



PRESIDÊNCIA DA REPÚBLICA
SECRETARIA DE COMUNICAÇÃO SOCIAL
ASSESSORIA DE PESQUISA DE OPINIÃO PÚBLICA

**Pesquisa Telefônica Ad Hoc - Dia Nacional de Mobilização
(02/2016)**

RELATÓRIO FINAL

EMPRESA RESPONSÁVEL:

IBOPE
inteligência

BRASILIA – DF

29/02/2016

Sumário

1	Apresentação	3
2	Escopo da Pesquisa	5
3	Métodos e Técnicas de Pesquisa	7
4	Detalhamento dos Instrumentos de Pesquisa	8
5	Detalhamento do Plano Amostral.....	9
6	Detalhamento dos Procedimentos Adotados nos Trabalhos de Campo	10
7	Procedimentos Utilizados na Estruturação dos Bancos de Dados.....	13
8	Análise dos Resultados da Pesquisa.....	15
9	Conclusões / Considerações Finais	20
10	Recomendações	21
	Anexo I – Questionário.....	22
	Anexo II – Plano Amostral	28

1 Apresentação

1.1 Base Legal

De acordo com a legislação brasileira em vigor (Lei nº 10.683/2003, art. 2ºB, III), a Secretaria de Comunicação Social (SECOM) tem entre suas missões institucionais a atribuição de organizar e desenvolver um sistema de informação e pesquisa de opinião pública, cujos principais objetivos são monitorar as demandas da sociedade por políticas públicas e a avaliação que a sociedade faz da oferta de políticas e serviços públicos.

Nesse sentido, o Decreto nº 6.555/2008 sugere alguns objetivos para esse sistema de informação e pesquisa de opinião pública. Com base nos incisos I, II e IV do artigo 1º e nos incisos VIII e XI do artigo 2º do referido decreto, podem ser indicados como objetivos do sistema de informação e pesquisa de opinião pública a realização de atividades destinadas a:

- I. Avaliar o conhecimento da sociedade sobre políticas e programas federais;
- II. Avaliar o conhecimento do cidadão sobre direitos e serviços colocados à sua disposição;
- III. Identificar assuntos de interesse público que orientem o conteúdo das informações a serem disseminadas;
- IV. Avaliar a adequação de mensagens, linguagens e canais aos diferentes segmentos de público;
- V. Avaliar a eficiência e racionalidade na aplicação dos recursos públicos.

No campo da avaliação de programa e ações governamentais, a pesquisa de opinião pública é uma forma amplamente aceita de conhecer como os cidadãos estão percebendo os efeitos das políticas públicas em suas vidas. Além disso, oferece aos tomadores de decisão subsídios importantes para sua atuação e para que possam fazer as ações governamentais responsivas às prioridades e expectativas da população.

Por isso, a SECOM tem realizado uma série de levantamentos e análises que objetivam compreender a percepção da população sobre as ações governamentais e, por conseguinte, contribuir para a tomada de decisão no âmbito do Governo Federal e, principalmente, para o planejamento das ações de formulação e articulação das iniciativas de comunicação do Poder Executivo Federal.

Essas pesquisas constituem importante instrumento de gestão e maximização de recursos, pois, ao aplicarem métodos e técnicas cientificamente válidas e atuais, permitem a construção de parâmetros para campanhas de comunicação institucional e de utilidade pública com foco e meios mais precisos proporcionando, assim, a realização de resultados mais tangíveis e maior efetividade em relação aos objetivos propostos na política pública de comunicação.

Além disso, as pesquisas realizadas pela SECOM oferecem um canal adicional de manifestação cidadã, pois dão à população a oportunidade de expressar-se sobre o desempenho do Poder Executivo e sobre suas demandas mais prementes, o que confere

uma aplicação alternativa da noção de prestação de contas política (accountability), essencial ao funcionamento da democracia.

A Legislação pertinente e informações adicionais podem ser consultadas na página da SECOM na Internet: www.secom.gov.br.

1.2 *Contrato da Pesquisa*

Contrato nº 003/2013.

1.3 *Ordem de Serviço da Pesquisa*

Ordem de serviço 003/2016.

2 Escopo da Pesquisa

2.1 Contexto

A função de um governo democrático é materializar, por meio de suas ações e políticas, as expectativas e anseios da população que representa. Para garantir o cumprimento desse papel, um amplo arcabouço institucional é estruturado pela Constituição e funciona para garantir que o governo seja responsivo às expectativas da população, isto é, atue em resposta às demandas e preferências de seus cidadãos, considerados politicamente iguais. Sobre esse fundamento ergue-se a noção de poliarquia, visão predominante de regime político liberal democrático¹.

As estruturas que asseguram a responsividade do governo, no entanto, não podem limitar-se às instituições tradicionais. Outros canais de comunicação entre o governo e sociedade precisam ser erigidos para fazer as preferências do povo conhecidas aos tomadores de decisão. É, nesse sentido, que são pensados e construídos diversos mecanismos de consulta e participação popular, os quais, muitas vezes, padecem das limitações típicas das estruturas tradicionais: o cidadão não é ouvido diretamente, mas, sim, por meio de um representante, um porta voz.

Assim, as pesquisas de opinião surgem como um instrumento poderoso e cientificamente válido de consulta à população. Por meio desses levantamentos é possível aferir como é percebida e avaliada a atuação do governo, bem como as políticas públicas por ele implementadas.

Assim, pesquisas periódicas servem para ajudar o governo a verificar se suas decisões *servem* aos interesses dos cidadãos “comuns” e se suas políticas respondem adequadamente às necessidades desses indivíduos. Em outras palavras, *surveys* regulares e públicos podem se tornar efetivos instrumentos de prestação de contas e controle, ou – para fazer uso de termo corrente na literatura – de *accountability*.

