

GUIA METODOLÓGICO



<https://www.gov.br/gestao/pt-br/assuntos/inovacao-governamental/cinco>



GUIA METODOLÓGICO - CINCO

Brasília, abril de 2025



EXPEDIENTE

Esther Dweck

Ministra da Gestão e da Inovação em Serviços Públicos

Roberto Seara Machado Pojo Rego

Secretário de Gestão e Inovação

Claudia da Costa Martinelli Wehbe

Diretora de Inovação Governamental

Marizaura Reis de Souza Camões

Coordenadora Geral da CINCO

Equipe Técnica - CINCO:

Adriana Neves Mascarenhas

Andréa Cristina Rosa Mendes

Antonio Claret Campos Filho

Carla Cristina Gomes Arede

Débora Stephanie Ribeiro

Eduardo d'Albergaria Freitas

Fabio Iglesias

Helena Rodrigues Zomer Azambuja

Janaina Piana

Jorge Humberto Borges da Silva


Luís Henrique D'Andrea

Maurício Miranda Sarmet

Raissa Santos Oliveira


Raquel Moreira Aló

Sérvio Tulio Caetano da Costa Junior



ESTE MATERIAL PODE SER USADO E COMPARTILHADO
LIVREMENTE DESDE QUE ATRIBUÍDOS OS DEVIDOS
CRÉDITOS AUTORAIS.



Guia Metodológico CINCO © 2025 by CINCO is licensed
under CC BY-NC-SA 4.0





SUMÁRIO

1. Considerações Iniciais.....	6
2. Etapas da Metodologia CINCO.....	9
2.1. O que é a metodologia CINCO.....	9
2.2. C – COMPORTAMENTO.....	12
2.3. I – INSIGHTS.....	16
2.4. N – NOVAS ESTRATÉGIAS.....	29
2.5. C – CHECAGEM.....	39
2.6. O - ORQUESTRAÇÃO.....	47
3. Recomendações para coleta de dados e pesquisa.	55
4. Considerações Finais.....	68
5. Referências.....	71
6. Anexos.....	74



1. CONSIDERAÇÕES INICIAIS

Olá! Nós da CINCO – Unidade de Ciências Comportamentais do Ministério da Gestão e da Inovação em Serviços Públicos (MGI) - elaboramos este guia com a metodologia que desenvolvemos e aplicamos ao longo de 2023 e 2024.

A CINCO tem como objetivo ajudar as pessoas que atuam na formulação, implementação e gestão de políticas públicas a encontrar soluções inovadoras para os desafios, utilizando as lentes das Ciências Comportamentais. O nosso trabalho consiste em compreender os problemas abordados pelas políticas públicas, bem como os serviços e as soluções oferecidos pelos governos a partir do ponto de vista dos envolvidos (quem utiliza e quem presta o serviço na ponta) e, então, informar o desenho da política pública para que ela seja mais aderente às necessidades das pessoas e alcance melhores resultados. E claro, sempre considerando os processos decisórios e comportamentos.



Nosso intuito com este guia é oferecer subsídios a todos os gestores de políticas e serviços públicos que desejam aplicar as Ciências Comportamentais em sua realidade. A nossa metodologia foi gradualmente planejada e implementada a partir de *frameworks* nacionais e internacionais. Todos os projetos foram voltados para o aprimoramento dos resultados de políticas e serviços públicos, sempre considerando a melhoria das condições de vida das pessoas envolvidas.

Os projetos realizados pela CINCO em parceria com órgãos e entidades da Administração Pública seguem as etapas previstas neste guia, com adaptações conforme o contexto. No ano de 2024, uma das estratégias da CINCO para selecionar e executar projetos de intervenção comportamental foi a Jornada de Investigação de Problemas Comportamentais em Políticas Públicas. Neste guia usaremos alguns exemplos de projetos da Jornada para ilustrar as atividades descritas.



Quer saber mais sobre como foi a 1ª Jornada de Investigação de Problemas Comportamentais da CINCO?

Temos uma publicação contando todos os detalhes na página da CINCO - <https://www.gov.br/gestao/pt-br/assuntos/inovacao-governamental/cinco/projetos/relatorio-1a-jornada.pdf>

A metodologia CINCO , que apresentaremos aqui, está em constante aprimoramento. Assim, esta é a primeira versão de como realizamos os nossos projetos. Esperamos no futuro aprimorar sempre nosso trabalho e continuar compartilhando os aprendizados. Deixaremos em nossa página sempre a versão mais atualizada.

O guia está organizado em 06 seções. A seção 1 é esta, com as considerações iniciais. Na seção 2 tratamos de cada uma das 5 etapas da nossa metodologia. Na seção 3 trazemos recomendações sobre o que é essencial para o desenvolvimento de pesquisas qualitativas e quantitativas, necessárias em algumas etapas da metodologia. Nas últimas seções trazemos nossas considerações finais sobre o guia (seção 4), as referências mencionadas (seção 5) e os anexos (seção 6), com links para aulas sobre os temas mencionados no documento e para modelos de atividades que usamos em nossos projetos - e que podem ser utilizados por vocês, se desejarem.

Boa leitura!

Equipe da CINCO



2. ETAPAS

METODOLOGIA CINCO

2.1 O que é a metodologia CINCO?

Diversas unidades de Ciências Comportamentais ao redor do mundo desenvolveram modelos para a condução de projetos de intervenção comportamental. Com base nesses modelos, desenvolvemos nossa própria abordagem para planejar e executar projetos.

Começamos identificando o comportamento-alvo que influencia os resultados de uma política pública e seguimos até a implementação de intervenções que facilitem mudanças desejadas e benéficas para as pessoas envolvidas.

Nosso objetivo é garantir que essas transformações sejam positivas tanto para quem toma as decisões quanto para os resultados das políticas públicas.



Cada etapa do projeto envolve tarefas específicas para as equipes e gera resultados relevantes. Embora o objetivo seja percorrer todas as fases até a etapa final, também é possível encerrar o projeto em uma etapa intermediária, sem perder seu valor. Em qualquer cenário, o processo gera *insights* e conhecimento que contribuem para o aprimoramento das políticas públicas. A conclusão de cada uma das cinco etapas resulta em materiais e análises que podem embasar decisões estratégicas para intervenções no comportamento-alvo.

Vamos detalhar nos próximos itens cada uma das etapas da metodologia CINCO. Cada letra da sigla CINCO representa uma das etapas da metodologia, que é sequencial. As cinco etapas são:



C - COMPORTAMENTO



I - INSIGHTS



N - NOVAS ESTRATÉGIAS



C - CHECAGEM



O - ORQUESTRAÇÃO

2.2. C – COMPORTAMENTO

A etapa COMPORTAMENTO é a primeira da metodologia e tem como objetivo transformar um desafio amplo de uma política pública em desafios específicos. Cada um desses desafios está associado a comportamentos que influenciam os resultados esperados. O foco é identificar quais comportamentos das pessoas envolvidas têm impacto direto nos resultados da política e selecionar aquele que será trabalhado no projeto de intervenção comportamental.



Existem inúmeras definições de comportamento humano na literatura especializada da área de Ciências Comportamentais. Uma forma de escolher um comportamento-alvo para uma intervenção é chamada de *Pinpoint* (DANIELS, 2016). O *Pinpoint* é particular porque atende a algumas regras de objetividade para definir comportamentos, a saber:

M: São **Mensuráveis** (em termos quantitativos ou qualitativos);

E: São **Específicos**, ou seja, objetivamente descritos e sem interpretações acerca da sua motivação ou intencionalidade;

T: **Todas** as pessoas que observarem irão concordar sobre a ocorrência ou não do comportamento;

A: São **Aparentes**, ou seja, observáveis.



Optar por comportamentos que atendam as regras do acrônimo META nos auxilia a definir comportamentos observáveis para medirmos e propormos intervenções. Precisamos tentar reduzir as interpretações subjetivas em relação ao comportamento, a fim de que possamos considerá-lo como um objeto de pesquisa, análise e intervenção.

Identificação de comportamentos - Jornada de Investigação de Problemas Comportamentais

A etapa COMPORTAMENTO foi executada pela CINCO em parceria com 10 equipes durante o período de março a junho de 2024, na Jornada de Investigação de Problemas Comportamentais em Políticas Públicas. Detalhamos o passo a passo das atividades desenvolvidas em uma publicação, que está em nosso site:

<https://www.gov.br/gestao/pt-br/assuntos/inovacao-governamental/cinco/projetos/relatorio-1a-jornada.pdf>

Quer conhecer as aulas que foram feitas sobre temas que compõem a metodologia da CINCO?

Acesse a Coleção Mindinho e outros materiais da nossa biblioteca -

<https://www.youtube.com/playlist?list=PLyamWeGB05wRmtlloe0M8JHvKNOYVU7->

Comportamentos observáveis: exemplo

Uma das equipes participantes da Jornada analisou um programa de previdência complementar em que se desejava implantar perfis de investimento de acordo com as características dos participantes. Entre os desafios para a implementação, identificou-se que parte das pessoas tinha baixo conhecimento sobre investimentos, o que poderia dificultar sua escolha entre os perfis a serem disponibilizados.

Neste contexto, trouxemos dois comportamentos identificados pela equipe, entre vários outros, que impactavam o aprimoramento do programa de previdência. São eles:

Comportamento:

Participar das aulas de educação financeira/previdenciária ofertadas

Quem faz:

Participante

Comportamento:

Escolher os investimentos (alocação) feitos em cada perfil

Quem faz:

Gestor

Ambos os comportamentos são passíveis de mensuração objetiva e podem ser medidos por qualquer pessoa que tenha acesso às informações necessárias. Não dependem de interpretações e podem sofrer intervenções para que sejam modificados.

Nos projetos desenvolvidos pela CINCO, partimos de um desafio geral de política pública, que é recortado em desafios específicos. Depois, são identificados comportamentos que impactam nos desafios específicos. Partir do nível mais abrangente e chegar nos comportamentos que podem ser objeto de intervenção é essencial para explicitar quais comportamentos podem ter impacto nos resultados apresentados por uma política ou serviço público.



Para avançar, é fundamental definir qual dos comportamentos identificados será aprofundado na etapa INSIGHTS. Para orientar essa escolha, propomos avaliar os comportamentos elencados com base em dois critérios: o impacto potencial nos resultados da política pública e a facilidade com que a pessoa pode modificar esse comportamento. Essa análise ajudará a selecionar o comportamento-alvo mais estratégico para a intervenção.



Recomendamos priorizar o comportamento que atenda a ambos os critérios simultaneamente. A matriz apresentada acima pode ser uma ferramenta útil para identificar um comportamento relevante, com alto impacto e menos barreiras para mudança.

2.3 I - INSIGHTS

Após a definição do comportamento-alvo, inicia-se a fase de aprofundamento na compreensão do problema comportamental.

A Fase I – INSIGHTS tem como objetivo ampliar esse entendimento, permitindo a geração de *insights* que servirão de base para a formulação de propostas de intervenção comportamental.

O que é *insight*?

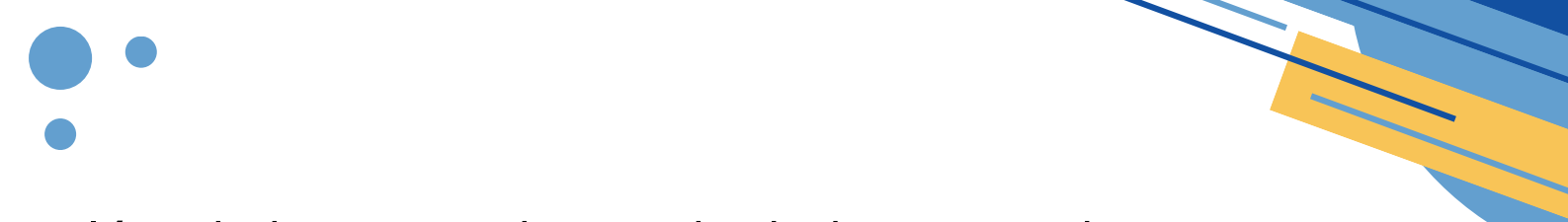
É algo oculto que se torna claro a partir de uma nova percepção do que é observado. É uma nova visão do problema, mais aprofundada.

O *insight* pode possibilitar:

- Ver a realidade de outra forma;
- Ter novas reflexões;
- Perceber necessidades ocultas;
- Identificar algo que estava oculto e foi revelado;
- Sair do óbvio.

O *insight* não é uma solução para o problema! Ele contribui para ampliar o entendimento sobre o problema.

Essa é uma etapa de investigação sobre as informações disponíveis que podem contribuir para entendermos melhor as causas e as consequências do comportamento-alvo, bem como as alavancas e barreiras para a adoção do comportamento desejado.



Além da busca em bases de dados e estudos existentes, nesta fase pode ser realizada a coleta direta de dados quantitativos e qualitativos por meio de pesquisa de campo.

A fase INSIGHTS começa com o mapeamento de certezas, suposições e dúvidas sobre o comportamento-alvo, utilizando a matriz CSD. Amplamente adotada na área do design¹, essa ferramenta ajuda a organizar o conhecimento disponível:

- Certezas: informações já comprovadas por dados secundários.
- Suposições: hipóteses sobre o comportamento que precisam ser verificadas.
- Dúvidas: aspectos ainda desconhecidos que demandam investigação.

