

Manual de sugestões e condutas para realização da Campanha da Voz 2013

SUMÁRIO

1. Introdução
2. Objetivos da campanha
3. Quem pode coordenar a campanha
4. Sugestões de ações que podem ser desenvolvidas
5. Parcerias e patrocinadores
6. Requisitos éticos
7. Considerações finais

1. Introdução

A Campanha da Voz é um evento que acontece anualmente em comemoração ao Dia Mundial da Voz, dia 16 de abril. Já estamos no 14ª edição! O Departamento de Voz da Sociedade Brasileira de Fonoaudiologia (SBFa) convida todos os fonoaudiólogos para participar desta comemoração e concorrer ao prêmio Melhor Campanha de Voz 2013. Algumas informações são essenciais para dar início aos preparativos. Fiquem atentos!

1. O Dia Mundial da Voz é comemorado dia 16 de Abril; as campanhas podem acontecer no próprio dia, na semana do dia 16 de Abril, ou ainda em datas próximas, de acordo com a conveniência de seus coordenadores.
2. O lema da Campanha da Voz de 2013 é o mesmo dos anos anteriores: **"Seja Amigo da sua Voz!"**.
3. No portal da SBFa (<http://www.sbfa.org.br/campanhadavoz/>) você encontra as logomarcas, que devem ser utilizadas nas campanhas, em formato cdr (CorelDraw) e jpeg (imagem), além de cartazes e folders para impressão patrocinada pelas empresas, instituições de ensino, ou serviços de saúde que apoiarem a sua campanha. Esse material pode também ser utilizado em sites, blogs e outras vias digitais de sua campanha.

2. Objetivos da Campanha da Voz

O principal objetivo da Campanha da Voz é promover ações que visem a conscientização da sociedade quanto à importância da saúde vocal em suas diferentes dimensões. A voz deve ser entendida como instrumento de trabalho, veículo de expressão e indicador de saúde. A divulgação da logomarca "Amigos da Voz" tem o intuito de reforçar sua identificação com os cuidados com a voz e divulgar a Fonoaudiologia. O "Amigo da Voz" tem a oportunidade de se tornar o ator principal na promoção da sua saúde vocal, e também da sociedade.

Objetivos Específicos:

1. Abranger o maior número de pessoas, muitas vezes privadas de informação, sobre os cuidados com a voz por meio da divulgação na mídia e parcerias.
2. Sensibilizar autoridades políticas quanto à importância do bem estar vocal.

3. Mapear as alterações de voz nos municípios de todo o país – pesquisa nacional.
4. Colaborar na identificação de problemas de voz da população, principalmente os menos favorecidos.
5. Promover ações que incentivem a disseminação da informação recebida e a formação de novos agentes replicadores do saber “Amigos da sua Voz”.
6. Envolver acadêmicos e profissionais fonoaudiólogos na divulgação da comunicação saudável para a população.

3. Quem pode coordenar a campanha

A Campanha da Voz da SBFa deve ser, obrigatoriamente, coordenada e/ou realizada por fonoaudiólogos regularmente registrados pelo Conselho Regional de Fonoaudiologia. Realizar uma Campanha da Voz não implica em concorrer ao Prêmio Melhor Campanha da Voz, promovido pelo Departamento de Voz da SBFa. Contudo, apenas os fonoaudiólogos sócios ativos da SBFa podem representar oficialmente a SBFa, com respectiva carta de apresentação, e inscrever suas campanhas para concorrer ao prêmio. O coordenador pode contar com a ajuda e a colaboração de médicos, estudantes, ligas acadêmicas, ou demais interessados. Instituições, universidades e empresas podem realizar suas próprias campanhas (identificando o coordenador) ou apoiar a campanha de algum fonoaudiólogo.

4. Sugestões de ações que podem ser desenvolvidas

Nos últimos 13 anos, durante as Campanhas da Voz, foram realizadas diversas ações para promoção da saúde vocal e divulgação dos cuidados com a voz. Alguns materiais de campanhas premiadas nos anos anteriores encontram-se a disposição no site para que sirvam de exemplo e incentivo na elaboração de novas ações. Além disso, segue uma lista de sugestões de atividades que podem ser desenvolvidas durante a campanha, lembrando que as questões de saúde vocal devem contemplar todas as faixas etárias e demandas sociais e profissionais.

1. Distribuição de material informativo

Banners, *outdoors*, panfletos, faixas, manuais e brindes diversos, como porta copos, marcadores de páginas, *squeezes*, copos retráteis e camisetas, incluindo informações relevantes sobre cuidados com a voz. Para as campanhas que irão concorrer ao prêmio, é importante lembrar que um dos itens da avaliação é criatividade e originalidade!