Considerando que, por força da lei, cabe a Secretaria de Comunicação Social da Presidência da República organizar e desenvolver pesquisas de opinião pública, esta Assessoria Especial pretende realizar levantamentos semanais da percepção popular em relação a políticas e serviços públicos. Em termos mais precisos, essas pesquisas servirão para aferir a opinião popular quanto ao desempenho do governo na condução de diversas áreas, avaliar os serviços e políticas públicas ofertadas ao cidadão e apreender como a população enxerga o momento em que vive, ou seja, como as pessoas avaliam a conjuntura econômica e social.

¹Dahl, Robert Alan, Fernando Limongi, and Celso Paciornik. *Poliarquia: participação e oposição*. Edusp, 1997.

2.2 Objetivo Geral da Pesquisa

Conhecer as percepções da população brasileira em relação ao Dia Nacional de Mobilização Contra o *Aedes Aegypti*, no sentido de apreender a forma como os/as cidadãos/as avaliam a atuação do Governo Federal no combate ao mosquito transmissor do zika vírus e à disseminação de casos de microcefalia.

2.3 Objetivos Específicos da Pesquisa

- A. Fornecer à Secretaria de Comunicação Social da Presidência da República diagnóstico ágil dos impactos do evento acima citado, com intuito de subsidiar eventuais ajustes que aumentem a efetividade da política de comunicação do Governo Federal;
- B. Oferecer elementos que contribuam para o processo de tomada de decisão dos demais órgãos do Governo Federal, especialmente, no tema considerado.

2.4 Público Alvo

Pessoas com 16 anos ou mais, de todas as classes econômicas (ABCDE), de ambos os sexos, residentes nas 27 unidades da Federação.

3 Métodos e Técnicas de Pesquisa

Pesquisa quantitativa telefônica (*Computer-Assisted Telephone Interviewing – CATI*), de abrangência nacional, com amostra representativa da população com acesso a telefone fixo e celular.

3.1. Tipo de pesquisa	Quantitativa telefônica (CATI)
3.2. Tipo de coleta	Telefônica
3.3. Período de execução	15 a 18 de fevereiro de 2016
3.4. Processo de amostragem	<p>Foi utilizada uma amostra representativa da população em estudo, composta em dois estágios.</p> <p>No primeiro estágio, foram selecionados probabilisticamente os municípios que formaram a amostra pelo método PPT (Probabilidade Proporcional ao Tamanho por conglomerado tamanho quatro – seleção de municípios onde foram realizadas no mínimo 4 entrevistas), sendo tomado como base para tal seleção o número de moradores de cada município dentro do perfil investigado.</p> <p>No segundo estágio, dentro dos municípios sorteados no primeiro, foram selecionados por método aleatório simples números de telefones (fixo e celular) com base nos cadastros das operadoras de telefonia, para a realização das entrevistas.</p> <p>Considerando a agilidade das pesquisas telefônicas, onde ocorre uma realização simultânea de entrevistas, mesmo com o acompanhamento contínuo do processo algumas cotas acabam excedidas e outras não cumpridas – especificamente as que representam perfis mais críticos. Dessa forma, no fechamento do estudo foi realizada uma ponderação dos dados para que os resultados sejam projetados para o conjunto da população brasileira.</p> <p>As proporções utilizadas para esta expansão são estabelecidas com base em dados do IBGE: Censo/2010.</p>

4 Detalhamento dos Instrumentos de Pesquisa

O desenvolvimento deste instrumento de pesquisa foi debatido pela equipe técnica do IBOPE Inteligência e os representantes da SECOM para a troca de conhecimento e experiências com a finalidade de desenvolver um questionário que pudesse responder as questões levantadas durante a descrição do problema.

4.1 Conceitos Estruturais para os Instrumentos

Código das perguntas	Tipo de variável	Técnica aplicada de análise
Perfil - Sexo; Trabalha/Não trabalha	Categórica nominal	Distribuição de frequências
Perfil - Idade; Escolaridade; Renda	Categórica ordinal	Distribuição de frequências
Questões: P05 e P10	Escalar	Distribuição de frequências
Questões: P04, P07 e P08	Categórica ordinal	Distribuição de frequências
Questões: P01, P02, P03, P06, P09 e P11	Categórica nominal	Distribuição de frequências

4.2 Metodologia de Análise e Validação do Instrumento de Pesquisa

A equipe técnica do IBOPE Inteligência, em acordo com o cliente, avaliou o questionário indicado no *briefing* da pesquisa e concluiu que não haveria necessidade de alterações. As questões foram apresentadas em ordem coerente com os assuntos abordados, formuladas com vocabulário de fácil compreensão pelos entrevistados, além de atender os objetivos da pesquisa.

5 Detalhamento do Plano Amostral

A amostra é representativa da população brasileira. Os municípios que formaram a amostra foram selecionados probabilisticamente através do método PPT (Probabilidade Proporcional ao Tamanho), tomando como base o número de moradores de cada município. Os domicílios foram selecionados aleatoriamente através dos números de telefone e a seleção do entrevistado, dentro do domicílio, foi feita utilizando-se cotas proporcionais (estabelecidas com base nos dados mais atualizados do IBGE, PNAD), em função das seguintes variáveis: sexo, idade e grau de escolaridade. Além disso, como controle, utilizou-se a variável condição de ocupação.

Foram realizadas 600 entrevistas nos dias 15 a 18 de fevereiro de 2016. O nível de confiança do estudo é de 95% e a margem de erro para os resultados encontrados no total da amostra é de 4 pontos percentuais.