Essa estrutura facilita a identificação de lacunas e orienta a busca por novos dados para embasar as próximas etapas do projeto.

¹ <https://brasil.uxdesign.cc/matriz-csd-tudo-o-que-voc%C3%AA-precisa-saber-897e39c797e7>
<https://www.alura.com.br/artigos/matriz-csd-visualizando-dimensao-dos-problemas?srsId=AfmBOoofV5mhEcACoIMecA9Nmabbws9yIqbu9trEmlbSJXjsQMV-kjsnp>
<https://escoladesignthinking.echos.cc/blog/2020/08/matriz-csd/>



A figura ilustra como usamos a matriz CSD nos projetos da Jornada. São inseridos post its na ferramenta Miro sobre as certezas, dúvidas e suposições em relação ao comportamento analisado.

Esta matriz CSD pode ser complementada com registros a partir de reflexões sobre elementos comportamentais que podem interferir ou explicar a ocorrência ou não do comportamento-alvo. Para esse complemento, propomos uma reflexão sobre alguns fatores que podem influenciar o comportamento, como por exemplo: i. falta de foco ou atenção; ii. visão de mundo e valores enraizados; iii. escolhas que não refletem os desejos reais e iv. dificuldades em equilibrar benefícios de longo prazo com ações imediatas.

Esses aspectos são abordados no ABCD, acrônimo da metodologia BASIC, que representa Attention, Belief Formation, Choice e Determination (OECD, 2019).

Para tornar o uso do ABCD mais intuitivo na complementação das certezas, suposições e dúvidas, disponibilizamos, a seguir, perguntas norteadoras para cada tema, além de uma aula expositiva da CINCO explicando o conceito em detalhes.



ATTENTION:
O comportamento observado decorre da dificuldade de manter a atenção ou o foco?

A pessoa esquece de fazer o que precisa?

Será que a pessoa está focando só no mais urgente ou mais imediato?

A pessoa precisa fazer muitas tarefas ao mesmo tempo e acaba não fazendo algo importante da maneira que se espera?



BELIEF FORMATION:
O comportamento observado tem a ver com a visão de mundo, julgamentos ou com as opiniões da pessoa?

Será que a pessoa se comporta dessa maneira porque sempre fez assim?

Será que a decisão da pessoa tem a ver com algum julgamento moral dela sobre o assunto?

Será que a pessoa tenta resolver o que precisa da maneira que lhe parece mais fácil, mesmo que o resultado não seja o melhor?

Será que a pessoa só considera as informações que são convenientes para ela, ignorando outras informações necessárias?



CHOICE:

As pessoas estão fazendo escolhas que não estão de acordo com o que realmente desejam/precisam?

Será que ela faz assim porque todo mundo faz?

As opções disponíveis podem estar direcionando o comportamento das pessoas para algo indesejável?

Será que a pessoa tem muitas dúvidas que a impedem de fazer de outra maneira?

A pessoa está fazendo uma escolha de acordo com suas motivações? A escolha atual faz sentido para ela?



DETERMINATION:

A escolha do presente parece não ser a melhor escolha no longo prazo?

A pessoa se sente estressada, desconfortável ou cansada para tomar alguma decisão de longo prazo?

A decisão é difícil e a pessoa prefere adiar enquanto puder?

A pessoa tem medo de se arrepender no futuro caso mude o comportamento?

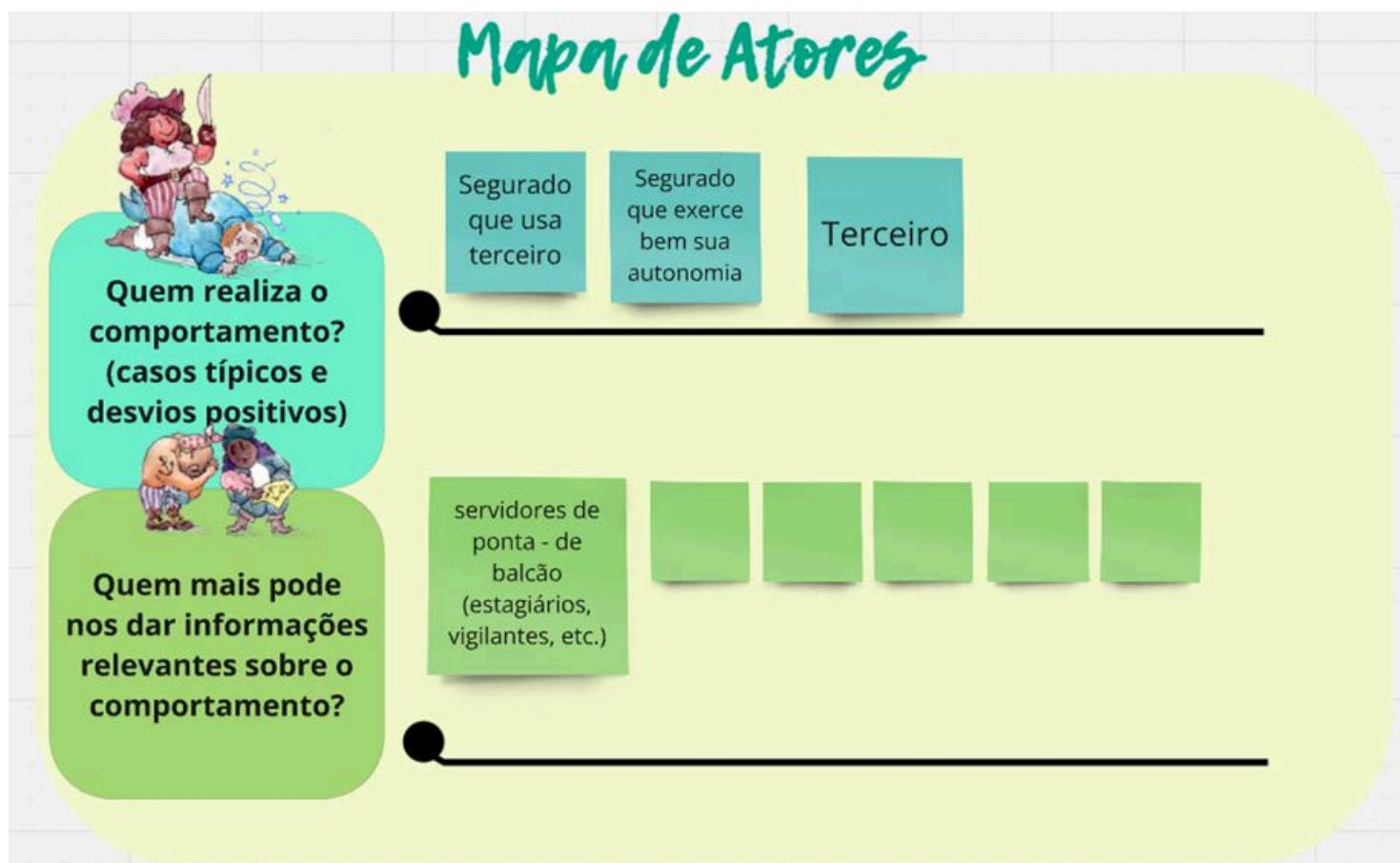
Fonte: CINCO, adaptado de BASIC/INudgeYou (OECD, 2019)


Para buscar maiores entendimentos sobre as suposições e dúvidas levantadas, passamos para a verificação das estratégias de coleta de dados que auxiliam a obter os esclarecimentos necessários. Quais serão as fontes para as informações que precisamos? Qual será o tipo de pesquisa mais adequado? Haverá entrevista ou observação? Haverá aplicação de formulários ou questionários? Os dados secundários existentes são suficientes?

Uma das estratégias amplamente adotada pela CINCO e seus parceiros é a pesquisa qualitativa, especialmente por meio de entrevistas com atores-chave da política pública. Para apoiar o planejamento das entrevistas, utilizamos duas ferramentas: i. o mapa de atores, que ajuda a identificar os participantes mais relevantes; e ii. os roteiros de entrevista, elaborados de acordo com o perfil de cada ator envolvido na pesquisa.

Mapa de atores: exemplo

Um dos projetos da Jornada que chegou até esta fase foi com o Laboratório de Inovação do Instituto Nacional de Seguridade Social (INSS). A fim de entender melhor o comportamento dos cidadãos e cidadãs que decidem buscar intermediários para os auxiliarem a requerer pedidos no INSS, foi proposto o seguinte mapa de atores:





A identificação dos atores é necessária para que saibamos quais roteiros adaptados a cada um deles precisaremos elaborar. Assim, em relação ao mapa acima, foram elaborados roteiros de entrevista para segurados do INSS, para intermediários ou terceiros que são buscados pelos segurados e para servidores das agências, que atuam cotidianamente atendendo segurados que buscam informações e serviços.

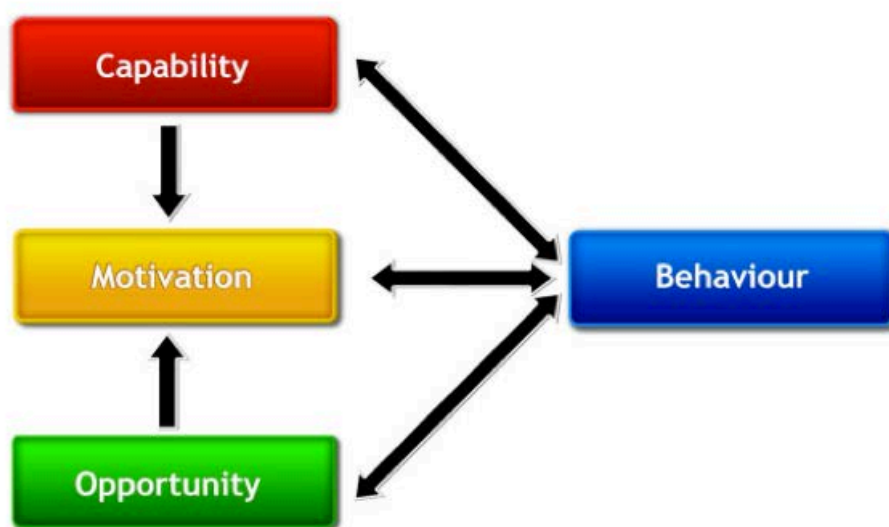
Antes de iniciar a coleta de dados com os atores mapeados, é importante testar os roteiros ou outros instrumentos a serem utilizados. O teste deve ser feito com algumas pessoas que compartilham características semelhantes às aquelas existentes no público-alvo. O objetivo é verificar se o instrumento funciona bem, se é devidamente compreendido pelo entrevistado na hora do uso, e se por meio dele é possível obter dados sobre as suposições e dúvidas levantadas ao planejar a pesquisa. O teste funciona como um ensaio.

Os testes de roteiro de entrevista devem ser feitos em situações bem semelhantes às aquelas que serão encontradas durante a pesquisa de campo completa. Recomenda-se que os testes sejam gravados e ouvidos por todos os membros da equipe do projeto, a fim de que no momento de revisão dos roteiros todos tenham insumos para refletir sobre o que funcionou e deve ser mantido e o que não funcionou e precisa ser alterado.

Boas práticas na coleta de dados

Destacamos que a CINCO orienta que as recomendações de boas práticas para coleta de dados em pesquisa sejam devidamente observadas em todos os projetos, como a elaboração de termo de consentimento, a autorização expressa para gravação, a garantia de anonimato, a explicitação dos objetivos e do uso a ser feito dos dados, entre outros. A CINCO também segue seu Manifesto Ético², publicado em sua página eletrônica. Na seção 3 deste guia falaremos mais sobre a realização de pesquisas de campo.

A CINCO propõe, dentre várias estratégias existentes, a organização dos dados coletados em pesquisa de campo combinada com os elementos do COM-B. Trata-se de um acrônimo para *capability* (C - capacidade), *opportunity* (O - oportunidade) e *motivation* (M - motivação). O “B” é de *behaviour*, comportamento. Este modelo, proposto por Michie et al (2011), foi apresentado pela CINCO em aula, disponível no site, e pode ser resumido conforme se segue:



Fonte: Michie et al (2011)

² <https://www.gov.br/gestao/pt-br/assuntos/inovacao-governamental/cinco/manifesto-etico>

As letras do COM-B:

C - Capacidade

Habilidade física e psicológica para o comportamento

O - Oportunidade

Fatores externos que possibilitam o comportamento

M - Motivação

Processos cognitivos que dirigem o comportamento

Consciente/Inconsciente

B - Comportamento

Análise das entrevistas: exemplo

No projeto da equipe da política pública denominada Serviço de Acolhimento em Família Acolhedora (SFA), foram realizadas 27 entrevistas virtuais com três grupos distintos: Colaboradores do Serviço de Família Acolhedora (SFA); Famílias Acolhedoras (FA) e; Famílias Inscritas que não se habilitaram (FI).

