions that are intended to bring information to the population about healthy ways of life. We use health education to develop the strategies based on the theoretical framework of disease prevention and health promotion. The Voice Campaign is a health action, since 1999 celebrates the Voice Day, instituted because of the high incidence of laryngeal cancer in Brazil. It seeks to recover the historical route of the Voice Campaign, which completes 14 years old, and contextualize what is currently proposed by the institutions that organize it*

**Keywords:** health promotion; disease prevention; voice.

<sup>1</sup>Doutorando do Programa de Estudos Pós-Graduados em Fonoaudiologia da PUC-SP. <sup>\*\*</sup>Pós-Doutorado em Fonoaudiologia pela Pontifícia Universidade Católica de São Paulo. <sup>\*\*\*</sup>Professora Titular da Faculdade de Ciências Humanas e da Saúde da PUC-SP.



## Resumen

*Campanñas de la salud son acciones que tienen como objetivo llevar información a la población sobre aspectos saludables de la vida. Se utiliza la educación en salud para desarrollar las estrategias basadas en el marco teórico de la prevención de enfermedades y promoción de la salud. La Campaña de voz es una acción de salud, que desde 1999 celebra el Día de la Voz, instituido por la alta incidencia de cáncer de laringe en Brasil. Esta comunicación trata de recuperar el recorrido histórico de la Campaña de Voz, que completa 14 años de edad y de contextualizar lo que fue propuesto actualmente por las instituciones que la organizan.*

**Palabras clave:** *promoción de la salud; prevención de enfermedades; voz.*

Em se tratando de promoção em saúde, a educação em saúde é um dos principais elementos que a constitui. No processo de educar em saúde pode se produzir um pensamento político pedagógico crítico e reflexivo, e contribuir, assim, para a autonomia de um sujeito capaz de propor mudanças e decidir sobre as questões relativas aos seus cuidados, aos de sua família e aos da coletividade<sup>1</sup>.

As campanhas de saúde são ações voltadas para o incentivo ao autocuidado e prevenção de doenças que acometem um grupo específico da população.

Oswaldo Cruz foi precursor delas no Brasil e, em 1903, quando nomeado Diretor-Geral de Saúde Pública, cargo que corresponde ao Ministério da Saúde atualmente, iniciou as campanhas de saneamento<sup>2</sup>. Dentre suas propostas, estruturou a campanha contra a febre amarela em moldes militares, com intervenções rigorosas em que cabiam multa e demolição de imóveis insalubres que poderiam servir de viveiro para o mosquito transmissor da doença<sup>2</sup>. Também como estratégia para a erradicação da febre amarela iniciou a campanha de vacinação compulsória. Todos eram obrigados a manter a vacinação em dia. Na época, criou brigadas sanitárias, e as estratégias para garantir o cumprimento da lei foram consideradas humilhantes, o que desencadeou um confronto entre a população e o exército, evento que ficou conhecido como a Revolta da Vacina<sup>3</sup>. Após aprovação da Constituição Federal, atualmente no Brasil, a população tem livre arbítrio garantido pela Constituição Federal para optar pelo tratamento oferecido.

As campanhas com o objetivo de informar a população em massa chegaram ao Brasil no final da década de 1910, em harmonia com as concepções

de saúde pública americana<sup>4</sup>. Nesse contexto, os sanitaristas brasileiros passaram a ter uma alternativa às autoritárias ações de saúde baseadas na imposição de medidas obrigatórias. Dessa maneira, a contextualização da educação em saúde entra em cena e colabora para a mudança de concepção de saúde da população.

As campanhas de vacinação passam a ser acompanhadas de cartazes, *folders* e panfletos com o objetivo de orientar a população e incentivar pais a levarem seus filhos para tomar as doses da vacina. Os materiais educativos utilizados nas campanhas em saúde têm um marco histórico em 1985, quando a Organização Pan-Americana de Saúde (OPAS) conclama todos os países para se juntarem na luta pelo fim da poliomielite<sup>3</sup>. Nessa data foram adotadas diversas iniciativas, entre elas a criação de uma marca para a campanha, conhecida nos dias de hoje como Zé Gotinha, a primeira logomarca utilizada em campanhas de saúde e, a partir de 1993, representante da campanha de multivacinação.

