

## Advocacy em campanhas de MTI durante a pandemia da Covid-19

V.1 (setembro de 2020)

### Recordar as medidas de prevenção da infecção por COVID-19<sup>1</sup>

- Manter a distância física de, pelo menos, 1 metro das outras pessoas, com exceção de familiares diretos ou pessoas com quem partilhe habitação
- Limpar as mãos com desinfetante à base de álcool ou lavá-las com água e sabão de forma regular e rigorosa. A OMS recomenda a lavagem frequente das mãos com água e sabão durante, pelo menos, 20 segundos. Se não estiver disponível sabão ou desinfetante para as mãos, deve esfregar-se vigorosamente as mãos com cinzas de madeira
- Evitar frequentar lugares movimentados
- Evitar tocar nos olhos, nariz e boca
- Praticar a higiene respiratória, tossindo ou espirrando para a parte interior do cotovelo ou para um lenço de papel e descartando-o imediatamente<sup>2</sup>, lavando as mãos de seguida
- As pessoas com sintomas respiratórios devem ficar em casa e não ir ao trabalho
- Em caso de transmissão comunitária, use uma máscara de tecido especialmente quando não for possível manter o distanciamento físico
- Usar e descartar corretamente todos os materiais de prevenção da infecção por COVID-19 fornecidos. Seguir as diretrizes do governo nacional ou da OMS em relação à sua eliminação
- Manter todas as outras medidas descritas, mesmo quando utilizar equipamento de proteção
- Manter-se a par das mais recentes orientações e regulamentos da OMS e do governo nacional

OBSERVAÇÃO: Com a evolução da pandemia, a OMS está atualizando as medidas de prevenção de infecção com base em novos achados científicos. Para as atualizações, consulte <https://www.who.int/emergencies/diseases/novel-coronavirus-2019/advice-for-public>

**Principais documentos da AMP:** *Principais orientações para a distribuição de mosquiteiros tratados com inseticida (MTIs) durante a pandemia da Covid-19*

*Considerações gerais para a distribuição segura de MTI durante a pandemia da Covid-19*  
<https://allianceformalariaprevention.com/about/amp-guidelines-and-statements/>

### Identifique o papel da *advocacy* para a campanha de MTIs durante a pandemia da Covid-19

As reuniões de *advocacy* não são meras sessões informativas, mas, sim, uma atividade planejada para influenciar, inspirar, motivar e engajar uma pessoa, um grupo de pessoas, uma organização ou uma estrutura em especial. Elas são, também, sessões de orientação para aumentar a conscientização a respeito da próxima campanha de MTIs, sobre onde, quando e como a campanha será planejada e quem é o público-alvo.

<sup>1</sup> WHO.int/emergencies/diseases/novel-coronavirus-2019/advice-for-public

<sup>2</sup> Seguir as orientações nacionais e da OMS sobre a eliminação de resíduos. Os resíduos devem ser descartados corretamente, de modo a não haver o risco de contaminar outros. Consultar também:

<https://www.who.int/publications/i/item/water-sanitation-hygiene-and-waste-management-for-the-covid-19-virus-interim-guidance>.

A *advocacy* para campanhas de MTIs inclui atividades para promover a boa vontade e o apoio políticos para a campanha, para aumentar recursos financeiros e outros tipos de recursos de forma sustentável e para responsabilizar as autoridades para garantir que os compromissos sejam cumpridos e os resultados atingidos. A *advocacy* é realizada em nível nacional, para engajar os líderes políticos, a mídia nacional ou subnacional e as agências de financiamento na campanha, e em nível internacional, para promover as atividades nos países e angariar mais apoio (com frequência financeiro) para as atividades planejadas<sup>3</sup>. Durante a pandemia da Covid-19, a boa vontade e o apoio político são ainda mais importantes. Em um momento durante o qual a malária pode não ser considerada como uma prioridade por muitas pessoas, a *advocacy* é fundamental para enfatizar a importância de continuar a proteger a população contra a malária por meio da distribuição de MTIs e de destacar os perigos da coinfeção pela Covid-19 na ausência de proteção.

A *advocacy* é uma forma de PROMOÇÃO e os programas nacionais da malária precisam garantir que a estratégia de *advocacy* da campanha de MTIs tenha como base uma visão clara, com objetivos definidos e meta atingíveis, incluindo o acesso às comunidades e aos recursos locais e a demonstração da responsabilidade do programa.