Com base nos dados das entrevistas, foi realizada uma análise temática indutiva para explorar os resultados. A análise temática foi feita tendo como referência o texto de Braun & Clarke (2006). Assim, após a transcrição das entrevistas, realizou-se a identificação de “falas” que contribuíam para compreender aspectos que influenciam no processo de se tornar e permanecer como família acolhedora. As “falas” foram organizadas por grupo de entrevistados (SFA, FA e FI) e registradas em post-its em um quadro no aplicativo Miro.

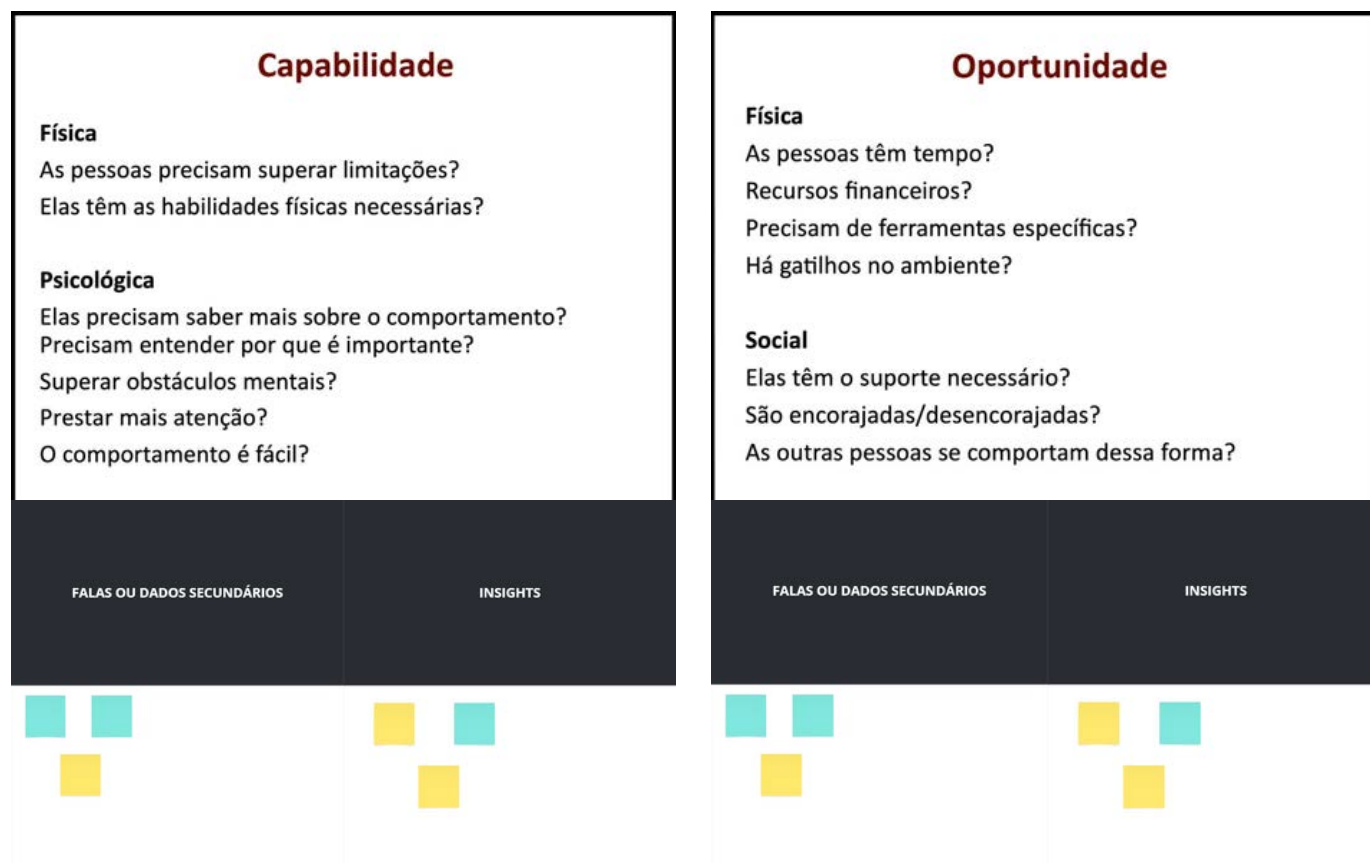
Em seguida as “falas” foram agrupadas pelos temas:

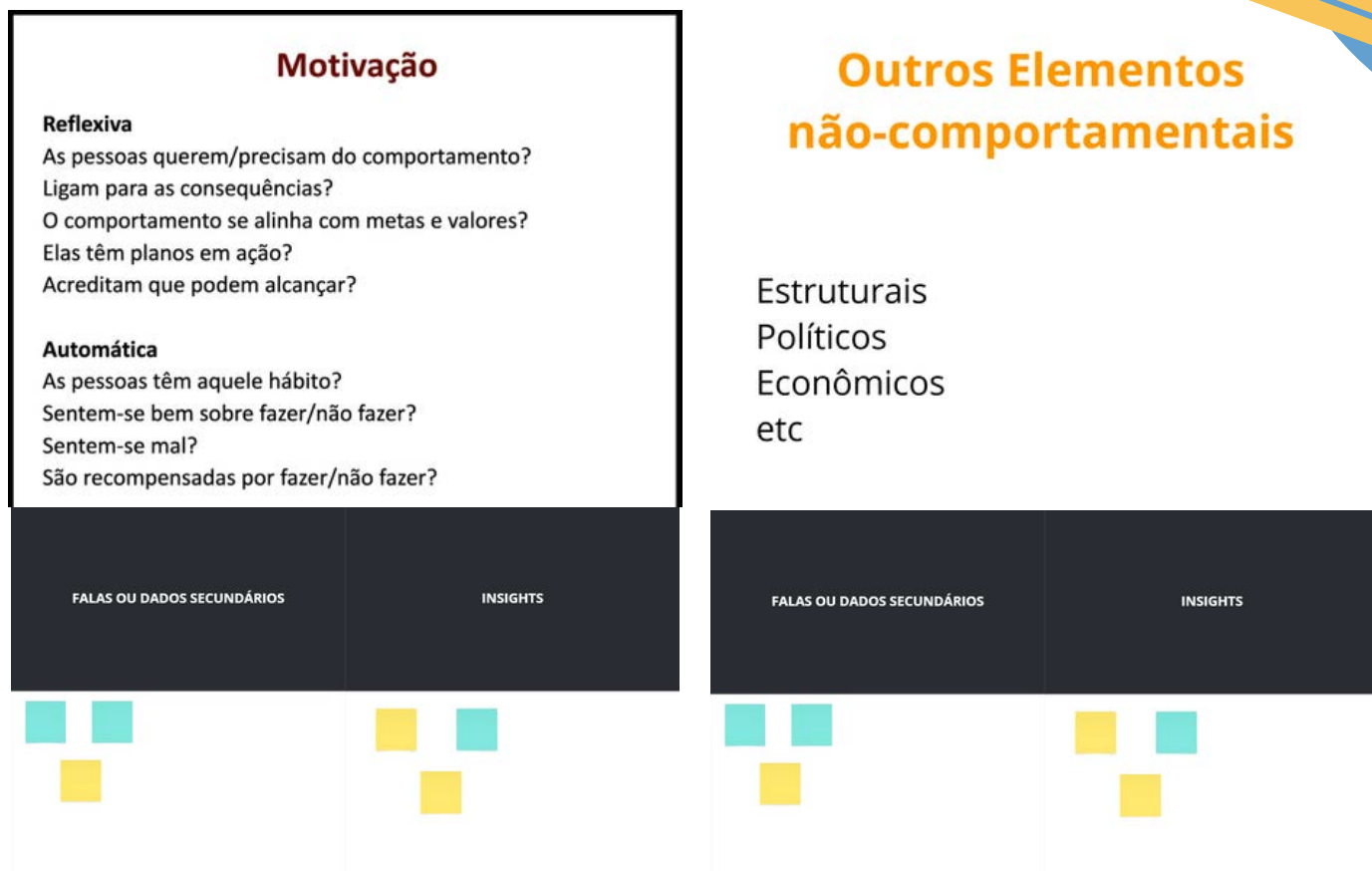
- Rotina e logística da família
- Apoio do SFA
- Barreiras da família (independente do SFA)
 - Concepções errôneas
- Tomar conhecimento do Serviço
- Rotina e preparo para a chegada
- Motivação para ser FA

- Relação com o serviço/rede
- Vínculo, apego e aprendizados
 - Desacolhimento
 - Divulgação
- Relação com pessoas externas
- Desafios para se tornar e se manter FA
- Aspectos técnicos da formação
 - Desempenho do SFA

Iniciou-se o processo de socialização e compartilhamento dos registros das entrevistas com os demais participantes do projeto para a geração dos *insights*. Portanto, as principais falas identificadas nas entrevistas e registradas em cada categoria foram fundamentais para a geração dos *insights*.

As falas mais emblemáticas dos entrevistados e outros tipos de dados coletados são selecionados a partir do material da pesquisa de campo e classificados conforme os conceitos do COM-B:







Fonte: CINCO

A classificação das falas e demais dados coletados por elementos do COM-B, com a inclusão de uma categoria “outros” com espaço para o que não se encaixa em nenhum deles, pode facilitar a elaboração de *insights* sobre o comportamento-alvo, com a identificação de barreiras e alavancas.

Atenção!

Neste momento, ainda **não** estamos pensando em soluções ou intervenções, mas sim em novos entendimentos sobre o comportamento que é objeto de análise desde o início do processo.



Com a conclusão da pesquisa de campo e a formulação de *insights* a partir das falas e demais dados coletados, torna-se possível construir o fluxo decisório dos atores da política pública em relação ao comportamento-alvo. Esse mapeamento revela as decisões sequenciais tomadas ao longo do processo, permitindo associar os *insights* gerados a cada uma dessas etapas.

A categorização das falas e dados com base nos elementos do COM-B, estruturados em um fluxo decisório, oferece uma nova perspectiva sobre o problema comportamental. Esse olhar ampliado não apenas aprofunda a compreensão do desafio, mas também fornece subsídios essenciais para a próxima fase da metodologia: o desenho de intervenções.

Fluxo decisório: exemplo

Veja na seção de **ANEXOS** o fluxo decisório feito pela CINCO com a equipe da política pública denominada Serviço de Acolhimento em Família Acolhedora (SFA), com participantes de vários órgãos a convite do Ministério do Desenvolvimento e Assistência Social, Família e Combate à Fome, que se inscreveu na Jornada. O comportamento-alvo escolhido no projeto é a adesão das famílias ao SFA e o fluxo representado mostra o caminho percorrido por uma família desde o momento em que busca informações sobre o serviço até a decisão final de acolher ou não uma criança ou um adolescente. A sequência de decisões representada conjuntamente com os *insights* de capacidade, oportunidade, motivação e outros elementos não-comportamentais trazem uma visão mais completa sobre o comportamento e seu contexto – o que facilitará muito a proposição de soluções que possam reduzir as barreiras ou fortalecer os propulsores existentes.

Além das inspirações teóricas mencionadas, destacamos que a etapa de INSIGHTS foi proposta pela CINCO a partir de *frameworks* conhecidos como o BASIC, divulgado pela OECD em 2019, e o TESTS, publicado pelo *The Behavioural Insights Team* em 2022.

Quer conhecer as aulas que foram feitas sobre temas que compõem a metodologia da CINCO?

Acesse a Coleção Mindinho e outros materiais da nossa biblioteca -

[https://www.youtube.com/playlist?
list=PLyamWeGB05wfRmtlloe0M8JHvKNOYVU7-](https://www.youtube.com/playlist?list=PLyamWeGB05wfRmtlloe0M8JHvKNOYVU7-)



2.4 N – NOVAS ESTRATÉGIAS

Após a geração de *insights*, é iniciada a fase de proposição de estratégia(s) de intervenção sobre o problema comportamental em análise. Neste momento deve ser feita uma **pesquisa inspiracional sobre o tema**, com a proposição de novas maneiras de intervir no problema identificado. As seguintes questões norteadoras devem ser respondidas durante a fase de NOVAS ESTRATÉGIAS: O que já foi feito em outros contextos? Que outras intervenções comportamentais funcionaram em outras políticas e que podemos testar? Há novas intervenções que podem ser testadas? O que já foi feito em outros contextos que não funcionou? Por quê?

O objetivo da fase N, NOVAS ESTRATÉGIAS, é gerar ideias promissoras de possíveis intervenções para o problema comportamental, com base nos *insights* comportamentais da fase I. Além da pesquisa inspiracional, a fase N envolve atividades de **ideação, priorização, seleção e melhoramento de estratégias de intervenção**. A figura a seguir ilustra as atividades da fase de proposição de estratégias de intervenção utilizada pela CINCO.



Nos projetos conduzidos pela CINCO por meio da Jornada, estas atividades são realizadas utilizando a ferramenta Miro. Iniciamos a fase de NOVAS ESTRATÉGIAS com a pesquisa inspiracional. As equipes buscam artigos, melhores práticas e outros textos de referência que indiquem possíveis estratégias de intervenção aplicadas a problemas semelhantes ao problema comportamental em análise.



Antes de iniciarmos a elaboração de ideias de intervenção no comportamento-alvo, propomos uma atividade de aquecimento com as equipes para que proponham usos não convencionais para objetos comuns do nosso dia a dia. O objetivo é estimular as pessoas a “pensarem fora da caixa” durante a ideação de estratégias de intervenção.



