

FIA 2020/22

XII CONGRESSO/CONGRESO IBEROAMERICANO DE ACÚSTICA

XXIX ENCONTRO DA SOCIEDADE BRASILEIRA DE ACÚSTICA - SOBRAC

Florianópolis, SC, Brasil

INAD Brasil 2020–2022: desafios das campanhas virtuais

Fonseca, W. D.^{1,2}; Kuniyoshi, I. C.²; Mello, F. R.¹; Mareze, P. H.¹

¹ Engenharia Acústica, Universidade Federal de Santa Maria, Santa Maria, RS, Brasil,
{will.fonseca, felipe.mello, paulo.mareze}@eac.ufsm.br

² INAD Brasil, Campinas, SP, Brasil, isabelkuniyoshi@gmail.com

Resumo

O INAD é o Dia Internacional da Conscientização sobre o Ruído que é realizado no mundo todo na última quarta-feira do mês de abril de cada ano. O dia é um símbolo para chamar a atenção aos sons e ruídos do dia a dia e seu impacto na vida das pessoas. Devido à pandemia de 2020–2022, uma campanha que ocorria de forma efetivamente presencial, por exemplo, em escolas, universidades, empresas e a cidade em geral, passou pela transformação de ser virtual, buscando o afastamento social em prol da saúde. Esse grande impacto é relatado neste trabalho, pormenorizando as novas estratégias e as adaptações realizadas para que a campanha ainda alcançasse um público amplo. Foram impostos novos desafios, que suscitaram soluções diferentes para a continuidade. Em 2020, já com o material pronto da campanha “*Trabalho com ruído, saúde em perigo!*”, houve a súbita mudança de materiais de marketing e modo de atuação — era o primeiro ano da pandemia. Em 2021, a campanha “*Proteja sua audição, proteja sua saúde!*” já foi completamente projetada para atuar de forma virtual, aproveitando da experiência prévia e expectativa do público para ações que não fossem presenciais. Em 2022, a campanha com o tema de “*Ruído na infância*” já pôde contar com algumas ações presenciais, propiciadas pela relativa situação de segurança promovida pela vacinação em massa da população. Aclara-se que o INAD é uma campanha voluntária e sem fins lucrativos, planejada por pessoas de boa vontade e que objetivam proporcionar a saúde a conscientização para todos.

Palavras-chave: saúde ocupacional, saúde auditiva, saúde infantil, conscientização, ruído sonoro.

PACS: 01.40.–d, 01.40.E–, 01.75.+m, 43.10.Sv.

INAD Brasil 2020–2022: challenges of virtual campaigns

Abstract

The International Noise Awareness Day (INAD) happens worldwide on April's last Wednesday of every year. The day is a symbol meant to turn the attention to the sounds and noises of daily life and their impact on people's lives. Due to the 2020–2022 pandemic, the originally in-person campaign, e.g., in schools, universities, companies, and the city in general, had to be transformed into a virtual experience, choosing the social distance in favor of health. This work reports this profound impact, detailing the new strategies and adaptations carried out so the campaign could still reach a broad audience. New challenges arose and turned into new solutions for continuity. In 2020, with all materials for the “*Working with noise, health in danger!*” campaign finished, a sudden change in the marketing and actuation strategies took place — it was the first year of the pandemic. In 2021, the campaign “*Protect your hearing, protect your health!*” was designed entirely to work virtually, seizing the previous experience and the public expectation of the actions being no longer presential. In 2022, the campaign with the theme “*Noise in childhood*” could count on some in-person activities due to the relatively safe state promoted by the vaccination. It is clarified that INAD is a voluntary, non-profit campaign planned by good willing people seeking to provide health and awareness for everyone.

Keywords: occupational health, hearing health, children's health, awareness, sound noise.



1. INTRODUÇÃO

A pandemia da Covid-19, causada pelo *Novo Coronavírus* (SARS-CoV-2), ao longo dos últimos quase três anos registrou impactos que extrapolaram os aspectos epidemiológicos. Além das implicações na saúde, notadamente houve repercussões sociais, econômicas, políticas, éticas, educacionais e demográficas em escala global. Na saúde, além dos registros diretos da Covid-19 em relação à incidência de infectados e mortos, pôde-se observar impactos nos sistemas de saúde devido à sobrecarga de profissionais e unidades de atendimento, repercussões em outras enfermidades dada a exposição de grupos vulneráveis e priorização dos casos Covid-19 em detrimento dessas doenças, mobilização econômico-financeira e científica para produção, testagem e distribuição de medicamentos e vacinas. Ademais, a restrição da mobilidade social e o temor pelo risco de adoecimento e morte afetaram a saúde mental da população.

Cientes da dimensão desses impactos da pandemia, bem como das prioridades em saúde estabelecidas para o momento, os organizadores do INAD Brasil adaptaram a campanha para o triênio 2020–2022.

Tradicionalmente, desde 2008, o ramo brasileiro da campanha internacional *International Noise Awareness Day* (INAD), incentiva a mobilização da população para refletir sobre os impactos do ruído na saúde e qualidade de vida por meio de ações em diversos lugares como, por exemplo, escolas, empresas, praças públicas, shopping centers, universidades, pontos turísticos, terminais rodoviários e aeroportos. Atipicamente, para os anos 2020, 2021 e 2022, as ações foram majoritariamente desenvolvidas em ambientes virtuais.

O presente artigo relata os desafios enfrentados para a promoção da campanha do INAD Brasil no contexto da Pandemia da Covid-19, adaptada para o formato virtual.

2. O CONTEXTO PANDEMICO DA COVID-19

Em 31 de dezembro de 2019, a Organização Mundial da Saúde (OMS) recebeu o alerta sobre casos de pneumonia na República Popular da China, especificamente na província de Hubei, na cidade de Wuhan. Em seguida, no início de janeiro de 2020,

foi confirmado que se tratava de um novo tipo de coronavírus, que em 11 de fevereiro foi denominado de SARS-CoV-2, responsável por causar a doença Covid-19 [1].