### **Planeje as sessões de *advocacy* com antecedência**

É preciso planejar adequadamente as sessões de *advocacy* para que estejam alinhadas com o público-alvo. O planejamento das atividades de *advocacy* deve ser iniciado com antecedência já que, com frequência, exige a mobilização de pessoas que desempenham outras atividades e a mobilização de recursos que podem ser limitados porque foram redirecionados para a Covid-19. É fundamental preparar e distribuir em tempo hábil os programas, as ferramentas e os materiais específicos para o público e que ajudarão a conduzir as sessões e a maximizar os resultados dos esforços.

### **Engaje as pessoas certas no momento certo para ajudar a alcançar os objetivos da campanha**

Os programas nacionais da malária devem influenciar e engajar as pessoas CERTAS para ajudar a alcançar os objetivos da campanha para aumentar o acesso e o uso dos MTIs.

Além das orientações e das considerações padrão de *advocacy* para as campanhas de MTIs, no contexto da transmissão da Covid-19, aqueles planejando as sessões de *advocacy* devem levar em consideração:

- o acesso social, político e geográfico às comunidades, especialmente onde elas estiverem divididas do ponto de vista político ou onde houver medo e estigmatização por causa da Covid-19 e da falta de confiança em pessoas de fora;
- a segurança da equipe da campanha, ou seja, no caso da presença de grupos de insurgentes ou de vigilantes nas áreas que precisam ser informadas a respeito da campanha de MTIs.

Os participantes das sessões de *advocacy* devem ser representantes de suas sociedades, comunidades, grupos ou organizações e devem ser capazes de influenciar de forma positiva o resultado da campanha de MTIs. Nenhum grupo ou pessoa(s) específico(s) deve(m) receber menor prioridade por causa de viés político ou social. Assim, são necessárias considerações cuidadosas a respeito da igualdade de gênero e da inclusão de representantes de todos os grupos da sociedade, inclusive deficientes, idosos, jovens e grupos de minorias e, em alguns casos (quando adequado), representantes de grupos como deslocados internos e refugiados ou grupos organizados ou informais de oposição.

---

<sup>3</sup> Consulte o kit de ferramentas da AMP, Capítulo 6. [https://allianceformalariaprevention.com/wp-content/uploads/2019/01/AMP\\_ToolkitReport2019\\_Chapt6\\_20190124\\_Proof2.pdf](https://allianceformalariaprevention.com/wp-content/uploads/2019/01/AMP_ToolkitReport2019_Chapt6_20190124_Proof2.pdf)

É também importante engajá-los no momento certo. Isso significa a realização das sessões de *advocacy* com antecedência, logo no início das atividades de campanha, para permitir que os parceiros e os ativistas tenham a oportunidade de planejar e de preparar como irão apoiar a campanha.

Embora a *advocacy* inicial seja essencial para garantir que os atores e os parceiros sejam informados a respeito da campanha e compreendam suas funções para o sucesso da mesma, também pode ser necessário realizar reuniões de *advocacy* posteriores durante o processo da campanha em caso de acontecimentos importantes que suspendam as atividades da campanha ou que causem grandes mudanças de estratégia. Em tais casos, pode ser importante engajar novamente os atores e os parceiros antes de reiniciar as atividades para garantir o esclarecimento dos problemas que causaram a suspensão das atividades e para esclarecer as medidas de mitigação para a conclusão das atividades.

### ***Em nível nacional***

Alguns exemplos das pessoas certas a serem engajadas durante a pandemia da Covid-19 em nível nacional incluem:

- membros da força-tarefa nacional da Covid-19;
- funcionários do governo que têm interesse nos resultados da campanha (p.ex.: ministérios da saúde, meio ambiente, trabalho, segurança);
- membros de diferentes partidos políticos, especialmente aqueles que não estão atualmente no poder;
- representantes de organizações não governamentais (ONGs) locais, nacionais e internacionais, bem como de agências da ONU, como a OMS e a UNICEF, Sociedades Nacionais da Cruz Vermelha e do Crescente Vermelho e outras organizações que estejam executando campanhas de saúde pública em comunidades, como o Rotary;
- membros de quaisquer organizações/partes interessadas parceiras que estejam baseadas ou trabalhando nas áreas de interesse para os MTIs;
- representantes de empresas de telecomunicações que podem ser capazes de apoiar atividades de *advocacy* e de mudança social e comportamental, durante e após a campanha de MTIs, por exemplo, ao oferecer mensagens SMS de alerta gratuitas durante a campanha;
- jornalistas, repórteres e produtores da imprensa nacional e de outros meios de comunicação social;
- líderes religiosos e representantes de grupos religiosos (incluindo grupos multirreligiosos);
- representantes da polícia, exército ou forças armadas nacionais, especialmente quando a insegurança for um problema durante a execução das atividades;
- representantes das empresas do setor privado;
- personalidades nacionais conhecidas ou populares (músicos, artistas, personalidades de televisão e rádio, atletas, influenciadores das redes sociais).

Esta não é uma lista completa e os participantes das sessões de *advocacy* em nível nacional devem ser identificados com base no contexto de cada país. É importante que as pessoas envolvidas na campanha não sejam escolhidas simplesmente por uma razão política ou financeira, mas porque podem contribuir e ajudar a garantir a implementação da campanha em todos os níveis. O desafio é como e quando identificar as pessoas certas, tomando cuidado para que ninguém deixe de ser incluído(a) por causa de vieses. A identificação deve ser feita no início do processo de planejamento da campanha para garantir a adesão aos seus objetivos.

### ***Em nível regional e distrital***

O microplanejamento em nível distrital pode ser uma boa oportunidade para identificar pessoas ou grupos de influência que devem participar em sessões de *advocacy* em nível distrital. Quando sessões distritais de *advocacy* estiverem sendo planejadas ao mesmo tempo que oficinas de

microplanejamento, a equipe de MSC do programa nacional da malária deve participar da identificação das partes interessadas bem antes da realização das oficinas. Tal identificação das partes interessadas deve ser feita em consulta plena com as equipes de gestão em saúde do distrito (DHMTs, da sigla em inglês), bem como com parceiros atuando em nível distrital e comunitário e que podem conhecer os principais interessados dispostos a ajudar na execução da campanha de MTIs. A consulta com a DHMT e outros parceiros pode ser feita por telefone, virtualmente ou (em último caso) por meio de visitas físicas aos distritos, respeitando as medidas de prevenção da Covid-19. Tais consultas terão implicações orçamentárias que devem ser previstas durante o macroplanejamento.

Existe o risco de que determinados grupos recebam menor prioridade ou sejam mesmo abertamente deixados de lado por conta de conflitos políticos, culturais ou sociais e de tensões em nível regional ou distrital. Para evitar tal situação, o programa nacional da malária deve garantir que:

- as equipes regionais de gestão em saúde, as DHMTs e os parceiros de implementação trabalhem com o maior número possível de parceiros e partes interessadas em nível distrital para maximizar a representação. Isto inclui, mas não se limita a:
  - pessoas que representam a força-tarefa nacional da Covid-19 em nível regional e distrital;
  - funcionários administrativos e políticos regionais e distritais (incluindo oposição governamental);
  - diferentes partidos ativos na região e nos distritos, quando aplicável. Pode ser necessário realizar reuniões separadas de *advocacy* com grupos representando diferentes partidos onde estes forem importantes para ter acesso aos grupos-alvo e quando seus representantes não participarem de reuniões com líderes de outros partidos;
  - líderes religiosos e representantes de grupos religiosos ativos na região e no distrito;
  - personalidades populares ou influentes a nível regional e distrital, como músicos, atletas, personalidades da televisão e do rádio, artistas.
- organizações politicamente neutras, como as Sociedades Nacionais da Cruz Vermelha e do Crescente Vermelho, agências das Nações Unidas ou ONGs internacionais e nacionais trabalhando no distrito participem das sessões distritais de *advocacy* para trazer experiência operacional às discussões e para fazer recomendações sobre as abordagens que serão usadas.