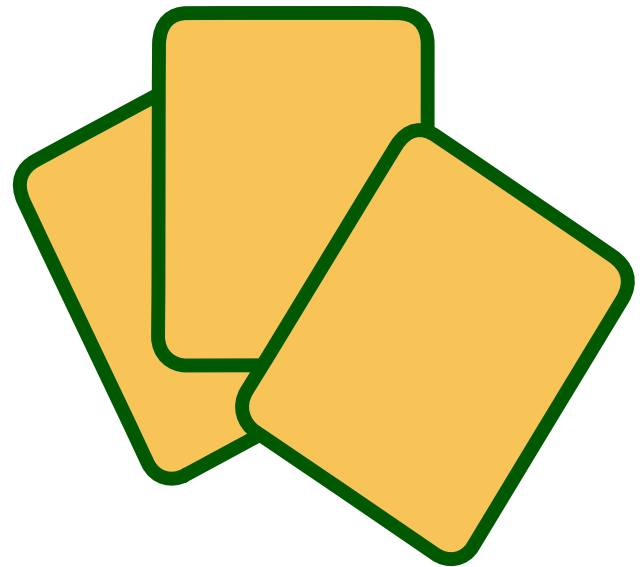
Fonte: CINCO

Nesta fase é importante confirmar se seguiremos com o mesmo comportamento-alvo ou se é necessário reformulá-lo a partir dos *insights* gerados na fase anterior ou dos resultados encontrados nas pesquisas inspiracionais.



Com a confirmação do comportamento que seguirá como alvo da futura intervenção do projeto, tem início a elaboração das ideias de intervenção. Para orientar e estimular a ideação, usamos como referência as informações das cartas de exemplos e de aplicações que representam os 12 (doze) elementos de base comportamental da ferramenta SIMPLES MENTE³, a seguir listados:

- S** - Simplificação
- I** - Incentivos
- M** - Mensageiro
- P** - *Priming*
- L** - Lembretes e compromissos
- E** - Emoção
- S** - Saliência
- M** - Modelos mentais
- E** - Ego
- N** - Normas sociais
- T** - Tendência pelo padrão
- E** - Escassez




³SIMPLESMENTE: <https://repositorio.enap.gov.br/handle/1/5219>

São utilizados dois tipos de cartas do baralho: Exemplos e Aplicações. As cartas de Exemplos (azuis) ajudam a identificar experiências nas quais cada elemento comportamental (do SIMPLEMENTE) possa ser utilizado na geração de ideias. As cartas de Aplicações (verdes) listam possíveis estratégias que são empregadas em diferentes contextos.

Neste momento, espera-se que muitas ideias surjam. A figura a seguir ilustra esta atividade para as cartas de SIMPLIFICAÇÃO.

SIMPLIFICAÇÃO


EXEMPLOS



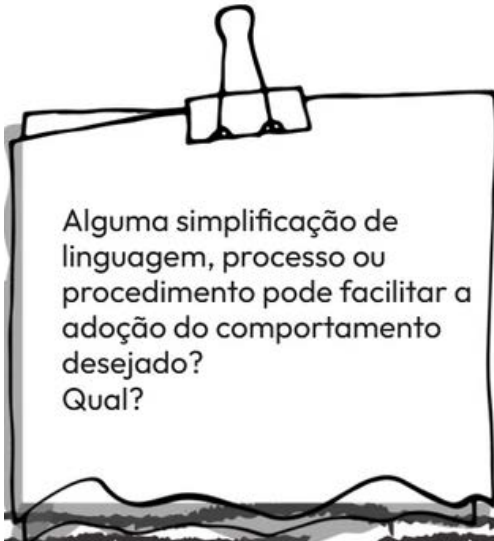
A Declaração de imposto de renda permite a importação de dados da declaração anterior e o pré-preenchimento dos pagamentos recebidos, reduzindo o tempo de preenchimento, a possibilidade de erros e o desgaste dos contribuintes para prestar contas à Receita.

SIMPLIFICAÇÃO

APLICAÇÕES



- Reduzir procedimentos desnecessários
- Auto-preenchimento de formulários
- Analisar eventual presença de dificuldades desnecessárias para usuários
- Tornar a comunicação mais direta, intuitiva.



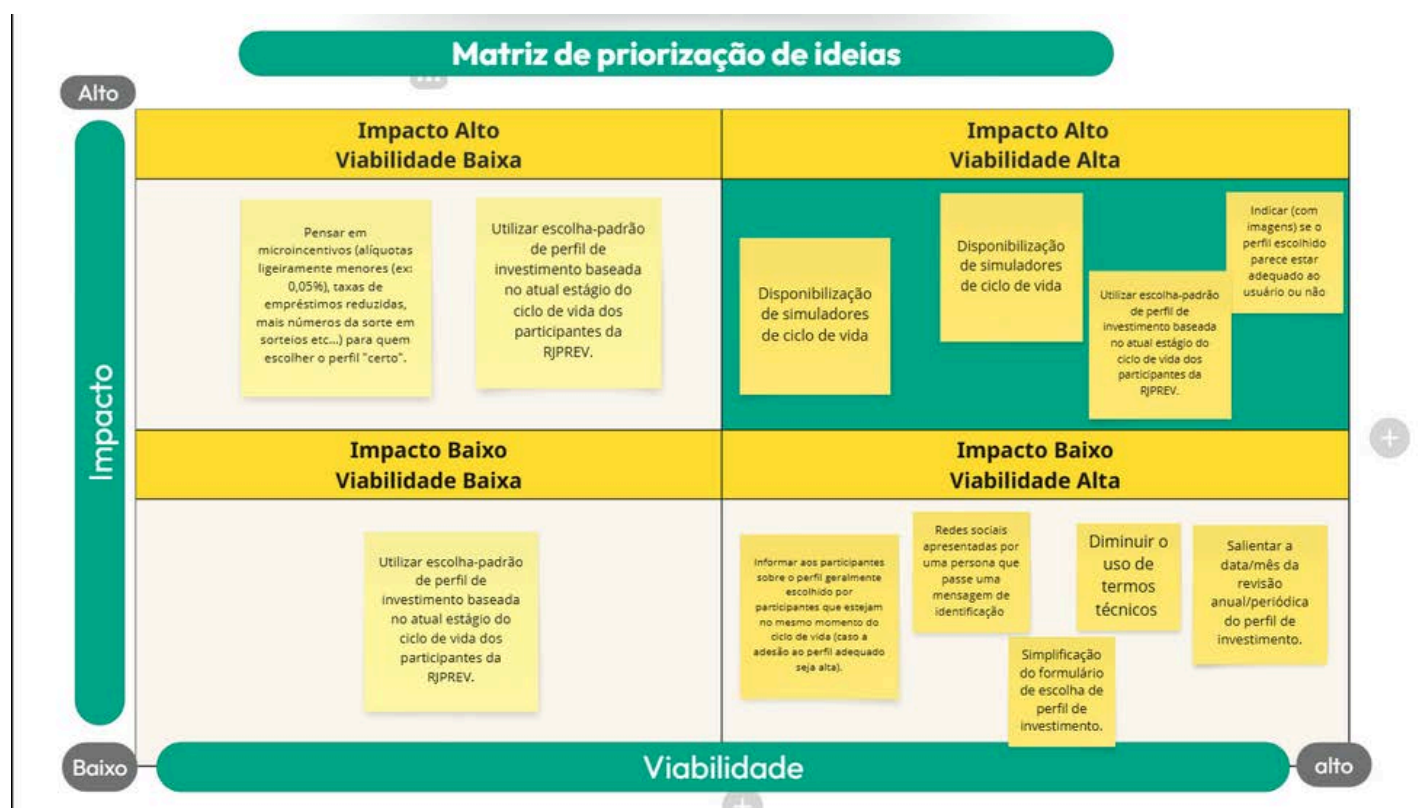
Alguma simplificação de linguagem, processo ou procedimento pode facilitar a adoção do comportamento desejado?
Qual?



Fonte: CINCO

Como muitas ideias de intervenção podem ter sido geradas, é preciso selecionar e priorizar ideias. Para tanto, adotamos uma matriz de priorização impacto x viabilidade⁴, sendo uma ferramenta bastante utilizada nas áreas de *Design* e de Inovação. As equipes escolhem as ideias que parecem ter **maior impacto** e que parecem **mais fáceis de implementar**. As ideias escolhidas devem ser posicionadas numa matriz de priorização para subsidiar a decisão final. As ideias priorizadas podem ser agrupadas, combinadas ou reescritas.

Matriz de priorização de ideias: exemplo



Fonte: CINCO, com informações preenchidas pela equipe RJPREV (participantes da Jornada)

⁴ <https://www.youtube.com/watch?v=IBDF5NcTISc>

<https://inspirations.beekast.com/pt/inspiration/matriz-de-impacto-viabilidade/>

A matriz de priorização de ideias da página anterior foi desenvolvida pela equipe da Fundação de Previdência Complementar do Estado do Rio de Janeiro (RJPREV) que se inscreveu na Jornada.

O comportamento-alvo escolhido no projeto foi “Como podemos orientar os participantes da RJPREV a escolher o perfil de investimento mais adequado aos seus anseios futuros e características?”. A matriz ilustra as ideias de intervenção priorizadas pela equipe considerando o impacto e a viabilidade dessas ações.

Quadro de ideias escolhidas: exemplo

Ideias Escolhidas

Simplificação do formulário de escolha de perfil de investimento.

Envio de lembrete por mensageiro adequado sobre a necessidade de escolha do perfil de investimento

Escolha-padrão para os participantes que não fizerem opção pelo perfil de investimento.



Mecanismo de incentivo para decisão ativa dos participantes quanto ao perfil de investimento.

Fonte: CINCO, com informações preenchidas pela equipe RJPREV (participante da Jornada)

A figura acima ilustra um quadro de melhores ideias selecionadas pela equipe da RJPREV a partir das ideias geradas na matriz de priorização de ideias.

Como conclusão da fase de NOVAS ESTRATÉGIAS, há o refinamento das ideias de intervenção priorizadas.





A partir do comportamento-alvo e das ideias selecionadas e refinadas, é preciso explicitar as condições para o comportamento desejado acontecer, bem como para ele ser mantido e reforçado. Para isso, a equipe do projeto precisa pensar em possibilidades para tornar cada ideia de intervenção original mais fácil, mais atraente, e assim por diante.

O *framework* denominado EAST, formulado pelo *The Behavioural Insights Team* (BIT), foi uma das inspirações para propormos as perguntas norteadoras a fim de tornar as ideias de intervenção mais efetivas e aderentes a princípios das Ciências Comportamentais. O EAST, que significa *easy* (fácil), *attractive* (atraente), *social* (social) e *timely* (tempestiva/o), propõe que as ideias sejam analisadas por meio destes critérios antes de seguirmos para as etapas seguintes de implementação (THE BEHAVIOURAL INSIGHTS TEAM, 2022) (THE BEHAVIOURAL INSIGHTS TEAM, 2014).

Por fim, as ideias são reescritas após as sugestões com o objetivo de sintetizá-las em uma ideia de intervenção que atenda ao máximo de condições para facilitar a ocorrência e a manutenção do comportamento desejado. A figura a seguir ilustra o quadro utilizado pela CINCO nos projetos para este objetivo.

PRÉ-COMPORTAMENTO

Criando condições para o comportamento acontecer



Ideia escolhida:	Como tornar o comportamento mais fácil de ser realizado?	Como tornar o comportamento mais atraente e tornar a ação mais chamativa, interessante e desejável?	Como fazer o convite ao comportamento saltar aos olhos no momento oportuno à realização da ação desejada?
------------------	---	--	--

Fonte: CINCO adaptado do EAST do The Behavioural Insights Team (2014)

Inicialmente, refletimos sobre como cada uma das ideias de intervenção priorizadas podem contribuir para o comportamento desejado ocorrer. Cada uma das ideias recebe mais elementos a fim de que seja mais efetiva para estimular o comportamento que se deseja.

Daniels (2016) traz em seu trabalho a relevância de incorporar na análise de comportamento que elementos podem funcionar como reforço positivo para o comportamento se manter ao longo do tempo. Assim, inserimos na atividade de ideação a reflexão sobre como as ideias podem ser aprimoradas com a finalidade de manutenção do comportamento.

PÓS - COMPORTAMENTO

Criando condições para o comportamento ser mantido e reforçado



Ideia escolhida:	Como manter fácil a repetição do comportamento alvo ao longo do tempo?	Como garantir que a recompensa do comportamento alvo tenha valor aos olhos da pessoa que age?	Como garantir que o comportamento alvo seja recompensado o mais rápido possível?	Como garantir que o comportamento alvo seja recompensado toda vez que ele acontecer?
------------------	---	--	---	---

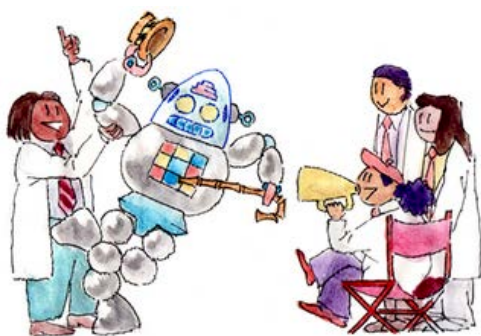
Fonte: CINCO, inspirado em Daniels (2016)

Novamente as ideias podem ser alteradas a partir das sugestões do quadro. Nem todas as sugestões serão incorporadas às ideias originais, apenas aquelas que a equipe do projeto julgar mais viáveis e com mais chance de funcionarem melhor conforme o contexto do projeto.

