Estudo de caso do Togo: Distribuição de mosquiteiros tratados com inseticidas de longa duração durante a pandemia da covid-19

I. Resumo

A campanha de distribuição de mosquiteiros tratados com inseticida (MTIs) no Togo, sob a liderança do Ministério da Saúde, Higiene Pública e Acesso Universal aos Cuidados (MSHPAUS, da sigla em francês) e do programa nacional de controle da malária (PNLP, da sigla em francês), permitiu o cadastramento de 2.475.085 domicílios e a distribuição de 5.421.189 mosquiteiros à toda la população do país.

Principais fatores que favoreceram a implementação e auxiliaram a realização da campanha de distribuição em massa de MTIs durante a pandemia da covid-19.

- ⇒ **Recomendações da Organização Mundial da Saúde (OMS)** para que o país organize campanhas de distribuição de mosquiteiros, com estratégias adaptadas, durante a pandemia da covid-19;
- ⇒ **Engajamento do governo do Togo,** por meio do Ministério da Saúde, Higiene Pública e Acesso Universal aos Cuidados (MSHPAUS) e do Programa Nacional de Controle da Malária (PNLP), na implementação e organização da campanha de distribuição de mosquiteiros apesar do contexto e das dificuldades impostas pela covid-19;
- ⇒ **Apoio técnico da Alliance pour la prévention du paludisme (APP)** para a adaptação das estratégias da campanha no contexto da covid-19;
- ⇒ **Revisão dos documentos de implementação** pelo PNLP para inclusão dos aspectos relevantes à covid-19;
- ⇛ **Vontade e flexibilidade dos parceiros,** especialmente do Fundo Mundial (GF), da Against Malaria Foundation (AMF), da UNICEF e do Malaria Consortium no que tange as modificações das estratégias da campanha, a adaptação do orçamento e a realocação de recursos para levar em consideração os custos provenientes das medidas de prevenção e de proteção contra a covid-19;
- ⇛ **Coordenação eficaz** da campanha em todos os níveis: ao nível central, criou-se um Comitê nacional de organização (CNO) e, em nível periférico, um Comitê local de organização (CLO). A coordenação também foi realizada pelos parceiros (GF, AMF) e pelo Comitê nacional responsável pela gestão e resposta à covid-19;
- ⇒ **Apoio das forças armadas togolesas (FAT, da sigla em francês)** na segurança e no transporte dos mosquiteiros do nível central para os distritos e de certos distritos para as aldeias/vizinhanças, e na segurança dos mosquiteiros nos armazéns de diversos distritos;
- ⇛ **Fortalecimento da comunicação ajudando também a aumentar o engajamento da população na campanha**: adaptação das estratégias de comunicação, coletivas de imprensa e anúncios e programas de rádio a respeito da campanha;
- ⇒ **Organização de reuniões virtuais** usando a plataforma Zoom durante a implementação com todos os participantes (CNO, PNLP, parceiros, regiões, distritos) para discutir a campanha e estabelecer as normas de conduta para as diferentes situações. Tais reuniões virtuais foram organizadas em um

esforço para reduzir as grandes aglomerações e para permitir a participação de todos os atores em um momento oportuno;