5.1 Definição das Amostras

SEXO	
Masculino	285
Feminino	315
TOTAL	600
IDADE	
16-24	101
25-34	138
35-44	116
45-54	97
55 e +	148
TOTAL	600
INSTRUÇÃO	
Até 4ª. Série	168
De 5ª. A 8ª. Série	113
Ensino Médio	219
Ensino Superior	100
TOTAL	600
CONDIÇÃO DE OCUPAÇÃO	
Ocupado	362
Não Ocupado	211
Até 17 anos	27
TOTAL	600

6 Detalhamento dos Procedimentos Adotados nos Trabalhos de Campo

- Após o envio da primeira versão do questionário pela SECOM, o IBOPE realizará pré- testes para confirmar o tempo de aplicação do questionário, a viabilidade do fluxo e o entendimento do sentido dos enunciados por parte dos respondentes.
- Após a definição da versão final do questionário, a equipe de atendimento encaminha todos os materiais do projeto para a coordenação de campo e de programação (instrumento de coleta, listagens, amostra, cronograma, etc.).
- Uma reunião prévia é realizada entre todos os envolvidos no estudo para que os procedimentos a serem adotados sejam discutidos e alinhados, especialmente as particularidades metodológicas e o conteúdo do questionário.
- Após a reunião, tem início a etapa de programação do instrumento de coleta em plataforma desenvolvida pelo próprio IBOPE Inteligência (sistema próprio). Concomitantemente a este processo, as listagens de contatos são tratadas e transferidas para o sistema. Além disso, ocorre o processo de implementação de controle de cotas amostrais.
- Finalizada a programação, testes que simulam uma entrevista real são realizados pela coordenação de campo. Todos os problemas encontrados – desde erros de digitação / ortografia até consistências lógicas do fluxo das perguntas – são registrados e encaminhados para todos os envolvidos para que sejam feitas análises e providências de acertos. Após as primeiras correções, uma nova etapa de testes é realizada e, assim, sucessivamente até que todos os problemas sejam solucionados. Findada esta etapa, uma nova fase de validação e testes é realizada pela equipe de atendimento a fim de garantir que todos os textos, pulos, chamadas, fluxos sejam aprovados. Apenas depois desta aprovação é realizada a instrução / treinamento do questionário aos entrevistadores para que iniciem em seguida os trabalhos de campo.
- As entrevistas são realizadas por uma equipe própria de entrevistadores, devidamente treinados e supervisionados pelos coordenadores de campo do próprio IBOPE Inteligência.
- As entrevistas realizadas são encaminhadas diretamente a um banco de dados, onde ficam disponíveis para **acesso do cliente em tempo real** (mediante uso de uma senha).
- Quando necessário, um controle de campo é elaborado para acompanhamento do trabalho, a fim de se observar possíveis dificuldades com a produção (problemas de listagem, recusas e outros pontos que podem impactar o cumprimento do cronograma).
- Após a finalização das entrevistas ou no decorrer dos trabalhos de campo, alguns procedimentos são adotados para a validação e verificação das entrevistas. A

validação dos resultados é uma das fases de controle de qualidade das entrevistas e é realizada em duas etapas:

- ✓ Monitoramento em tempo real ou gravação, considerando no mínimo 5% das entrevistas/casos, com pelo menos 75% do tempo da entrevista monitorado para verificar:
 - Abordagem;
 - Script (ou texto do questionário);
 - Filtros/Perfil;
 - Veracidade/ Fraude;
 - Indução/ Interferência.
- ✓ Validação através de re-contato, com o mínimo de 10% das entrevistas/casos, onde são verificados:
 - Se a entrevista realmente foi realizada;
 - Se as instruções foram executadas, através da verificação de perguntas-chaves;
 - Duração da entrevista;
 - Filtros/Perfil;
 - Veracidade/ Fraude.
- A validação é consolidada em relatórios emitidos através do sistema ou planilha eletrônica, contendo:
 - ✓ A identidade de quem fez a validação e do entrevistador cuja entrevista foi validada;
 - ✓ Descrição dos métodos de validação, incluindo o que foi abordado no re-contato do entrevistado, se aplicável;
 - ✓ Descrição dos problemas encontrados;
 - ✓ Descrição das medidas corretivas / preventivas tomadas ou planejadas, em relação ao projeto e/ou ao pesquisador de campo;
 - ✓ Confirmação de que o nível de validação foi atingido;
 - ✓ Avaliação dos resultados individuais e coletivos.
- Ao término do campo e do processo de validação, o banco de dados é consistido e encaminhado para as equipes de codificação (caso haja perguntas abertas) e processamento de dados. Um relatório de tabelas é emitido pelo programa estatístico SPSS para que a equipe de atendimento providencie a montagem dos gráficos e a análise dos resultados.

6.1 Estrutura de Campo e Equipe Técnica

Profissional	Função	Perfil	Quantidade
Profissional Pleno de Atendimento	Coordenação geral	Formação em Ciências Sociais, 15 anos de experiência em pesquisas de opinião pública.	1
Analista de Pesquisa	Responsável pelo acompanhamento do projeto	Formação na área de humanas. Mínimo de 3 anos de experiência em pesquisa de opinião pública	1
Entrevistador	Aplicação dos questionários	Concluintes do 2º grau, com experiência em pesquisa telefônica.	13
Coordenador de campo	Realização de treinamento e supervisionar todo trabalho de campo	Experiência mínima de 5 anos na coordenação da área de pesquisa telefônica, com larga experiência nas funções de coordenação. Responsabilidade de contratação e treinamento de equipe, além da coordenação geral da totalidade de projetos da área.	1
Líder de CATI	Avaliação de meta de produção e checagem das quantidades a serem amostradas	Experiência de 3 anos em pesquisa CATI	1

6.2 Conclusões dos Trabalhos de Campo

O campo foi iniciado no dia 15 de fevereiro e concluído em 18 de fevereiro de 2016, conforme previsto.

