

AVALIAÇÃO E REPLANIFICAÇÃO

MÓDULO

012345

UM PACOTE DE APRENDIZAGEM PARA A COMUNICAÇÃO PARA A MUDANÇA SOCIAL E DO COMPORTAMENTO

MANUAL DO PROFESSIONAL

C -Módulos: Um Pacote de Aprendizagem sobre Comunicação para a Mudança Social e de Comportamento (CMSC)

Projecto Comunicação para a Mudança (C- Mudança)
Versão 3

Maio 2012



Esta publicação é tornada possível graças ao apoio generoso da povo Americano através da Agencia dos Estados Unidos para o desenvolvimento Internacional (USAID) sob os termos do Acordo No. GPO-A-00-07-00004-00. Os conteúdos são da responsabilidade do programa da C-Change, gerido pela FHI 360, e não reflectem necessariamente os pontos de vista da USAID ou Governo dos Estados Unidos.

Os seis módulos podem ser adaptados e usados livremente, sempre que os créditos totais sejam dados a C- Mudança. Citação Recomendada: C-Change. 2012. *C-Modules: A Learning Package for Social and Behavior Change Communication*. Washington, DC: C-Change/FHI 360.

C-Change is implemented by FHI 360 and its partners: CARE; Internews; Ohio University; IDEO; Center for Media Studies, India; New Concept, India; Soul City, South Africa; Social Surveys, South Africa; and Straight Talk, Uganda.

Informação de contacto:

C-Change

FHI 360

1825 Connecticut Ave., NW, Ste. 800

Washington DC 20009

USA tel: +1.202.884.8000; fax: +1.202.464.3799

Email: cchangeCS@fhi360.org

Website: www.c-changeproject.org

Visão Geral

Este módulo é o último numa série de *Módulos-C: Um Pacote de Aprendizagem de Comunicação para a Mudança Social e de Comportamento*. Este módulo ensina os conceitos e habilidades fundamentais em torno da Monitoria e Avaliação (M&A) e Replanificação. Também reforça conceitos e habilidades-chave necessárias para a pesquisa inicial e análise da situação e avaliação de base mostrando como estas fases iniciais formam as fundações para M&A. Também pode ser usado como um módulo independente na pesquisa de avaliação e M&A. De qualquer das formas ele deve ser precedido pelo Módulo Introdutório, que cria os conceitos e princípios básicos de CMSC.

Sessões

Visão Geral.....	1
Módulo 5, Sessão 1: O lugar da M&A na CMSC e Um Esboço/Modelo Simplificado de M&A.....	2
Módulo 5, Sessão 2: O que é Monitoria? O que é Avaliação?	6
Módulo 5, Sessão 3: Decisões Chaves antes da Recolha de Dados	9
Módulo 5, Sessão 4: Perguntas de M&A	11
Módulo 5, Sessão 5: Indicadores de M&A e Alvos.....	13
Módulo 5, Sessão 6: Desenho da Pesquisa de Avaliação	19
Módulo 5, Sessão 7: Métodos e Ferramentas de Avaliação.....	24
Módulo 5, Sessão 8: Qualidade, Análise, e Interpretação dos dados de M&A	30
Módulo 5, Sessão 9: Desenvolvimento de um Plano de M&A	37
Módulo 5, Sessão 10: Uso de dados para a Replanificação.....	40
Módulo 5, Opções do Enceramento: Os Desafios e Possibilidades da Monitoria e Avaliação.....	45
Leituras Adicionais	47
Referências Citadas no Módulo 5.....	48
Imagens Citadas no Módulo 5	49

Uma nota sobre a Formatação

Nos *Módulos-C*, os nomes das teorias e modelos estão em texto **negrito, azul-escuro**; os conceitos estão em *itálico azul-escuro*.

Módulo 5, Sessão 1: O lugar da M&A na CMSC e Um Esboço/Modelo Simplificado de M&A

Conforme descrito antes nos *Módulos-C*, a pesquisa, monitoria e avaliação (M&A) acontecem em muitos pontos ao longo do processo CMSC para fornecer os dados necessários para tomar boas decisões ao longo do caminho.

- No **Passo 1**, os programas devem conduzir uma pesquisa formativa ou recolher resultados de pesquisas de outras fontes para entender completamente a situação e tomar boas decisões estratégicas durante a análise da situação.
- No **Passo 2**, os programas devem esboçar atempadamente os seus planos de M&A para que possam recolher ou obter dados iniciais de base/partida e ajustar os seus objectivos conforme necessário, antes de criar ou iniciar alguma intervenção ou materiais.
- No **Passo 3**, os programas devem conduzir pesquisa formativa outra vez, focalizando no desenvolvimento do material e actividade.
- No **Passo 4**, a monitoria dos programas durante a implementação é importante para que saibamos o que é que está acontecendo no grupo e que progressos fizemos.
- No **Passo 5**, Os planos de M&A são finalizados. Ao longo deste passo, as componentes do plano de M&A serão desenvolvidas e no fim é preenchido um modelo.

O lugar da pesquisa e M&A na CMSC são resumidos no Gráfico Planificação-C na página que segue. A abordagem dos *Módulos-C* a programas de M&A do CMSC focaliza na monitoria das actividades no seu plano de trabalho e avaliando se os seus objectivos de comunicação foram ou não alcançados, isto é, se as barreiras que identificou foram abordadas. O nosso foco na avaliação concentra -se nos objectivos de comunicação mas reconhece que a avaliação dos objectivos de outros programas pode ser necessária que sejam abordados .

O seguinte *Modelo Simplificado de M&A* (página 5) mostra o papel das avaliações de partida, intermédia e final na CMSC. Às vezes, os programas podem também querer abordar questões de sustentabilidade por meio de uma avaliação de seguimento (isto é, 6-12 meses depois do término do programa CMSC), mas isto está para além do âmbito deste curso.



Canto da Teoria: Não esqueçamos como a aplicação da teoria CMSC aconteceu durante este processo e como a pesquisa forneceu a evidência para tomar decisões estratégicas. Por exemplo, no Passo 1 você formulou os seus pressupostos sobre a sua **teoria de mudança** e escolheu certas teorias para lhe ajudar a encontrar potencias **pontos de viragem** para a Mudança. No Passo 2, tomou decisões estratégicas sobre como abordar a sua audiência baseado em conceitos de CMSC, e depois formulou devidamente os seus objectivos de comunicação. No Passo 3, as dicas baseadas na teoria ajudaram-no a desenhar materiais efectivos. No Passo 4, a teoria CMSC ajudou lhe a mostrar a importância de implementar o programa com comunidades, parceiros, e redes para ter efeitos vastos. E agora no Passo 5, a teoria CMSC pode lhe ajudar a medir os efeitos e determinar se os pressupostos da sua teoria de mudava eram precisos e se o seu programa foi sucedido.

GRÁFICO: Onde é que a Pesquisa se encaixa na CMSC ?

Este gráfico ilustra quando deve considerar fazer pesquisas para ajudar a planificar, monitorar e avaliar os seus esforços de CMSC. A sua abordagem para articular a M&A será baseado em factores tais como financiamento, recursos em pessoal, e sincronização. De qualquer modo, é sempre inteligente:

- pensar ao longo dos seus planos de M&A antes de avançar para muito longe com a Planificação-C;
- assegurar-se que está recolhendo dados que pode usar para ajudar a tomar decisões em cada passo do caminho.