- ⇒ **Criação de grupos de WhatsApp** para todos os níveis e com a participação de todos os atores da campanha a fim de facilitar e de manter a comunicação com a equipe de coordenação. A utilização dos grupos de WhatsApp facilitou a transmissão, em tempo real, de instruções e de orientações aos atores de implementação e limitou ou até mesmo evitou reuniões com aglomerações;
- ⇒ **Digitalização das etapas-chave da campanha** (microplanejamento, cadastramento de domicílios e distribuição de MTIs) por meio de aplicativos móveis de fácil utilização e acesso para smartphones: a digitalização permitiu a coleta de dados em tempo real, a realização de análises, a comunicação com os atores e o acompanhamento da implementação. Ela evitou a necessidade de uso de materiais impressos durante a implementação, especialmente no que se refere à transmissão dos dados;
- ⇒ **Mobilização de smartphones a nível comunitário** para a campanha e a aquisição de Power Banks para carregar os dispositivos;
- ⇒ **Organização de treinamentos nas escolas** para garantir o distanciamento físico dos participantes;
- ⇒ **Desenvolvimento de materiais de apoio audiovisuais** para facilitar a assimilação dos treinamentos: materiais em áudio ou vídeos de curta duração para serem compartilhados com os participantes após os treinamentos. Da mesma forma, com o auxílio de tais materiais de apoio audiovisuais, os treinamentos foram mais curtos e foram desenvolvidos documentos para auxiliar na memorização, que foram distribuídos àquelas pessoas participando da implementação;
- ⇒ **Introdução de dados de cadastramento/distribuição sem conexão** limitando também o tempo de permanência das equipes de cadastramento/distribuição nos domicílios, já que não precisam de conexão com a internet para introduzir os dados;
- ⇒ **Antecipação, resolução rápida de problemas de implementação e acompanhamento da situação da covid-19 durante toda a campanha** para reduzir as eventuais contaminações, aumentos de casos, possíveis focos, etc.

IV. Contexto

A luta antivetorial no Togo é realizada essencialmente por meio de mosquiteiros tratados com inseticida de longa duração (MTIs) por toda a população. Para isso, de acordo com as recomendações da OMS, são realizadas campanhas de distribuição em massa de MTIs a cada três anos.

Para manter a cobertura universal, em 2020, o Togo organizou a quarta campanha nacional de distribuição de MTIs. Para a realização da campanha, o governo do Togo e seus parceiros, especialmente o Fundo Mundial e a Against Malaria Fondation (AMF), adquiriram 6.445.650 MTIs, sendo 4.264.350 MTIs padrão e 2.181.300 MTIs tratados com butóxido de piperonila (PBO).

Os objetivos dessa campanha foram i) cadastrar 100% dos domicílios, ii) distribuir os MTIs a 100% dos domicílios cadastrados e iii) garantir que 80% da população durma ao abrigo dos MTIs.

Levando-se em consideração as dificuldades encontradas durante a gestão de dados da campanha de 2017, especialmente a introdução de dados e o seu arquivamento, o país decidiu digitalizar os dados de cadastramento dos domicílios e a distribuição dos MTIs por meio do uso de smartphones. Tal digitalização deverá agilizar a criação de relatórios e o acesso imediato e em todos os níveis (central,

regional, distrital e de treinamento em saúde) aos dados. Para isso, mais de 7.527 smartphones foram mobilizados em nível comunitário para a utilização pelos agentes de cadastramento/distribuição.

A fase preparatória da campanha foi realizada com sucesso e foi composta pela elaboração dos macrodocumentos, especialmente o plano de ação global da campanha, o plano de ação logístico, o plano de comunicação, o plano de acompanhamento/avaliação, o cronograma, o plano de análise de riscos e de medidas de mitigação e o orçamento. A fase preparatória foi concluída no dia 15 de janeiro de 2020 com a validação desses documentos pelo Comitê Nacional de Organização e dando início à fase propriamente dita de implementação. Mas, infelizmente, chegou a pandemia da covid-19 e o Togo registrou seu primeiro caso no dia 04 de março de 2020.

Dada a situação, e de acordo com as orientações da OMS, que recomendou que o país desse andamento, de acordo com as medidas de segurança, às campanhas de cobertura universal de utilização de MTIs, o Togo precisou adaptar suas estratégias ao contexto da pandemia.

A fim de garantir a segurança dos atores da campanha e da população, adotou-se a abordagem de combinar o cadastramento dos domicílios à distribuição dos MTIs. Decidiu-se também realizar a campanha de acordo com a estratégia porta-a-porta para evitar as aglomerações. Da mesma forma, as estratégias para o microplanejamento e para os diferentes treinamentos foram reavaliadas e adaptadas ao contexto sanitário da pandemia da covid-19.