2.5 C – CHECAGEM

Finalizamos a etapa anterior de NOVAS ESTRATÉGIAS com ideias sobre intervenções no comportamento-alvo formuladas e refinadas. Neste momento, precisamos priorizar qual dessas ideias será objeto de prototipação. Segundo Metello (2018), o protótipo é uma versão preliminar de um produto ou serviço que permite explorar ideias e testar funcionalidades. O protótipo serve para validar conceitos e reduzir os riscos associados ao desenvolvimento de um projeto. Ele ajuda a identificar problemas e oportunidades de melhoria antes de investir tempo e recursos significativos. Precisa ser uma representação tangível de uma ideia, que possa ser testada com usuários reais.

Assim, as ideias geradas devem ser priorizadas considerando qual delas tem maior probabilidade de impacto e é mais viável para prototipação. Existem inúmeros tipos de protótipo e aqui vamos mencionar alguns deles:



Fonte: CINCO

Desenhos e figuras;
Mensagens e conversas simuladas;
Telas de sistemas e aplicações elaboradas em
ferramentas como Power Point, Canva, etc;
Formulários;
Vídeos.

E, claro, temos uma aula da CINCO sobre Prototipagem, disponível na nossa página, que pode ajudar quem chega nesta etapa de um projeto de intervenção comportamental.

Após definir qual ideia será prototipada, recomendamos algumas ações. Inicialmente, é importante explicitar as hipóteses que a equipe possui em relação à ideia de intervenção. Ou seja, de que maneira a ideia proposta poderá ter impacto no comportamento-alvo do projeto. Isso precisa estar claro e registrado para que a equipe possa verificar, após elaborar e testar o protótipo, se ele ajuda a confirmar ou a refutar as hipóteses prévias.

Quadro de hipóteses: exemplo

O exemplo mostra uma parte do quadro de hipóteses elaborado pela equipe da Procuradoria-Geral do Estado do Rio de Janeiro (PGE-RJ), durante a Jornada. A intervenção proposta para ser prototipada era constituída por mensagens de lembrete sobre o pagamento de um tributo. A hipótese era que o envio dos lembretes aumentaria o pagamento do tributo entre pessoas inadimplentes e também entre pessoas que haviam parcelado o pagamento.

Neste caso, a equipe fez como protótipo o texto da mensagem com os lembretes.

Objetivo: Aumentar a adimplência do tributo	Etapa 1 - CRIANDO HIPÓTESES	
	INTERVENÇÃO	HIPÓTESES
	enviar 1 lembrete com o prazo para pagamento.	Acreditamos que enviar lembretes sobre o pagamento do tributo para pessoas inadimplentes e pessoas com parcelamento agendado, fará com que [aumente a adimplência do tributo].

Fonte: CINCO

Com as hipóteses definidas e com o protótipo feito, a tarefa seguinte é escolher algumas pessoas, com características semelhantes àsquelas do público-alvo da intervenção, para testar se o protótipo funciona. Neste momento não é necessário fazer o teste com uma amostra grande – a ideia é verificar as reações de algumas pessoas, se elas veem valor na proposta e se conseguem usar o que foi criado de modo satisfatório. O teste possui, portanto, um caráter qualitativo e espera-se que seus resultados sejam um norte para a implantação da futura intervenção em maior escala.

Propomos um modelo de tabela para planejamento do teste de protótipo:

Nome do projeto						
CRONOGRAMA DE EXECUÇÃO DO TESTE					Resultados	
Início	Fim	Tarefa	Tarefa	Tarefa	Tarefa	
SEMANA 1		<div>Atividade 10710</div> <div>Conclusão do teste</div> <div>10/10 - 10/10</div>				<div>FINALIZAÇÃO DO PLANEJAMENTO DO TESTE e CONCLUSÃO DOS AJUSTES NO PROTÓTIPO</div>
SEMANA 2		<div>Atividade 10710</div> <div>Conclusão do teste</div> <div>10/10 - 10/10</div>				<div>REALIZAÇÃO DO TESTE DO PROTÓTIPO</div>
SEMANA 3						<div>APRESENTAÇÃO DOS RESULTADOS DO TESTE DE PROTÓTIPO NO ENCONTRO DA JORNADA</div>

O planejamento do teste do protótipo tem ao menos três momentos: a elaboração do protótipo para ser testado, a execução do teste qualitativo e a apresentação dos resultados. O detalhamento das atividades em cada um destes momentos varia bastante, conforme o que é proposto. Alguns protótipos podem ser concluídos rapidamente e outros demandam mais tempo e recursos.

Ao realizar os testes, propomos que as pessoas responsáveis por sua execução registrem suas observações durante o momento do teste ou logo após a realização, para que as informações não sejam esquecidas. Elas serão valiosas para subsidiarem a elaboração da intervenção propriamente dita.

Registro de Observações do teste					
Resultado					
O que eu observei, ouvi e vi					
Isso aconteceu porque					
O que isso quer dizer? (insights)					
O que eu vou fazer com isso?					

Fonte: CINCO adaptado da MOB Work

Como já adiantamos, após o teste de protótipo, é necessário planejar a intervenção a ser feita. Sempre que possível, nós da CINCO procuramos realizar testes A-B ou experimentos randomizados controlados (RCT), tipos possíveis de testagem. Experimentos RCT testam intervenções a fim de identificar e isolar o efeito da intervenção. Nestes casos há a distribuição aleatória dos participantes em diferentes grupos, sendo que um ou mais grupos receberão a intervenção e outro grupo funcionará como controle e não receberá a intervenção.

A existência do grupo controle é fundamental para mensurar a relação causal entre a intervenção proposta e o comportamento apresentado pelos participantes após a intervenção. A comparação entre o grupo controle e o grupo que recebe a intervenção é o que permite avaliar se a intervenção funcionou ou não conforme previsto nas hipóteses construídas.

Para o planejamento do experimento, é necessário reunir um conjunto de informações que auxiliarão na decisão sobre como a intervenção será implementada.



1. O COMPORTAMENTO

Deixar claro qual o comportamento que se pretende mudar (variável dependente);

Identificar como pode ser medido o comportamento;

Refletir quanto tempo será necessário para medir se o comportamento foi afetado pelas intervenções.

2. AS HIPÓTESES

Elencar e explicitar as hipóteses que serão checadas por meio das intervenções;

Explicar como cada intervenção poderá impactar o comportamento-alvo, se o resultado for positivo.

2. AS PESSOAS

Verificar o tamanho da população-alvo, ou seja, todos os usuários que fazem o comportamento que é objeto das intervenções;

Identificar as características mais relevantes da população-alvo (perfil);

Identificar se é possível segmentar grupos dentro dessa população-alvo e se é possível ter contato com as pessoas de cada grupo;

Verificar se é possível calcular uma amostra dessa população e se poderia ocorrer sorteio para definir os integrantes dessa amostra.

4. A COLETA

Definir como será feito o contato com as pessoas da amostra;
Decidir como serão separados os grupos que irão receber as intervenções e o grupo controle;
Definir qual será o meio de coleta dos dados e se haverá uso de alguma ferramenta específica;
Analisar se há apoio institucional necessário para a coleta de dados (acesso a sistemas de informação, recursos para envio de mensagens e questionários, etc)

5. A IMPLEMENTAÇÃO

Definir o responsável por cada uma das atividades;
Pactuar os próximos passos para viabilizar a implementação das intervenções;
Verificar em que local os dados serão armazenados;
Definir a estratégia de monitoramento da coleta dos dados;
Definir quando será o início e o término da coleta dos dados.

6. PERGUNTAS PARA REFLEXÃO

Há possíveis problemas éticos na realização da coleta?
Alguma parcela da população está sendo prejudicada com a intervenção?
Há riscos para os participantes do estudo?
Se as intervenções gerarem os efeitos esperados, como poderemos escalar?

A etapa de CHECAGEM demanda um maior conhecimento técnico sobre desenho e realização de pesquisas experimentais e sobre análise de bases de dados de tamanhos variados. Sabemos que nem todas as equipes possuem pessoas capacitadas nestes temas e nós da CINCO subsidiamos o desenvolvimento das atividades quando necessário.

Temos neste guia uma seção sobre recomendações e boas práticas de pesquisa. Nela vocês encontram mais informações detalhadas sobre como realizar pesquisas qualitativas e/ou quantitativas. Como podem ver, usamos estratégias variadas de pesquisa, especialmente nas etapas de INSIGHTS e CHECAGEM.

Quando concluímos a coleta dos dados, estes são analisados com o objetivo de identificar se as intervenções tiveram efeito no comportamento-alvo e qual o tamanho do efeito, se houver. Ao final desta etapa de CHECAGEM saberemos se as hipóteses foram confirmadas e se haverá recomendação de aplicar alguma intervenção em maior escala para a população-alvo ou testar outra intervenção.



2.6 O - ORQUESTRAÇÃO

Quando uma ou mais intervenções feitas na etapa de CHECAGEM apresentam resultados significativos em relação ao comportamento-alvo, passamos para a etapa de ORQUESTRAÇÃO, em que o principal objetivo é a implantação de intervenções em larga escala na política pública a que se relacionam.

Antes de iniciar esta nova etapa, é preciso dedicar um tempo para refletir sobre os resultados dos testes da etapa de CHECAGEM, mesmo que não tenha sido identificado impacto relevante das intervenções. Buscar compreender o que não funcionou traz conhecimento que poderá ser aproveitado em experiências futuras. E, independentemente dos resultados, é recomendado que estes sejam divulgados (THE BEHAVIOURAL INSIGHTS TEAM, 2022).



Há várias formas de fazer a comunicação dos resultados do teste das intervenções. Nós da CINCO optamos preferencialmente por fazer apresentações em *power point* ou *Canva*. A apresentação segue um modelo padrão básico, em que contamos a história do projeto pelas etapas da metodologia e destacamos os principais resultados obtidos em cada uma delas. E utilizamos a apresentação para publicar e dar transparência às nossas atividades, funcionando como um relatório.

Como fazer apresentações: dicas práticas



Disponibilizamos em nossa página alguns materiais que podem ser úteis para quem deseja partir de uma apresentação pronta, como inspiração.

A CINCONNECTE - Rede de Ciências Comportamentais em Governo - formada por pessoas, organizações e outras entidades sociais também compartilha muitos conteúdos sobre Ciências Comportamentais aplicadas a políticas públicas ou a problemas públicos.

A CINCONNECTE ofereceu em 2024 um curso gratuito sobre como fazer apresentações baseadas em conceitos e dicas das Ciências Comportamentais. A gravação das aulas está disponível, confira!

Curso “Do Nudge ao Pitch” - <https://www.gov.br/gestao/pt-br/assuntos/inovacao-governamental/cinco/cinconecte/central-de-conteudos/projetos/comportamento-tal>





Nesta etapa ORQUESTRAÇÃO vamos trazer principalmente reflexões e recomendações de materiais disponíveis sobre projetos de intervenções comportamentais de outras unidades ao redor do mundo. Estamos iniciando esta etapa na CINCO com as equipes parceiras. Assim, trazemos inspirações que usamos e indicações de caminhos a serem seguidos para que as intervenções sejam ampliadas após os testes da CHECAGEM.

Em publicação sobre o método BASIC (OECD, 2019), é identificada a necessidade de reavaliar o contexto político mais geral e do próprio projeto antes de planejar a implantação de alterações em larga escala. Após a conclusão das etapas anteriores do projeto, são grandes as chances de terem ocorrido mudanças significativas que podem ter impactado o comportamento escolhido para intervenção.

Deve-se checar se houve alterações nos sistemas de informação utilizados na política pública em que o comportamento-alvo é observado. Novas funcionalidades ou reformulações de funcionalidades anteriores podem alterar significativamente a maneira como as pessoas se comportam em relação às ações que realizam nos sistemas ou a partir de resultados das interações com eles.

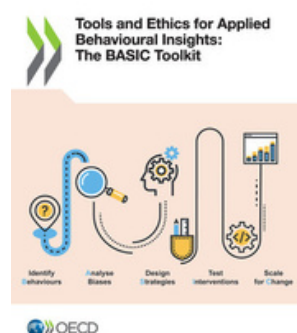
Além do cenário, é relevante checar se os interesses dos atores envolvidos mudaram ao longo do tempo e se o projeto faz parte da agenda decisória do órgão ou entidade responsável pela política. Esta agenda é composta pelos temas e assuntos que os tomadores de decisão nas políticas públicas consideram relevantes. O processo de formação da agenda é uma área de conhecimento específica e sua dinâmica varia conforme a realidade institucional e sua relação com fatores externos do ambiente em que a organização se insere.