2. Orientações

As orientações mais comumente vinculadas nas campanhas de voz estão relacionadas à definição do que é voz, principais sintomas das disfonias (rouquidão, fadiga, dor ao falar, etc.), dicas e regras de higiene vocal, além de orientações quanto à conduta no caso de uma disfonia crônica ou recorrente. O fonoaudiólogo poderá realizar as orientações em *stands* localizados em locais públicos de grande circulação – shoppings, praças, universidades - ou em seu ambiente de trabalho – clínicas, hospitais, UBS, tendo como material de apoio folders ou folhetos informativos sobre cuidados com a voz. Caso não tenha material de apoio para entregar à população, o fonoaudiólogo poderá confeccionar pranchas ilustrativas com esquemas de como a voz é produzida e dos principais hábitos de saúde vocal, a fim de facilitar a condução do discurso. Podem fazer parte das atividades a “Sessão tira dúvidas”, inclusive no mesmo formato descrito acima. Lembrar das FAQs de Voz e de Voz Profissional que se encontram a disposição no site da SBFa, que podem e devem ser utilizadas, de preferência na íntegra ou sempre com citação da fonte:

http://www.sbfa.org.br/portal/pdf/faq_voz.pdf
http://www.sbfa.org.br/portal/pdf/faq_voz_profissional.pdf)
http://www.sbfa.org.br/portal/pdf/faq_disfonia.pdf
http://www.sbfa.org.br/portal/pdf/faq_fononcologia.pdf

3. Palestras

As palestras deverão ser realizadas por fonoaudiólogos, em parceria ou não com profissionais da saúde – médicos, nutricionistas, fisioterapeutas e outros – bem como com profissionais da voz, desde que o tema principal seja a saúde vocal. Recomenda-se que cada palestra tenha duração média de 60 a 90 minutos, com cuidado especial em relação à linguagem, que deve ser acessível ao público a ser atingido.

Para facilitar a compreensão e auxiliar na fixação da informação transmitida, sugerimos a utilização de recursos ilustrativos, como figuras, vídeos, vozes, etc. Os slides ou as transparências utilizadas devem ter a logomarca "Amigos da Voz" e da SBFA e da Campanha da Voz. Os locais sugeridos para a realização da orientação podem ser desde salas de aula, salas de espera de clínicas, UBS ou hospitais, escolas, igrejas até anfiteatros. O importante é que o ambiente seja um facilitador para a transmissão da mensagem, e por isso deve apresentar mínimas condições de acústica para o palestrante e para o público, que deve estar sentado, pronto para recepção da mensagem. Se possível o fonoaudiólogo deve fazer uso de microfone e, assim, aproveitar, para enfatizar a importância deste para a economia vocal.

Sugestão de temas:

- a. Saúde Vocal – condutas e cuidados
- b. Voz profissional – o que devo saber?
- c. O uso da voz na prática docente.
- d. O que pais e professores devem saber para promover a saúde vocal das crianças.

4. Workshops

Os workshops possuem um caráter teórico-vivencial. Nestas atuações, o fonoaudiólogo deverá propor dinâmicas, experiências com sons facilitadores de emissão, leitura de textos, simulações com situações desafiadoras, e oferecer explicações ou orientações de saúde vocal. Não recomendamos o uso de exercícios vocais neste momento, considerando que esta é uma atividade pontual e não haverá acompanhamento destes sujeitos. Além disso, os exercícios vocais são nosso instrumento de trabalho e a prescrição deste é específica para cada caso. A indicação e/ou execução inadequada de um exercício poderá prejudicar a voz ao invés de beneficiá-la.

5. Encontros

Os encontros são atividades que promovem trocas de experiências sobre práticas de saúde vocal, assim como a demonstração do que se tem feito sobre o tema. O fonoaudiólogo deverá ser o mediador deste encontro, com ou sem a participação de profissionais da voz ou da área da saúde, determinando a ordem e a condução das atividades.

Sugestão de encontros:

- a. Encontro de corais
- b. Encontro de pais e mestres
- c. Encontro de profissionais da voz
- d. Encontro de atores

6. Debates

Os debates, na maioria das vezes, têm uma intenção de polemizar o assunto, promover uma discussão e chegar a uma conclusão do grupo. Nestes casos, as pessoas que participam do debate são aquelas que possuem opinião formada sobre o assunto e a platéia assiste as explanações para estruturar a sua própria opinião. Sendo assim, sugerimos que estes debates possam ser feitos por professores de fonoaudiologia, preparadores vocais, políticos ou gestores em saúde/educação e alunos que tenham liderança e funções acadêmicas.

7. Teatro

O teatro é outra forma de passar informação sobre os cuidados com a voz e sensibilizar o público, no que diz respeito à importância da voz em nossa vida. Grupos de fonoaudiólogos e alunos do curso de fonoaudiologia podem ser os atores e desenvolverem o texto teatral de acordo com a mensagem que querem transmitir. Também há a possibilidade de se construir uma peça de teatro como recurso de intervenção para grupos de pacientes disfônicos, idosos, crianças e profissionais da voz. Neste momento vale explorar a criatividade e o talento do grupo.