Em 30 de janeiro de 2020, quando 19 países já tinham constatado casos de Covid-19, a OMS declarou que o surto do *novo coronavírus* constituía-se numa Emergência de Saúde Pública de Importância Internacional. A partir daí, passou a orientar medidas de contenção a fim de interromper a transmissão do SARS-CoV-2 e mobilizar recursos internacionais para estudos e estratégias de controle [1].

Essa foi a sexta vez que a OMS decretou Emergência de Saúde Pública de Importância Internacional. A primeira foi devido à pandemia de gripe provocada pelo vírus H1N1 em 2009, seguida, em 2014, pelos registros de poliomielite fora de países endêmicos e do surto de Ebola na África Ocidental; em 2016, o relato de 30 países de casos de bebês nascidos com microcefalia e outras malformações congênitas relacionadas ao vírus Zika configurou a quarta declaração de emergência e, em 2018, o surto também de Ebola, mas desta vez na República Democrática do Congo [2].

O estado de Emergência de Saúde Pública de Importância Internacional é considerado um evento extraordinário que constitui um risco para a saúde pública de outros Estados, devido à propagação internacional de doença, e potencialmente exigindo uma resposta com esforços coordenados entre países, que demandam decisão e acompanhamento em termos de medidas extraordinárias [2].

Em 11 de março de 2020, o avanço da Covid-19 foi caracterizado pela OMS como uma pandemia, por reconhecer que o surto já era constatado em vários países e regiões do mundo. O termo “pandemia” se refere à distribuição geográfica e não à gravidade da doença [1].

Mesmo antes do registro do primeiro caso de Covid-19, o Brasil decretou Emergência de Saúde Pública Nacional em 4 de fevereiro de 2020 [3], devido ao risco de introdução e disseminação do coronavírus em território brasileiro [2]. Para tanto, por meio da publicação de uma série de recursos legais [4–6], recomendou-se medidas de enfrentamento que, dentre outras, citava isolamento social, quarentena, uso obrigatório de máscaras de

proteção individual, restrição de mobilidade intermunicipal, interestadual e internacional. Apesar dos esforços, a confirmação do primeiro caso de Covid-19 no Brasil ocorreu em 26 de fevereiro de 2020 e, tal como em todo o mundo, de lá para cá o número de infectados e mortos aumentou sobremaneira, o que acarretou o colapso do sistema de saúde e funerário ainda no primeiro semestre de 2020.

Em resposta às ações para contenção da mobilidade social, como isolamento e quarentena, bem como a velocidade e urgência de testagem de medicamentos e vacinas, a Pandemia recuou mundialmente. No Brasil, em 22 de abril de 2022 foi declarado o fim da Emergência em Saúde Pública de Importância Nacional causada pela Pandemia de Covid-19 [7]. Para determinar o fim, o Ministério da Saúde considerou a capacidade de resposta do Sistema Único de Saúde (SUS), a melhora no cenário epidemiológico no país, o avanço da campanha de vacinação e a alta cobertura vacinal dos brasileiros [8] (por exemplo, ainda em junho de 2022 parte da população começou a ter acesso à quarta dose de vacina).

Ao longo desses *quase* três anos de Pandemia, todos os setores da sociedade sofreram, em escala global, impactos decorrentes do colapso do sistema de saúde e das medidas de enfrentamento, que envolveram restrição de circulação e de atividades, do isolamento social, da adoção de medidas de biossegurança severas e até mesmo da suspensão de diversas atividades essenciais e não essenciais. Muito se falou do “novo normal” diante de uma nova realidade mediante todas as mudanças impostas pela pandemia.

Não foi diferente para o INAD Brasil, que sempre se caracterizou como uma campanha educativa que mira no alcance da população em geral, com ações coletivas desenvolvidas em ambientes de grande circulação de pessoas. No contexto pandêmico, a coordenação nacional sempre esteve ciente das prioridades em saúde e, também, da importância de que todos os segmentos da sociedade adotassem medidas responsáveis para a proteção da população, para a contenção do avanço do SARS-CoV-2 e prevenção das injúrias por ele causadas. Por conta disso, ocorreram mudanças nas estratégias do INAD Brasil no triênio 2020–2022, uma vez que o propósito maior da cam-

panha sempre foi a saúde e bem-estar coletivos. Sendo assim, o INAD esteve junto na batalha contra o coronavírus, sem deixar de cumprir com sua proposta de conscientizar a população sobre os impactos do ruído na vida cotidiana.

3. INAD BRASIL: AÇÕES TRADICIONAIS E PROMOÇÃO DA CAMPANHA

No Brasil, o Dia Internacional da Conscientização sobre o Ruído é celebrado anualmente desde 2008, como ramo da campanha *International Noise Awareness Day* (INAD), que existe desde 1996 nos Estados Unidos. Ocorre em uma data móvel, sendo a última quarta-feira do mês de abril — veja o logo na Figura 1.

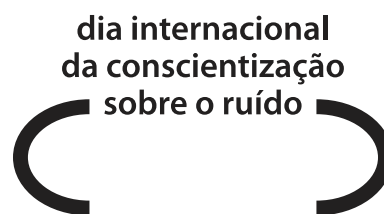


Figura 1: Logo no INAD Brasil.

O ramo brasileiro, para fazer referência ao movimento mundial, assumiu a sigla **INAD Brasil** desde sua primeira edição. Trata-se de uma campanha voluntária e sem fins lucrativos, promovida por um grupo de pesquisadores entusiastas pela causa, que formou uma coordenação nacional com o intuito de desenvolver materiais que amparam as ações propostas pelos participantes de todas as regiões do país (veja mais em <http://www.inadbrasil.com>).

Com o mesmo propósito original de conscientizar a população sobre os efeitos do ruído na saúde e qualidade de vida, ações são realizadas em vários países do mundo, tendo em comum a data e a proposição de um minuto de silêncio, das 14h15min às 14h16min, a fim de proporcionar aos participantes uma pausa e oportunidade para reflexão sobre a problemática tratada pela campanha.