Outro ponto de atenção é a modificação de normas e regras que regulamentam a política pública em questão. O contexto regulatório pode ter alterado os comportamentos das pessoas envolvidas por meio da criação de incentivos, punições, entre outros. Checar o que foi modificado desde o início do projeto é fundamental antes de realizar mudanças na política pública.



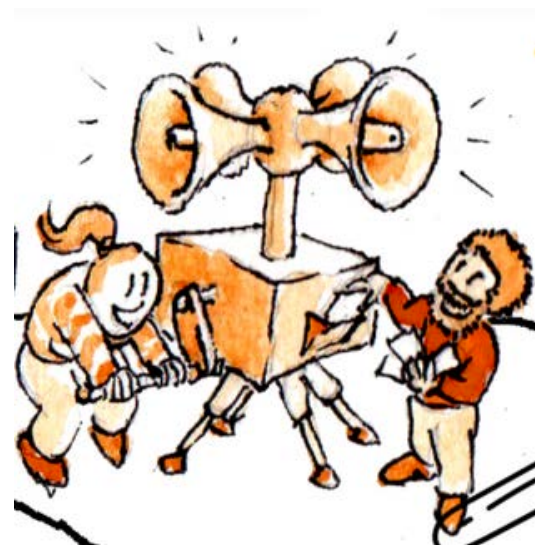
Outros dois temas destacados no documento da OECD (2019) são o contexto institucional e a opinião pública de diversos atores sobre as intervenções testadas no projeto. No caso de organizações governamentais, as mudanças institucionais podem incluir a saída e a chegada de novos gestores de nível tático e estratégico, a redistribuição de competências em relação à gestão da política pública e do projeto, a recomposição da equipe do projeto, entre outras. A opinião pública deve ser analisada especialmente para intervenções que possam gerar resistências em grupos específicos, com valores e modelos mentais discrepantes em relação ao que se deseja modificar.

O *The Behavioural Insights Team* (2022), ao tratar em sua metodologia da fase de escalar as intervenções (SCALE), traz a reflexão sobre a necessidade de refinamento das intervenções antes de planejar como se dará a ampliação para a política pública de maneira geral. Pode ser que haja necessidade de fazer ajustes e isso deve ser discutido e acordado com toda a equipe. Tal aspecto é parte da análise de contexto do projeto e deve ocorrer previamente a quaisquer novas ações de implementação.



Após a análise do contexto, que pode ir além dos temas já mencionados, outros aspectos do planejamento da implementação podem ser levantados e avaliados. Recomenda-se o uso de *insights* comportamentais para subsidiarem as ações do plano de ação. Conforme a OECD (2019), estratégias para tornar algo relevante ou dar feedback sobre o planejado, por exemplo, funcionam bem nesta etapa. Outra recomendação importante é adotar a implementação incremental, que possibilita o monitoramento e a avaliação contínuos da mudança ao longo do processo para grupos distintos, locais diferentes, entre outros. A implementação pode ser uma oportunidade para realizar novos testes como previsto na etapa de CHECAGEM, e os resultados obtidos podem ir informando as fases subsequentes da implementação.

Uma atividade que certamente norteará os caminhos do projeto é o levantamento das necessidades de insumos e recursos para a implementação na escala almejada. O cálculo dos custos e a análise de custo e benefício subsidiarão as decisões dos gestores da política pública (THE BEHAVIOURAL INSIGHTS TEAM, 2022).



Durante a ORQUESTRAÇÃO, é essencial envolver e acompanhar o trabalho de todos aqueles que participarão da implementação. Segundo a OECD (2019), é comum que as pessoas negligenciem procedimentos que são essenciais na intervenção proposta por não entenderem a relevância inclusive dos detalhes. O monitoramento de médio e longo prazo é necessário para saber até quando as intervenções terão efeito, já que muitas delas podem ter efeito limitado no tempo. Os efeitos inesperados também precisam ser acompanhados. Se for possível a realização de uma avaliação *ex post* sobre os impactos da mudança nos resultados da política pública, é importante incluir esta atividade no planejamento.

Após levantar as informações necessárias e refletir sobre questões-chave para a implementação, é hora de escrever o passo a passo do planejamento, prevendo as tarefas a serem desenvolvidas, os responsáveis, os prazos. E, após validar o planejamento com as pessoas envolvidas, partir para sua execução e para o monitoramento contínuo das ações.



A equipe da CINCO deseja acompanhar e apoiar as equipes dos projetos em todos os momentos da ORQUESTRAÇÃO, por meio de reuniões periódicas para atualizações sobre o andamento das atividades e através de compartilhamento de informações, reflexões e análises. Nosso principal objetivo é viabilizar o maior impacto social possível das intervenções comportamentais, contribuindo para a melhoria da vida das pessoas em nosso país por meio do aprimoramento de políticas públicas.



3. RECOMENDAÇÕES PARA COLETA DE DADOS E PESQUISA

Como prometemos, nessa seção falaremos um pouco sobre as etapas de coleta e/ou análise de dados em diversos momentos dos projetos. No método utilizado pela CINCO, essas etapas são desenvolvidas com subsídio de informações sobre o comportamento-alvo, seu contexto de ocorrência e sobre as pessoas envolvidas, sejam aquelas que realizam ou não o comportamento analisado.

Uso de dados secundários: exemplo

No projeto da equipe da política pública denominada Serviço de Acolhimento em Família Acolhedora (SFA) houve coleta de dados primários, por meio de entrevistas, mas também análise de dados do Censo SUAS, que refletem a situação de implementação da política de assistência social do país.

O SFA é uma das políticas de assistência social e por meio do Censo SUAS foi possível ter acesso a dados sobre o panorama do serviço no país, a abrangência nos estados e municípios, o público-alvo alcançado e em potencial, entre outros. A análise destes dados possibilitou a mensuração do desafio de ampliar o acesso ao serviço por famílias que entendam o escopo e estejam no perfil desejado.

Para mais informações sobre o Censo SUAS, acesse <https://www.gov.br/mds/pt-br/acoes-e-programas/suas/gestao-do-suas/vigilancia-socioassistencial-1/censo-suas>

Na etapa de INSIGHTS, a coleta de dados primários é bastante usual para possibilitar maior entendimento sobre o comportamento-alvo, seu contexto e sobre quem se comporta. Nos projetos da CINCO, este momento de imersão no problema foi caracterizado pela realização de pesquisa qualitativa, por meio de entrevistas com atores-chave da política pública relacionada. Outra estratégia de pesquisa qualitativa sugerida para os projetos é a observação direta, que possibilita a inserção do pesquisador no ambiente e no contexto em que o comportamento acontece, para que veja e registre o que ocorre à sua volta.

Uma das referências inspiradoras para o delineamento das pesquisas de imersão realizadas com apoio da CINCO é o livro *Design Etnográfico em Políticas Públicas*, publicado pela Escola Nacional de Administração Pública. Neste trabalho, Metello (2018) traz diversas orientações, entre elas algumas sobre a elaboração de roteiros de entrevista. É importante que o roteiro esteja adequado ao contexto e à realidade dos entrevistados, e pode ser necessária a elaboração de diferentes tipos de roteiro para distintos perfis de entrevistados.



São sugeridas 4 etapas em um roteiro de entrevista:

- 1) **Criar conexão:** no começo da entrevista sugere-se fazer perguntas sobre o entrevistado(a) para deixá-lo(a) mais confortável, conectando sua história e seu contexto ao objetivo da pesquisa;
- 2) **Introduzir o assunto:** após o momento inicial de conexão entre entrevistador (a) e entrevistado(a), devem ser feitas as perguntas mais diretamente relacionadas ao escopo da pesquisa;
- 3) **Buscar histórias:** retomar histórias vivenciadas pelo(a) entrevistado(a) ajuda a dar concretude às respostas e pode auxiliar na reativação das emoções sentidas. Pedir que o(a) entrevistado(a) conte histórias sobre sua experiência pode auxiliar no resgate de memórias e informações muito valiosas para o estudo;
- 4) **Explorar emoções e opiniões:** caso as emoções do(a) entrevistado(a) não fiquem explícitas ao longo da entrevista, podem ser questionadas ao final da entrevista para que o(a) entrevistador(a) possa ter maior compreensão de como as situações contadas impactaram o(a) entrevistado(a) (METELLO, 2018).

Além de orientações para elaboração dos roteiros, reforçamos outras boas práticas, tais como:

- **Termo de consentimento:** é essencial elaborar e apresentar o termo de consentimento para o(a) entrevistado(a), a fim de obter sua autorização expressa para a entrevista e para o uso das informações coletadas posteriormente conforme o objetivo explicitado no termo;
- **Anonimato:** proteção a dados pessoais conforme disposto na Lei de Acesso à Informação nº 12.527/11 e na Lei Geral de Proteção de Dados Pessoais (LGPD) nº 13.709/18;
- **Gravação:** recomenda-se que a entrevista seja gravada e transcrita, e para isto a autorização do(a) entrevistado(a) também deve ser expressa. No caso dos projetos da Jornada, houve necessidade de gravação apenas de áudio, sem vídeo, com a finalidade de transcrição e posterior identificação de falas emblemáticas sobre o comportamento-alvo;
- **Postura e comportamento do(a) entrevistador(a):** aqueles(as) que fazem as entrevistas devem se atentar a como se portam perante as pessoas entrevistadas, com muita atenção à linguagem, ao interesse demonstrado, à adequação do ambiente e às reações ao ouvir os relatos, a fim de que haja o mínimo possível de interferência nas respostas dadas e o máximo de escuta empática.

Seguimos diretrizes consolidadas na área do design e da inovação aplicadas às políticas públicas em distintos aspectos, especialmente no que se refere ao foco no usuário do serviço. Neste sentido, há indicação de realização de testes de protótipos com usuários reais, antes da implementação de intervenções em larga escala, a fim de realizar correções e adaptações o mais rapidamente possível (errar pequeno e corrigir rápido). Estes testes guardam semelhanças com os testes de roteiros de entrevista e outros instrumentos de pesquisa qualitativa.

Na fase de CHECAGEM, em que há a implantação da intervenção proposta, adotam-se em geral métodos quantitativos de pesquisa, de natureza experimental ou quase-experimental. O objetivo é identificar se a adoção de uma ou mais intervenções muda o comportamento-alvo do projeto. Ou seja, busca-se apontar relações de causa e efeito, a fim de compreender ao final se a intervenção obteve ou não resultados relevantes, observáveis e mensuráveis. Neste tipo de pesquisa há a preocupação em identificar se o efeito pode ser isolado de outras influências.

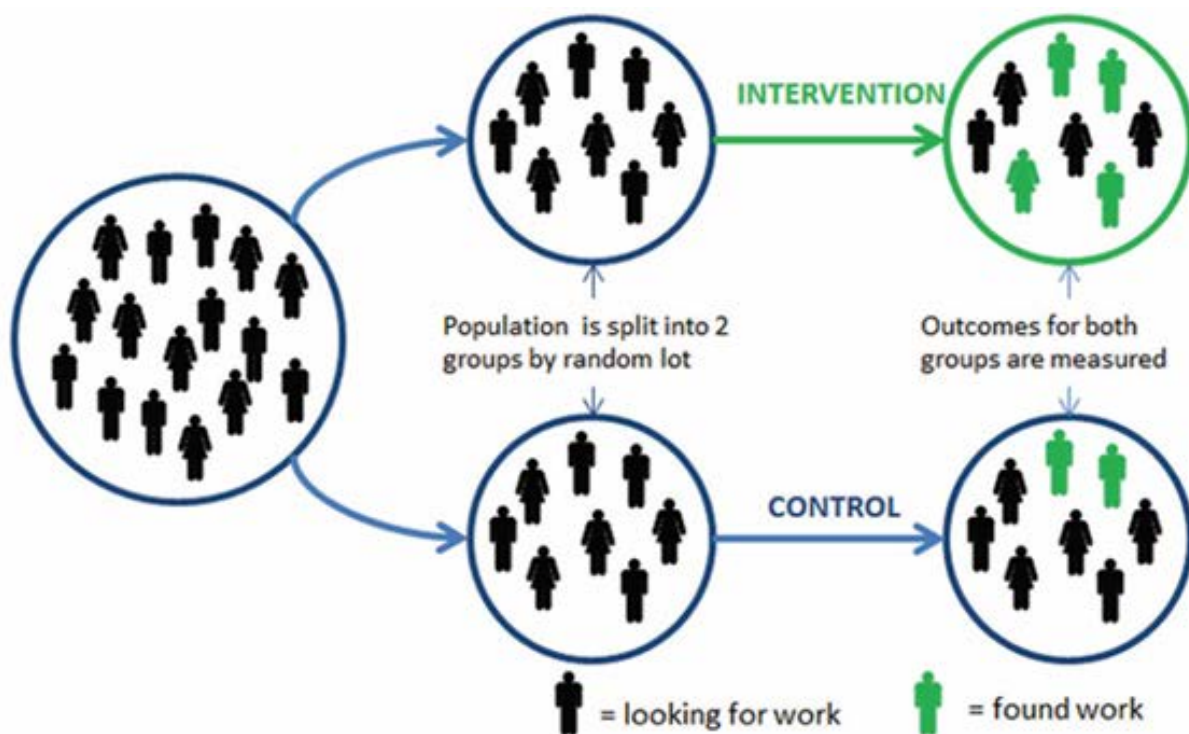


Sobre o desenho de pesquisas quantitativas experimentais, Silva (2023) discorre sobre as etapas necessárias e sobre as vantagens e desvantagens desse método em relação a outros existentes. Nos projetos desenvolvidos pela CINCO, buscamos aproximar o máximo possível a implantação de intervenções a experimentos, com adaptações metodológicas conforme o contexto, a disponibilidade de dados e de amostra, entre outros.