Sugestão:

Peça de teatro – Cadê a voz do galo Garnizé? (disponível no site da SBFa)

8. Contação de histórias

Contar histórias é uma forma de atingir principalmente o público infantil. As histórias podem ser aquelas disponíveis em livros já publicados que tenham como tema a saúde vocal. O fonoaudiólogo poderá também criar, com seu grupo de trabalho (alunos de fonoaudiologia, médicos, profissionais da voz, pacientes, etc), uma história que aborde temas pertinentes ao assunto. A contação de histórias poderá acontecer em qualquer lugar onde as crianças possam ser acomodadas (parques, escolas, creches, clínicas, igrejas, etc), com uso ou não de fantoches ou fantasias. Sugerimos que a criança leve para casa a história para que possa contar para os pais, amigos e familiares. É interessante que após a contação da história se faça uma discussão sobre o tema e/ou uma atividade artística, como o desenho dos personagens da história em uma folha de sulfite.

9. Atividades de entretenimento

As atividades de entretenimento como shows musicais, shows de humor, apresentação teatral e cinema, podem ser incluídas na programação da campanha da voz desde que o artista verbalize em algum momento de sua apresentação o objetivo da mesma.

10. Games

Atividades interativas e lúdicas são muito eficazes e convidativas. Durante a campanha da voz, o fonoaudiólogo poderá desenvolver com seu grupo de alunos, profissionais da voz, crianças e população em geral, atividades como:

- a. Jogo da Memória da Voz
- b. Perguntas e respostas de saúde vocal
- c. Caça ao tesouro com kit voz (maçã, copo com água, folder informativo, etc)

11. Plantão de atendimento

O plantão de atendimento, ou "mutirão da voz", deverá ser realizado em local apropriado e com profissional qualificado para tais procedimentos. Isto porque este é um serviço de saúde, composto por triagens, avaliações, testes e exames que fazem parte da nossa rotina de trabalho. Assim, apenas fonoaudiólogos ou médicos

otorrinolaringologistas podem desempenhar essas funções específicas. Lembre-se que, qualquer procedimento de detecção de alteração vocal deverá ser seguido de acompanhamento. A demanda gerada nestas atividades deverá ser drenada para clínicas escolas, hospitais, postos de saúde ou serviços oferecidos nos convênios médicos.

12. Entrevistas

Divulgar a campanha da voz nos meios de comunicação de massa é uma das formas mais eficazes de aumentar a abrangência. É fundamental que o fonoaudiólogo faça contato com rádios, TVs, jornais e revistas locais. Lembre-se que para esta divulgação você deverá confeccionar *releases* e divulgar com antecedência para ser incluído na pauta.

13. Concursos

Concorrer a um concurso é uma estratégia motivacional para muitas pessoas. Então, sugerimos também essa atividade na campanha da voz. A divulgação do concurso deve acontecer para o grupo que se queira atingir (idosos, adultos, crianças, cantores, locutores, etc). As pessoas devem se inscrever previamente e poderá ou não ser cobrada taxa de inscrição. O valor arrecadado deverá ser EXCLUSIVAMENTE utilizado para o prêmio do vencedor do concurso. As regras deverão ser claras e os juízes devem ser neutros (sem preferências de voto). Sugestão de concursos:

- a. Concurso de paródias
- b. Concurso de desenhos
- c. Concurso de poesias
- d. Concurso "A bela voz"

14. Ações Políticas

A campanha da voz tem o grande desafio de sensibilizar as autoridades para que haja vontade política em prol da saúde vocal, e da obrigatoriedade legal da ação fonoaudiológica e médica, nos mais diferentes locais de trabalho. Desta forma, o coordenador da campanha poderá procurar políticos de seu município e firmar parcerias, marcar audiências públicas e sugerir que a lei do "Dia Municipal da Voz" seja apresentada na câmara dos vereadores. O "Dia Municipal da Voz" já existe em Guarulhos e foi pronunciado por meio das Campanhas da Voz realizadas pela Universidade de Guarulhos. Para conhecer essa lei, acesse o site www.campanhadavoz.com.br. Este ano temos um manual com o roteiro de como apresentar projeto de lei para o Dia da Voz em seu Município. Veja no site <http://www.sbfa.org.br/campanhadavoz/> em materiais de apoio.