V. Estratégia revisada

Foi preciso readaptar todas as estratégias da campanha para levar em consideração o contexto da covid-19 durante a implementação das atividades. Isso inclui a coordenação, a logística, os treinamentos, o microplanejamento, a comunicação, o acompanhamento/supervisão, o orçamento, o cadastramento dos domicílios e a distribuição dos mosquiteiros.

a) Coordenação

A coordenação da campanha foi realizada principalmente de forma remota. Dessa forma, as reuniões de coordenação, que deveriam ter sido presenciais, foram transformadas em reuniões virtuais. É o caso das reuniões do CNO e das reuniões de coordenação com todos os atores já nos primeiros dias após se constatar que certas orientações não haviam sido respeitadas.

No entanto, reuniões presenciais também foram organizadas especialmente quando o número de participantes foi pequeno. É o caso das reuniões de coordenação ao nível regional, distrital e dos treinamentos em saúde. Nesse caso, as medidas de prevenção da covid-19, especialmente o uso de máscaras, o distanciamento físico, a lavagem das mãos e o uso de solução desinfetante para as mãos, foram rigorosamente respeitadas.

Reuniões de coordenação dos Comitês locais de organização respeitando as medidas de prevenção

b) Orçamento

O orçamento foi readaptado para levar em consideração a modificação das estratégias e, acima de tudo, a aquisição de equipamentos de proteção individual (EPIs). Por outro lado, o orçamento também previu uma margem para uma possível substituição das equipes de cadastramento/distribuição caso um dos membros contraia a covid-19. Tal margem previa também o atendimento completo, durante todo o período da campanha, das equipes eventualmente afetadas pela covid-19 para evitar, assim, que uma pessoa que se sentisse mal escondesse os sintomas relacionados à covid-19 para poder concluir a campanha e para que todos estivessem cientes do atendimento oferecido.

c) Aquisição de MTIs, EPIs e outros produtos

Os MTIs adicionais foram adquiridos pelos parceiros, especialmente a AMF, para levar em consideração a situação da covid-19. Inicialmente, as cláusulas do contrato assinado com a AMF previam uma aquisição de mosquiteiros em duas etapas: uma primeira aquisição correspondendo a 90% das necessidades estimadas de acordo com o macroplanejamento da campanha e o restante a ser adquirido no momento do cadastramento dos domicílios, onde ficaria clara a quantidade certa de mosquiteiros para cada domicílio. Como resultado da modificação das estratégias, especialmente a combinação do cadastramento dos domicílios com a distribuição dos mosquiteiros, a AMF aceitou adquirir a totalidade dos mosquiteiros de acordo com a estimativa acordada com o país, mas em duas fases. Além das quantidades estimadas necessárias para atender às necessidades dos domicílios, a AMF adquiriu, para a sua zona, mosquiteiros suplementares para levar em consideração a situação sanitária ligada ao contexto da covid-19. Da mesma forma, cada distrito tinha a seu dispor uma quantidade adicional de mosquiteiros equivalente à 14% de suas necessidades iniciais e destinados a proteger da malária as pessoas infectadas pela COVID-19 que deveriam ficar em isolamento.

A campanha adquiriu também EPIs, ou seja, máscaras, luvas, solução desinfetante para as mãos e sabão.

A campanha adquiriu canetas e cada colaborador(a) da campanha recebeu sua própria caneta para evitar o compartilhamento de material de escritório.

d) **Microplanejamento e ferramentas**

A duração do microplanejamento foi reduzida para algumas horas por dia e os participantes foram divididos em sessões de no máximo 30 pessoas, respeitando-se todas as medidas, como o distanciamento físico, a lavagem das mãos, o uso de solução desinfetante para as mãos e a higienização das salas entre as sessões.

Em primeiro lugar, os participantes receberam treinamento a respeito do preenchimento do modelo de microplanejamento. Depois, eles fizeram o preenchimento do modelo onde os dados inseridos foram enviados em tempo real para o servidor central.

A partir do servidor central foram gerados resumos com a estimativa dos recursos necessários para a campanha (MTIs, materiais de apoio e ferramentas de gestão, recursos humanos, financeiros, etc.)

e) **Mudança social e comportamental (MSC)**

A comunicação de proximidade a respeito da campanha foi realizada por meio de mensageiros da cidade e agentes de cadastramento/distribuição. A comunicação também foi realizada por meio da televisão, rádio e programas de rádio.

