

RODRIGO DORNELAS DO CARMO. CAMPANHAS DE VOZ NO BRASIL: ANÁLISE NA PERSPECTIVA DA PROMOÇÃO DE SAÚDE E PREVENÇÃO DE DOENÇAS

Data: 11/05/2015

Orientador: LESLIE PICCOLOTTO FERREIRA

INTRODUÇÃO: As Campanhas de Voz fazem parte de ações coletivas e aproximam fonoaudiólogos às estratégias e políticas públicas de saúde. **OBJETIVO:** analisar as Campanhas de Voz incentivadas pela Sociedade Brasileira de Fonoaudiologia (SBFa), na perspectiva da promoção de saúde e prevenção de doenças. A pesquisa foi dividida em três estudos com enfoque no entendimento do processo de construção e elaboração das Campanhas de Voz no contexto de campanhas em saúde, promoção de saúde e prevenção de doenças. O primeiro estudo teve como objetivo retomar o percurso histórico da Campanha de Voz e apresentar o que atualmente é proposto; o segundo analisou as reportagens televisionadas em 2013 sobre o Dia Mundial da Voz; e o terceiro identificou nas Campanhas premiadas entre 2005 à 2013 os pressupostos envolvidos nas práticas de Educação em Saúde. **MÉTODO:** o primeiro estudo foi realizado por meio de um levantamento do histórico da Campanha de Voz no Brasil, contemplando os principais desafios nesse percurso cronológico. No segundo estudo foram analisadas por meio da técnica de Análise Documental - AD as reportagens transmitidas pela emissora Globo® sobre Campanha de Voz. Para verificar a associação entre as variáveis independentes (região, turno da programação, profissional entrevistado, duração da entrevista e multiprofissionalidade) à variável desfecho (enfoque da entrevista: cuidados gerais ou doença) foi utilizado o teste Exato de Fisher. Para o terceiro estudo, utilizou-se o banco de dados da SBFa das Campanhas de Voz premiadas, sendo um total de 20 Campanhas em oito anos. Os resultados foram categorizados quanto às atividades que envolvem o fazer e o diálogo, que envolvem o diálogo, em que prevalece a voz do profissional, de total domínio do profissional e comunicação à distância. Para análise, utilizou-se a técnica de AD e análise descritiva por meio de frequências absolutas e relativas, medidas de tendência central e dispersão. Para análise de tendência foram construídos diagramas de dispersão entre o total de campanhas e os anos avaliados. Os resultados foram organizados em uma matriz, com registro dos elementos dialógicos e unidirecional. **RESULTADOS:** No primeiro estudo considera-se a importância de que as esferas públicas se apropriem do tema e possam garantir a execução das ações e que a Campanha se torne uma prática cotidiana permanente. No segundo estudo verificou-se que todas as regiões do Brasil foram contempladas com reportagens. O fonoaudiólogo foi o profissional que tratou do tema na maioria dessas reportagens e o enfoque das entrevistas não foram na sua maioria de uma mesma natureza, de promoção ou de prevenção ao distúrbio de voz. No terceiro estudo observa-se que nas Campanhas de Voz, a distribuição de material é a ação mais usual. No decorrer dos anos percebe-se uma tendência de se realizar ações unidirecionais quando comparada as ações dialógicas. **CONCLUSÃO:** As Campanhas de Voz representam um marco na mobilização dos fonoaudiólogos que passaram a ter o tema como objeto de uma ação que se pretende educativa. Assim, é importante que este processo aconteça de forma acessível à população e que os participantes sintam-se contemplados no que se refere às diversas possibilidades de se exercer o cuidado, refletidas em sua qualidade de vida.