FONTE: Adaptado de: Health Communication Partnership, CCP at JHU (2003) the P-Process; McKee et al (2000) the ACADA Model; Parker Dalrymple, and Durden (1998), The Integrated Strategy Wheel; Roberts et al (1995) the Tool Box for Building Health Communication Capacity; and National Cancer Institute (1989) Health Communication Program Cycle.

EXEMPLO DA ALBÂNIA: O Papel da M&A na CMSC

Por favor, refira-se ao Módulo de Introdução, Sessão 1 (pagina 3) e Sessão 4 (pagina 17) para o background sobre o Programa de Planificação Familiar da C- Change na Albânia.

Para avaliar o impacto da campanha mass media da C-Change, que incluía formações para jornalistas seleccionados sobre com cobrir histórias relacionadas com a Planificação Familiar (PF) e relacionadas à saúde reprodutiva, a C-Change monitorizou a frequência e conteúdo de histórias da media visual e impressa publicadas durante as primeiras quatro semanas da campanha. Usando as palavras-chaves **planificação familiar, saúde reprodutiva, aborto, anticonceptivo, e preservativo**, foram identificados 32 artigos durante Abril de 2009. Vinte e quatro destes cobriam os eventos de mass media de PF da C-Change, enquanto que pelo menos 21 mencionavam o programa de PF da C-Change. Em acréscimo, todos os jornalistas que tinham sido formados pela C-Change tinham escrito ou reportado sobre questões de PF pelo menos uma vez nos seu respectivos medias edicoes.

A despeito do progresso mensurável na cobertura de media dos temas de PF, foi descoberto que alguns artigos tinham títulos ilusórios ou reportavam informação falsa. Estas constatações indicavam que algum trabalho além das formações curtas que a C-Change já tinha facilitado era necessário para melhorar a capacidade dos jornalistas e editores para cobrir com rigôr o PF. Como resultado, foi determinado que um programa de formação em curso precisasse ser organizado para não somente formar os jornalistas mas para também assegurar o envolvimento dos seus supervisores e fazedores de decisões nas publicações, tais como editores e directores.

Em acréscimo, através da observação e realimentação dos membros do grupo de assessoria, a C-Change aprendeu também que a fonte de slogan nos painéis publicitários e cartazes dos materiais da campanha dos mass media era demasiado pequena e muito difícil de ler. Quando a extensão da fase um começou, a C- Mudança fez pequenas mudanças aos materiais a um custo mínimo que melhorou a visibilidade das mensagens que aparecem nos cartazes, painéis publicitários, e autocarros.

GRÁFICO: Um Esboço Simplificado de M&A

Abaixo encontra-se um esboço simplificado para M&A a ter em mente a medida que desenvolve o seu plano de M&A.

- Há muitas opções para conduzir um estudo de base/levantamento de base. Estas podem incluir o uso de dados secundários que já existem, sempre que os seguintes critérios forem satisfeitos: os dados secundários foram recolhidos antes que iniciasse o seu programa de CMSC; eles incluem dados sobre variáveis que irá precisar de medir; a cobertura geográfica e população-alvo relativos a estes dados secundários são os mesmos que os seus; e a sua organização tem fundos suficientes para usar uma metodologia similar usada para recolher estes dados secundários no período intermédio e/ou final.
- Irá precisar monitorar simultaneamente os insumos e realizações para descrever totalmente o seu programa.
- Se os recursos o permitirem, esforços de grande escala irão para além dos resultados e também avaliarão o impacto.



Monitoria	Avaliação Inicial, Intermédia e Final
Recolha dados ao longo do tempo, <u>durante a implementação</u> , sobre: <ul style="list-style-type: none"> • Processo do programa (o que fez, o que é que a população fez) • Qualidade das suas intervenções e materiais 	Recolha os dados <u>antes, durante, e depois da implementação</u> , em pontos discretos a tempo de: <ul style="list-style-type: none"> • comparar com a sua linha de partida • documentar resultados/mudanças na população • verificar se os dados suportam os pressupostos feitos na sua teoria de mudança

Módulo 5, Sessão 2: O que é Monitoria? O que é Avaliação?

Monitoria

A monitoria do programa CMSC mede o nosso progresso com vista a alcançar os nossos objectivos de comunicação. Os programas irão medir o que é que o programa está fazendo (as actividades) – o que, onde, com quem, quanto, e quando.

Isto requer que você monitore dois elementos. Monitore o seu **processo** do programa ou o âmbito de actividades nas quais usou recursos para alcançar os resultados esperados (ex: monitorar a quantidade de sessões de formação, discussões de grupos focais conduzidos, e actividades iniciadas) assim como a qualidade destas actividades (ex: se todos os objectivos de formação foram atingidos na formação conduzida, se as discussões de grupos focais foram tornados acessíveis a audiência alvo, etc.). Em acréscimo, você monitora os **resultados** (a curto prazo) do seu programa ou os resultados obtidos através da execução das actividades (ex: monitorar a quantidade de participantes formados, participantes as discussões de grupos focais, preservativos distribuídos, e contactos de alcance feitos).

Lembre-se que a monitoria é a recolha regular de dados para verificar o processo e resultados. Pergunte:

- Quão bem são estas actividades implementadas?
- Até que ponto as actividades planificadas são efectivamente realizadas?

Avaliação

Avaliação é a recolha de dados em pontos discretos a tempo de sistematicamente investigar a efectividade de um programa em trazer a mudança desejada na comunidade ou população tencionada. Determinamos se a nossa teoria de mudança está certa e se a nossa estratégia de comunicação e actividades foram efectivos. **A Avaliação requer uma comparação de variáveis e a medição de mudanças nelas ocorrido ao longo do tempo.** Ela mede o que é que aconteceu na comunidade como resultado das actividades do programa.

Com a avaliação, podemos responder perguntas como sejam:

- Será que as barreiras à mudança social e de comportamento foram reduzidas pelos nossos esforços?
- Será que estas mudanças foram significativas para o nosso programa?
- Quão bom era o vaticínio à nossa teoria de mudança?
- Quão certos eram os nossos alvos?
- Será que alcançamos os nossos objectivos de comunicação?

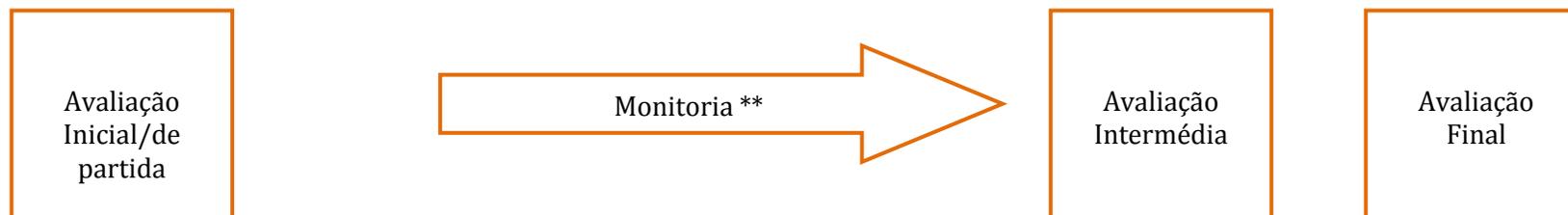
Alguns programas avaliam ambos o resultado e o impacto.