As mídia sociais também foram usadas. Para facilitar a comunicação no momento da implementação, foram criados grupos de WhatsApp nos diferentes níveis para o compartilhamento de informações, de instruções e de orientações a respeito da campanha. Da mesma forma, uma mensagem de áudio-vídeo explicando o andamento da campanha, especialmente o cadastramento dos domicílios, a distribuição dos MTIs e, acima de tudo, as medidas de prevenção da covid-19, foi compartilhada por Whatsapp.

O lançamento da campanha foi feito em um domicílio por um grupo bem limitado composto pelo Ministro da Saúde, Higiene Pública e Acesso Universal aos Cuidados, pelo Ministro delegado junto ao Ministério da Saúde, Higiene Pública e Acesso Universal aos Cuidados, pelo responsável pelo acesso universal aos cuidados e pelo prefeito de Agoè-NyivéLe. Na véspera do lançamento, foi realizada uma coletiva de impressa somente com os profissionais da saúde e os ministros envolvidos.

f) **Treinamento**

Os treinamentos foram realizados com 30 participantes, incluindo o facilitador, número este estabelecido pelas autoridades nacionais para a prevenção da covid-19. Diversas sessões de treinamento foram realizadas respeitando tal critério.

Além disso, foram seguidas as diretrizes de distanciamento físico, o uso de máscaras, a lavagem frequente das mãos, o uso de desinfetante para as mãos e a higienização das salas de treinamento. Os locais de treinamento deveriam estar equipados com estações para a lavagem das mãos.

Para mitigar os eventuais problemas ligados ao contexto de medidas restritivas para a covid-19 durante os treinamentos, foram compartilhados vídeos curtos com os participantes com o intuito de corrigir e de reforças certos aspectos da campanha. Também foram desenvolvidos documentos para ajudar na memorização com ênfase na prevenção da covid-19 e distribuídos aos participantes para lembrá-los das medidas essenciais necessárias a serem seguidas.

g) Logística

Todos os armazéns, do nível central ao periférico, foram equipados com estações para a lavagem das mãos de modo a permitir a higienização sistemática das mãos antes e após as operações logísticas. O tempo de trabalho dentro dos armazéns também foi limitado.

A equipe de logística, incluindo as forças armadas, receberam EPIs para a proteção contra a covid-19. Da mesma forma, cada participante recebeu sua própria caneta para evitar o compartilhamento desses objetos.

Entrega de mosquiteiros por todos os meios disponíveis para atender todas as partes do país

h) **Cadastramento dos domicílios e distribuição dos MTIs**

A campanha utilizou a estratégia de distribuição porta-a-porta para evitar a aglomeração de pessoas nos postos de distribuição dos mosquiteiros. Além disso, o cadastramento dos domicílios foi realizado simultaneamente à distribuição dos mosquiteiros. O trabalho foi divido entre as equipes de cadastramento/distribuição de acordo com o tipo de ambiente. Da mesma forma, cada equipe de cadastramento/distribuição atendeu 35 domicílios por dia em ambiente urbano, 25 domicílios em ambiente rural e 20 domicílios em povoados dispersos.

O modelo de digitalização de dados foi simplificado. Assim, as equipes de cadastramento/distribuição passaram menos tempo em cada domicílio. Inicialmente, estava prevista a verificação das camas para garantir a veracidade das informações comunicadas por cada domicílio. Mas, no contexto da covid-19, as equipes de cadastramento/distribuição limitaram-se às informações fornecidas pela população a respeito do número de camas em cada domicílio. Por outro lado, quando um domicílio informasse um número que parecia exagerado, a equipe pedia mais informações para verificar as respostas e ter o número exato de camas. Todos(as) os(as) colaboradores(as) da campanha estavam equipados(as) com EPIs e respeitaram as medidas de distanciamento físico durante a implementação. O uso de luvas ficou reservado às equipes de cadastramento/distribuição e aos entregadores durante a implementação propriamente dita.

i) **Supervisão e acompanhamento**

O acompanhamento/supervisão também foi digitalizado. Cada colaborador(a) utilizou seu próprio smartphone para inserir as respostas ao questionário elaborado para o acompanhamento/supervisão. Isso evitou o compartilhamento de objetos entre os(as) colaboradores(as). Os responsáveis pelo acompanhamento/supervisão estavam equipados com EPIs. O distanciamento físico e o número máximo de 3 pessoas por veículo, incluindo o motorista, foram respeitados.