7.1 Codificação

Uma equipe experiente de codificadores analisa todas as respostas abertas do questionário, codificando-as de forma ordenada, seguindo orientações do coordenador da pesquisa e do contratante, sempre levando em conta os objetivos e as características do estudo.

Todos os codificadores envolvidos no projeto recebem as devidas instruções sobre a codificação de todo o material, sendo sua obrigação:

- Verificar se todas as perguntas estão respondidas;
- Codificar as perguntas abertas, seguindo padrões de qualidade estabelecidos, ou seja, se a pergunta é única opção e há mais ideias na resposta, o codificador deve usar a primeira ideia expressada. Caso a resposta não se encaixe na lista (quando houver), e para que não se perca informação, deve-se abrir um novo código antes de registrá-lo simplesmente em “outros”;
- Revisar as perguntas com filtro.

7.2 Consistência Analítica das Informações

A fase de limpeza e crítica de um banco de dados é fundamental em qualquer pesquisa. É preciso que o banco de dados final contenha informações consistentes, seja o mais completo possível, de qualidade e livre de erros que possam interferir nos resultados. Erros graves devem ser corrigidos: com voltas a campo, imputação de resultados ou inserção de *missing* (“não se aplica”).

Em pesquisas com coleta por questionário eletrônico (CATI) alguns erros e inconsistências podem ser identificados e tratados na fase de validação, ainda durante a coleta dos dados, através da implementação de consistência eletrônica. No entanto, isso não exclui a necessidade da verificação do banco de dados completo pós-campo.

Nesta verificação, as seguintes etapas são contempladas:

- Verificação dos saltos e da correta aplicação dos filtros: através de tabelas cruzadas entre as perguntas (variáveis) que impõem os filtros no questionário e aquelas às quais o filtro foi imposto. O objetivo é certificar-se de que não houve falha no aplicativo/programação quanto aos filtros impostos.
- Validação das respostas: o objetivo é identificar eventuais erros de escolha da opção de resposta correta, certificando-se da coerência entre as opções de resposta (por exemplo, a renda individual não pode ser superior à renda familiar).
- Voltas a campo e imputação de valores: em alguns casos, nos quais há perda de informações, é necessário re-contato com o entrevistado para que as perguntas cujas respostas foram perdidas sejam refeitas. Em outros casos, pode ser possível

que os resultados sejam imputados mediante a verificação de outras variáveis relacionadas.

O processamento ocorre fisicamente em nosso endereço, permitindo que o trabalho seja executado por equipe própria. O SPSS é o nosso aplicativo padrão para tabulação dos dados, particularmente pela abrangência das suas possibilidades de análises e testes estatísticos.

As tabelas para análise são acompanhadas de indicadores estatísticos que apontam diferenças significativas, desvios, médias, etc.

7.3 *Processamento como Parte do Controle de Qualidade*

- O processamento ocorre fisicamente em nosso endereço central, e proporciona a elaboração de relatórios periódicos dos dados.
- O SPSS é o nosso aplicativo padrão para tabulação dos dados, particularmente pela abrangência das suas possibilidades de análises e testes estatísticos.
- As tabelas para análise são acompanhadas de indicadores estatísticos que apontam diferenças significativas, desvios, médias, etc.

8 Análise dos Resultados da Pesquisa

P01) No dia treze de fevereiro aconteceu o Dia Nacional de Mobilização contra o mosquito Aedes Aegypt, que é o mosquito que transmite doenças como Dengue, Zika Virus e Chikungunya. O(A) sr(a) ficou sabendo dessa notícia? **(RU)**

Base: Amostra (600)

Sim	84%
Não	15%
NS/NR	1%

P02) O(A) sr(a) ficou sabendo pela primeira vez dessa notícia pela... **(RU)**

Base: somente para quem ficou sabendo da notícia (502)

TV	72%
Internet	9%
Rádio	6%
Jornal impresso	3%
Outra	5%
NS/NR	3%

P03) O(a) sr(a) participou de alguma das atividades no Dia Nacional de Mobilização contra o mosquito Aedes Aegypt?

Base: somente para quem ficou sabendo da notícia (502)

Sim	11%
Não	88%
NS/NR	0%

P04) E de quais atividades o(a) Sr.(a) participou no Dia Nacional de Mobilização contra o mosquito Aedes Aegypt? (ATÉ DUAS ATIVIDADES)

Base: somente para quem participou de alguma das atividades (57)	1ª MENÇÃO	1ª + 2ª MENÇÕES
Limpeza da casa	18%	22%
Verificar locais onde há água parada	16%	21%
Participação em mutirões de combate ao mosquito	17%	18%
Limpeza do quintal	12%	15%
Verificação dos vasos de plantas de casa / do trabalho	9%	14%
Alerta a vizinhos	4%	13%
Distribuir panfletos/ Material informativo	7%	7%
Compartilhamento de informações sobre o combate ao mosquito nas redes sociais	4%	7%
Limpeza do terreno baldio/ Alertar autoridades públicas sobre terrenos/ obras/ prédios abandonados	4%	4%
Informar e conscientizar as pessoas para cada um fazer sua parte	2%	4%
Verificação da caixa d'água	2%	3%
Realizou palestras em colégios/ Empresa	0%	3%
Recolhimento do lixo doméstico	0%	3%
Limpeza da vasilha dos animais de estimação	1%	1%
Observar possíveis focos/ Eliminar possíveis focos	1%	1%
Alerta a colegas de trabalho	0%	1%
NR	3%	3%