- **Resultado**— resultado de curto prazo ou intermédio obtido pelo programa através da execução de actividades
- **Impacto**— efeitos de longo prazo (ex: mudança no status de saúde) medido através de estudos especiais com cobertura distrital, regional, ou nacional vasta

Um programa CMSC robusto numa área geográfica – um que aborde vários factores de risco relevantes do HIV e seus determinantes – tem o maior potencial para ter impacto na população no que se refere a resultados de saúde melhorados, incluindo redução na incidência/prevalência do HIV. Enquanto muitos profissionais de CMSC que usam os *Módulos-C* têm o potencial de **contribuir para este impacto**, eles podem não ser capazes de atribuir tal impacto aos seus programas individuais. Portanto, escolhemos focalizar somente nos resultados (a curto-prazo) nos *Módulos-C* –os resultados mais a curto prazo ou intermédios que muitos profissionais de CMSC podem viavelmente alcançar nos seus programas individuais.

FOLHA DE EXERCÍCIO: Usuários e Uso dos Dados de M&A

Instruções: Provavelmente já viu esta folha de exercício e começou a trabalhar ao longo dela Passo 2 (Modulo 2, Sessão 8, Página 47). Vamos voltar para o seu trabalho e actualizar a informação com base no que sabe sobre os usuários e uso dos dados de M&A para o seu programa.



Avaliação Inicial	Monitoria	Avaliação Intermédia e Final
Se planifica recolher ou juntar dados iniciais...	Se planifica monitorar o seu programa...	Se planifica avaliar o seu programa....
Quem irá usar os dados iniciais e como?	<p>Quem irá usar os dados sobre os processos do programa e como?</p> <p>Quem irá usar os dados sobre a qualidade do programa e como?</p>	Quem irá usar os dados resultantes e como?

* Por favor faça uma revisão do Módulo 1: Entender a Situação para mais informação sobre a pesquisa formativa/analise da situação.

** os financiamentos da PEPFAR requerem a monitoria de processos e qualidade.

Módulo 5, Sessão 3: Decisões-Chave antes da Recolha de Dados

A maioria do trabalho de M&A acontece muito antes do início da recolha de dados. A ferramenta na página a seguir esboça decisões-chave a serem tomadas antes da recolha de dados. Uma vez completa, as várias partes desta ferramenta compreendem o seu plano de M&A que está desenvolvendo no Passo 5.

Recomendamos que os programadores definam o uso e usuários dos dados, como você fez antes. A seguir, finalize os seus objectivos de Comunicação EMART (especifico, mensuráveis, atingível, realístico, e com prazos estabelecidos), tais como: “Até ao fim do projecto haverá um aumento de XX% no número de homens em três províncias do Quênia rural que se **sentem confortáveis de falar sobre preservativos com os seus parceiros**” Veja Passo 2, Sessão 4, Páginas 26-29 para uma folha de exercício e para mais exemplos de objectivos de comunicação SMART.

Uma vez que estes passos estejam completos, os programas podem decidir sobre:

- Perguntas de Monitoria e Avaliação (M&A) ligadas às actividades no seu plano de trabalho e cada objectivo de comunicação
- Indicadores e alvos
- Desenho da pesquisa de avaliação, se alguma avaliação de resultados estiver em curso
- Métodos e ferramentas da pesquisa de avaliação
- Passos para assegurar a qualidade dos dados
- Formas de analisar os dados
- Com relatar os resultados da M&A à comunidade, parceiros, e doadores

Então, a recolha de dados pode começar.

As próximas páginas vão levar-lhe ao longo dessas decisões-chave.

Cada mudança desejada deve ter o seu próprio objectivo EMART o qual aborde as barreiras que você identificou no Passo 1. Uma parte de ser EMART é ser específico e focalizar somente numa coisa de cada vez. Por exemplo, não quereria um único objectivo que definisse a mudança na confiança dum mulher sobre falar com o seu parceiro e a sua prática actual de falar com o parceiro. Precisaria separar estas questões em pelo menos dois objectivos.

FOLHA DE EXERCÍCIO: Decisões-chave antes da Recolha de Dados

Instruções: Esta folha de exercício guiar-lhe-á ao longo do processo de desenvolvimento do seu plano de M&A. Algumas destas folhas de exercício já completou, e algumas serão desenvolvidas no Passo 5. Use esta folha de exercício para captar o seu trabalho à medida que completa o Passo 5.

Perguntas a responder antes de iniciar a recolha de dados:	Inicial	Monitoria Rotineira	Intermédia/Final
Quem irá usar os dados e de que maneira? (Passo 5, Sessão 2)			
Qual é que é o nosso conjunto final de objectivos de Comunicação EMART? (Sessão 4) Específico Mensurável , Atingível , Realístico , Com prazo estabelecido			
Quais são as perguntas de M&A que estão ligadas as actividades no seu plano de trabalho e à cada objectivo SMART? (Sessão 4)			
Quais são os nossos indicadores e alvos (a medida que nos dirá quão próximo estamos do nosso caminho e como as coisas estão mudando)? (Sessão 5) Se estivermos avaliando o nosso programa, que tipo de desenho de avaliação usaremos? (Sessão 7)			
Que métodos de pesquisa de avaliação melhor se enquadram com os nossos indicadores? (Sessão 5) Que ferramentas podemos usar para recolher os dados? (Sessão 7)			
Como é que iremos assegurar qualidade dos dados recolhidos? (Sessão 8)			
Quem irá analisar as constatações e como? (Sessão 8)			

Módulo 5, Sessão 4: Perguntas de M&A

Depois de desenvolver os seus objectivos de comunicação (Passo 2) e plano de trabalho (Passo 4), o seu próximo passo na M&A é desenvolver as perguntas de M&A. As perguntas de M&A ajudam a

1. focalizar as actividades de M&A (perguntas que as quer respondidas);
2. orientar o processo de M&A (como o irá fazer);
3. facilitar a tomada de decisões sobre que dados precisam ser recolhidos (que informação precisa);
4. fornecer uma tomada de decisões inspirada sobre o uso dos resultados de M&A para melhorar o seu programa CMSC.

Pode fazer uma sessão de apresentação e desenvolvimento de idéias sobre uma lista de perguntas de M&A com os interessados e depois prioriza-las para chegar a um conjunto final de perguntas de M&A que sejam as mais úteis e que possam ser abordadas com os recursos disponíveis.

Perguntas de Monitoria questionam se você executou as actividades constantes no seu plano de trabalho (isto é, será que você fez o que disse que ia fazer?) e se estas actividades foram implementadas com qualidade.

Exemplo de actividade do plano de trabalho: Realizar cinco formações com 50 jornalistas sobre as mensagens dos medias relacionadas com o planeamento familiar. Perguntas tipo de monitoria são:

- Quantas formações com os media sobre as mensagens foram realizadas?
- Quantos jornalistas foram formados?
- Será que os facilitadores cobriram todos os tópicos constantes do currículo da formação?
- Quão satisfeitos os jornalistas ficaram com a formação?
- Foram confrontadas quaisquer barreiras na administração da formação? Se for o caso, que barreiras foram? Como é que elas afectaram a formações? Como foram abordadas?