### ***Em nível comunitário***

Em nível comunitário, os participantes das sessões de *advocacy* precisam ser membros de confiança da comunidade que possam influenciar as atitudes e as práticas dos demais e que representem diferentes aspectos da comunidade. Seu papel será mobilizar a comunidade, manter os membros informados sobre os acontecimentos, garantir que a distribuição de MTIs esteja sendo realizada da forma mais segura possível para proteger os membros da comunidade e a equipe da campanha e motivar todos os membros da comunidade a cooperar com as atividades da campanha. Devem também ser capazes de alertar a equipe da campanha a respeito dos membros da comunidade que são deficientes, marginalizados, excluídos ou de difícil acesso, bem como sobre as famílias que estão em quarentena por causa de suspeita ou confirmação de Covid-19. Em nível comunitário, um equilíbrio de gênero dos participantes é importante para garantir a representação de todas as partes da comunidade.

Exemplos de participantes a serem incluídos em sessões comunitárias de *advocacy* são:

- chefes das aldeias, líderes de grupos de mulheres, chefes tradicionais, líderes juvenis, representantes religiosos, lojistas, representantes empresariais e comerciais;
- ONGs trabalhando na comunidade, seja em programas de saúde ou outros tipos de apoio comunitário;
- pessoas populares em diferentes grupos na comunidade, como músicos, atletas, artistas, etc.;

- na medida do possível, representantes de grupos minoritários, como os deficientes e as minorias étnicas.

Durante a pandemia da Covid-19, os líderes comunitários terão papéis e responsabilidades mais importantes para garantir o sucesso da campanha de MTIs. Recomenda-se, portanto, que as reuniões de *advocacy* dirigidas aos líderes comunitários sejam transformadas em sessões de orientação. O objetivo das sessões de orientação não é apenas pedir o apoio dos líderes comunitários, mas também fornecer-lhes ferramentas, materiais, habilidades e conhecimento para desempenhar suas funções e responsabilidades<sup>4</sup>.

### ***Cenários urbanos v. rurais***

É importante notar que as pessoas certas para as sessões de *advocacy* serão diferentes em ambientes urbanos e rurais. Pessoas influentes em ambientes rurais tendem a ser líderes comunitários tradicionais, como chefes de aldeia, curandeiros tradicionais e líderes religiosos. Em áreas urbanas, especialmente nas grandes cidades onde a utilização de canais de comunicação de massa (especialmente as redes sociais) é proeminente, pessoas influentes podem ser celebridades, como atletas, atores e atrizes de televisão e cinema e músicos que têm muitos seguidores nas redes sociais.

### **Implemente com segurança as atividades de *advocacy* durante a pandemia da Covid-19**

As sessões de *advocacy* devem ser adaptadas para evitar a exposição à Covid-19. Existem diferentes opções para diferentes países, e mesmo para diferentes regiões de cada país, dependendo da situação de transmissão da Covid-19, do grau e da confiabilidade da conectividade, da disponibilidade de locais apropriados onde é possível manter o distanciamento físico, da disponibilidade e adequação de espaços exteriores, etc.

As adaptações para garantir a realização segura das atividades de *advocacy* podem exigir:

- a realização de sessões virtuais. Isso pode ser necessário quando há focos de Covid-19 ou onde a transmissão da Covid-19 é alta e as áreas estão sujeitas a restrições locais. Frequentemente é possível realizar as sessões virtuais em nível nacional quando o acesso à Internet for bom, onde as pessoas estão familiarizadas com as tecnologias de informação e de comunicação (TIC) e com o uso de plataformas de reuniões virtuais;
- combinação de uma sessão presencial com uma sessão virtual, com participantes que têm acesso a uma boa conexão e que se sintam à vontade com a tecnologia para participar virtualmente da sessão de *advocacy* com colegas que estejam presentes no local da sessão;
- adaptação dos níveis nos quais as sessões de *advocacy* estão sendo realizadas para que pessoas de níveis mais baixos não viajem para fora de suas comunidades e distritos onde possam estar expostas à Covid-19. Assim, pode ser necessário realizar uma série de reuniões de *advocacy* em diferentes níveis (nacional, regional, distrital, comunitário, etc.) que terão implicações orçamentárias;
- também pode ser necessário dividir as reuniões de *advocacy* quando elas forem presenciais e o número máximo de participantes não puder ser reduzido para obedecer às restrições nacionais a respeito do número máximo de participantes em reuniões sem afetar significativamente a estrutura da campanha e a qualidade da implementação;
- da mesma forma, também poderão ser necessárias várias reuniões de *advocacy* quando tensões políticas ou quando a divisão multipartidária de poderes dificultem a presença de

---

<sup>4</sup> Consulte a recomendação da AMP: *Engajamento de líderes comunitários na distribuição de mosquiteiros tratados com inseticida (MTI) durante a pandemia da Covid-19*. <https://allianceformalariaiprevention.com/about/amp-guidelines-and-statements/>

todas as pessoas "certas" na mesma sala, mas onde é essencial garantir a cooperação e a plena participação de todos.