P05) E como o(a) sr(a) avalia esta iniciativa de fazer o Dia Nacional de Mobilização contra o mosquito? O(a) Sr.(a) considera... (LEIA ALTERNATIVAS 1 A 4 – **RU**)

Base: somente para quem ficou sabendo da notícia (502)	
Muito importante	76%
Importante	20%
Pouco importante	2%
Sem importância	1%
NR	1%

P06) Após o Dia Nacional de Mobilização Contra o Aedes Aegypti, o(A) sr(a) está... (**RU**)

Base: somente para quem ficou sabendo da notícia (502)	
Mais disposto a ajudar no combate ao mosquito	88%
Menos disposto a ajudar no combate ao mosquito	1%
Nem disposto nem indisposto (ESPONTÂNEA)	2%
NS/NR	9%

P07) Após o Dia Nacional de Mobilização Contra o Aedes Aegypti, que atitudes o(a) sr(a) tem tomado para combater o mosquito Aedes aegypti? (**ESPONTÂNEA**):

Base: Amostra (600)	1ª MENÇÃO	1ª + 2ª MENÇÕES
Verificar locais onde há água parada	42%	53%
Limpeza do quintal	10%	17%
Verificação dos vasos de plantas de casa / do trabalho	8%	16%
Limpeza da casa	8%	13%
Alerta a vizinhos	3%	9%
Verificação da caixa d'água	2%	6%
Recolhimento do lixo doméstico	1%	5%
Usar repelente	1%	4%
Informar e conscientizar as pessoas para cada um fazer sua parte	1%	4%
Manter garrafas tampadas/ viradas/ tampinhas no chão	1%	2%
Compartilhamento de informações sobre o combate ao mosquito nas redes sociais	0%	2%
Observar possíveis focos/ Eliminar possíveis focos	1%	1%
Tampar os ralos de pias/ banheiros	1%	1%
Mais atenção e mais cuidado s/e	1%	1%
Não deixar pneus acumulando água	1%	1%
Participação em mutirões de combate ao mosquito	0%	1%
Limpeza da vasilha dos animais de estimação	0%	1%
Usar inseticidas/ larvicidas	0%	1%
Alerta a colegas de trabalho	0%	1%
Limpeza de ralos/ esgotos	0%	1%
Verificar o vaso sanitário/ deixar o vaso sanitário tampado	0%	0%
Limpeza do local de trabalho	0%	0%
Fechar janelas	0%	0%
Não deixar latinhas com água	0%	0%
Autoriza a entrada na residência dos agentes de saúde	0%	0%
Limpar tudo s/e	0%	0%
Limpeza do terreno baldio/ Alertar autoridades públicas sobre terrenos/ obras/ prédios abandonados	0%	0%
Não deixar lixo nas ruas	0%	0%
Evitar frequentar locais com incidência da doença	0%	0%
Instalação de telas mosquiteiro nas janelas	0%	0%
Limpeza da piscina com mais frequência	0%	0%
Matar o mosquito	0%	0%
Nenhuma	14%	14%
NS/ NR	4%	4%

P08) Na sua opinião, por que motivo algumas pessoas ainda não se mobilizaram na luta contra o mosquito? (ESPONTÂNEA)

Base: somente para quem não tem tomado atitudes para combater o mosquito (106)	1ª MENÇÃO	1ª + 2ª MENÇÕES
Por falta de vontade / preguiça	23%	29%
Porque ainda não se conscientizaram sobre as doenças causadas pelo mosquito	18%	20%
Porque acham que nunca irá acontecer com eles/ Não tem casos na família com a doença	12%	15%
Falta de conhecimento/ informação	2%	6%
Falta de tempo	2%	4%
Não dão importância	3%	3%
Não acredita que está ocorrendo uma epidemia	3%	3%
Irresponsabilidade/ Falta de vergonha	2%	3%
Falta de educação	2%	3%
Algumas regiões não foram afetadas	2%	2%
Falta incentivo dos governantes	1%	2%
Obrigação do governo o controle/ dedetização	1%	2%
Não acreditam nas medidas tomadas pelo governo	1%	1%
Acredita que não têm responsabilidade	0%	1%
Muita propaganda/ População cansada de ouvir este assunto	0%	0%
NS/ NR	28%	28%

P09) O(A) sr(a) acredita que a solução para os problemas de contaminação de zika vírus e a diminuição dos casos de microcefalia será encontrada: **(RU)**

Base: Amostra (600)	
Com o desenvolvimento de uma vacina	45%
Com a eliminação dos criadouros do mosquito	44%
Com o uso de repelentes e pesticidas	4%
Nenhuma dessas medidas (ESPONTÂNEA)	2%
NS/NR	6%

P10) E como o(a) sr(a) avalia a disposição do Governo Federal em combater o mosquito Aedes Aegypti? O(A) sr(a) diria que o Governo Federal: **(RU)**

Base: Amostra (600)	
Tem se empenhado muito	26%
Tem se empenhado pouco	52%
Não tem se empenhado	12%
NS/NR	11%

P11) Na sua opinião, qual deve ser a prioridade do Governo Federal no combate ao zika vírus? **(RU)**

Base: Amostra (600)

Investir em mais pesquisas científicas para desenvolver a vacina contra o zika	35%
Contratar agentes de saúde para acabar com os criadouros do mosquito	24%
Conscientizar a população com campanhas informativas	20%
Multar empresas e pessoas que não eliminarem os criadouros do mosquito	18%
NS/ NR	4%

9 Conclusões / Considerações Finais

Esta é uma pesquisa realizada por meio telefônico, portanto representativa da população brasileira com acesso a esse meio de comunicação. Segundo a PNAD 2014 (IBGE), 39,5% da população brasileira com 16 anos ou mais tem acesso a telefone fixo e 80,4% a telefones celulares. Dessa forma, os dados desta rodada representam os cidadãos deste universo, não devendo ser extrapolados para a população brasileira como um todo, uma vez que apresentam uma condição socioeconômica superior à da população brasileira em geral.