Além do minuto de silêncio, dentre as várias ações desenvolvidas, destaca-se uma por ter sido unânime em todo território nacional desde a primeira edição: a distribuição de panfletos com ou sem informações educativas (físicos ou virtuais), mas sempre com o slogan, logomarca e arte. Outras ações têm alcançado resultados satisfatórios e sido frequentemente repetidas em todas as edições ao longo dos anos [9]. A saber:



- Divulgação dos propósitos da campanha por meio da afixação de cartazes em ônibus circulares intermunicipais e intramunicipais, metrô, repartições públicas entre outros locais de grande concentração e/ou circulação de pessoas;
- Distribuição de cartilhas de cunho educativo em locais de grande circulação de pessoas;
- Veiculação da vinheta/*spot* sonoro em emissoras de rádio, Internet e outros meios de comunicação em massa;
- Veiculação do material oficial da campanha em redes sociais e outros meios de comunicação de amplo alcance;
- Atividades lúdicas acerca da poluição sonora com alunos do ensino infantil, fundamental e médio de unidades de educação públicas e privadas;
- Medição de som/ruído e divulgação dos índices em diferentes locais;
- Mobilização de estudantes de graduação de Fonoaudiologia, Engenharia Acústica e outros cursos de graduação e pós-graduação afins;
- Reuniões com entidades governamentais determinantes de políticas públicas ambientais e da saúde; e
- Palestras, seminários, mesas redondas, caminhadas etc.

Na sequência de edições brasileiras, as atividades do INAD extrapolaram o ambiente escolar e acadêmico e ganharam visibilidade em locais públicos, como feiras livres, ruas, unidades de saúde, igrejas, shoppings, restaurantes, pontos turísticos, terminais de ônibus, semáforos e tantos outros [9].

Além da ampliação do seu alcance, as ações propostas com o intuito de destacar os impactos do ruído também ganharam magnitude por meio de divulgação de materiais, atividades de promoção de saúde auditiva, mapeamento da poluição sonora, realização de eventos científicos e sessões públicas em que se discutem questões técnicas ou legais relacionadas à causa. Essas ações têm servido como estratégias que oportunizam a reflexão por colocarem em foco discussões que levam à conscientização sobre os impactos do ruído na vida da população, mas também — e não menos importante — sobre o comportamento humano na produção do ruído. Assim, o INAD também tem destacado a importância do desenvolvimento de conhecimento técnico e científico, além de políticas públicas que visam à mitigação da poluição sonora [10, 11].

Todos os anos o INAD Brasil traz *um tema e um lema* para destacar a importância dos cuidados relativos aos impactos do ruído na vida cotidiana e realidade de nosso país. Para que isso seja possível, a coordenação nacional inicia as discussões em meados de outubro/novembro do ano anterior. Participam das discussões profissionais, estudantes, professores da área técnica da acústica, saúde e meio ambiente de diferentes entidades.

Escolhido o tema e definido o lema, a próxima etapa é o desenvolvimento de materiais, que deve acontecer até no máximo início de fevereiro do ano do evento. Geralmente são desenvolvidos [12]:

- Cartazes (4 modelos), o clássico do ano, uma versão em inglês, um com informações adicionais e um no estilo *Keep Calm*;
- *Banners* seguindo os modelos dos cartazes clássico e o com informações adicionais;
- *Ecobag* com as cores simplificadas para utilização em produção com serigrafia;
- Crachá para as comissões e participantes;
- Marcador de página;
- Postal (para envio via correios);
- Capa para vinheta/*spot* sonoro;
- Adesivos ou bôtons em dois tamanhos (3 cm × 3 cm) e (5 cm × 5 cm);
- Adesivo para produção em serigrafia em duas cores (7 cm × 10 cm);
- Lixeira para carro (em uma cor apenas);
- Caneta (em uma cor apenas);
- Apoio de mesa com informações;
- Aviso para porta (similar aos de hotéis);
- Camiseta (4 modelos);
- Folheto (*folder*) com informações e dicas;
- Elementos gráficos em .png para poderem integrar outros materiais;
- Cartilha básica do uso do sonômetro (MNPS);
- Modelos de apresentação para Powerpoint em duas proporções (4:3 e 16:9); e
- Logo principal em quatro diferentes paletas de cores (objetivando aplicações distintas).

Em paralelo ao desenvolvimento do material, são reafirmados os patrocínios e apoiadores nacionais. Os patrocinadores, geralmente empresas de acústica, contribuem com os custos de gráfica, hospedagem do site etc (por exemplo, a [Hottinger Brüel & Kjær – HBK/Spectris](#) do Brasil está continuamente apoiando a campanha).

O INAD Brasil conta ainda com o apoio institucional recorrente da [Sociedade Brasileira de Acústica \(Sobrac\)](#), da [Academia Brasileira de Audiologia \(ABA\)](#), do [Conselho Federal de Fonoaudiologia \(CFFa\)](#), da [Sociedade Brasileira de Fonoaudiologia \(SBFa\)](#) e do [Grupo de Pesquisa em Acústica e Vibrações da Universidade Federal de Santa Maria \(GPAV/UFSM\)](#), além da parceria com organizações brasileiras que têm propósitos afins como, por exemplo, o [Programa *Dangerous Decibels* Brasil](#) e o Projeto “[EducaSOM – Decibéis do Bem](#)”.

Materiais desenvolvidos, patrocinadores e apoiadores confirmados, o próximo passo é desenvolver os textos técnicos e de divulgação que são usados no site e nas redes sociais. Essa etapa deve acontecer até o final de fevereiro para que a campanha seja lançada em março, contabilizando um mês de divulgação prévia. Um mês é o tempo mínimo que os participantes necessitam para organizarem as ações em sua área e local de atuação.

No período de preparação do INAD Brasil, as primeiras semanas do mês de abril servem para que as ações locais sejam anunciadas e divulgadas, buscando engajar o maior número de participantes possível.

Tradicionalmente, o Encontro Internacional de Audiologia (EIA), organizado pela ABA (em março–abril), ocorre antes do INAD, logo, há sempre um espaço de estande para pré-lançamento da campanha e divulgação de novidades para o ano, sendo um evento importante para a causa. Ainda, a Sobrac junto às suas regionais, ajuda na coordenação de atividades que se farão por todo o país. Todas as ações são voluntárias e sem fins lucrativos.