Se forem necessárias reuniões de *advocacy* separadas, certifique-se de que:

- todos recebam a mesma informação. Isto significa garantir um programa robusto com facilitadores que conheçam a fundo a campanha de MTIs;
- todos recebam os mesmos materiais no kit de *advocacy* (embora possam estar em idiomas diferentes) e que eles sejam adequados do ponto de vista cultural para todos os envolvidos;
- recursos financeiros suficientes tenham sido levados em consideração para as várias sessões de *advocacy* e que estes estejam claramente justificados no plano de ação de MSC e no plano de avaliação e de mitigação de riscos;
- todos os diferentes partidos políticos estejam cientes de que todos estão recebendo as mesmas informações e de que nenhum partido está recebendo qualquer tipo de vantagem em relação aos demais.

Caso seja necessário realizar as sessões de *advocacy* de forma presencial (provavelmente em níveis mais baixos onde a conexão com a Internet é menos confiável ou inexistente), certifique-se de que as seguintes medidas de prevenção da Covid-19 sejam planejadas, orçadas e implementadas:

- os locais devem permitir o distanciamento físico (por exemplo, a seleção de um local para o dobro dos participantes convidados) ou as reuniões devem ser realizadas ao ar livre, o que pode exigir um orçamento para o aluguel de uma tenda, cadeiras, etc.;
- estações para a lavagem das mãos e instrua os participantes a lavarem as mãos antes de entrarem na reunião. Caso contrário, certifique-se de que haja desinfetante para as mãos para que todos os participantes higienizem suas mãos antes de entrar no local;
- certifique-se de que o local foi desinfetado antes da reunião e que seja desinfetado após a reunião (isto deve ser incluído no orçamento do aluguel do local, bem como no pedido de orçamento dos fornecedores);
- latas com tampa para o descarte adequado do lixo;
- dependendo da política nacional, o uso de máscara ou proteção facial pode ser obrigatório. Se for este o caso, certifique-se de que os participantes sejam informados antecipadamente no convite para a sessão de *advocacy*;
- de acordo com o macroplanejamento em conjunto com a força-tarefa nacional da Covid-19, exames de saúde (tais como a medição da febre) poderão ser realizados e os participantes que apresentarem sintomas semelhantes à Covid-19 não poderão participar da sessão;
- caso haja refeições planejadas, certifique-se de que toda a equipe trabalhando para o fornecedor respeite as medidas de prevenção de infecções por Covid-19 e, sempre que possível, que as refeições sejam embaladas antecipadamente para evitar o excesso de contato durante os intervalos para o café/almoço.

Todos os participantes devem ser informados com antecedência a respeito das medidas de prevenção da Covid-19 que deverão ser seguidas durante a sessão. Todos os programas devem incluir uma sessão sobre a prevenção de infecções por Covid-19, incluindo o uso, a gestão e o descarte adequados de equipamentos de proteção individual.

Muitos países têm embaixadores de mosquiteiros que se tornam o "rosto da campanha", tanto a nível nacional como distrital, e que divulgam informações e mobilizam comunidades para que participem da campanha, além de incentivar a adoção de comportamentos positivos de uso dos MTIs. Durante a pandemia da Covid-19, isto deve ser feito apenas em meios de comunicação em massa ou meios de comunicação local com mensagens pré-gravadas, pois é importante que o embaixador dos mosquiteiros não seja apenas ouvido e visto para

implementar medidas de prevenção da malária, mas também que demonstre respeito pelas medidas de prevenção da Covid-19.