Embora com início prioritariamente clínico, a Fonoaudiologia ocupa, atualmente, espaços que necessitam de intervenções coletivas e obrigatoriamente contextualizadas de acordo com as políticas públicas vigentes e a demanda da população ou instituição na qual atua. No Brasil, a Fonoaudiologia, na área de voz, pode ser dividida em três fases<sup>5</sup>, a saber: 1960 – quando a formação do profissional era predominantemente direcionada ao atendimento individual; 1970 – momento em que o fonoaudiólogo inicia um trabalho preventivo, propondo palestras e cursos; e 1990 – ao iniciar um trabalho com os profissionais da voz para adequar os recursos vocais a cada profissional.



A partir das Campanhas da Voz, em 1999, a Fonoaudiologia dá início à aproximação do conceito de Educação em Saúde em suas práticas cotidianas nas diversas esferas do cuidado à população. A dimensão dessa prática de educar em saúde acompanhou os espaços de atuação em que a profissão se apropriou no decorrer de seu percurso.

Dentre os temas que se destacam na Fonoaudiologia, na vertente da educação em saúde, nota-se a Campanha da Voz como a intervenção necessariamente educativa com maior abrangência populacional, maior cobertura da mídia e envolvimento dos profissionais da área. A Campanha da Voz surgiu por uma necessidade de informar à população sobre os malefícios dos hábitos que podem influenciar na saúde vocal, com o objetivo de aumentar o conhecimento público sobre a importância da voz<sup>6</sup>.

A Campanha da Voz, apesar da escassez de registros históricos, teve início em 1999 durante as comemorações da Semana da Voz entre 16 e 21 de abril<sup>7</sup>. Foi criada devido ao alto índice de câncer de laringe, que vitimava 15 mil brasileiros por ano, segundo dados, na época, da Organização Mundial da Saúde – OMS<sup>7</sup>, e desses, oito mil eram casos fatais<sup>8</sup>. No ano de lançamento da Campanha, a Sociedade Brasileira de Laringologia e Voz era presidida pelo Dr. Nédio Steffen, que direcionou as primeiras ações da Campanha da Voz. Nesse ano foram atendidas mais de 40 mil pessoas em todos os estados brasileiros<sup>8</sup>. Ainda como estímulo para a realização da Campanha da Voz, a direção da Sociedade percebeu ainda que a população em geral, independente de classe social, era muito carente de informações referentes aos problemas de voz<sup>7</sup>.

Num primeiro momento, o evento resultou de uma parceria entre a Sociedade Brasileira de Laringologia e Voz e a Sociedade Brasileira de Otorrinolaringologia, contando com apoio institucional de diversas sociedades, associações, conselhos e entidades, tais como a Sociedade Brasileira de Fonoaudiologia, a Sociedade Brasileira de Endoscopia, a Sociedade Brasileira de Cirurgia de Cabeça e Pescoço, a Associação Brasileira de Canto e o Conselho Regional de Fonoaudiologia – CREFONO 4<sup>9</sup>.

A iniciativa brasileira serviu de inspiração para outros países, como Argentina e Portugal e o Dia Nacional da Voz do Brasil tornou-se o

Dia Internacional da Voz. Nos Estados Unidos, a *American Academy of Otolaryngology - Head and Neck* reconheceu oficialmente essa celebração, em 2002, e nesse ano o evento obteve o nome de “Dia Mundial da Voz”<sup>6</sup>.

Pelo exposto pode-se entender que a Campanha da Voz da forma como foi iniciada tratava-se de uma estratégia de educação em saúde relacionada à prevenção e ao controle do câncer laringeo<sup>10</sup>. Assim, o caráter informativo das ações propostas<sup>11</sup> estava associado ao desenvolvimento de ações para informar à população sobre os cuidados e hábitos saudáveis relacionados à voz.

A Sociedade Brasileira de Laringologia e Voz, responsável pelo início das ações na primeira Campanha da Voz era formada por diversos profissionais como fonoaudiólogos, otorrinolaringologistas e profissionais do canto e, em 2001, a partir da mudança para Academia Brasileira de Laringologia e Voz - ABLV, o acesso ficou restrito apenas aos médicos, fato que refletiu na organização das Campanhas da Voz que, inicialmente, era realizada por fonoaudiólogos e médicos.

Por essa razão, a partir de 2002, as Campanhas da Voz passaram a ser organizadas de forma independente pelas duas sociedades científicas (Sociedade Brasileira de Fonoaudiologia – SBFa e Academia Brasileira de Laringologia e Voz - ABLV), não sendo impeditivo que profissionais fonoaudiólogos e médicos circulem nos eventos promovidos.

