

Este documento oferece um panorama geral de práticas de grande impacto (PGIs) pertinentes à mudança social e comportamental (MSC), incluindo princípios orientadores para projeto e implementação de programas MSC efetivos. Nessa coletânea de PGIs, o termo **mudança social e comportamental** (MSC) refere-se a atividades ou intervenções que buscam entender e facilitar mudanças em comportamento e normas sociais e determinantes ambientais que os guiam. Intervenções MSC são baseadas em certo número de áreas diferentes, incluindo comunicação em mudança social e comportamental (CMSC), mobilização comunitária, marketing, ativismo, economia comportamental, projetos centrados no ser humano e psicologia social. MSC é um elemento essencial na programação de planejamento na medida em que configura não apenas a demanda por serviços, mas também a comunicação cliente-fornecedor, a comunicação entre casais, e o engajamento de líderes comunitários e outros influenciadores de comportamentos e normas relacionados à saúde.

Muitos implementadores e pesquisadores situam a MSC em um quadro de trabalho sócio-ecológico (veja Figura 1) que reconhece que os fatores determinantes de comportamentos de saúde existem em múltiplos níveis, são inter-relacionados e estendem-se para além do indivíduo. Especificamente, modelos sócio-ecológicos reconhecem a influência de relações interpessoais, estruturas comunitárias e normas culturais e valores a respeito de escolhas e comportamentos individuais.

Figura 1: Quadro de trabalho socioecológico para MSC



Fonte: Adaptado de McLeroy et al., 1988

Revisões sistemáticas concluem que intervenções **interativas, guiadas por teoria** que sigam um **projeto e processo de implementação testados**¹ podem aumentar o conhecimento, mudar atitudes e normas sociais e produzir mudanças em um amplo leque de comportamentos. No contexto de programas de planejamento familiar, intervenções MSC bem projetadas e bem implementadas podem aumentar a demanda por serviços de planejamento familiar, qualidade de serviços e iniciativa de uso de planejamento familiar através de:

- Criação de demanda por serviços e produtos
- Apoio à correta utilização de produtos de saúde
- Promoção de comportamentos saudáveis que são praticados fora do sistema de saúde
- Apoio à mudança de comportamento de fornecedor e facilitação de interações positivas entre cliente e fornecedor
- Melhoria da capacidade dos pacientes em articular e defender ativamente suas necessidades
- Mudança de normas sociais para propiciar comportamentos saudáveis

¹ Exemplos de abordagens testadas em projeto e implementação de programação CMSC incluem **P-Process** do Johns Hopkins Center for Communication Programs, **C-Planning** do FHI 360's, **DELTA** da PSI, **ACADA Model Designing for Behavior Change**, da UNICEF e outros processos que abrangem revisão sistemática de dados; identificação de audiências, mensagens e canais; pré-teste de contribuições criativas; implementação e avaliação.

A programação efetiva de MSC começa com a identificação de um conjunto de comportamentos prioritários que o programa objetiva influenciar. Comportamentos como uso de contraceptivos, postergação da primeira gestação e espaçamento entre gestações são comportamentos complexos e envolvem comportamentos multifásicos. Por exemplo, o uso contraceptivo envolve busca de informação e serviços, obtenção de um método e potencialmente a prática ou uso repetido daquele método. Pesquisas formativas e análise comportamental são vitais para se identificar os mais fortes determinantes, motivadores ou barreiras para cada um destes comportamentos junto ao público pretendido.

Práticas de Grande Impacto (PGIs) em MSC

A comunidade de planejamento familiar continua a aprender com abordagens novas e estabelecidas em programação MSC. A experiência tem mostrado que a programação de alta qualidade em MSC utiliza múltiplos canais de comunicação e/ou abordagens não baseadas em comunicação de modo coordenado para alcançar os objetivos de mudança de comportamento. Há atualmente quatro PGIs identificadas pertinentes à MSC: **mídia de massas**, **engajamento de grupos comunitários**, **comunicação interpessoal** e **saúde digital para MSC**. Esta biblioteca vai continuar a crescer à medida em que comprovações forem sendo coletadas em apoio a novas abordagens.