### **Advocacy em níveis nacional, regional e distrital**

Em níveis nacional, regional e distrital (dependendo da estrutura administrativa do país), a *advocacy* tem diversos objetivos, incluindo:

- **Conscientização:** é importante observar que alguns dos participantes conhecerão bem o contexto da malária e da Covid-19 na área onde vivem e trabalham, talvez melhor do que a equipe a nível central do programa nacional da malária. Portanto, é importante que as sessões de *advocacy* sejam interativas e que os participantes possam compartilhar seus conhecimentos e experiências sobre o que está acontecendo em suas áreas. Os tópicos abordados devem incluir:
  - a situação da malária e da Covid-19 no país e o impacto sobre a população local;
  - os desafios específicos enfrentados pelo país, região ou distrito que podem afetar a implementação da campanha de distribuição em massa de MTIs ou que podem impedir o acesso e/ou o uso dos MTIs por parte da população. Por exemplo, os participantes poderiam ajudar a identificar áreas que enfrentam insegurança alimentar onde a malária e a Covid-19 não são uma prioridade, ou áreas de difícil acesso onde será necessário uma atenção especial para o acesso das equipes de distribuição;
  - a importância de se realizar a campanha de distribuição em massa de MTIs durante a pandemia da Covid-19 e como a campanha difere das campanhas anteriores para garantir a adesão às medidas de prevenção e controle de infecções estabelecidas pelo governo;
  - coordenação da campanha e dos principais atores (incluindo a força-tarefa nacional da Covid-19);
  - uma explicação do que está sendo solicitado aos participantes para que todos compreendam suas funções e responsabilidades para atingir os resultados da campanha.
- **O engajamento e a cooperação políticos** para garantir que as pessoas ponham de lado as diferenças políticas e estejam alinhadas com o objetivo de fornecer MTIs a todas as famílias de forma segura. Muitas vezes, este é um dos principais objetivos das sessões de *advocacy*, especialmente em áreas de conflitos e multipartidárias.
- **Mobilização de recursos** para melhorar a eficiência e a eficácia da campanha ou para preencher lacunas já identificadas. Elas podem incluir:
  - identificação e comunicação de áreas específicas onde os participantes precisarão prestar apoio para garantir bons resultados. Diferentes públicos serão envolvidos em diferentes tipos de apoio, como por exemplo, mobilização de recursos para o governo e o setor privado, mobilização social para representantes da comunidade;
  - contribuições financeiras ou em espécie, tais como planos gratuitos de telefonia celular ou espaço de armazenamento gratuito ou a um custo reduzido;
  - competências técnicas que podem ser necessárias e que não podem ser oferecidas pelo Ministério da Saúde por estarem fora do escopo de trabalho da equipe ou por causa da sobrecarga dos recursos técnicos existentes com outras prioridades (por exemplo, campanhas de marketing e de redes sociais);
  - ferramentas e materiais (tais como equipamento audiovisual, iluminação ou estúdios para criar ou editar vídeos curtos para utilização nas redes sociais);
  - pessoal de nível comunitário (ACs, voluntários) para a MSC pós-distribuição, particularmente aqueles envolvidos em outros programas de saúde contínuos e onde as principais mensagens e atividades poderiam ser integradas ao trabalho existente.

### **Advocacy em nível comunitário**

Durante a pandemia da Covid-19, é ainda mais importante engajar as pessoas a nível comunitário para apoiar as operações e para garantir o sucesso da campanha. Em nível comunitário, os líderes e os influenciadores locais são engajados para apoiar:

- o planejamento para o acesso seguro da equipe da campanha à comunidade;
- a identificação de membros da comunidade que possam precisar de uma abordagem adaptada de distribuição para garantir que recebam MTIs (por exemplo, famílias com pessoas em quarentena ou pessoas com deficiência, etc.);
- a mobilização das comunidades para garantir que seus membros sigam as medidas de prevenção da infecção pela Covid-19;
- encontrar soluções locais rápidas e eficientes para crises e emergências locais, incluindo a mitigação de boatos ou de informações falsas e perigosas;
- continuar a promover o comportamento positivo em relação aos MTIs, o monitoramento e a notificação do uso indevido de MTIs, boatos, etc. assim que a distribuição estiver concluída.

Muitos dos participantes em nível comunitário conhecerão o contexto da malária e da Covid-19 em suas comunidades e nas comunidades vizinhas. A equipe da campanha deve entender as prioridades e as preocupações locais. Por isso, é importante que a sessão seja interativa e que os participantes possam compartilhar o seu conhecimento e experiência sobre o que está acontecendo na sua área, bem como as suas preocupações e os riscos que acreditam ser inerentes à estratégia e à abordagem da campanha de MTIs.