No dia do evento propriamente dito, as ações educativas são intensificadas. Todavia, embora a denominação da campanha sugira “um dia”, as ações não ficam restritas à essa data, e são incentivadas atividades que tenham repercussão mais duradoura, em detrimento das ações pontuais.

4. INAD BRASIL DURANTE A PANDEMIA DA COVID-19: 2020–2022

Devido à pandemia, nas edições de 2020 a 2022 uma campanha que ocorria de forma efetivamente presencial, por exemplo, em escolas, universidades, empresas e a cidade em geral, passou pela

transformação de ser virtual, buscando o afastamento social em prol da saúde. Esse grande impacto é relatado a seguir, pormenorizando as novas estratégias e as adaptações realizadas para que a campanha ainda alcançasse seus objetivos e um público amplo. Foram impostos novos desafios, que suscitaram soluções diferentes para sua continuidade.

Para tanto, o [site INAD Brasil](#) e as Redes Sociais [Instagram](#), [Facebook](#), [Twitter](#), [YouTube](#), [Spotify](#) e [SoudCloud](#) foram potencializadores para o alcance do público alvo e sustentação das atividades virtuais. Ferramentas de videoconferência como o Zoom, Google Meet, Instagram serviram muito bem ao propósito da campanha durante o período, como mecanismos de comunicação remota. Para a hospedagem de materiais e elementos gráficos, a plataforma [GitHub](#) foi adotada a fim de favorecer o acesso aos participantes.

4.1 INAD 2020

Em meio à organização do INAD 2020, assim como toda a humanidade, os organizadores da campanha foram surpreendidos pela Pandemia da Covid-19. De acordo com o cronograma de planejamento das ações para aquele ano, o tema, lema e materiais já estavam desenvolvidos quando foi anunciado o Estado de Emergência de Saúde Pública de Importância Internacional. Inicialmente, antes de lançar a campanha, a opção da coordenação nacional foi por aguardar a evolução da pandemia, as orientações dos órgãos sanitários e, também, para a compreensão do contexto que se configurava na época. Já próximo da data do INAD, o Governo Federal, por intermédio do Ministério da Saúde, decretou o Estado de Emergência de Saúde Pública de Importância Nacional.

Discutidos os prós e contras, a coordenação nacional do INAD Brasil optou por recomendar o cancelamento das atividades presenciais e incentivar as ações virtuais. Desta feita, com a campanha já pronta, o tema, o lema e materiais foram mantidos, mas foi revista a forma de realização, do presencial para o virtual. Em decorrência, o site e mídias sociais foram vias poderosas do impulsionamento da campanha virtual.

O tema em 2020 foi “**Saúde do Trabalhador**”. Para a definição do lema e desenvolvimento dos materiais, equipes de graduação e pós-graduação



ligadas aos cursos de Engenharia Acústica e Fonoaudiologia da Universidade de Santa Maria (UFSM) foram primordiais (comissão INAD Brasil Santa Maria, RS). O lema foi acatado a partir da sugestão do aluno de Engenharia Acústica Giovanni Timóteo, sob a supervisão dos professores Dr. William D’Andrea Fonseca e Dra. Valdete Alves Valentis dos Santos Filha: “**Trabalho com ruído, saúde em perigo!**”. Por sua vez, a arte das peças foi materializada em um trabalho conjunto da aluna do curso de Fonoaudiologia, Laura Motta, e do prof. William, veja a Figura 2.



Figura 2: Arte principal do INAD 2020 e cartazes (use as setas para alternar entre figuras)¹.

Ainda, em especial neste ano, o INAD fez parte das atividades do Ano Internacional do Som (2020–2021), ou *International Year of Sound – IYS*. Inclusive com as atividades do INAD Brasil listadas no [site oficial do IYS](#).

Nas chamadas, foi reforçada a necessidade de manter distanciamento e evitar aglomerações, além do incentivo para a realização de ações virtuais. Palavras que remetem aos ambientes virtuais foram adotadas para os textos no site e mídias sociais, tais como “conectar”, “compartilhar” etc. Por exemplo:

“Incentivamos que se conecte aos seus colaboradores, amigos, parentes... lugares e pessoas... Compartilhe o lema ‘Trabalho com ruído, saúde em perigo’, com criatividade e sem aglomerações! Distanciados fisicamente, mas conectados no mesmo propósito: Disseminar bons hábitos e ajudar a melhorar a saúde do planeta!”

“Seja inovador, use recursos digitais, tecnológicos e

de comunicação remota, aproveite suas redes sociais. Os bons hábitos, as boas ideias, os bons pensamentos, as boas notícias devem transcender as barreiras do distanciamento físico. O INAD está junto nessa. Leve nossa mensagem ‘Trabalho com ruído, saúde em perigo!’, mas continue se cuidando. #FicaEmCasa #INADBrasil #TrabalhoComRuídoEhPerigo”

4.1.1 Materiais 2020

A coordenação nacional acompanhou as atividades realizadas por meio das redes sociais e reporte direto dos participantes de todo o país. Em sua maioria foram *Lives* e demais eventos virtuais, todavia uma série de publicações educativas sobre som, audição e saúde, bem como publicações informativas, foram veiculadas (vide exemplos na Figura 3). Ademais, elementos gráficos e todos os materiais confeccionados foram disponibilizados publicamente no [GitHub](#) e no [site](#), de modo que voluntários interessados pudessem construir as próprias artes e publicações, ou mesmo republicar as já preparadas, contribuindo assim com a divulgação da campanha. Finalmente, o fato das atividades serem remotas favoreceu a realização de eventos com a participação simultânea de profissionais de diferentes regiões do país, o que presencialmente ficaria limitado.

4.1.2 Alcance do INAD Brasil 2020

Durante o mês de abril, foram divulgadas 29 publicações no perfil [@inad.brasil](#), no Instagram. Ao final da campanha, utilizou-se as ferramentas de estatística nativas da plataforma para verificar o alcance da página. Com isso, pôde-se constatar um total de **Curtidas:** 1.544; **Compartilhamentos:** 123; **Publicações salvas:** 53; **Interações:** 1.729; **Alcance:** 15.632; **Impressões:** 18.994; e **Novos seguidores:** 17.