Muito tem se debatido sobre o perfil que as Campanhas da Voz deveriam ter e, apesar de todos esses anos ainda não se estabeleceu a forma mais efetiva de se realizar as ações<sup>10</sup>. É notório o investimento de pesquisadores na tentativa de contribuir para o planejamento e implementação de programas de orientação à população durante as ações da Campanha da Voz<sup>12,13</sup>.

O antigo Comitê de Voz da SBFa apontava como objetivos da Campanha: “(1) propiciar o entendimento da voz como expressividade, veículo de relacionamento, de afeto e de trabalho; (2) promover ações que visem à conscientização da sociedade quanto à importância da saúde da voz em suas várias dimensões; (3) promover ações para divulgar a atuação fonoaudiológica e a logomarca “Amigos da Voz”, com o intuito de criar uma marca que a população identifique com os cuidados da voz”<sup>1</sup>.

<sup>1</sup>Texto extraído de comunicado dirigido aos fonoaudiólogos na lista de discussão [fono@yahoogrupos.com.br](mailto:fono@yahoogrupos.com.br) nos anos de 2004 e 2005 (Disponível em: <http://br.groups.yahoo.com/neo/groups/fonovoz/files/Atas%20e%20Comunicados/> acesso em 19/dez/2013).

Em relação ao processo de criação da logomarca Amigos da Voz (Figura 1), importante estratégia foi utilizada para que a população pudesse identificar uma determinada Campanha. Inicialmente, foi contratada uma empresa publicitária que depois de participar de reuniões em que os objetivos da Campanha da Voz foram discutidos, apresentou algumas propostas. Essas foram discutidas entre os integrantes do Departamento de Voz (Comitê de Voz, na época) e, no Dia da Voz de 2004, em solenidade ocorrida no Teatro da Universidade Católica de São Paulo (TUCA) a selecionada foi apresentada.



**Figura 1 - Logomarca Amigos da Voz**

Nota-se, portanto, que a orientação da SBFa aos fonoaudiólogos está voltada para uma atuação que privilegie ações educativas, que capacitem o sujeito a cuidar da sua saúde e da sua voz por meio de oficinas, vivências, palestras, aulas, debates, panfletagem, entrevistas, artigos ou orientações, de forma que a população atingida por essas ações possa ter acesso às informações necessárias para cuidar da voz e, se necessário, buscar ajuda especializada. Ou seja, neste momento, a atuação de cada Sociedade distingue-se em relação aos objetivos da Campanha: enquanto a atuação fonoaudiológica volta-se, especialmente, para promoção da saúde, a atuação otorrinolaringológica preocupa-se em sensibilizar a população quanto à prevenção das alterações vocais.

A partir da criação do Departamento de Voz, em 2006, da qual fazem parte os Comitês de Voz Clínica, Voz Profissional e Fononcologia, a

Campanha de Voz volta a incluir em suas recomendações, além das ações de promoção, ações preventivas e realização de triagens visando à detecção precoce do câncer laríngeo.

Importante destacar que, como estímulo para a participação dos fonoaudiólogos na Campanha, no X Congresso Brasileiro de Fonoaudiologia e II Encontro Mineiro de Fonoaudiologia (ocorrido na cidade de Belo Horizonte em 2002), a Sociedade Brasileira de Fonoaudiologia (SBFa) institui o prêmio para a Melhor Campanha da Voz. Desde então, o prêmio é entregue no Congresso de Fonoaudiologia do ano corrente. Dentre os critérios considerados para se premiar uma Campanha da Voz, destaca-se a orientação para realização de ações de maior abrangência e uso da criatividade na elaboração das atividades propostas<sup>14</sup>. A vencedora na primeira premiação promovida pela SBFa foi a USP-Bauru<sup>15</sup>, como apresentado no quadro abaixo.