15. Pesquisa

O fonoaudiólogo poderá utilizar as ações da campanha da voz para desenvolver pesquisa científica. Para isso, deverá respeitar as questões éticas da instituição à qual pertence. Se o fonoaudiólogo não estiver vinculado a nenhuma instituição, mas possuir interesse em contribuir com o Departamento de Voz com seus dados estatísticos, deverá enviar as informações para o e-mail voz@sbfa.org.br As sugestões acima descritas têm a intenção de ajudar o fonoaudiólogo na realização de atividades durante a campanha da voz. Porém, a criatividade de cada um deve ser explorada e certamente este é um recurso inesgotável.

16. Parcerias e patrocinadores

O fonoaudiólogo coordenador da campanha pode contar com patrocinadores ou realizar parcerias, sejam elas públicas ou privadas. A logomarca desses parceiros

pode ser divulgada juntamente com as logomarcas "Amigos da Voz" e Sociedade Brasileira de Fonoaudiologia.

e. Registros e relatório

Anualmente, somos informados da existência de campanhas da voz que não são concorrentes ao Prêmio Melhor Campanha da Voz. Entretanto, essas campanhas, tão importantes quanto as concorrentes, muitas vezes não são conhecidas e computadas pela Sociedade Brasileira de Fonoaudiologia. Na tentativa de mudar este cenário, toda e qualquer ação realizada na campanha da voz, não importa o tamanho, abrangência, ou ainda se irá concorrer ou não ao prêmio, deverá ser registrada por meio de relatório e enviada para o e-mail voz@sbfa.org.br. Fotos e vídeos também poderão servir como documentação das atividades, porém, apenas uma quantidade específica de material poderá ser enviada para o departamento. Lembre-se que os registros das campanhas são documentos que poderão ser apresentados às instituições e autoridades num futuro próximo. O modelo de relatório está postado no portal da SBFa, na página da Campanha da Voz.

f. Requisitos éticos

Todas as ações fonoaudiológicas desenvolvidas na Campanha devem ser norteadas pelo Código de Ética da Fonoaudiologia, aprovado pela Resolução CFFa nº 305/2004.

As logomarcas do Departamento de Voz (selo "Amigos da Voz"), da SBFa e o lema da Campanha "Seja amigo da sua Voz!" devem, obrigatoriamente, aparecer nos materiais elaborados para sua campanha. São pré-requisitos para concorrer ao prêmio Melhor Campanha da Voz 2012. Se preferir, você pode optar por criar um tema que atenda às características específicas da sua campanha. Entretanto, solicitamos que sempre faça alusão ao lema "Seja Amigo da sua Voz!". Os colaboradores da Campanha devem ser capacitados para orientar e tirar dúvidas dos participantes. Não deverá ser cobrado nenhum tipo de avaliação ou consulta durante a campanha. Caso a campanha promova avaliações e/ou triagens, os responsáveis devem oferecer encaminhamento fonoaudiológico, médico, psicológico e escolar, quando necessário. É fundamental divulgar a logomarca "Amigos da Voz" e a SBFa, representando e fortalecendo a Fonoaudiologia, sempre respeitando os objetivos da Campanha (item 2). Contudo, a autopromoção não é aceita.

g. Considerações finais

A Campanha da Voz tem divulgado a Fonoaudiologia por todo país e reforçado a conscientização sobre a importância da saúde vocal. A SBFa apoia os fonoaudiólogos que desejam realizar uma campanha. Para isso, uma equipe do Departamento de Voz da SBFa formada por nossos pares está trabalhando intensamente para que todas as dúvidas sejam esclarecidas. Conte conosco para ajudá-lo a concretizar sua campanha.

Caso necessite de mais informações, entre em contato pelo e-mail voz@sbfa.org.br.

A equipe do Departamento de Voz da SBFa está à disposição para quaisquer outros esclarecimentos que se façam necessários.

Sua participação é importante para ajudar o Brasil a se tornar, cada vez mais, **Amigo da Voz!**

MANUAL elaborado por Carolina Anhoque, Gláucya Madázio, Ingrid Gielow e Marcia Menezes durante a gestão da Diretoria da SBFa 2010/2011 (Presidente Mara Behlau, Vice-presidente Dóris Lewis; Coordenadora do Departamento de Voz Ingrid Gielow e Vice coordenadora. Gláucya Madázio; Coordenadora Campanha da Voz Marcia Menezes; Articuladora Nacional Carolina Anhoque; Equipe de apoio Ana Cláudia Guerrieri, Luana Curti, Máira Padilha e Sabrina Paes).

Versão Atualizada pela Gestão 2013:

Maria Lucia Dragone

Coordenadora Departamento de Voz

Anna Alice Almeida

Vice-Coordenadora Departamento de Voz



Comissão de Eventos 2013: Márcia Menezes, Carolina Anhoque e Máira Padilha

Articuladora Nacional: Carolina Anhoque



Diretoria da Sociedade Brasileira de Fonoaudiologia

Gestão 2012/2013

Presidente – Irene Marchesan

Vice-Presidente: Ana Cristina Cortês Gama