Perguntas de Avaliação estão relacionadas com os objectivos de comunicação e questionam se o objectivo foi alcançado e, se não, porquê?

Exemplo de objectivo de Comunicação: Até ao final do programa haverá um aumento de X% no número de jovens entre 13-18 anos em (lugar) que sabem dos benefícios de adiar a estréia sexual.

Possíveis perguntas de avaliação para determinar se o objectivo foi alcançado são

- Será que as pessoas jovens que foram expostas ao programa de CMSC aumentaram o seu conhecimento relativo aos benefícios de retardar a estréia sexual?
- Se o aumento esperado em conhecimento não foi alcançado, por quê?
- Será que eles sentem que há vantagens na estréia sexual prematura? Que vantagens são? Como é que a estratégia de comunicação poderia ser melhorada para abordar isto?

FOLHA DE EXERCÍCIO: Selecção de Perguntas de M&A

Instruções: Faça uma revisão das perguntas de M&A e desenvolva algumas perguntas próprias para o seu programa. Pense sobre que perguntas para as actividades de monitoria quer respondidas, e que perguntas quer respondidas para as actividades de avaliação.

Exemplo de actividade de um plano de trabalho de um programa	Exemplo de perguntas de Monitoria
<ul style="list-style-type: none"> • Desenvolver um panfleto de baixa literacia. • Conduza 3 grupos focais com MSM urbanos para obter feedback sobre o panfleto. 	<ul style="list-style-type: none"> • Será que o panfleto foi desenvolvido de acordo ao seu sumário criativo? • Quantos grupos focais foram conduzidos? • Quantos MSM participaram nos grupos focais? • Como é que os MSM reagiram ao panfleto? • Que opinião dos MSM foi fornecida relativa ao valor do panfleto e/ou sugestões para o melhoramento?
Exemplo de objectivo de comunicação	Exemplo de Perguntas de avaliação
<ul style="list-style-type: none"> • Aée ao fim do programa, haverá um aumento de XX% em MSM em (local) que aprendam habilidades de negociação para o uso do preservativo com os parceiros. 	<ul style="list-style-type: none"> • Será que os MSM que foram expostos ao programa CMSC ganharam habilidades de negociação para uso do preservativo? • Se o aumento esperado em habilidades de negociação para o uso do preservativo em MSM não foi alcançado, porque dE facto?

Actividades do seu plano de trabalho	Perguntas de Monitoria a serem abordadas
Objectivo de Comunicação	Perguntas de Avaliação a serem abordadas

Módulo 5, Sessão 5: Indicadores de M&A e Alvos

Indicadores são pontos de dados que são usados para medir quão próximo estamos do nosso caminho e até que ponto as coisas estão a mudar. Por exemplo, se está a conduzir num carro e o manómetro de gás/gasolina indicar pouco combustível, na verdade não está a olhar para o gás/gasolina, mas sim para um indicador da quantidade de combustível que resta.

Os indicadores são definidos pelos objectivos do seu programa e as perguntas que precisa responder. O processo de selecção de indicadores podem ser justamente directos se os objectivos forem apresentados claramente e na forma em que eles definem a quantidade, qualidade, e prazo de certa actividade num programa. A página que segue oferece um exemplo de como seleccionar indicadores para objectivos.

Neste curso, focalizamos em dois tipos de **indicadores de monitoria-processo e output**. **Indicadores de processo** fornecem sinais relativos ao escopo das actividades no seu plano de trabalho que tencionava executar, assim como a qualidade destas actividades implementadas. **Indicadores de resultados (a curto prazo)** fornecem sinais relativos aos resultados da implementação das actividades do programa. Estes indicadores são melhores estabelecidos antes da implementação logo que tenha completado o seu plano de trabalho de implementação no Passo 4.

Também focalizamos num tipo de **indicador de avaliação-resultado**. No seu programa de CMSC, os indicadores de resultados fornecem sinais relativos aos resultados que espera alcançar e que estejam impregnados nos seus objectivos de comunicação. Indicadores de resultados são mais bem definidos durante a planificação do programa (Passo 2) de forma a que possam guiar a recolha de dados de linha de partida.

As suas perguntas de M&A podem ser úteis no desenvolvimento de indicadores apropriados conforme indicado no exemplo abaixo.

Actividade do Plano de Trabalho	Pergunta de Monitoria	Indicador de Monitoria (Processo/Resultado (a curto prazo) t)
Difundir 3 emissões radiofónicas em três comunidades	Sera que a difusão foi levada a cabo? Em quantas comunidades a emissão radiofónica foi difundida?	Indicador do processo: Emissões radiofónicas emitidas Indicador de Output: quantidade de comunidades alcançadas pela publicação
Objectivo de Comunicação	Pergunta de Avaliação	Indicador de Avaliação (resultado)
Até ao fim do projecto haverá um aumento de X% no número de mulheres que frequentam a universidade, e que estejam cientes dos benefícios da planificação familiar.	Será que as mulheres se tornam mais consciencializadas dos benefícios da planificação familiar?	Porcentagem de mulheres cientes dos benefícios na linha de partida Porcentagem de mulheres cientes no fim

Uma vez que os indicadores estejam desenvolvidos, irá precisar de estabelecer alvos realistas. Os **alvos indicadores** podem igualmente ser referidos como “marcos” e são definidos no início de um programa para planificar adiantadamente sobre o que espera atingir.

Actividade Exemplo/Objectivo de Comunicação	Indicador	Alvo
Actividade: realizar três formações	Indicador do processo: quantidade de formações conduzidas	3
Até ao final do projecto haverá um aumento de X% no número de mulheres que frequentam universidades e que estejam cientes dos benefícios da planificação familiar.	Indicador de Resultado: Percentagem de população alvo na linha de partida e percentagem no fim	X% na linha do começo; na partida; Y% no fim

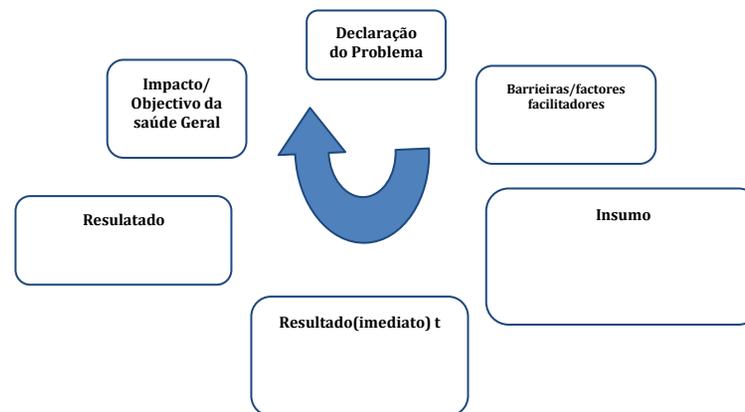
Os alvos são geralmente estabelecidos no início do projecto para fornecer clareza sobre o que será alcançado pelo programa. A melhor maneira de criar alvos realísticos para os indicadores é usar tanto os dados de monitoria de programa passados ou, se tiver um novo programa, dados de um programa similar implementado.