Para maximizar o impacto programático, os implementadores devem considerar como PGIs em MSC podem dar suporte ou alavancagem a atividades de planejamento familiar. PGIs em fornecimento de serviços normalmente incluem atividades MSC que influenciam o acesso de um indivíduo a serviços de saúde, interação com fornecedores e manutenção de comportamento seguida à utilização de serviços. Por exemplo, abordagens MSC podem aumentar a conscientização sobre **serviços itinerantes de sensibilização**, guiar o desenvolvimento de serviços amigáveis para a juventude em **franquias sociais** e **farmácias** e enfrentar preconceitos de fornecedores em **planejamento familiar pós-aborto**.

MSC também complementa a defesa e esforços relacionados a políticas públicas, contribuindo para o desenvolvimento de um ambiente favorável ao planejamento familiar e à saúde reprodutiva. Por exemplo, os implementadores podem considerar como PGIs em MSC podem ser usadas para influenciar tomadores de decisão e para **crystalizar compromentimentos expressos ou institucionalizados** em favor do planejamento familiar, mudar **políticas públicas** e assegurar **financiamento** adequado para programas de planejamento familiar. É essencial que atividades MSC incluídas dentro de programações mais amplas de saúde e desenvolvimento se apeguem a práticas comprovadas descritas abaixo em resumos específicos de PGIs em MSC.

Dicas para a Implementação de MSC

Tanto a pesquisa quanto a experiência programática demonstraram que intervenções MSC efetivas compartilham um certo número de características principais (Noar et al., 2009; Abrams et al., 2008, Nation et al., 2003).² Os programas podem ter maior impacto quando:

- Conduzem ou usam pesquisa formativa para identificar barreiras e facilitadores de mudança de comportamento em um dado contexto, incluindo as normais sociais e dinâmicas que sustentam comportamentos individuais.
- Fundamentam intervenções em mudança de comportamento, de aprendizado e de comunicação.
- Segmentam públicos em subgrupos baseados em fatores demográficos, psicográficos e/ou comportamentais.

² Nation, M., Crusto, C., Wandersman, A., Kumpfer, K. L., Seybolt, D., Morrissey-Kane, E., & Davino, K. (2003). What works in prevention: Principles of effective prevention programs. *American Psychologist*, 58, 449-456.

- Consideram fornecedores um público para intervenções em MSC de modo a facilitar melhoria da qualidade de assistência, experiência do cliente com a assistência e aceitação de serviços melhorada.
- Usam um leque de abordagens para atingir públicos de maneira coordenada, criando um efeito de "som envolvente" no qual mensagens-chave são diretamente e indiretamente reforçadas.
- Comunicam mensagens pré-testadas que se movem para além do fornecimento de informação para enfrentar barreiras específicas em mudança social e comportamental de um modo que seja atraente, engajador e convincente.
- Promovem a comunicação entre os casais enquanto precursor essencial para normas de gênero igualitárias, tomada de decisão reprodutiva pelas mulheres e uso de produtos e serviços de planejamento familiar.
- Promovem o engajamento e o parecer da comunidade e das partes interessadas durante o projeto, implementação, monitoramento e avaliação.
- Regularmente coletam, compartilham e monitoram dados para melhoria do programa, com atenção particular a questões de alcance, fidelidade ao projeto/qualidade e impacto comportamental percebido.
- Ligam-se intimamente ao fornecimento de produtos e serviços de saúde para assegurar coordenação efetiva entre suprimento e demanda.³

Ferramentas e Recursos

Pesquisa Formativa

SBCC How-to Guide: How to Conduct Qualitative Formative Research (guia de como conduzir pesquisas formativas qualitativas em CMSC) oferece um panorama de métodos de pesquisa qualitativa e como ele podem ser aplicados no projeto de programas de planejamento familiar.