4.2 INAD 2021

Em 2021, a coordenação nacional do INAD Brasil optou por manter a atuação em consonância com organizações internacionais, fazendo parte das atividades do Ano Internacional do Som (ou *International Year of Sound – IYS*), que foi estendido para 2021, e trazendo o lema do [INAD internacional](#) em tradução literal: “**Proteja sua audição, proteja sua saúde!**” (*Protect your hearing, protect your health!*), veja as artes na Figura 7.

Pelo segundo ano consecutivo, as ações presenciais do INAD Brasil foram impactadas pela pande-

¹Utilize os leitores de PDF Acrobat ou Foxit.



(a) Cartazes INAD 2020



(b) Alguns dos materiais INAD 2020

Figura 3: Materiais confeccionados para a campanha do INAD de 2020 (tudo está disponível no [site](#) e no [GitHub](#)).

Figura 4: Arte principal do INAD 2021 e cartazes.

mia da Covid-19. Entretanto, diferente do ano anterior, em 2021 o distanciamento social já estava estabelecido desde a concepção da campanha e, por conseguinte, os materiais e ações foram planejados para amparar ações online. Dessa forma, as mídias sociais, o site institucional e outros ambientes digitais ganharam força no impulsionamento da campanha como via de maior alcance.

Mantendo-se o desafio de compartilhar informações sobre audição, ruído e saúde de forma remota por meio de plataformas digitais, a equipe do INAD Brasil continuou utilizando o site e as redes sociais como imprescindíveis ferramentas de comunicação e divulgação. Desse modo, a estratégia constituiu-se em elaborar materiais didáticos para veiculação de conteúdo científico de forma leve e acessível, buscando o engajamento da comunidade, tanto leiga, quanto profissional [11].

Como o principal meio de divulgação e engajamento desde o ano anterior foi o Instagram, a maior parte das comunicações foram concebidas em formato de postagens, consistindo em uma série de fotos com imagens dispostas em slides/carrossel e texto complementar na descrição, além de diagramas explicativos (vide exemplos na Figura 5). Todo o material foi também adaptado ao Twitter, Facebook, YouTube e site do INAD Brasil [13].

Os eventos remotos continuaram fortalecidos com a participação de profissionais de diferentes regiões, o que serviu também como um chamariz para abranger um público maior e diversificado.

Lives e demais eventos técnicos e científicos foram promovidos por entidades científicas, universidades, empresas e escolas, por exemplo. O fato de serem ações em ambiente virtual serviu para o maior alcance, pois o tempo e a distância foram relativizados. Os participantes puderam acompanhar as atividades ao vivo, interagindo por meio de comentários no *chat*. O formato remoto também favoreceu o acesso posterior devido aos eventos ficarem gravados e disponíveis em plataformas online.

A coordenação nacional do INAD Brasil promoveu dois eventos: *Live INAD Brasil* e *Mesa Redonda sobre som e Audição*, que contaram com a participação de representantes da equipe organizadora da campanha, de entidades apoiadoras e de profissionais convidados da área técnica da saúde, música e acústica.

Outro fator que merece destaque quanto ao enga-



(a) Cartazes INAD 2021

(b) Alguns dos materiais INAD 2021

Figura 5: Materiais confeccionados para a campanha do INAD de 2021 (tudo está disponível no [site](#) e no [GitHub](#)).

jamento da campanha em 2021, foi o fato de que após um ano de pandemia, a população já estava familiarizada com recursos digitais e comunicação remota. As escolas, universidades, empresas, entre outras entidades já haviam assimilado tais recursos em suas rotinas, como aulas à distância — síncronas e assíncronas —, reuniões online e atividades em *home office*. Academias de ginástica, *personal training* e profissionais de todas as áreas realizavam atividades e consultas por via remota. Assim, as ações do INAD Brasil foram facilmente incorporadas no cotidiano das pessoas sem maior estranheza quanto às ferramentas adotadas.

Os desafios enfrentados pelos organizadores do INAD Brasil e as estratégias assumidas diante das condições impostas pela pandemia ao promover a campanha em formato digital foram objetos de tema apresentado no XXIX Congresso Brasileiro e XI Congresso Internacional de Fonoaudiologia [13], evento online que aconteceu em outubro daquele ano.

Ainda em 2021 foi inaugurado o projeto do INAD Brasil no [Research Gate](#) com o intuito de organizar e compilar toda a produção científica relacionada a campanha, contemplando apresentações, artigos e trabalhos promovidos pela organização nacional e parceiros. Finalmente, o capítulo “Dia Internacional da Conscientização sobre o Ruído – INAD Brasil”, publicado no livro “Práticas educativas em saúde auditiva: Nos contextos educacional, ambiental e ocupacional” apresentou um resgate histórico da campanha brasileira (de 2008 à 2021) [9].

4.2.1 Materiais 2021

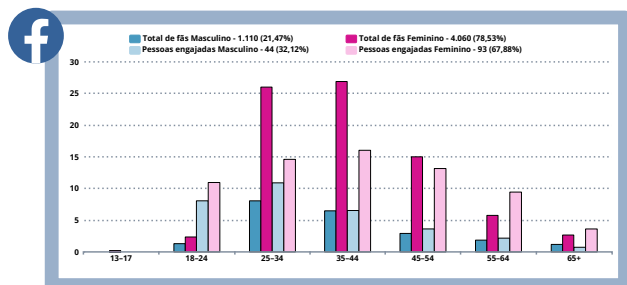
Como comentado na Seção 4.2, os materiais para a campanha de 2021 foram confeccionados tendo em vista a divulgação via Instagram, constituindo-se em uma sequência de imagens (ao estilo de slides/carrossel) com desenhos, diagramas e animações explicativos, acompanhados de um texto complementar na descrição. Os temas abordados contemplaram conceitos básicos sobre som (fundamentos físicos e como realizar sua medição), audição (anatomia e efeitos do ruído na saúde) e resgates históricos (concepção do INAD e do Ano Internacional do Som). As publicações também ajudaram na divulgação de campanhas parceiras, como o [Sinfonia na Cidade](#), bem como na promoção de *lives* e eventos. A Figura 5 contém um compilado das publicações e materiais divulgados (usuários dos leitores de PDF Adobe Reader e Foxit Reader poderão clicar nas setas para visualizar todas as imagens). Ademais, todos estão convidados para acessar às publicações na íntegra no perfil [@inad.brasil](#) no Instagram).