Canto da Teoria: Teorias da Mudança.

Uma teoria de mudança é uma “declaração plausível concreta, caminhos testáveis de mudança que podem tanto guiar acções e explicar o impacto” (Kubisch, Auspos, Brown, and Dewar 2002). Uma teoria de mudança é formulada com um modelo lógico, uma representação visual que mapeia/karts (ou mapeia) um mapa do problema a ser abordado, até aos insumos (recursos disponíveis), e depois outputs (actividades e participação) para finalmente chegar aos resultados (resultados de curto, médio e longo prazos) que idealmente irão levar ao impacto (uma mudança de longa duração). Uma teoria de mudança traz consigo pressupostos subjacentes para a superfície para que o raciocínio por detrás de uma intervenção possa ser avaliado e ajustado, se for necessário. Consulte a sua teoria de mudança desenvolvida no Passo 1 (Modulo 1, Sessão 8, Página 33. Um esboço de diário de comunicação pode “ligar” a sua teoria de mudança aos insumos, indicadores do processo, indicadores de output, e indicadores de resultados. Um diário mostrando a aplicação da sua teoria de mudança é parte do plano de M&A no fim deste Módulo.

Lembre-se de se assegurar que os indicadores com os quais estamos trabalhando para medir os nossos objectivos de comunicação jogam com a nossa teoria de mudança do Passo 2: *Qual é que é o insumo, o output de cada intervenção que estabelecemos e qual é que é o resultado esperado, e como é que sabemos que o alcançamos?*



EXEMPLO: Selecção de Indicadores para os Objectivos de Comunicação SMART**Exemplo de Objectivo SMART**

Ate ao fim do projecto haverá um aumento de X% no numero de mulheres casadas, em duas províncias no país X as quais iniciem/comecem a negociar o uso de algumas formas de anticonceptivos modernos com os seus maridos.¹

Abaixo se encontra pontos de dados (indicadores) para medir o sucesso deste objectivo.²

Indicador chave para medir o objectivo SMART

- A percentagem de mulheres casadas que podem negociar o uso do método anticonceptivo moderno com os seus maridos antes que o programa inicie e no fim do programa no local do programa.

Indicadores relacionados para ajudar a explicar os resultados do indicador chave

- A percentagem de mulheres casadas que estejam cientes das várias formas de métodos de anticonceptivos modernos disponíveis na área do programa.
- A Percentagem de mulheres casadas com atitudes positivas em relação ao uso dos anticonceptivos modernos.
- A percentagem de mulheres casadas as quais acreditam que os anticonceptivos modernos são seguros para ser usadas por elas.
- A percentagem de mulheres casadas que acreditam que os anticonceptivos modernos são efectivos para evitar gravidezes indesejadas.

Note como os indicadores ajudam o programa a entender o contexto do comportamento. Somente saber quantas mulheres acreditam que podem negociar não ajuda o programa a saber o que fazer a seguir se as mulheres continuarem a ter dificuldades com a negociação.

Mais ainda, embora o objectivo esteja focalizado na negociação, o programa precisa ultimamente medir as mudanças actuais no uso dos anticonceptivos modernos.

- O que mais nota sobre o objectivo ou indicadores?

¹ Quando se definem indicadores de resultado, a medição do aumento da percentagem requer que tenhas um ponto de partida ou outros dados para quantificar o aumento. Para medir a mudança de percentagem precisa de saber qual é que era o nível antes do inicio do seu programa. Se não tiver ponto de partida, há alguns opções de desenhos pesquisa de avaliação mais adiante neste passo. Lembre se de avaliar programas e medir a percentagem da mudança; precisa de dois tipos de dados.

² Estes dados seriam recolhidos antes do inicio do programa (ponto de partida) e depois do termino do programa ou a caminho do fecho (final).

EXEMPLO: Indicadores de M&A para CMSC



Indicadores de Monitoria *	Indicadores de Avaliação
<p>Os indicadores de processo fornecem informação sobre o que fez e quão bem o fez, abaixo estão alguns exemplos de indicadores de monitoria do processo.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Quantidade de eventos públicos realizados, por tipo. • Quantidade de formações de educadores de pares conduzidas. • Percentagem de educadores de pares formados que fornecem informação correcta seis meses depois da formação. • Percentagem da audiência que compreende as mensagens lidas em cartazes. <p>Indicadores de output fornecem sinais de implementação das actividades do programa. Abaixo estão alguns exemplos de indicadores de monitoria de output.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Quantidade de educadores de pares formados. • Percentagem da população que reportam a participação em eventos públicos, por tipo. • Percentagem da população que tenha visto/ouvido/lido os nossos materiais. 	<p>Dados comparáveis são recolhidos no princípio, no meio, e/ou no fim; portanto, a linha de partida usa os mesmos indicadores de resultados que quer usar no fim do seu programa. Abaixo encontrará alguns exemplos de indicadores de resultados a medir no princípio e no fim.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Percentagem de mulheres que relatam que tem o direito de usar um método anticonceptivo moderno. • Percentagem de mulheres jovens as quais se envolvem em relações sexuais com um parceiro 10 anos mais velho que elas. • Percentagem de homens que mantêm relações sexuais com homem e que relatam o uso do preservativo no último acto de acoplamento..

* Os programas monitoram insumos e outputs. Tais indicadores fornecem uma visão mais detalhada do que seria necessário para replicar o programa no futuro.

FOLHA DE EXERCÍCIO: Seleção dos Indicadores de Monitoria

Considere estes exemplos perguntas de monitoria de um programa de PF.

<p>Mostra de Perguntas de Monitoria</p> <ul style="list-style-type: none"> • Será que as projectadas formações de médicos foram conduzidas? • Quantos médicos baseados em clínicas foram formados? Será que eles forneceram informação correcta sobre os três tipos de métodos? • Que diferentes tipos de métodos anticonceptivos foram vendidos/distribuídos? • Quantos materiais educativos foram distribuídos? Será que os materiais desenvolvidos transmitiram a informação correcta? • Quantos spots radiofónicos foram difundidos que focalizam na escolha de anticonceptivos modernos? Quantas pessoas foram abrangidas? Será que os spots radiofónicos transmitiram informação correcta? 	<p>Exemplo de Indicadores do Processo</p> <ul style="list-style-type: none"> • Quantidade conduzida de formação de Médicos . • Percentagem de médicos formados que sejam capazes de fornecer informação “correcta” sobre pelo menos 3 tipos de anticonceptivos modernos, seis meses depois da formação • Alcance que os materiais desenvolvidos transmitiram informação correcta. • Quantidade de spots radiofónicos difundidos. • Percentagem de spots de rádio transmitindo informação correcta. <p>Exemplo de Indicador de Output</p> <ul style="list-style-type: none"> • Quantidade de médicos formados. • Quantidade de anticonceptivos vendidos/distribuídos por tipo. • Quantidade de materiais educativos distribuídos. • Quantidade de pessoas abrangidas pelos spots radiofónicos.
--	--

Perguntas de Monitoria	Indicadores de Monitoria
	<p>Processo:</p> <hr/> <p>Resultado (a curto prazo):</p>
	<p>Processo:</p> <hr/> <p>Resultado(a curto prazo):</p>

FOLHA DE EXERCÍCIO: Seleção de Indicadores de Avaliação

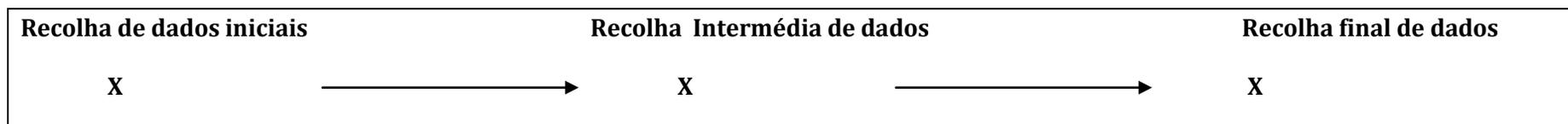
Considere este exemplo de objectivo de comunicação EMART e perguntas de avaliação correspondentes relacionadas.