A notícia sobre o Dia Nacional de Mobilização contra o mosquito *Aedes aegypti* foi do conhecimento da grande maioria dos entrevistados, sendo a TV o meio de comunicação mais citado como aquele pelo qual tomou conhecimento.

Quase nove em cada dez entrevistados não participaram de nenhuma atividade no Dia Nacional de Mobilização contra o mosquito *Aedes aegypti*. Entre os que responderam ter participado, as atividades mais citadas foram a limpeza da casa, a verificação de locais onde há água parada e a participação em mutirões de combate ao mosquito.

Cerca de três quartos dos respondentes que tomaram conhecimento desse Dia Nacional de Mobilização avaliam como muito importante a iniciativa. A grande maioria também se diz mais disposta a ajudar no combate ao mosquito após o dia do evento, sendo a verificação de locais onde há água parada a atitude mais tomada pelos entrevistados.

Entre aqueles que ainda não se mobilizaram, estes apontam que algumas pessoas não participam principalmente pela falta de vontade / preguiça e porque não se conscientizaram sobre as doenças causadas pelo mosquito.

Arguidos em relação à solução para os problemas de contaminação de Zika Vírus e a diminuição dos casos de microcefalia, as opiniões se dividiram quase que igualmente. Para os entrevistados essa solução poderia vir tanto do desenvolvimento de uma vacina, quanto da eliminação dos criadouros do mosquito.

O estudo também abordou o nível de empenho do Governo Federal em combater o mosquito *Aedes aegypti*. Pouco mais da metade dos respondentes acredita que o Governo tem se empenhado pouco no combate ao mosquito e cerca de um quarto afirma que tem se empenhado muito.

Por fim, no tocante a qual deve ser a prioridade do Governo Federal no combate ao Zika Vírus, os entrevistados destacaram: investir em mais pesquisas científicas para desenvolver a vacina contra o Zika, contratar agentes de saúde para acabar com os criadouros do mosquito e a conscientização da população com campanhas informativas.

10 Recomendações

A iniciativa do Dia Nacional de Mobilização teve amplo conhecimento e é considerado de alta importância pela população; entretanto, a adesão às atividades não pode ser considerada como maciça. Recomenda-se que o Governo Federal continue a divulgar campanhas que conscientizem toda a população no sentido de diminuir ao máximo o alcance do mosquito *Aedes aegypti*, evitando assim a transmissão das doenças relacionadas a esse vetor.

Anexo I – Questionário

Bloco I – Dia Nacional de Mobilização

PARA TODOS

P01) No dia treze de fevereiro aconteceu o Dia Nacional de Mobilização contra o mosquito Aedes Aegypt, que é o mosquito que transmite doenças como Dengue, Zika Virus e Chikungunya. O(A) sr(a) ficou sabendo dessa notícia? **(RU)**

01() Sim

02() Não

08() Não sabe

09() Não respondeu

####PARA QUEM RESPONDEU CÓD 1 (“SIM”) EM P01####

P02) O(A) sr(a) ficou sabendo pela primeira vez dessa notícia pela... **(RU – ESTIMULADA - LEIA ALTERNATIVAS DE 01 A 05)**

01() TV,

02() Rádio,

03() Internet,

04() Jornal impresso, OU

05() Revista impressa?

06() Outra – NAÕ É NECESSÁRIO ESPECIFICAR

08() Não sabe

09() Não respondeu

####PARA QUEM RESPONDEU CÓD 1 (“SIM”) EM P01####

P03) O(a) sr(a) participou de alguma das atividades no Dia Nacional de Mobilização contra o mosquito Aedes Aegypt?

01() Sim

02() Não

08() Não sabe

09() Não respondeu

PARA QUEM PARTICIPOU – CÓDIGO 1 EM P03

P04) E de quais atividades o(a) Sr.(a) participou no Dia Nacional de Mobilização contra o mosquito Aedes Aegypt? **(ATÉ DUAS ATIVIDADES)**

	1º LUGAR	2º LUGAR
Alerta a vizinhos	001 ()	001 ()
Verificação dos vasos de plantas de casa / do trabalho	002 ()	002 ()
Verificação da caixa d'água	003 ()	003 ()
Limpeza do quintal	004 ()	004 ()
Limpeza da casa	005 ()	005 ()
Alerta a colegas de trabalho	006 ()	006 ()
Compartilhamento de informações sobre o combate ao mosquito nas redes sociais	007 ()	007 ()
Participação em mutirões de combate ao mosquito	008 ()	008 ()
Recolhimento do lixo doméstico	009 ()	009 ()
Verificar locais onde há água parada	010 ()	010 ()
Outra atitude (anote): _____	_ _ _	###
Outra atitude (anote): _____	###	_ _ _
Nenhuma	097 ()	097 ()
Não sabe	098 ()	098 ()
Não respondeu	099 ()	099 ()

###PARA QUEM RESPONDEU CÓD 1 (“SIM”) EM P01###

P05) E como o(a) sr(a) avalia esta iniciativa de fazer o Dia Nacional de Mobilização contra o mosquito? O(a) Sr.(a) considera... (LEIA ALTERNATIVAS 1 A 4 – **RU**)

- 01() Muito importante,
- 02() Importante,
- 03() Pouco importante, ou
- 04() Sem importância?