Acompanhamento/supervisão da campanha de acordo com as medidas de prevenção

j) Coleta de dados

A digitalização evitou o compartilhamento de material impresso entre as pessoas. Ela permitiu o acesso em tempo real aos dados para um melhor acompanhamento e tomada de decisões. Todos os modelos desenvolvidos no âmbito da campanha foram simplificados. Tal simplificação facilitou a sua utilização.

k) **Pagamentos**

Os pagamentos foram efetuados essencialmente por dinheiro móvel. Isso evitou a aglomeração de pessoas de acordo com as medidas de prevenção da covid-19, assim como o compartilhamento de objetos.

l) Pós-distribuição

As atividades de pós-distribuição, especialmente os inventários e reuniões de monitoramento, foram realizadas de forma presencial, mas de acordo com as medidas de prevenção da covid-19.

II. Conquistas

⇒ A campanha cadastrou 2.475.085 domicílios e distribuiu 5.421.189 mosquiteiros.

⇒ As sessões de treinamento, em todas as etapas da campanha (microplanejamento, cadastramento/distribuição, treinamento e informação dos demais atores), assim como as reuniões de microplanejamento propriamente ditas, foram realizadas de acordo com as normas e medidas do governo togolês para prevenir a contaminação e a propagação da covid-19. A duração dos treinamentos foi limitada entre 3 a 5 horas, no máximo, em função do local e das pessoas a serem treinadas. Da mesma forma, o desenvolvimento de um modelo para o microplanejamento reduziu consideravelmente o tempo dedicado ao microplanejamento e, assim, facilitou a consolidação dos microplanos que aconteceu a nível central.

Sessões de treinamento realizadas de acordo com as medidas de prevenção da covid-19

⇒ Mais de 21.442 pessoas participaram da implementação da campanha, mas nenhum caso de covid-19 foi registrado entre os participantes durante o período de implementação. Mesmo após a campanha, nenhum dos participantes estava entre os casos positivos registrados no país.

⇒ A estratégia porta-a-porta permitiu evitar as aglomerações que aconteceriam na distribuição a partir de postos fixos ou avançados.

⇒ O uso dos equipamentos de proteção individual pelos(as) colaboradores(as) da campanha permitiu limitar a contaminação mesmo com o atraso de um a dois dias na entrega desse material. Na verdade, cada colaborador(a) estava equipado(a) com máscaras, solução para a desinfecção das mãos e sabão para se proteger contra a covid-19. Os agentes de cadastramento/distribuição e os entregadores também tinham luvas ao seu dispor.

⇒ A realização simultânea do cadastramento dos domicílios e a distribuição dos mosquiteiros permitiu limitar o contato dos(as) colaboradores(as) da companha com a população.

⇒ A digitalização também facilitou o trabalho dos(as) colaboradores(as) da campanha, que precisaram de menos tempo para realizar o cadastramento/distribuição e a elaboração dos relatórios. Isso economizou tempo e o compartilhamento de material de apoio entre os(as) colaboradores(as).

⇒ Cada colaborador(a) tinha suas próprias ferramentas e materiais de apoio para a campanha. Assim, o compartilhamento e os contatos foram limitados.

⇒ A campanha contou com o engajamento das maiores autoridades do país. O lançamento oficial foi realizado, de acordo com as medidas de prevenção, pelo Ministro da Saúde, Higiene Pública e

Acesso Universal aos Cuidados, pelo Ministro delegado junto ao Ministério da Saúde, Higiene Pública e Acesso Universal aos Cuidados, pelo responsável pelo acesso universal aos cuidados e pelo prefeito de Agoè-NyivéLe.