O “padrão-ouro” nos projetos de intervenção comportamental é o *Randomized Controlled Trials* (RCTs), considerada pelo BEHAVIOURAL INSIGHTS TEAM (BIT), do Reino Unido, a melhor maneira de identificar se uma mudança em uma política pública deu certo (CABINET OFFICE; THE BEHAVIOURAL INSIGHTS TEAM, 2013).

O RCT se distingue de outros métodos quantitativos porque há a existência de um grupo de controle, o que viabiliza a comparação entre grupos que receberam intervenções e o grupo sem intervenções. O estabelecimento de um grupo controle possibilita que uma série de vieses seja eliminado. Uma das representações visuais desta ideia é a que se segue:





Fonte: CABINET OFFICE; THE BEHAVIOURAL INSIGHTS TEAM, 2013

Dividimos a amostra (uma parcela da população) em dois ou mais grupos: um (ou mais, caso haja múltiplas intervenções) receberá a intervenção, enquanto o outro permanecerá sem alterações (grupo controle). Após a implementação, os resultados serão mensurados em ambos os grupos.

A análise desses resultados permitirá avaliar se a intervenção teve efeito e se as diferenças observadas entre os grupos podem ser atribuídas a ela. O grupo controle desempenha um papel essencial, garantindo que os impactos identificados não sejam fruto do acaso ou de outras variáveis. Caso mais de uma intervenção esteja sendo testada, cada uma será aplicada a um grupo específico.

O BIT elenca uma série de vantagens na realização da RCTs no contexto de políticas públicas e traz exemplos concretos para enfatizar a relevância. Há nove passos para conduzir um RCT, que reproduzimos a seguir (CABINET OFFICE; THE BEHAVIOURAL INSIGHTS TEAM, 2013):

Passo 1: Identificar uma ou mais intervenções para comparar

Antes de iniciar o planejamento de um RCT, é necessário buscar o que já foi publicado sobre intervenções similares às que iremos testar. Precisamos ainda nos assegurar se os testes de intervenções serão realizados no contexto real da política pública, e não em um cenário ideal - só assim será possível obter resultados generalizáveis e que poderão informar as decisões sobre a política pública.

Passo 2: Explicitar os resultados almejados com as intervenções para a política pública e como serão mensurados

É importante ser específico e claro quanto aos resultados a serem medidos e que serão analisados após a coleta de dados. A maneira como esses resultados serão medidos deve ser a mesma em todos os grupos que fazem parte do estudo. Após a coleta de dados, é comum ter números que variam positivamente, mas que não necessariamente refletem a mensuração dos resultados de impacto daquele estudo ou projeto.

Passo 3: Definir a unidade de randomização

Devemos decidir quem ou o que será randomizado (unidade de randomização). Em geral, a unidade é pessoa. Mas pode ser um grupo de pessoas, instituições (escolas, hospitais, serviços de atendimento), áreas geográficas (estados, municípios).

Passo 4: Determinar quantas unidades são necessárias para obter resultados robustos

A decisão sobre o tamanho da amostra é crucial para que os resultados sejam representativos e indiquem conclusões generalizáveis sobre o comportamento. Quando definimos que a unidade de randomização não é o indivíduo, mas sim um grupo ou uma instituição, é provável que precisaremos de mais pessoas para a amostra do que se a unidade for o indivíduo. Se for necessário comparar diferentes intervenções, é provável também que haja a necessidade de amostras maiores.

Passo 5: Atribuir cada unidade a uma das intervenções, utilizando o método de randomização

Precisamos ter segurança de que o grupo controle é semelhante aos grupos que receberam as intervenções, em termos de características socioeconômicas, idade, sexo, escolaridade ou outras variáveis que forem relevantes no contexto do comportamento estudado. Assim, o processo de randomização deve ser o mais seguro possível, para evitar vieses.

Passo 6: Implementar as intervenções nas unidades definidas

Após definir e dividir o grupo controle e os grupos que receberão cada intervenção, é preciso implementá-las. Nesta fase é importante monitorar o processo a fim de se assegurar de que as intervenções estão sendo feitas conforme o que foi planejado.

Passo 7: Mensurar os resultados das intervenções e verificar o impacto de cada uma

Este é o momento de medir os resultados. O prazo e o método de análise dos dados são definidos previamente e podem variar bastante entre os estudos. Cada intervenção possui um tempo esperado para que produza efeitos no comportamento e o momento de mensuração varia de acordo com estes aspectos. Caso as intervenções só tenham efeitos possíveis no médio ou longo prazos, é recomendável que haja o monitoramento de dados relativos à política pública que possam sinalizar o que está ocorrendo com os grupos ao longo do tempo - até chegar o período da mensuração dos resultados finais e definitivos.



Passo 8: Realizar mudanças na política pública a partir dos resultados encontrados

Os resultados podem indicar tanto que as intervenções tiveram impacto positivo no comportamento analisado, quanto que elas tiveram efeito nulo ou pioraram a situação inicial. Em quaisquer situações, os resultados são válidos e devem subsidiar decisões sobre mudanças na política pública. É recomendável que os achados do RCT sejam publicados junto com o método e o passo a passo seguido na pesquisa.

Passo 9: Retornar ao Passo 1 e continuar aprimorando seu conhecimento sobre o que funciona e o que não funciona

O RCT pode ser visto como parte de um processo contínuo de inovação e melhoria das políticas públicas.

Para a execução de RCT é importante contar com a colaboração de especialistas e pesquisadores para orientarem as decisões tomadas em cada um dos passos elencados, a fim de que tenhamos resultados válidos ao final do processo. Nos projetos desenvolvidos pela CINCO em parceria com outros órgãos e entidades públicas, contamos com servidores da equipe que possuem experiência em realização de RCTs e uso de outros métodos quantitativos e qualitativos.

Além de recomendações para condução e realização das pesquisas de campo, temos sugerido o uso de alguns recursos de inteligência artificial (IA) ao longo dos projetos. Há inúmeras opções disponíveis, mas até o momento já utilizamos:

- **TurboScribe:** aplicativo (*app*) para transcrição de áudios, que facilitou o trabalho de transcrição de entrevistas - <https://turboscribe.ai/pt;>
- **NotebookLM:** *app* que oferece diversas funcionalidades para subsidiar a análise de dados, como resumir, gerar *insights* sobre as entrevistas transcritas, transformar o conteúdo em uma conversa ou em um mini podcast, etc - <https://notebooklm.google/;>
- **Copilot:** inteligência artificial da *Microsoft*, geralmente disponível com todas as suas funcionalidades para servidores de órgãos públicos que utilizam o pacote *office* no trabalho. Ela possibilita o tratamento de bancos de dados, a formação de amostras aleatorizadas, a realização de transcrições de áudio, a geração de imagens para os protótipos, entre outros - [https://copilot.microsoft.com/.](https://copilot.microsoft.com/)

Uso de IA: exemplos

Na Jornada, fizemos entrevistas na fase de INSIGHTS e utilizamos o aplicativo *TurboScribe* para transformar os áudios gravados em texto (projeto com o INSS), bem como o aplicativo *NotebookLM* para gerar resumos e *insights* sobre o material coletado (projeto com a equipe do serviço Família Acolhedora).

Por fim, é importante reforçar que nos orientamos por princípios éticos em todas as fases dos projetos em que participamos, e nosso Manifesto Ético está disponível para consulta na página da CINCO⁵. A ética em projetos de intervenção comportamental é um tema de extrema relevância a fim de que as preferências, os interesses e as necessidades das pessoas sejam sempre respeitados e priorizados.



⁵ <https://www.gov.br/gestao/pt-br/assuntos/inovacao-governamental/cinco/manifesto-etico>

4. CONSIDERAÇÕES FINAIS

Chegamos ao fim desta publicação! Agradecemos a vocês que tiraram um tempinho para ler e analisar nosso guia.

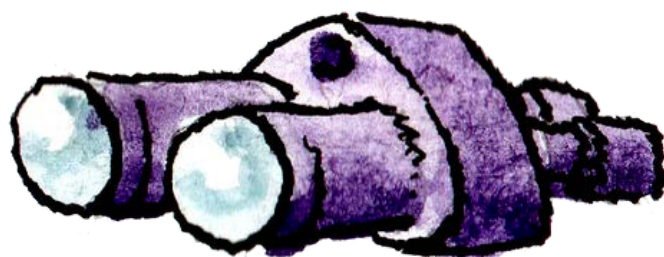
Deixamos aqui um agradecimento especial às equipes que trabalharam conosco nos projetos que desenvolvemos desde o início da CINCO - vocês nos possibilitaram propor, testar e reformular as atividades que culminaram nesta metodologia. As sugestões de vocês a cada etapa do processo foram fundamentais para o desenvolvimento e o aprimoramento do nosso trabalho.

A metodologia adotada pela CINCO está em constante processo de teste e evolução - assim, iremos atualizar esta publicação sempre que for necessário, a partir da implementação de novos projetos e aplicação de outros conhecimentos e ferramentas. Sugestões são muito bem-vindas!



Nossa intenção não foi esgotar ou trazer nesta publicação todas as minúcias das atividades que ocorrem ao longo da realização dos projetos de intervenção comportamental, mas sim explicitar as fases que seguimos, de maneira macro. A visão ampla das nossas CINCO etapas pode dar mais clareza quanto aos objetivos de cada uma e aos resultados parciais esperados. Queremos que este guia auxilie unidades governamentais que desejam começar a fazer seus projetos de intervenção comportamental, seja de maneira direta com a própria equipe ou por meio da contratação de consultorias especializadas.

É importante ressaltar que há inúmeras publicações disponíveis sobre intervenções comportamentais aplicadas às políticas públicas. Neste material nos referimos a apenas algumas delas, especialmente as que mais utilizamos até o momento no planejamento e na execução das etapas dos nossos projetos. Há muito mais a ser explorado por aí!



Para mais informações sobre as iniciativas e publicações da CINCO, acesse a nossa página:

<https://www.gov.br/gestao/cinco> ou entre em contato conosco no e-mail: cinco@gestao.gov.br.

Sugerimos também que conheçam a CINCONNECTE - Rede de Ciências Comportamentais em Governo – que disponibiliza materiais, aulas e conteúdos gratuitos na página <https://www.gov.br/gestao/pt-br/assuntos/inovacao-governamental/cinco/cinconnecte>

Obrigado(a)!



5. REFERÊNCIAS

BRAUN, V., & CLARKE, V. (2006). **Using thematic analysis in psychology**. *Qualitative Research in Psychology*, 3(2), 77–101. Disponível em:
<<https://doi.org/10.1191/1478088706qp063oa>>

CABINET OFFICE; THE BEHAVIOURAL INSIGHTS TEAM. **Test, Learn, Adapt: Developing Public Policy with Randomised Controlled Trials**. 2013. Disponível em:
<<https://www.bi.team/publications/test-learn-adapt-developing-public-policy-with-randomised-controlled-trials/>>

CAMPOS FILHO, Antonio Claret; SIGORA, João; BONDUKI, Manuel. **Ciências comportamentais e políticas públicas: o uso do SIMPLES MENTE em projetos de inovação**. Brasília: Enap, 2020. Disponível em:
<<https://repositorio.enap.gov.br/handle/1/5219>>

DANIELS, A. C. **Bringing Out the Best in People: How to Apply the Astonishing Power of Positive Reinforcement**. (3ª ed.). New York: McGraw Hill, 2016.


METELLO, Daniela Gomes. **Design etnográfico em políticas públicas**. Brasília: Enap, 2018. 72 p. Disponível em:
<https://repositorio.enap.gov.br/bitstream/1/3524/4/livro-amarelo_DIGITAL.pdf>

MICHIE ET AL. **The behaviour change wheel: A new method for characterising and designing behaviour change interventions**. Implementation Science, 2011, 6:42. Disponível em: <
<http://www.implementationscience.com/content/6/1/42>>.