Os tópicos abordados devem incluir as mesmas informações sobre a campanha de MTIs e a situação da Covid-19 das sessões de *advocacy* em nível nacional. Além disso, neste nível, a *advocacy* reforça:

- **a aprovação e a responsabilidade local** pelos processos da campanha. Para isto, é preciso cooperação e coordenação, que serão mais prováveis onde houver informações claras que levem em consideração as preocupações da comunidade;
- **a identificação de áreas e de populações de difícil acesso** e soluções locais sobre como ter acesso a essas populações para a distribuição dos MTIs;
- **a identificação e o acesso** a áreas e populações de interesse;
- **a mobilização de recursos**, como a identificação do transporte local que pode ser adaptado para o transporte do ponto de armazenamento até o destino final e para chegar aos membros da comunidade isolados e de difícil acesso e também para o reabastecimento de MTIs para equipes de distribuição porta-a-porta;
- **a identificação dos recursos humanos locais** que participaram de campanhas anteriores ou com experiência em saúde pública que satisfaçam os critérios de seleção e que possam executar o cadastramento dos domicílios e a distribuição dos MTIs sem a necessidade de treinamento extensivo.

Em nível comunitário, o objetivo da *advocacy* deve ser garantir o apoio dos líderes e dos influenciadores locais. Eles podem ser políticos, líderes tradicionais, chefes das aldeias, líderes religiosos, representantes de grupos de mulheres e jovens, etc. Assim como em nível nacional, considere o equilíbrio entre homens e mulheres e a inclusão de representantes de grupos minoritários, idosos, deficientes, refugiados, etc. Todas essas partes interessadas podem influenciar o sucesso da campanha ao fornecer acesso a recursos, mobilizando comunidades e influenciando o comportamento positivo. As comunidades não são uniformes e é importante realizar uma segmentação das partes interessadas para garantir um engajamento personalizado .

Considerando-se as funções e as responsabilidades dos líderes comunitários na campanha de MTIs durante a pandemia da Covid-19 (por exemplo, armazenamento dos MTIs em suas casas,



esclarecimento de boatos, monitoramento da população e da equipe da campanha respeitando as medidas de prevenção da Covid-19, etc.), considere transformar as sessões de *advocacy* em nível comunitário em sessões detalhadas de orientação. O objetivo dessas sessões de orientação não é apenas promover o apoio dos líderes comunitários, mas também oferecer a eles as ferramentas, os conhecimentos, as habilidades e os materiais necessários para implementar atividades práticas de apoio à campanha<sup>5</sup>.

### **Advocacy em nível internacional**

É importante documentar e apresentar os sucessos, os desafios e as lições aprendidas na implementação da campanha de MTIs durante a pandemia da Covid-19 como uma base para pedir recursos (financeiros ou técnicos) para parceiros internacionais para futuras campanhas. Assim, é altamente recomendável que os programas nacionais de malária desenvolvam estudos de caso e utilizem plataformas internacionais (como a AMP e a RBM Partnership to End Malaria) para compartilhar seus estudos de caso com outros países que estejam desenvolvendo o planejamento de campanhas em circunstâncias semelhantes, bem como com o público global.

### **Advocacy no sector privado**

É importante que o setor privado também esteja engajado na campanha, o que deve ser incentivado logo no início do processo de planejamento. Atualmente, durante a pandemia da Covid-19, muitas instituições do setor privado estão enfrentando desafios adicionais e podem não estar funcionando normalmente ou em plena capacidade. As empresas podem levar mais tempo para tomar decisões e algumas poderão estar enfrentando seus próprios problemas por causa das consequências das medidas de prevenção de infecções por Covid-19 em suas operações comerciais. Outras empresas estão crescendo neste momento, como as empresas de tecnologia e de comunicação, fabricantes de telefones celulares e prestadores de serviços e empresas com uma forte presença on-line.