- 08() Não sabe
- 09() Não respondeu

###PARA QUEM RESPONDEU CÓD 1 (“SIM”) EM P01###

P06) Após o Dia Nacional de Mobilização Contra o Aedes Aegypti, o(A) sr(a) está... **(RU – ESTIMULADA - LEIA ITENS 01 E 02)**

01() Mais disposto a ajudar no combate ao mosquito OU

02() Menos disposto a ajudar no combate ao mosquito?

03() Nem disposto nem indisposto (ESPONTÂNEA)

08() Não sabe

09() Não respondeu

PARA TODOS

P07) Após o Dia Nacional de Mobilização Contra o Aedes Aegypti, que atitudes o(a) sr(a) tem tomado para combater o mosquito aedes aegypti? **(ESPONTÂNEA- ATÉ DUAS RESPOSTAS):**

	1º LUGAR	2º LUGAR
Alerta a vizinhos	001 ()	001 ()
Verificação dos vasos de plantas de casa / do trabalho	002 ()	002 ()
Verificação da caixa d'água	003 ()	003 ()
Limpeza do quintal	004 ()	004 ()
Limpeza da casa	005 ()	005 ()
Alerta a colegas de trabalho	006 ()	006 ()
Compartilhamento de informações sobre o combate ao mosquito nas redes sociais	007 ()	007 ()
Participação em mutirões de combate ao mosquito	008 ()	008 ()
Recolhimento do lixo doméstico	009 ()	009 ()
Verificar locais onde há água parada	010 ()	010 ()
Outra atitude (anote): _____	_ _ _ _	###
—		
Outra atitude (anote): _____	###	_ _ _ _
—		
Nenhuma	097 ()	097 ()
Não sabe	098 ()	098 ()
Não respondeu	099 ()	099 ()

###PARA QUEM RESPONDEU 097, 098 ou 099(“NENHUMA, NÃO SABE e NÃO RESPONDEU”) EM P07###

P08) Na sua opinião, por que motivo algumas pessoas ainda não se mobilizaram na luta contra o mosquito? **(ESPONTÂNEA)**

	1º LUGAR	2º LUGAR
Por falta de vontade / preguiça	001 ()	001 ()
Porque ainda não se conscientizaram sobre as doenças causadas pelo mosquito	002 ()	002 ()
Outro (anote): _____	_ _ _	
Outro (anote): _____		_ _ _
Não sabe		098 ()
Não respondeu		099 ()

PARA TODOS

P09) O(A) sr(a) acredita que a solução para os problemas de contaminação de zika vírus e a diminuição dos casos de microcefalia será encontrada: **(RU – ESTIMULADA - LEIA ALTERNATIVAS DE 01 A 03) (RODÍZIO DAS ALTERNATIVAS)**

- 01() Com o desenvolvimento de uma vacina
- 02() Com a eliminação dos criadouros do mosquito
- 03() Com o uso de repelentes e pesticidas

- 07() Nenhuma dessas medidas (ESPONTÂNEA)
- 08() Não sabe
- 09() Não respondeu

P10) E como o(a) sr(a) avalia a disposição do Governo Federal em combater o mosquito Aedes Aegypti? O(A) sr(a) diria que o Governo Federal: **(LEIA ALTERNATIVAS DE 1 A 3 – RU)**

- 01() Tem se empenhado muito,
- 02() tem se empenhado pouco OU
- 03() não tem se empenhado?

- 08() Não sabe
- 09() Não respondeu

P11) Na sua opinião, qual deve ser a prioridade do Governo Federal no combate ao zika vírus? **(LEIA ALTERNATIVAS 1 A 4 – RU) (RODÍZIO DAS ALTERNATIVAS)**

- 01() Investir em mais pesquisas científicas p/ desenvolver a vacina contra o zika
- 02() Contratar agentes de saúde para acabar com os criadouros do mosquito
- 03() Conscientizar a população com campanhas informativas
- 04() Multar empresas e pessoas que não eliminarem os criadouros do mosquito

- 08() Não sabe
- 09() Não respondeu

REND1) Em qual destas faixas está a sua renda individual do mês passado? **(RU – ANOTE NA PRIMEIRA COLUNA ABAIXO)**

REND2) E em qual destas faixas está a renda total da sua família no mês passado, somando as rendas de todas as pessoas que moram com você, inclusive a sua? **(RU – ANOTE NA SEGUNDA COLUNA ABAIXO)**

	REND 1) RENDA PESSOAL	REND 2) RENDA FAMILIAR
Mais de R\$ 7.880,01	1.	1.
Mais de R\$ \$ 3.940,01 até R\$ 7.880,00	2.	2.
Mais de R\$ 1.576,01 até R\$ 3.940,00	3.	3.
Mais de R\$ 788,01 até R\$ 1.576,00	4.	4.
Até R\$ 788,00	5.	5.
Não tem rendimento pessoal	6.	
Não respondeu	8.	8.

