

AVALIAÇÃO DA CAMPANHA DE COMBATE AO AEDES 2016, EM RELAÇÃO À PREVENÇÃO PARA ZIKA NOS ESTADOS DA PARAÍBA E MATO GROSSO

#100031

Marly Marques da Cruz (Marly Marques da Cruz) (/proceedings/100058/authors/333991)¹; Santuzza Arreguy Silva Vitorino (Santuzza Arreguy Silva Vitorino) (/proceedings/100058/authors/338656)²; Juliana Ferreira Kabad (Juliana Ferreira Kabad) (/proceedings/100058/authors/338657)²; Marcela Abreu (Marcela Abreu) (/proceedings/100058/authors/336986)²; Patrícia Pássaro da Silva Toledo (Patrícia Pássaro da Silva Toledo) (/proceedings/100058/authors/338658)²; Michele Souza e Souza (Michele Souza e Souza) (/proceedings/100058/authors/338659)²; Susan Robinson (Susan Robinson) (/proceedings/100058/authors/338660)³

avaliacao-da-campanha-de-combate-ao-aedes-2016--em-relacao-a-prevencao-para-zika-nos-estados-da-paraiba-e-mato-grosso)

Apresentação/Introdução

A estratégia de comunicação do Ministério da Saúde, em 2016, para amplo alcance foi a campanha de massa na TV, rádio, Internet e mobiliário urbano afim de mobilizar a população contra o *Aedes aegypti*, vetor do Zika, Chikungunya e Dengue. Composta por vídeos, spots para rádio, banners e material gráfico, a campanha abordava consequências debilitantes, risco de morte e eliminação dos focos do *Aedes*.

Objetivos

Avaliar a efetividade das estratégias de comunicação de prevenção do Zika contidas na campanha nacional de combate ao *Aedes* 2016 em relação aos públicos-alvo que recebem mensagens sobre o Zika nos estados da Paraíba e Mato Grosso.

Metodologia

O estudo foi realizado nos estados da Paraíba e Mato Grosso, período de 24/05 a 09/06/2017. Foram cinco dias de coleta em cada município, sendo dois dias do final de semana para os locais públicos e três dias úteis para as unidades do SUS, selecionadas por randomização segundo o fluxo de usuários/ano. O público-alvo eram homens e mulheres, com idade entre 18 e 49 anos, que estivessem grávidos, planejando engravidar ou que não estivessem planejando engravidar. Foi adotado um instrumento com questões abertas e fechadas e o uso de uma ferramenta inovadora para coleta dos dados: entrevistas com smartphone. A equipe empregou técnicas de Amostragem por Tempo-Espaço ou Amostragem por Tempo-Local.

Resultados

No total foram entrevistados 330 pessoas, sendo 188 mulheres e 142 homens em Cuiabá e 312, 167 mulheres e 145 homens em João Pessoa. Mais de 70% da amostra recebe menos de quatro salários mínimos/mês e quase 70% respondeu desconhecer outra forma de transmissão do Zika além daquela transmitida pelo mosquito. Somente 13% respondeu transmissão sexual. Quanto ao uso de preservativo para evitar transmitir Zika, 78% dos respondentes disseram que nunca usaram com esta finalidade. Foi perceptível a grande confusão entre as diferenças e similaridades entre as três doenças transmitidas pelo *Aedes aegypti* (zika, dengue e chikungunya) e a pesquisa contribuiu para ampliar o conhecimento dos envolvidos.

Conclusões/Considerações

Dificuldade em encontrar o perfil do público-alvo que estava planejando engravidar, por não ser esse planejamento característica marcante da cultura brasileira. A visita domiciliar foi boa estratégia para alcançar mulheres grávidas. Existe a necessidade de direcionamento das campanhas segundo o contexto. O respeito à diversidade cultural e aos aspectos demográficos, socioeconômicos e epidemiológicos devem ser revisados em qualquer campanha.

Tipo de Apresentação

Comunicação Oral Curta

Instituições

¹ ENSP ;

² ENSP/FIOCRUZ ;

³ CDC

Eixo Temático

Planejamento, Gestão e Avaliação na Saúde

Como citar este trabalho?