Ao engajar o setor privado, concentre-se nas empresas que estão funcionando e que têm os recursos financeiros para agir apesar da Covid-19. Por exemplo, peça planos gratuitos de telefone celular às empresas de telecomunicações. Ao mesmo tempo, lembre-se de que outras empresas também podem ajudar a satisfazer as necessidades da campanha, como, por exemplo, empresas de transporte ou de publicidade. Certifique-se de que a equipe da campanha trabalhe com essas empresas e seus representantes para determinar como elas podem apoiar a campanha considerando os desafios da Covid-19. Certifique-se de não pressionar demais a empresa e seus recursos potencialmente limitados. Isto significa realizar uma reunião interativa de *advocacy*, que deverá ser seguida de reuniões individuais à medida que as atividades forem planejadas, desenvolvidas e aperfeiçoadas.

### **Desenvolva kits de *advocacy* específicos para o público**

A coisa mais importante ao desenvolver um kit de ferramentas de *advocacy* é garantir que os materiais desenvolvidos como parte do kit sejam feitos sob medida para o público específico. As folhas genéricas de Perguntas Frequentes e outras fichas informativas são um ponto fraco de muitas campanhas de MTIs, já que confundem o público a respeito de suas funções e responsabilidades específicas. Ao desenvolver materiais de *advocacy* (como folhas de informações ou Perguntas Frequentes), considere:

- o nível educacional do público. Por exemplo, desenvolva uma folha de informações mais visual e prática para as sessões de *advocacy* com líderes locais que podem não se sentir à vontade com informações detalhadas por escrito;
- a ajuda que você estiver pedindo ao público. A ficha de informações indica claramente a ajuda necessária do público em particular, por exemplo, mobilizar a comunidade ou facilitar o

---

<sup>5</sup> Para mais detalhes, consulte a recomendação da AMP: *Engajamento de líderes comunitários na distribuição de mosquitos tratados com inseticida (MTI) durante a pandemia da Covid-19*  
<https://allianceformalariaprevention.com/about/amp-guidelines-and-statements/>

acesso dos agentes comunitários de saúde. Pedir doações em fundos ou em espécie aos líderes locais que estão enfrentando escassez de alimentos pode ser visto com maus olhos;

- as observações e a influência do público. Se o tempo permitir, considere a inclusão de influenciadores no desenvolvimento de materiais de *advocacy*.

Durante a pandemia da Covid-19, os kits de *advocacy* devem ter:

- uma folha informativa (adaptada ao público) que também descreva as medidas de prevenção de infecções planejadas para a Covid-19;
- um ou mais cartazes de campanha que demonstrem visualmente a utilização e o cuidado adequados dos MTIs. Os participantes devem receber instruções claras para exibi-los em áreas que ainda são acessíveis ao público (como farmácias ou lojas);
- materiais promocionais, como camisetas, bonés ou pulseiras, que podem ser usados pelos participantes (especialmente líderes locais) para promover a campanha, como uma camiseta com um slogan "Eu apoio a campanha de MTIs" ou "A eliminação da malária começa comigo". Esses materiais promocionais também são uma forma de recompensa para líderes e influenciadores locais que podem estar doando seu tempo livre.

É muito importante que todos os materiais passem por testes prévios para garantir que sejam compreendidos e aceitos pelo público-alvo<sup>6</sup>.

Os programas nacionais da malária não devem supor que os participantes de sessões e reuniões de *advocacy* já tenham o conhecimento e as habilidades necessárias para serem ativistas eficazes de uma campanha de MTIs. Assim, embora a *advocacy* procure obter o apoio dos demais para a implementação de uma campanha bem-sucedida, os programas nacionais da malária e os seus parceiros devem se certificar de que estão desenvolvendo atividades, ferramentas e materiais adequados que garantam o apoio adequado no momento certo. Para isso, é preciso um planejamento cuidadoso, uma sessão de *advocacy* que seja sustentada por materiais robustos de MSC e um monitoramento completo das atividades sendo implementadas pelos ativistas. Isto deve ser feito por meio de canais de comunicação bidirecional com os ativistas para a informação de problemas e de desafios, assim como de sucessos, ao mesmo tempo que recebem feedback da equipe da campanha sobre as suas atividades.

---

<sup>6</sup> Para obter mais orientações sobre os testes prévios, consulte a recomendação da AMP: *Mensagens para a distribuição de MTI durante a pandemia da Covid-19* para mais informações sobre os testes prévios.  
<https://allianceformalariaprevention.com/about/amp-guidelines-and-statements/>