<p>Objectivo de Comunicação: Aumentar em 10% nos próximos dois anos, a percentagem de adolescentes sexualmente activos na comunidade X que percebam o uso do preservativo como parte de ser um bom amante.</p> <p>Pergunta de Avaliação: Será que os adolescentes sexualmente activos na comunidade X aumentaram sua percepção de que o uso do preservativo é parte de ser um bom amante?</p>	<p>Exemplo de Indicador de Resultado (recolhido no início e no fim)</p> <p>Percentagem de adolescentes sexualmente activos no principio e no fim os quais afirmam que eles percebem que o uso do preservativo é parte de ser um bom amante.</p>
---	--

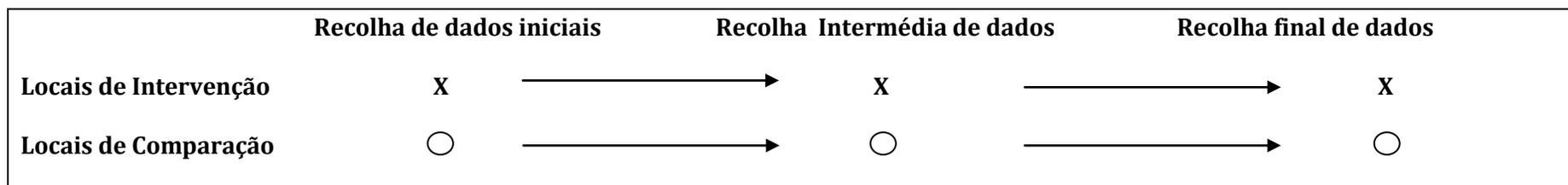
Objectivos de Comunicação e Perguntas de Avaliação Relacionadas	Indicador de Resultado
<p>Objectivo de Comunicação:</p> <p>Pergunta de Avaliação:</p>	<p>Resultado:</p>
<p>Objectivo de Comunicação:</p> <p>Pergunta de Avaliação:</p>	<p>Resultado:</p>
<p>Objectivo de Comunicação:</p> <p>Pergunta de Avaliação:</p>	<p>Resultado:</p>

Módulo 5, Sessão 6: Desenho da Pesquisa de Avaliação

A avaliação é sobre a medição da mudança. A melhor abordagem para a medição da mudança é fazer uma recolha de dados iniciais e de seguimentos sólidos. O diagrama abaixo mostra um desenho de pesquisa-padrão de avaliação na qual os dados são recolhidos em três pontos do tempo com a comunidade envolvida na intervenção. Os mesmos dados são recolhidos em cada e todo o tempo. O resultado de um desenho de pesquisa de avaliação como esta permite que os gestores dos programa determinem as mudanças que tiveram lugar na sua comunidade durante o tempo em que eles estiveram a implementar o programa CMSC.



Um dos maiores desafios que todos os programas encontram com este tipo de desenho é que eles não podem claramente mostrar que as mudanças sejam resultado dos programas deles. Tais conclusões podem ser tiradas de forma mais clara se você tiver uma **comparação com um grupo ou comunidade fora do seu programa**. Por exemplo, pode escolher um grupo que seja muito similar em características demográficas mas que NÃO tenha sido exposto ao seu programa. O Diagrama abaixo mostra também como poderia recolher os dados naquela comunidade de comparação. Analise a mudança dos dados ao longo do tempo e as diferenças entre os dois grupos. Com este desenho, podemos ver se o programa contribuiu para as mudanças dentro da comunidade de intervenção (mas NÃO na comunidade de comparação) – tendo em mente que poderiam haver outras influências ou programas múltiplos que trabalham junto para trazer a mudança observada.



Uma ligeira variação da comparação do desenho do grupo é aquela que integra o grupo de comparação dentro da sua comunidade de intervenção. Em cada ponto dos dados, os gestores podem incluir medidas de exposição a intervenção (Ex: “Ouviu o spot radiofónico que discutia...?”). Com esta informação pode agora agrupar os seus respondentes em duas categorias – aqueles expostos ao programa e aqueles que não foram expostos. Se encontrar diferenças estatisticamente significativas entre os dois grupos, pode começar a ver alguns dos sucessos do programa para trazer a mudança.

EXEMPLO: Opções de Desenho da Pesquisa de Avaliação

Grupo de comparação

A situação ideal é ter um grupo de comparação ao qual se avalie no princípio, na fase intermédia e /ou no fim. Isto permite-lhe ver como é que o seu programa afecta sua população ao longo do tempo assim como fazer uma comparação com pessoas não envolvidas no seu programa. Pode ser difícil encontrar um grupo comparativo idêntico a sua comunidade em todas as formas que possa ser importante para a sua questão de desenvolvimento – status sócio económico, educação, emprego, género, etnicidade, grau de acesso aos serviços, etc. Se as suas comunidades não jogarem em variáveis-chaves, então elas não servirão como bons pontos de comparação. É também importante descobrir o tipo de serviços para os quais as pessoas nos grupos de comparação já tenham sido expostas, para que possa entender quaisquer mudanças que o grupo de comparação possa apresentar.

Exemplo de Programa CMSC: Num país da África Austral, uma ONG conduziu um inquérito inicial entre adultos masculinos e femininos que iriam participar numa intervenção sobre a prevenção de HIV ao nível do grupo. Em acréscimo, a ONG escolheu adicionar um grupo de comparação indo à área do mercado local e seleccionando indivíduos de forma aleatória. Este foi um bom grupo de comparação porque as comunidades eram rurais, separadas por uma grande distância, e a ONG está a conduzir somente um grupo de discussão em cada uma das comunidades. A área do mercado era uma localização central boa para interagir com membros da mesma comunidade assim como aqueles que participam na discussão do grupo e, portanto jogando o grupo de comparação com o grupo de intervenção sobre variáveis-chaves.