REGIÕES IBOPE: CONFORME LISTAGEM

- 01 REGIÃO 1 - NORTE / CENTRO-ESTE
- 02 REGIÃO 2 - NORDESTE
- 03 REGIÃO 3 - SUDESTE
- 04 REGIÃO 4 – SUL

PORTE DO MUNICÍPIO: CONFORME LISTAGEM

- 01 PORTE 1 - ATÉ 5.000 HABITANTES
- 02 PORTE 2 - DE 5.001 A 10.000 HABITANTES
- 03 PORTE 3 - DE 10.001 A 20.000 HABITANTES
- 04 PORTE 4 - DE 20.001 A 50.000 HABITANTES
- 05 PORTE 5 - DE 50.001 A 100.000 HABITANTES
- 06 PORTE 6 - DE 100.000 A 500.000 HABITANTES
- 07 PORTE 7 - ACIMA DE 500.000 HABITANTES

LOCALIZAÇÃO DO MUNICÍPIO: CONFORME LISTAGEM

- 01 CAPITAL
- 02 PERIFERIA
- 03 INTERIOR

ESTADO: CONFORME LISTAGEM

- 01 ACRE
- 02 ALAGOAS
- 03 AMAZONAS
- 04 AMAPÁ
- 05 BAHIA
- 06 CEARÁ
- 07 DISTRITO FEDERAL
- 08 ESPÍRITO SANTO
- 09 GOIÁS
- 10 MARANHÃO
- 11 MINAS GERAIS
- 12 MATO GROSSO DO SUL
- 13 MATO GROSSO
- 14 PARÁ
- 15 PARAÍBA
- 16 PERNAMBUCO
- 17 PIAUÍ
- 18 PARANÁ
- 19 RIO DE JANEIRO
- 20 RIO GRANDE DO NORTE
- 21 RONDÔNIA
- 22 RORAIMA
- 23 RIO GRANDE DO SUL
- 24 SANTA CATARINA
- 25 SERGIPE
- 26 SÃO PAULO
- 27 TOCANTINS

TEXTO DE ENCERRAMENTO:

Aqui encerra a entrevista, como falei, meu nome é.....sou entrevistador(a) do IBOPE Inteligência, e eu quero agradecer a sua participação.

Caso tenha alguma dúvida sobre a nossa pesquisa você poderá falar com (Pedro Ramos), Através do telefone número (41 2169 1600). Ou, se preferir, pode entrar em contato diretamente com o IBOPE Inteligência através do telefone **0800 800 5000** (ligação gratuita).

Anexo II – Plano Amostral

Relação dos Municípios Pesquisados

Município	Amostra
1. Rio Branco	4
2. Manaus	8
3. Itacoatiara	4
4. Brasília	8
5. Goiânia	4
6. Aparecida de Goiânia	4
7. Itumbiara	4
8. Pilar de Goiás	4
9. Planaltina	4
10. Campo Grande	4
11. Dourados	4
12. Cuiabá	4
13. Pontes E Lacerda	4
14. Belém	4
15. Ananindeua	4
16. Bragança	4
17. Marabá	4
18. Prainha	4
19. Muaná	4
20. Porto Velho	4
21. Babaçulândia	4
22. Maceió	4
23. Feira Grande	4
24. Salvador	8
25. Lauro de Freitas	4
26. Muritiba	4
27. Ibirataia	4
28. Itamaraju	4
29. Caculé	4
30. Encruzilhada	4
31. Miguel Calmon	4
32. Rafael Jambeiro	4
33. Monte Santo	4
34. Fortaleza	8
35. Caucaia	4
36. Senador Sá	4
37. Arneiroz	4
38. Juazeiro do Norte	4
39. São Luís	4
40. Rosário	4
41. Itinga do Maranhão	4
42. Pio Xii	4
43. Timon	4
44. João Pessoa	4
45. Caiçara	4

46. Alagoa Nova	4
47. Recife	4
48. Abreu E Lima	4
49. Olinda	4
50. Carpina	4
51. Caruaru	4
52. Passira	4
53. Teresina	4
54. Colônia do Piauí	4
55. Natal	4
56. Parnamirim	4
57. Serra do Mel	4
58. Aracaju	4
59. Itabaianinha	4
60. Cariacica	4
61. São Mateus	4
62. Jerônimo Monteiro	4
63. Belo Horizonte	8
64. Contagem	4
65. Santa Luzia	4
66. Santa Maria de Itabira	4
67. Ipatinga	4
68. Diamantina	4
69. Montes Claros	4
70. Uberlândia	4
71. Iturama	4
72. Passos	4
73. Monte Sião	4
74. Wenceslau Braz	4
75. Sericita	4
76. Juiz de Fora	4
77. Rio de Janeiro	20
78. Itaguaí	4
79. Duque de Caxias	4
80. Mesquita	4
81. Nova Iguaçu	4
82. São Gonçalo	4
83. Cabo Frio	4
84. Santo Antônio de Pádua	4
85. Barra Mansa	4
86. São Paulo	36
87. Osasco	4
88. Guarulhos	4
89. Santa Isabel	4
90. Diadema	4
91. Santo André	4
92. São Caetano do Sul	4
93. Suzano	4
94. Guarujá	4
95. Limeira	4
96. Angatuba	4
97. Cabreúva	4

98. Votorantim	4
99. Caçapava	4
100. Taubaté	4
101. Campinas	4
102. Jaguariúna	4
103. Itatiba	4
104. Itapira	4
105. Riolândia	4
106. Barretos	4
107. Jardinópolis	4
108. Bauru	4
109. São Manuel	4
110. Marília	4
111. Parapuã	4
112. Curitiba	4
113. Almirante Tamandaré	4
114. Ponta Grossa	4
115. Londrina	4
116. Santa Fé	4
117. Vila Alta	4
118. Foz do Iguaçu	4
119. Santo Antônio do Sudoeste	4
120. Porto Alegre	4
121. Arroio dos Ratos	4
122. Guaíba	4
123. São Marcos	4
124. Liberato Salzano	4
125. Fontoura Xavier	4
126. São Gabriel	4
127. Sertão Santana	4
128. Rio Grande	4
129. Paulo Lopes	4
130. Ilhota	4
131. Rio Negrinho	4
132. Concórdia	4
133. Forquilha	4
Total	600