Cadastramento de camas e entrega de mosquiteiros aos domicílios de acordo com as medidas de prevenção da COVID-19

III Lições aprendidas e recomendações

⇒ **Um planejamento cuidadoso** é fundamental para uma campanha de distribuição no contexto da covid-19

- para a estratégia porta-a-porta para determinar se o número de dias de cadastramento/distribuição será suficiente para cobrir a população total;
- onde o cadastramento não foi realizado antes da distribuição para determinar o número de mosquiteiros necessários para a população.

⇒ **É preciso ter medidas para mitigar a possível falta de material durante o trabalho em campo.** Tais disposições poderão ser o envio de material a nível intra ou interdistrital, de acordo com a disponibilidade, ou até mesmo ao nível regional, se possível, a partir de um estoque de segurança.

⇒ **O respeito às diretrizes** é fundamental para o êxito da prevenção da covid-19 e da própria campanha. Para isso, é indispensável que a equipe da campanha tenha acesso aos equipamentos de proteção individual para prevenir e combater a covid-19. Os documentos para auxiliar na memorização também servem como informações de apoio e orientações para a equipe da campanha (equipes de cadastramento/distribuição, entregadores) sobre como agir para se proteger da covid-19 e como conduzir as atividades da campanha. Da mesma forma, é preciso fazer um acompanhamento permanente para identificar e corrigir rapidamente quaisquer problemas.

⇒ **É fundamental definir os critérios de escolha da equipe operacional** com base na vontade, na capacidade de realização, no conhecimento dos locais a servem cobertos e, acima de tudo, disposição para respeitar as medidas de prevenção da covid-19.

⇒ É fundamental que seja feito o fornecimento de uma quantidade suficiente de equipamentos de proteção individual para toda a duração da campanha dos(as) colaboradores(as) e, especialmente, para a equipe de cadastramento/distribuição. O material pode ser fornecido de uma só vez para cobrir todo o período da campanha.

⇒ **O reforço da supervisão, especialmente em nível local, é uma das chaves do sucesso.** Considerando-se as medidas de restrição relacionadas à covid-19, a supervisão realizada pelos níveis superiores pode não ter totalmente eficaz. A supervisão reforçada a nível local, associada à criação de grupos de Whatsapp, compensa tais problemas.

⇒ **Para a estratégia porta-a-porta, é preciso fornecer às equipes de cadastramento/distribuição** sacos grandes e robustos para o transporte de quantidades suficientes de mosquiteiros para atender diversos domicílios.

Equipes de cadastramento/distribuição no campo

⇒ A realização simultânea do cadastramento e a distribuição dos mosquiteiros de acordo com a estratégia porta-a-porta limita o contato entre as pessoas, o que é também uma forma de prevenção da covid-19.

⇒ Quando o cadastramento dos domicílios não foi realizado preliminarmente, uma das dificuldades encontradas foi o planejamento da duração do cadastramento/distribuição e da quantidade de mosquiteiros necessários para os domicílios. Para solucionar o problema, ao final da campanha, concedeu-se à equipe um prazo de uma semana para organizar o levantamento e, assim, permitir que todos recebessem os mosquiteiros.

⇒ **A comunicação a nível local** por meio de mensageiros da cidade garantiu que todas as comunidades fossem informadas a respeito da campanha.

⇒ **A digitalização, quando feita de forma adequada, garante que todos tenham acesso aos dados em tempo hábil.** Ela também limita o tempo de permanência dos agentes de cadastramento/distribuição nos domicílios, contribuindo, assim, para a prevenção da covid-19.

⇒ **O reabastecimento regular das equipes de cadastramento/distribuição** (realizado pelos entregadores) é fundamental para evitar a falta de mosquiteiros para tais equipes.

⇒ **A gestão dos equipamentos de proteção individual deve ser incluída no plano de gestão de resíduos.** Da mesma forma, a sua destruição deve ser preparada de acordo com diretrizes claras.

⇒ A disponibilidade e a fluidez da conexão com a internet não devem ser negligenciadas. Além disso, é preciso que haja uma equipe especialmente dedicada para solucionar eventuais problemas e evitar bloqueios na implementação das atividades. A criação de bases de dados regionais pode ser uma solução para aliviar as dificuldades em relação às bases de dados nacionais.