Fontes de dados existentes

Se não pode recolher dados iniciais ou se o seu projecto já arrancou e é muito tarde para recolher dados iniciais, pode tentar encontrar alguma fonte existente de dados relevante. Se outra organização já tiver recolhido dados na sua comunidade, os dados podem ser examinados para ver se há algumas variáveis-chaves ou indicadores que jogam com os seus objectivos EMART. Se houver indicadores que jogam, pode usar estes dados como seu levantamento inicial, assumindo que eles observam os seguintes critérios:

- Os dados foram recolhidos antes do início da sua intervenção.
- Os dados cobrem a mesma área geográfica que o seu programa cobre.
- Os dados são da mesma população-alvo que a sua intervenção visa.
- Os dados recolhidos usaram uma metodologia que você pode replicar mais tarde (isto é, dado o seu pessoal existente e recursos financeiros), ou será replicado pelo grupo de pesquisa original num momento no qual você pode usar de novo os dados deste para fazer uma revisão ao seu programa?

Se a sua resposta às perguntas acima for “sim”, então tem uma fonte de dados iniciais. Uma resposta negativa mesmo que seja somente numa das perguntas elimine aquela fonte de dados como potencial.

Exemplo de Programa CMSC: Na Albânia, MACRO Internacional e o Governo da Albânia conduziram um Inquérito Demográfico de Saúde nacional (IDS). O IDS foi usado como a linha de partida para uma avaliação de uma campanha nacional dos medias para o aumento do uso dos anticoncepcionais modernos na Albânia. O IDS foi conduzido um mês antes do início da campanha nacional dos medias da C-Change. O IDS foi um inquérito nacional e a campanha dos medias da C-Change era uma actividade nacional, por isso ambas coberturas geográficas e suas populações alvos eram as mesmas. Também empregou uma metodologia que a equipe de pesquisa de avaliação decidiu pois tinha financiamento e recursos para replicá-la. Por tanto, o IDS era uma linha de partida perfeita para esta avaliação.

Desenho da pesquisa de Avaliação: Idéias alternativas

Para dados iniciais, pode conduzir um pequeno inquérito com as pessoas a medida que entram no seu programa e depois comparar as respostas delas com as respostas de inquéritos conduzidos uma vez que o programa termine. Esta abordagem tem algumas limitações.

- Não pode generalizar os seus resultados para alguém que não esteja no seu programa já que não tomou uma “amostra aleatória” das pessoas.
- Não pode ter a certeza que os resultados que tenha constatado não teriam ocorrido por si próprios porque você não tem um grupo de comparação.
- Não terá o poder estatístico de ser capaz de descrever mudanças como significantes devido à pequenez da amostra.

Estas pequenas sondagens irão porém, permitir-lhe observar a sua população e ver se ela aparenta pelo menos estar a mover-se na direcção da mudança na qual esteja interessado. Idealmente, deveria conduzir pequenos inquéritos depois que o programa esteja operacional por pelo menos 9 a 12 meses para permitir tempo suficiente para as mudanças acontecerem.

Uma outra abordagem na condução da recolha de dados de linha de partida seria o uso de **abordagens qualitativas**. As abordagens qualitativas são excelentes formas de entender as causas subjacentes, significados, e as questões que afectam os comportamentos e tomada de decisões da sua população. Estas questões são com frequência o principal foco dos programas CMSC porque sem mudança nestas áreas, os comportamentos não podem mudar. O uso de métodos qualitativos pode ajudar-lhe a medir desvios na sua comunidade nestas variáveis muito importantes. Uma abordagem de recolha de dados qualitativos poderia incluir entrevistas profundas com indivíduos que tenham participado no programa a quem se pode perguntar: “ Qual, se for o caso, efeito o programa teve em ti e na tua vida?” ou “ qual é que é a mudança significativa que ocorreu na comunidade com resultado do programa?”.³

Se quiser fazer uma sondagem, mas não tem linha de partida ou não pode encontrar outra fonte para usar como sua linha de partida, então uma alternativa seria medir a exposição às intervenções. Isto pode também ser feito na eventualidade de que não tenha um grupo de comparação. Isto requer que uma série de perguntas específicas sejam feitas à sua população para que descubra quem foi e quem não foi exposto as suas intervenções. Uma vez respondidas estas perguntas, então pode comparar aqueles que foram expostos à sua intervenção com aqueles que não foram expostos e ver como é que eles diferem em variáveis-chave de interesse.

³ A linha de questionamento da “ mudança mais significativa” é associada por um método de análise e avaliação do mesmo nome (Mudança Mais Significante). Para mais informação, veja: <http://www.mande.co.uk/docs/MSCGuide.pdf>.

FOLHA DE EXERCÍCIO: Esboço de Desenho de Pesquisa de Avaliação

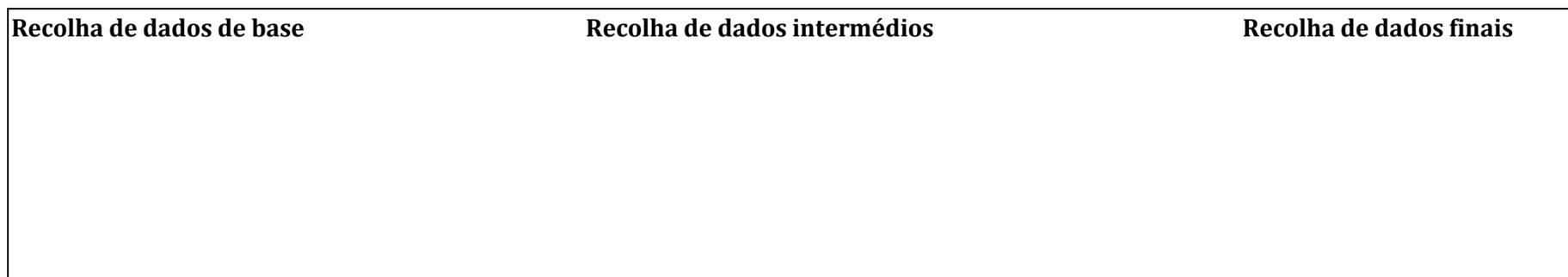
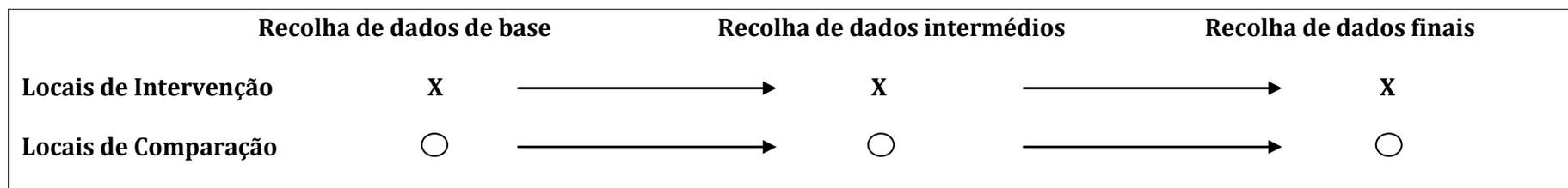
Considere: As opções de desenho de pesquisa de avaliação aqui descritas são exemplos de como poucos esforços CMSC desenharam as suas pesquisas de M&A; e seus próprios recursos (isto é, dinheiro, tempo, e pessoal).

Tenha em mente a regra de ouro de que os programas CMSC devem gastar uma percentagem estimada de 10 por cento do seu orçamento total para a M&A.