<https://www.thehealthcompass.org/how-to-guides/how-conduct-qualitative-formative-research>

SBCC How-to Guide: How to Conduct a Situation Analysis (guia de como conduzir análise de situação em CMSC) oferece orientação sobre como avaliar os fatores ambientais que sustentam certos comportamentos e resultados de saúde, de modo que as atividades CMSC possam ser objetivadas corretamente.

<https://www.thehealthcompass.org/how-to-guides/how-conduct-situation-analysis>

Projeto Estratégico

I-Kit: Designing a Social and Behavior Change Communication Strategy (kit para projetar uma estratégia de comunicação em mudança social e comportamental) oferece orientação passo a passo para você incluir pesquisa formativa em seu projeto de programa. <https://sbccimplementationkits.org/lessons/analysis-of-the-situation/>

SBCC How-to Guide: How to Do Audience Segmentation (guia de como fazer CMSC sobre como segmentar públicos) oferece orientação para customizar intervenções e mensagens para as necessidades e valores específicos de diferentes públicos. <https://www.thehealthcompass.org/how-to-guides/how-do-audience-segmentation>

Think BIG: Behavior Integration Guidance (pensar grande: orientação em integração comportamental) ajuda você a incorporar "aceleradores de comportamentos" prioritários em avaliação e planejamento estratégicos. <https://acceleratorbehaviors.org/guidance>

³ Veja Kit HC3 Service Communication Implementation. <https://healthcommcapacity.org/hc3resources/service-communication-implementation-kit/>

Comunicação de Serviços

I-Kit: Integrating SBCC into Service Delivery Programs (kit para integração de CMSC em programas de prestação de serviços) oferece um panorama de conceitos em comunicação de serviços e orientação no desenvolvimento e integração de atividades comunicativas. <https://sbccimplementationkits.org/service-communication/>

I-Kit: Provider Behavior Change (kit mudança de comportamento do fornecedor) oferece orientação passo a passo no uso de CMSC para mudar comportamentos de fornecedores e melhorar resultados de clientes. <https://sbccimplementationkits.org/provider-behavior-change/>

Recursos de Aprendizagem

O *Grupo CORE* opera uma lista de emails para facilitar o compartilhamento de conhecimento, comprovações e melhores práticas entre profissionais de saúde global. <https://www.coregroup.org/>

O *Health COMPass* é um recurso de curadoria para especialistas em MSC compartilharem materiais e ferramentas. <https://www.thehealthcompass.org/>

Springboard for Health Communication Professionals (trampolim para profissionais de comunicação em saúde) é uma comunidade online onde profissionais podem compartilhar e debater conhecimentos de comunicação em mudança social e comportamental, experiências e recursos. <https://www.healthcomspringboard.org/>

Monitoramento e Avaliação

SBCC How-to Guide: How to Develop a Monitoring and Evaluation Plan (guia como fazer CMSC: como desenvolver um plano de monitoramento e avaliação) explica elementos-chave de planos em M&A e oferece orientação sobre como defender seu uso em programas de MSC. <https://www.thehealthcompass.org/how-to-guides/how-develop-monitoring-and-evaluation-plan>

SBCC How-to Guide: How to Develop Indicators (guia de como fazer CMSC: como desenvolver indicadores) explica como criar indicadores de programas e delinear oportunidades para seu uso. <https://www.thehealthcompass.org/how-to-guides/how-develop-indicators>

IndiKit oferece ferramentas detalhadas para coletar dados em indicadores-chave em mudança de comportamento. <http://www.indikit.net/>

Citação sugerida:

Práticas de Grande Impacto em Planejamento Familiar (PGIs). Mudança Social e Comportamental: Uma parte Crucial de Programas de Planejamento Familiar Efetivos Washington, DC: USAID; 2018 Abr. Disponível em: <https://www.fphighimpactpractices.org/wp-content/uploads/2018/11/MundacaSocialComportamentalSupervisão.pdf>

Tradução para o português pela PAHO/CLAP.