Ano	Vencedoras
2002	FOB-USP Bauru-SP
2003	Faculdade Adventista Paranaense-PR
2004	Universidade Norte do Paraná-PR
2005	Fonoaudiólogas e Otorrinolaringologistas de Sorocaba-SP
2006	Atento Brasil-SP
2007	Universidade de Guarulhos UnG-SP
2008	Universidade de Guarulhos UnG-SP
2009	Universidade de Guarulhos UnG-SP
2010	Pontifícia Universidade Católica de São Paulo-SP
2011	Campanha da Voz em Brasília-DF
2012	<u>Categoria Instituição de Ensino:</u> Universidade de Guarulhos UnG-SP <u>Categoria Serviços de Saúde:</u> Campanha da Voz em Brasília-DF
2013	<u>Categoria Instituição de Ensino:</u> Universidade Federal de Sergipe-UFS-SE <u>Categoria Serviços de Saúde:</u> Liga de atenção à saúde vocal da região metropolitana de Recife-PE <u>Categoria Empresa:</u> Mosteiro São Geraldo de São Paulo-SP

**Quadro 1 – Campanhas da Voz premiadas pela SBFa**

Os meios de comunicação se apropriaram da causa e, se inicialmente as notícias publicadas sobre o Dia Mundial da Voz pouco contribuíam para a construção de processos educativos em saúde condizentes com a promoção da saúde<sup>15</sup>, hoje as ações realizadas durante a Campanha da Voz têm significativa repercussão tanto na mídia televisiva como na imprensa. Esse fato, possivelmente, possibilitou à população o acesso à informação e o seu empoderamento no que diz respeito aos cuidados necessários para ter uma voz saudável. A Campanha conquistou o apoio da esfera federal e, em 2008 foi instituído, pelo Presidente em exercício, Luiz Inácio Lula da Silva, o Dia Nacional da Voz, com objetivo de conscientizar a população brasileira sobre a importância dos cuidados com a voz. Há ainda diversas leis municipais e estaduais instituindo o Dia da Voz no calendário oficial em cidades e estados brasileiros que, junto com as leis sobre saúde vocal<sup>16</sup> tem buscado garantir o direito da população no acesso aos serviços para atendimento vocal.

É notório o esforço dos sujeitos envolvidos na organização das Campanhas da Voz e na elaboração de ações que condizem com a necessidade da população, ampliando assim a participação social. Materiais educativos direcionados às crianças, personagens infantis, como o galo Garninzé, personalidades públicas com seus relatos e participação dentro de eventos de grande porte, como o aniversário da cidade de Brasília, com significativa visibilidade local, são algumas das tentativas de se mobilizar a população durante a Campanha. Os efeitos dessas estratégias, como em qualquer ação em saúde, poderão ser vistos com o tempo, mas para isso são necessários estudos que acompanhem o processo de construção e evolução das estratégias utilizadas durante a Campanha da Voz, para que assim seja possível planejar as ações futuras de acordo com as experiências anteriores.

Em 2013, pela primeira vez, foi definida e regimentada pela SBFa a chancela do “Selo Fonoaudiologia-SBFa Amigos da Voz” para certificar as instituições preocupadas com o bem estar vocal das pessoas que nela atuam desenvolvendo ações de promoção de saúde vocal e prevenção de alterações vocais. Dentre os critérios para receber a certificação são avaliadas ações de educação em saúde, programas de avaliações vocais periódicas e encaminhamentos quando se fizer necessário, entre outros<sup>14</sup>. A primeira instituição a receber a

certificação foi a prefeitura municipal de Joinville – SC que explicita as ações desenvolvidas pelos fonoaudiólogos no Programa de Saúde Vocal realizado em parceria com a Secretaria de Educação do município.

O caráter preventivo e informativo das campanhas prevalece nos dias atuais, e intervenções como triagens vocais, questionários de autopercepção vocal e distribuição de panfletos com textos sobre “o que não se pode fazer”, ainda são utilizados pelos organizadores da campanha. Tal estruturação das ações é reflexo da formação clínica do fonoaudiólogo e da concepção do processo saúde-doença desses profissionais.

As Campanhas da Voz, como uma ação em saúde, alcançam aos poucos o seu objetivo de levar à população a importância da voz e as estratégias para se manter uma voz saudável. Há 14 anos, desde seu início, a Campanha da Voz é uma estratégia idealizada por entidades representativas de classe, sociedades científicas, instituições de ensino e profissionais autônomos que dedicam seu tempo para realizar as ações propostas durante a Campanha da Voz.

É de suma importância que as esferas municipais, estaduais e federais se apropriem do tema e possam garantir a execução das ações, a participação dos sujeitos e que a Campanha se torne uma prática permanente no cotidiano da população<sup>17</sup>. Embora o dia 16 de abril seja marcado pela comemoração do Dia da Voz, educar a população sobre o cuidado vocal não deve ser restrito a um único dia no ano, mas sim, ocorrer durante todo o ano. Para que isso possa se tornar realidade é necessário que os serviços públicos insiram em sua rotina os aspectos da educação em saúde no cuidado da voz.