4.2.2 Alcance INAD Brasil 2021

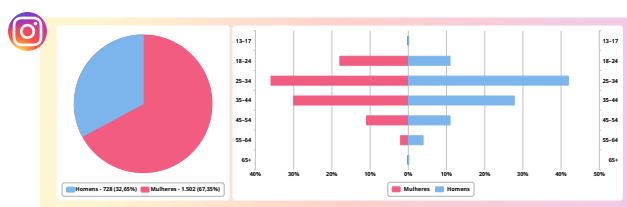
Ao final da campanha de 2021, e no intuito de verificar o alcance das ações, compilou-se as estatísticas de acesso ao perfil do INAD no Instagram (utilizando as ferramentas próprias da plataforma). Desse modo, observou-se um total de: **Curtidas:** 1.807; **Compartilhamentos:** 746; **Publicações salvas:** 334; **Interações:** 938; **Alcance:** 72.771; **Impressões:** 96.504; e **Novos seguidores:** 194.

O perfil dos visitantes das páginas do Instagram e Facebook, bem como os meios de acesso ao site

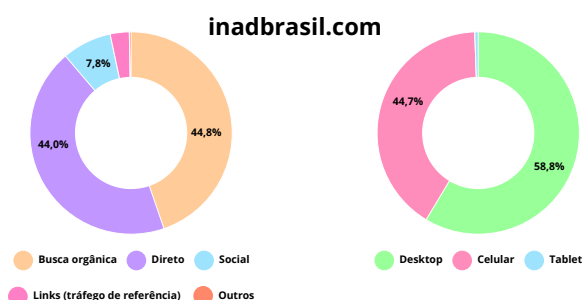
oficial, foram verificados e constam na Figura 6 [9]. Pôde-se notar uma predominância do público feminino, provavelmente por serem a maioria em cursos relacionados ao tema, como a Fonoaudiologia.



(a) Perfil dos visitantes à página do INAD Brasil no Facebook.



(b) Perfil dos visitantes à página do INAD Brasil no Instagram.



(c) Formas de acesso ao site inadbrasil.com

Figura 6: Estatísticas de acesso às páginas do INAD Brasil em três plataformas distintas [9].

4.3 INAD 2022

Os efeitos adversos do ruído na saúde humana e qualidade de vida são detectáveis em todas as idades, desde o período gestacional, passando pela infância e adolescência e culminando na vida adulta e velhice.

Como tema, no ano de 2022 a atenção se voltou aos efeitos do **ruído na infância**. Em geral, Infância remete à alegria, inocência, cuidado, proteção e muita diversão! Não deveria haver espaço para riscos à saúde, ao desenvolvimento e à vida das crianças. Por isso, o lema para este ano foi apresentado em forma de apelo, de protesto: “**Na infância, diversão e proteção. Ruído não!**”.



Figura 7: Arte principal do INAD 2022 e cartazes.

A partir do tema e lema, a intenção do INAD Brasil 2022 foi chamar a atenção aos impactos da presença de ruído na vida da criança, que pode comprometer seu desenvolvimento, aprendizagem, interação social e saúde.

4.3.1 Ruído na Infância

Para o bebê, a exposição da mãe ao ruído durante o período gestacional pode acarretar problemas no desenvolvimento fetal, bem como representar risco à audição (de ambos). Adiante, ao nascimento, o ambiente hospitalar de antemão já apresenta fontes sonoras prejudiciais, tal como ruído da incubadora, da rotina e de equipamentos hospitalares. Ao longo do desenvolvimento infantil, além das fontes de ruído que afetam a pessoas de todas as idades, destacam-se aqueles relacionados aos brinquedos sonoros, eventos musicais e esportivos, parques de diversão *indoor* e outros ambientes de entretenimento, uso de estéreo pessoais, além dos gerados no ambiente escolar.

Os efeitos da exposição a sons intensos podem representar risco à saúde física, mental e social, além de prejudicar a comunicação, aprendizagem e desempenho escolar da criança. Além disso, por se tratar de efeitos cumulativos, pode acarretar maior suscetibilidade a outros problemas de saúde ao longo da vida.

4.3.2 Os embaixadores da campanha 2022

A fim de sensibilizar todos os públicos e, principalmente, o infantil, neste ano de 2022 a campanha contou com os personagens **Sofia e Otto** (@sofiaotto e www.sofiaotto.com.br), de autoria



(a) Cartaz principal INAD 2022



(b) Cartaz com infos INAD 2021



(c) Cartaz Keep Calm

Figura 8: Cartazes confeccionados para a campanha do INAD de 2022 (tudo está disponível no [site](#) e no [GitHub](#)).

do cartunista gaúcho **Pedro Leite**, como embaixadores do INAD Brasil 2022 (vide Figura 7).

Sofia e Otto são personagens que compõem uma família que trata de temas do cotidiano de uma maneira crítica, engajada e divertida, em uma série de livros infantis e quadrinhos. Em suas histórias, já destacaram-se temas como amizade, amadurecimento, diversidade, brincadeiras, pandemia e tantos outros que evidenciam o quanto são antenados e engajados [14]. Por esse conjunto de fatores, foram considerados apropriados para ilustrarem a campanha e apoiarem na conscientização sobre o ruído na infância.

Pedro Leite é uma das referências nacionais como cartunista, ilustrador e publicitário, premiado em 2013 como melhor Fanzine (Troféu Angelo Agostini) e em 2016 como o melhor Web Quadrinho (Troféu HQ Mix) [14].

4.3.3 Novos apoiadores e parceiros

Além dos apoiadores tradicionais, dado o foco do tema deste ano, o INAD Brasil 2022 contou com o apoio adicional da Academia Brasileira de Otorrinolaringologia Pediátrica (ABOPe) e da Associação Interamericana de Otorrinolaringologia Pediátrica (IAPO).