OECD. **Tools and Ethics for Applied Behavioural Insights: The BASIC Toolkit**. OECD Publishing, Paris, 2019. Disponível em:
<https://www.oecd.org/en/publications/tools-and-ethics-for-applied-behavioural-insights-the-basic-toolkit_9ea76a8f-en.html>

SILVA, Glaucio Peres da. **Desenho de pesquisa. Edição revisada**. Brasília: Enap, 2023. 119 p. Disponível em:
<[https://repositorio.enap.gov.br/bitstream/1/3330/4/Livro desenho de pesquisa%20%282%29.pdf](https://repositorio.enap.gov.br/bitstream/1/3330/4/Livro_desenho_de_pesquisa%20%282%29.pdf)>

THE BEHAVIOURAL INSIGHTS TEAM. **EAST**. Four simple ways to apply behavioural insights. 2014. Disponível em: <
<https://www.bi.team/wp-content/uploads/2014/04/BIT-EAST-handbook.pdf>>



THE BEHAVIOURAL INSIGHTS TEAM. **Target, Explore, Solution, Trial, Scale.** An introduction to running simple behavioural insights project. 2022. Disponível em: <
<https://www.bi.team/wpcontent/uploads/2022/11/BI-Handbook-How-to-run-simple-BI-projects.pdf> >

6. ANEXOS

Temos um arquivo do Miro disponível com todas as atividades que fizemos em cada etapa dos projetos da CINCO na Jornada. Acesse:

https://miro.com/app/board/uXjVLiwXvBU=/?share_link_id=577376398320

Conheça a Coleção Mindinho, com pílulas de conhecimento vindas das práticas rotineiras da CINCO, que trazem conceitos e ferramentas da área. Acesse:

<https://www.youtube.com/playlist?list=PLyamWeGB05wfrmtllloe0M8JHvKNOYVU7->



A seguir apresentamos, como exemplos, o fluxo decisório e o mapa de *insights* elaborados no projeto sobre o Serviço de Acolhimento em Família Acolhedora (SFA):



FLUXO DECISÓRIO

PARA SER UMA FAMÍLIA ACOLHEDORA

**TOMAR
CONHECIMENTO
DO SFA**

**ASSISTIR A PALESTRA
DE APRESENTAÇÃO**

**INSCREVER-SE NO
CURSO DE FORMAÇÃO**

**CONCLUIR O CURSO
DE FORMAÇÃO**

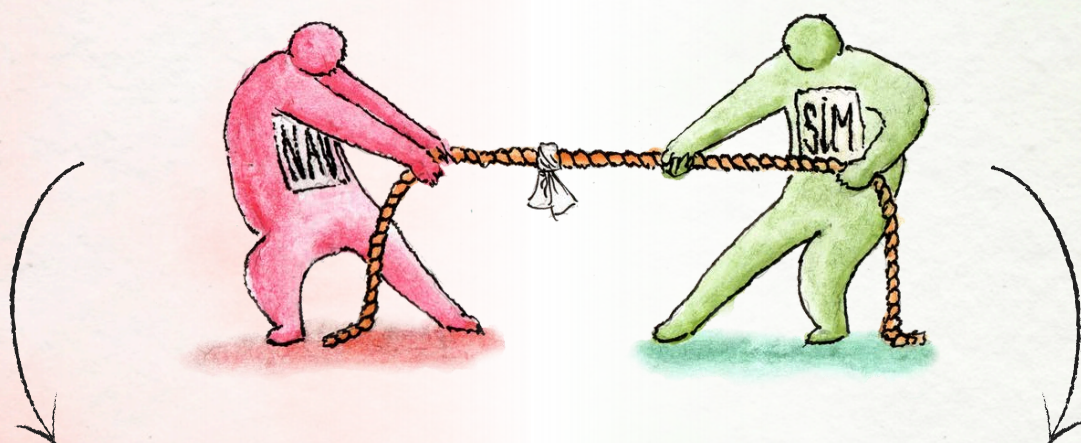
**HABILITAR-SE
COMO FAMÍLIA
ACOLHEDORA**

**ACOLHER UMA
CRIANÇA /
ADOLESCENTE**

**ACOLHER
NOVAMENTE**

MAPA DE INSIGHTS NO FLUXO DECISÓRIO

SERVIÇO DE ACOLHIMENTO EM
FAMÍLIA ACOLHEDORA (SFA)



BARREIRAS QUE
AFASTAM AS FAMÍLIAS
DO SERVIÇO

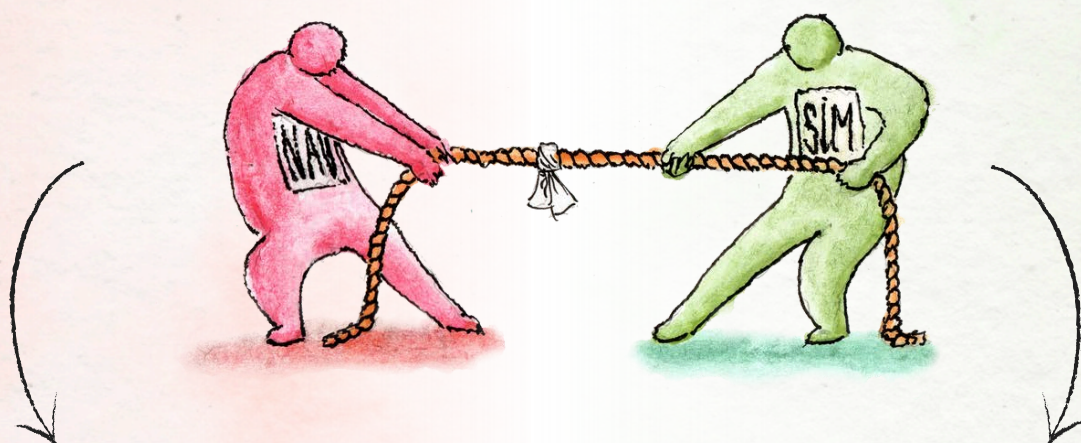


FACILITADORES QUE
APROXIMAM AS
FAMÍLIAS DO SERVIÇO



MAPA DE INSIGHTS NO FLUXO DECISÓRIO

SERVIÇO DE ACOLHIMENTO EM
FAMÍLIA ACOLHEDORA (SFA)



BARREIRAS QUE
AFASTAM AS FAMÍLIAS
DO SERVIÇO



FACILITADORES QUE
APROXIMAM AS
FAMÍLIAS DO SERVIÇO



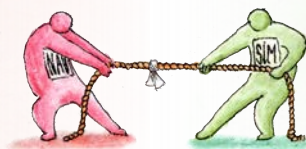
Cada barreira e cada facilitador serão qualificados por uma inicial indicativa de sua natureza no âmbito da ferramenta COM-B:

- (C) - Capabilidade
- (O) - Oportunidade
- (M) - Motivação

TUDO COMEÇA A PARTIR DO DESCONHECIMENTO SOBRE O SERVIÇO

O SFA ainda é pouco divulgado e a sociedade em geral **desconhece o serviço (O)**

Os SFAs estão tentando **diversificar e aprimorar** as formas de **divulgação (O)**



A FAMÍLIA COMEÇA A CONHECER O SERVIÇO

Falta de rede própria de apoio gera insegurança para a participação no serviço (O)

Desconhecimento sobre o apoio prestado pelo serviço desestimula potenciais famílias acolhedoras (C)

Há uma **ideia equivocada** de que o acolhimento é apenas para **famílias tradicionais (C)**

Algumas pessoas têm **medo de criar vínculo emocional** com as crianças/adolescentes acolhidos temporariamente (M)

O serviço é bastante **confundido com adoção ou apadrinhamento afetivo (C)**

Questões financeiras podem desencorajar a participação no serviço (O)

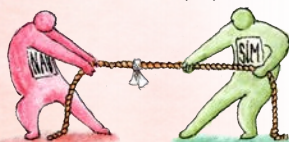
Muitas pessoas que **desconhecem o serviço e seus benefícios para a criança** fazem julgamentos equivocados sobre o **acolhimento/desacolhimento (C)**

As **divulgações por contatos próximos** tem atraído potenciais famílias acolhedoras para o serviço (boca a boca, servidores do SFA, ACS, grupos específicos/religiosos) (O)

Conhecer a experiência de **famílias que já acolheram** pode motivar potenciais famílias acolhedoras (O)

Histórias de crianças/adolescentes acolhidos são **esclarecedoras** em relação ao benefício do serviço para a criança/adolescente (M)

A possibilidade de **ajudar várias crianças**, e não apenas uma, desperta o interesse pelo serviço de acolhimento temporário em algumas famílias (M)





A FAMÍLIA DECIDE SABER MAIS E PARTICIPAR DA PALESTRA

Ser família acolhedora não é para todo mundo (O)

O desconhecimento sobre o apoio técnico e emocional do SFA pode desencorajar algumas famílias a participarem do serviço (C)

O medo do desacolhimento é um sentimento muito forte para algumas famílias (M)



Algumas famílias têm medo do contato ou reação da família de origem (M)

Algumas pessoas vêm no serviço um propósito de vida (M)

A oportunidade de ser útil e contribuir com a sociedade é o que estimula algumas famílias a participarem do serviço (M)

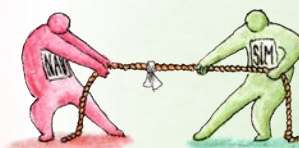
Algumas famílias procuram o serviço buscando vivenciar o sentimento de amar e ser amado (M)



Querer fazer o bem e ajudar uma criança motiva algumas famílias para o acolhimento (M)

Para algumas pessoas, o auxílio financeiro ajuda na decisão de ser família acolhedora e pode ser visto como fonte de renda (M)

A possibilidade do reconhecimento social pelo serviço prestado é relevante para a decisão de algumas famílias (M)



ENTÃO, A FAMÍLIA DECIDE INSCREVER-SE NA FORMAÇÃO PARA SER FAMÍLIA ACOLHEDORA



Dificuldade de **fornecimento da documentação** exigida pelo SFA pode ser uma barreira para a habilitação como família acolhedora (O)

A **responsabilidade legal** com a criança/adolescente pode gerar inseguranças nas famílias (O)



O processo de formação pode ter **barreiras** de participação relacionadas a **disponibilidade de tempo** (O)

Potenciais famílias acolhedoras podem ter uma **visão preconcebida sobre comportamentos das famílias de origem** (C)

O **despreparo para o desacolhimento** pode estar relacionado ao **foco no sofrimento pessoal** e não no benefício gerado para a criança e sua família de origem (C)



Entender que a **criação do vínculo é natural e necessária** é importante para que as famílias continuem no processo (M)

A **vulnerabilidade da criança** sensibiliza as famílias para adesão ao serviço (M)

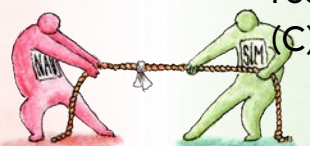
Depoimento dos acolhidos são impactantes e **esclarecedores** em relação ao benefício do serviço (M)

A **segurança no apoio do SFA** colabora para a continuidade no curso (M)

Entender o **benefício do acolhimento** para o desenvolvimento da criança sensibiliza as famílias para o ato de acolher (M)

Saber como **lidar psicologicamente com a ideia de desacolher** pode ajudar no momento do desacolhimento (C)

Saber das **mudanças que ocorrem na rotina da família** que acolhe pode facilitar a adaptação à nova realidade que virá com o acolhimento





A FAMÍLIA CONCLUI A FORMAÇÃO

Inseguranças remanescentes sobre o processo do acolhimento podem desestimular algumas famílias para se habilitarem (C)

Algumas famílias **querem se habilitar e realizar rapidamente o primeiro acolhimento** (M)

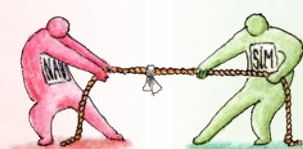
E DECIDE ENTÃO HABILITAR-SE PARA ACOLHER



Circunstâncias **de ordem pessoal** (reformas, separações) impedem que algumas famílias realizem o acolhimento (O)

As famílias habilitadas sentem **orgulho** em se **juntar ao serviço** (M)

O **perfil** das famílias acolhedoras ainda é **pouco diversificado** (O)





A FAMÍLIA ACOLHE PELA PRIMEIRA VEZ

74

O **desconhecimento da sociedade sobre o papel do serviço** e julgamentos sobre o desacolhimento geram uma **carga emocional indesejada para as famílias acolhedoras (M)**

O futuro **retorno da criança** para a família de origem gera **insegurança** nas famílias acolhedoras (M)

Famílias acolhedoras podem idealizar muito o seu papel e demonstrar **frustração com o retorno da criança para a família de origem (C)**

Demandas emocionais/psicológicas muito intensas podem gerar desistência de acolher novamente (C)



Quando há um **trauma no primeiro desacolhimento**, a família se sente desestimulada a acolher novamente (M)

Outros agentes de governo (agentes de saúde e educação, do sistema de justiça) desconhecem o serviço, o que gera dificuldades e insegurança nas famílias acolhedoras (O)

O **apoio e acompanhamento frequente da equipe do SFA** junto à família acolhedora auxilia na solução das dificuldades e aumenta a segurança dessas famílias (M)

As famílias acolhedoras **valorizam bastante a parceria e o apoio** do serviço (M)

Ter clareza de qual é o seu papel **como família acolhedora** naquele momento de vida da criança **é muito importante, pois ajuda essas famílias a lidarem melhor com o desacolhimento (C)**

Perceber a **importância do desenvolvimento e fortalecimento da criança/adolescente** ao longo do acolhimento torna **menos difícil o primeiro desacolhimento (C)**

O **sentimento de dever cumprido** por parte das famílias ao final do acolhimento pode fortalecer a intenção de acolher novamente

Maior frequência de acompanhamento por parte da equipe atrai mais famílias acolhedoras para o serviço (C)



A FAMÍLIA DECIDE ACOLHER NOVAMENTE