## Referências Bibliográficas

1. Santo R, Penna CM. A educação em saúde como estratégia para o cuidado à gestante, puérpera e ao recém nascido. *Texto Contexto Enferm.* 2009;18(4): 652-60.
2. Cronologia Histórica da Saúde Pública. [homepage na Internet] FUNASA. [acesso em 02 dez. 2013]. Disponível em: <http://www.funasa.gov.br/site/museu-da-funasa/cronologia-historica-da-saude-publica/>.
3. Porto A, Pontes CF. Vacinas e campanhas: as imagens de uma história a ser contada. *Hist. cienc. saude-Manguinhos.* 2003; 10(2).
4. Costa MCC, Teixeira LA. As campanhas educativas contra o câncer. *Hist. cienc. saude-Manguinhos.* 2010; 17(1): 223-41.
5. Ferreira LP. Assessoria fonoaudiológica em voz profissional. In Fernandes FDM, Mendes BCA, Navas ALPGP (org). *Tratado de Fonoaudiologia.* São Paulo: Roca; 2009.



6. Svec JG, Behlau M. Editorial: April 16th: The World Voice Day. *Folia Phoniatr Logop* 2007;59:53-4.
7. ABLV - Associação Brasileira de Laringologia e Voz. Orientação Geral Sobre a Campanha de Voz [homepage na Internet]. São Paulo: Associação Brasileira de Laringologia e Voz; 1999 [acesso em 5 ago 2013]. Disponível em: [http://www.ablv.com.br/campanha/cartilha\\_do\\_medico.pdf](http://www.ablv.com.br/campanha/cartilha_do_medico.pdf).
8. D'Avila JS. Dedicção e carinho com a Voz completam dez anos! Comemore junto com a ABLV!. *Rev. Bras. Otorrinolaringol.* 2009;75(2): 162.
9. Relatório Final [homepage na Internet]. São Paulo: Sociedade Brasileira de Fonoaudiologia; 1999 [acesso em 10 jan. 2012]. Disponível em: [http://www.sbfa.org.br/campanhadavoz/Historico\\_das\\_Campanhas\\_da\\_Voz.pdf](http://www.sbfa.org.br/campanhadavoz/Historico_das_Campanhas_da_Voz.pdf).
10. Guimarães VC, Viana MADES, Barbosa MA, Paiva MLF, Tavares JAG, Camargo LA. Cuidados vocais: questão de prevenção e saúde. *Ciênc. saúde coletiva.* 2010; 15(6):2799-803.
11. D'Avila JS. Campanha nacional da voz e sua importância nas atividades de extensão à saúde vocal. *Rev. Bras. Otorrinolaringol.* 2008; 74(1):2.
12. Eckley CA, Anelli W, Duprat ADC. Sensibilidade e especificidade da análise perceptivo-auditiva da voz na triagem de distúrbios laringeos. *Rev. Bras. Otorrinolaringol.* 2008; 74(2):168-71.
13. Ferreira LP, Santos JG, Lima MFB. Sintoma vocal e sua provável causa: levantamento de dados em uma população. *Rev. CEFAC.* 2009;11(1):110-8.
14. Manual de Sugestões e condutas para a realização da Campanha da Voz 2013 [homepage na Internet]. São Paulo: Sociedade Brasileira de Fonoaudiologia; 2013 [acesso em 5 dez. 2013]. Disponível em: <http://www.sbfa.org.br/campanhadavoz/>.
15. Penteado RZ, Giannini SPP, Costa BCG. A campanha da voz em dois jornais de grande circulação. *Saude e Sociedade.* 2002, 11(2):49-64.
16. Ferreira LP, Servilha EAM, Masson MLV, Reinaldi MBFM. Políticas públicas e voz do professor: caracterização das leis brasileiras. *Rev. soc. bras. fonoaudiol.* 2009; 14(1):1-7.
17. Dornelas R, Ferreira LP. Dia Mundial da Voz: Breve resgate histórico. *Distúrb Comun.* 2013; 23(3):484-6.

**Recebido em** fevereiro/14; **aprovado em** abril/14

**Endereço para correspondência**

Rodrigo Dornelas. Endereço: Rua Leonardo Leite, 161 Edifício Leonardo da Vinci, apto 101 - São José - CEP: 49015-000 - Aracaju-SE/Brasil

**E-mail:** [rodrigodornela@uol.com.br](mailto:rodrigodornela@uol.com.br)