Considerando que a audição é parte da saúde, e que cuidar da saúde é primordial, o INAD Brasil sempre busca consonância com proposições afins. Sendo assim, em 2022 o INAD Brasil se dispôs a ressoar o tema do Dia Mundial da Audição [15], proposto pela Organização Mundial de Saúde (OMS ou WHO) em março deste ano: “*To hear for life, listen with care!*” (“Para ouvir por

toda a vida, ouça com cuidado!”), em tradução livre para o português), intensificando a visibilidade ao novo padrão internacional para audição segura em locais e eventos em que se registra o uso da música amplificada, publicado recentemente pela OMS [16].

Retomando eventos presenciais, o 37º Encontro Internacional de Audiologia, promovido pela Academia Brasileira de Audiologia (ABA), aconteceu em São Paulo (SP) de 6 a 8 de abril de 2022. Como de costume, o INAD Brasil participa do evento na categoria parceiro institucional, o que lhe dá o direito a um estande na área de expositores (vide foto na Figura 9). Esse espaço tem servido ao INAD desde 2010 para divulgar os propósitos e materiais da campanha, estabelecer parcerias e engajar participantes. Como o evento reúne profissionais e estudantes de todas as regiões do Brasil e países circunvizinhos, a visibilidade ganha é imensurável. Trata-se de um dos maiores eventos da Fonoaudiologia, o que explica o número majoritário de fonoaudiólogos(as) participantes do INAD Brasil (vide Figura 6).



Figura 9: Estande do INAD Brasil no EIA 2022, realizado em São Paulo, SP, de 6 a 8 de abril.

4.3.4 A pandemia amenizou, mas não acabou

As condições impostas pela pandemia da Covid-19, embora amenizadas em abril de 2022 (comparado aos anos anteriores), não acabaram.

Faltando cinco dias para o Dia Internacional da Conscientização sobre o Ruído, que foi celebrado em 27 de abril, no dia 22 de abril de 2022 o Governo Federal, por intermédio do Ministério da Saúde, declarou o fim da Emergência em Saúde Pública de Importância Nacional causada pela pandemia da Covid-19. Apesar disso, infelizmente, ainda havia registro de muitos problemas relacionados aos males à saúde em diversas direções. Portanto, a coordenação nacional do INAD Brasil optou por manter a recomendação de que todas as ações fossem realizadas sem representar riscos à população. Deu-se continuidade ao incentivo de atividades virtuais, por contribuírem com a proteção dos participantes e possibilitar maior alcance. Para tanto, as artes da campanha se mantiveram voltadas para a internet e mídias sociais.

4.3.5 Materiais 2022

Como de costume, foram disponibilizados os cartazes da campanha, bem como uma diversidade de materiais em formatos para o Instagram, veja a Figura 8. Além disso, arquivos em .png com fundo transparente ficaram disponíveis no [site](#) e no repositório do [GitHub](#) para serem usados como moldura em fotos de perfil e demais criações para redes sociais (ou impressos). As artes estavam compatíveis para serem usadas no Canva, Photoshop, Corel Draw, Illustrator e Paint. Os elementos gráficos da campanha também ficaram disponíveis separadamente para que fosse possível a adaptação em composição própria, de acordo com a realidade de cada participante (ou instituição).

4.3.6 Alcance INAD Brasil 2022

Com a volta das atividades presenciais, foi possível retomar parte das ações tradicionais em escolas e espaços públicos. Registros de atividades ao redor de todo o país foram publicados nas redes sociais, em especial o Instagram, muitos dos quais fizeram menção direta ou indireta à página do INAD Brasil (via marcação ou *hashtags* [@inad.brasil](#)). Assim, com o intuito de se obter uma noção do alcance da campanha, a equipe do INAD Brasil compilou essas publicações, organizando-as por

estados. Ao fim, observou-se um total de 112 registros encontrados.

A Figura 10 ilustra a quantidade de publicações por estados brasileiros, na qual observa-se que Santa Catarina, Rio Grande do Norte e São Paulo foram os estados com o maior número de registros. No entanto, cabe ressaltar que esses dados dizem respeito apenas às publicações que mencionaram *diretamente* a página do [@inad.brasil](#) no Instagram, ou que utilizaram *hashtags* afins. Desse modo, é possível que muitas outras atividades tenham sido realizadas em prol da campanha em todo o país.

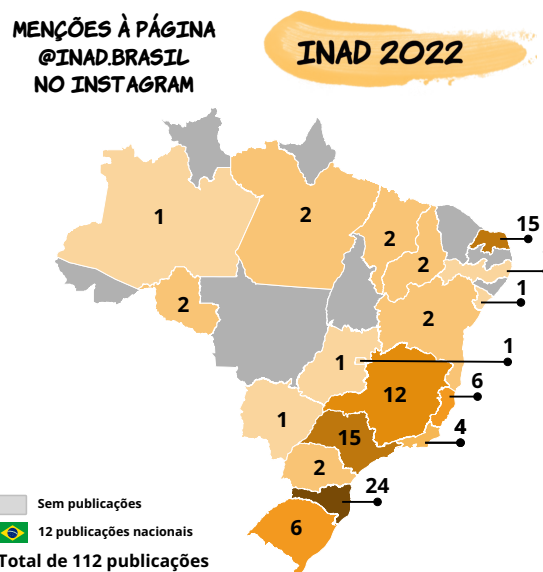


Figura 10: Menções diretas à página do INAD Brasil no Insta por estados brasileiros durante a campanha de 2022.

5. CONSIDERAÇÕES FINAIS

Este artigo documentou os três últimos anos das campanhas do INAD Brasil, isto é, 2020, 2021 e 2022. Elas ocorreram de forma virtual e híbrida, situação provocada pela pandemia da Covid-19, que despertou novos desafios. Apesar deles, com dedicação, paciência e criatividade, as campanhas tiveram sucesso e puderam alcançar novos ares devido à ampla campanha via Internet (como relatado em índices). A comissão nacional forneceu *materiais base* para que as pessoas fossem os próprios vetores do tema.

O INAD Brasil vem crescendo com apoio da sociedade, seja por pessoas, empresas ou entidades. Isso é essencial para promover uma campanha voluntária e que vem a suscitar o conhecimento e conscientização acerca de som e ruído, seja para o especialista (técnico ou em saúde), seja para o amplo público brasileiro.



Por fim, convidamos o caro leitor para participar da campanha de alguma forma, mesmo que seja um *repost* do Instagram marcando o @inad.brasil!

6. AGRADECIMENTOS

Primeiramente, gostaríamos de agradecer a todas as pessoas que desenvolveram ações e apoiaram o INAD ao longo do Brasil, seja por um *post* ou por uma atividade presencial. Tudo contribuiu para a conscientização sobre o ruído. **Nosso enorme obrigado a todos.**

Dos apoiadores, um agradecimento para a Academia Brasileira de Audiologia (ABA), Sociedade Brasileira de Fonoaudiologia (SBFa), Conselho Federal de Fonoaudiologia (CFFa) e Sociedade Brasileira de Acústica (Sobrac, nacional e regionais) pelo apoio contínuo ao longo dos anos. Dos patrocinadores, um agradecimento especial para a Hottinger Brüel & Kjær – HBK/Spectris do Brasil que vem apoiando a campanha em prol da saúde e promoção do conhecimento sobre som e ruído.

REFERÊNCIAS

- [1] Organização Pan-Americana da Saúde (OPAS). Histórico da pandemia de Covid-19. Online, 2022. Disponível em: <https://www.paho.org/pt/covid19/historico-da-pandemia-covid-19#:~:text=Em%31%de%dezembro%de,identificada%antes%em%seres%humanos>. Acesso em junho de 2022.
- [2] Dominguez, Bruno. Alerta Global: novo coronavírus é a sexta emergência em saúde pública de importância. *RADIS*, 19(210):14–21, março 2020. Disponível em: <https://www.arca.fiocruz.br/bitstream/icict/40590/2/Radis210BrunoDominguez.pdf>.
- [3] Ministério da Saúde. Portaria nº 188, de 3 de fevereiro de 2020. Online, 2020. Disponível em: http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/Portaria/Portaria-188-20-ms.htm. Acesso em junho de 2022.
- [4] Presidência da República – Secretaria-Geral – Subchefia para Assuntos Jurídicos. Lei Nº 13.979, de 6 de fevereiro de 2020. Online, 2020. Disponível em: http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_Ato2019-2022/2020/Lei/L13979.htm. Acesso em junho de 2022.
- [5] Presidência da República – Secretaria-Geral – Subchefia para Assuntos Jurídicos. Lei Nº 14.0135, de 11 de agosto de 2020. Online, 2020. Disponível em: http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2019-2022/2020/lei/L14019.htm. Acesso em junho de 2020.
- [6] Presidência da República – Secretaria-Geral – Subchefia para Assuntos Jurídicos. Lei Nº 14.019, de 2 de julho de 2020. Online, 2020. Disponível em: http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2019-2022/2020/lei/L14035.htm. Acesso em junho de 2020.
- [7] Ministério da Saúde – Gabinete do Ministro. Portaria Nº 913, de 22 de abril de 2022. Online, 2022. Disponível em: http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/Portaria/PRT/Portaria-913-22-MS.htm. Acesso em junho de 2022.
- [8] Ministério da Saúde. Ministério da Saúde declara fim da Emergência em Saúde Pública de Importância Nacional pela Covid-19. Online, abril 2022. Disponível em: <https://www.gov.br/saude/pt-br/assuntos/noticias/2022/abril/ministerio-da-saude-declara-fim-da-emergencia-em-saude-publica-de-importancia-nacional-pela-covid-19>. Acesso em junho de 2022.
- [9] Kuniyoshi, Isabel Cristiane; Fonseca, William D’Andrea e Paul, Stephan. *Práticas educativas em saúde auditiva: nos contextos educacional, ambiental e ocupacional*, Capítulo 12. Dia Internacional de Conscientização Sobre o Ruído – INAD Brasil, págs. 138–152. Atena, 2021. ISBN 978-6559835522. doi: 10.22533/at.ed.52221131012. Disponível em: <https://bit.ly/cap-inad>.
- [10] Fonseca, William D’Andrea. Dia Internacional da Conscientização sobre o Ruído – INAD Brasil 2020 (Encarte). *Acústica & Vibrações*, 35(52): 143–146, 2020. ISSN 2764-3611, 1983-442X. doi: 10.55753/aev.v35e52.26.
- [11] Kuniyoshi, Isabel Cristiane; Fonseca, William D’Andrea e Mello, Felipe Ramos. Dia Internacional da Conscientização sobre o Ruído – INAD Brasil 2021 (Encarte). *Acústica & Vibrações*, 36(53):1–8, 2021. ISSN 2764-3611, 1983-442X. doi: 10.55753/aev.v36e53.58.
- [12] INAD Brasil – Dia Internacional da Conscientização Sobre o Ruído. Online, 2022. Disponível em: <http://www.inadbrasil.com>. Acesso em junho de 2022.
- [13] Fonseca, William D’Andrea; Mello, Felipe Ramos; Mareze, Paulo; Silva, Rafael Augusto David; Kuniyoshi, Isabel; Santos, Christian e Lacey, Joseph. Desenvolvimento de material educacional de acústica e audição para o INAD Brasil 2021. Em *XXIX Congresso Brasileiro e o IX Congresso Internacional de Fonoaudiologia 2021 (Fono 2021)*, págs. 1–17. Sociedade Brasileira de Fonoaudiologia (SBFA), 2021. ISBN 978-6586760095. Disponível em: <https://bit.ly/fono2021-inad>.
- [14] Leitte, Pedro. Sofia e Otto – Sobre. Online, 2022. Disponível em: <https://www.sofiaeotto.com.br/sobre>. Acesso em junho de 2022.
- [15] World Health Organization. World Hearing Day 2022. Online, 2022. Disponível em: <https://www.who.int/campaigns/world-hearing-day/2022>. Acesso em junho de 2022.
- [16] World Health Organization. WHO releases new standard to tackle rising threat of hearing loss. Online, março 2022. Disponível em: <https://www.who.int/news/item/02-03-2022-who-releases-new-standard-to-tackle-rising-threat-of-hearing-loss>. Acesso em junho de 2022.