Lembre-se: Se NÃO tiver dados iniciais, pode medir a mudança comparando os expostos à intervenção daqueles que não foram expostos à mesma. Mas, isto é difícil por várias razões – é difícil definir de forma certa quem foi exposto e quem não, diferentes intervenções são similares umas às outras, e podem facilmente ser misturadas na mente dos respondentes. As intervenções podem abranger quase todos, ou talvez há pouquíssimas pessoas que não tenham sido expostas para medir alguma diferença.

Usando a caixa abaixo, esboce o seu desenho da pesquisa de avaliação intencionada. Pergunte-se

- Será que irá incluir a recolha de dados na fase inicial, intermédia ou final?
- Irá incluir um grupo comparativo interno ou externo (conforme descrito abaixo)?



Módulo 5, Sessão 7: Métodos e Ferramentas de Avaliação

No Passo 1: *Entender a Situação*, examinamos as diferenças entre pesquisa formativa qualitativa e quantitativa e olhamos as vantagens e desvantagens relativas de métodos comuns.

Muitas necessidades de monitoria são satisfeitas através do uso de metodologias e ferramentas quantitativas. Estes métodos permitem aos programas recolher dados numéricos sobre indicadores de monitoria os quais podem ser combinados e resumidos para um dado período.

Exemplos de metodologias e ferramentas de monitoria quantitativa são:

- Folhas de participação ou formulários de aceitação para quantificar o número de pessoas que participaram
- Diários de programas para documentar a cobertura estatística dos spots radiofónicos
- Formulários registo de rotina de actividade para quantificar o número e tipo de actividades implementadas na folha de registo

Métodos qualitativos produzem informação profunda, descritiva. Métodos de monitoria qualitativos recolhem dados sobre quão bem as coisas estão sendo implementadas. São necessários para a aprendizagem, replanificação, e abordagem da qualidade do programa, assim como fornecer discernimento sobre o porquê participantes fazem o que fazem. Dois exemplos de ferramentas de monitoria qualitativa são:

- cadernos usados para registar notas das visitas de supervisão dos locais
- diários que registam as observações feitas pelos trabalhadores de campo.

A recolha de dados para a avaliação envolvem recolher dados sobre resultados e também podem usar métodos quantitativos e qualitativos. Os métodos e ferramentas de avaliação quantitativa comuns incluem:

- Inquéritos baseados na população, tais como aqueles que são usados nos censos.
- Entrevistas de fornecedores ou clientes, inquérito sobre conhecimento do cliente, atitude, e inquéritos de comportamento (CAC)

Exemplos de métodos e ferramentas qualitativas que podem ser usados para a recolha de dados de avaliação incluem:

- Discussões de grupos focais e seus protocolos
- Observação e uso de ferramentas de observação para registar informação sobre os resultados do cliente

Tenha em mente que todos os métodos de avaliação devem ser capazes de comparar a pré da pós intervenção ou os expostos dos não expostos à intervenção para fazer a acersão se houve ou não alguma mudança. Um passo importante para determinar que método(s) usar é ligar os seus métodos aos seus indicadores. Baseado no que quer medir e ver mudado, diferentes métodos serão mais apropriados que outros. Uma quantidade de exemplos é fornecida nas páginas 26-27.

LISTA DE VERIFICAÇÃO: Desenho de Ferramentas de M&A

As ferramentas podem ser administradas pelo pessoal do programa ou podem ser auto-administradas (isto é, os participantes do programa ou clientes preenchem as respostas à ferramenta). Os nomes das ferramentas variam e não importam sempre que houver um entendimento comum das características da ferramenta e como deverá ser usada.

Abaixo encontra-se uma lista de verificação para o desenho de ferramentas de M&A. Alguns dos elementos-chave no desenho de boas ferramentas de monitoria e avaliação incluem:

- O pessoal do programa, clientes, e outros que irão usar as ferramentas envolvidas no desenho.
- As Ferramentas são simples e o mais claras possível. São concisas e somente recolhem informação que será usada.
- As ferramentas foram pré-testadas para assegurar que o pessoal do programa pode facilmente administrá-las aos clientes. Para ferramentas auto-administradas, participantes/clientes foram envolvidos no pré-teste e realimentação obtida relativa à leitura e adequação cultural, linguagem problemática, e ambiente foram tomados em conta quando se finalizava a ferramenta (ex.: respeitar a privacidade, e confidencialidade).
- Explicar ao pessoal do programa as razões para a recolha de dados para que entendam a necessidade para a recolha de dados e que possam comunicar essa necessidade claramente aos participantes do programa ou clientes.
- O pessoal do programa está bem formado para usar as ferramentas de recolha de dados ou para explicá-los e fazer uma revisão das ferramentas de recolha de dados auto administradas.

EXEMPLO: Indicadores Quantitativos e Qualitativos, Métodos, e Ferramentas de M&A

Monitoria		
Alguns Indicadores de Monitoria de Resultados (a curto prazo)	Métodos e Ferramentas Quantitativas Possíveis	Métodos e Ferramentas Qualitativas melhorada
Número de pessoas formadas como educadores de pares.	Método: contar o número de pessoas que participam em cada formação g.	<i>(Nota: Se o indicador medir números e percentagens, métodos qualitativos não podem ser usados. Os Métodos Qualitativos podem ser usados para olhar para a qualidade das actividades a ser contadas. Para exemplos veja abaixo)</i>
	Ferramenta: Lista de Participantes à Formação	
Número de pessoas que recebem literatura	Método: Contar o número de panfletos que os trabalhadores de campo entregam em cada dia.	
	Ferramenta: Diário do trabalhador de campo	
Número de pessoas estimadas atingidas pelo rádio.	Método: Captar o alcance aproximado da campanha de rádio que possa ser fornecido pelas estações de rádio.	
	Ferramenta: Formulário de documentação da campanha radiofónica	
Amostra de Indicadores de Monitoria do Processo	Métodos e Ferramentas Quantitativas Possíveis	Possíveis Métodos e Ferramentas Qualitativas
Spots radiofónicos são claramente entendidos pela população alvo.	Método: Pesquisar a população e perguntar o que é que os spots radiofónicos significam.	Método: Grupo focal e/ou entrevistas aprofundadas.
	Ferramenta: Inquérito sobre a Campanha de Comunicação	Ferramenta: Protocolos de grupos focais; protocolos de entrevistas profundas
Os Educadores de pares são capazes de fornecer informação certa seis meses depois da formação.	Método: Administrar um inquérito pós-formação de seis meses sobre conhecimento e mensagens.	Método: Observação de educadores de pares, entrevistas periódicas conduzidas com a população alvo
	Ferramenta: Questionário ao educador de pares	Ferramenta: Caderno supervisão, formulário de observação, e/ou protocolos de entrevistas
Líderes e zeladores chaves da comunidade são envolvidos.	Método: Contar o número de líderes e zeladores que frequentam as reuniões e actividades do programa.	Método: Entrevistas a informantes-chave e aos os zeladores
	Ferramenta: Diário de Reunião/actividade	Ferramenta: protocolos de entrevista com Zelador

Avaliação		
Amostra de Indicadores de Resultados (a curto prazo)	Métodos e Ferramentas Quantitativas Possíveis	Possíveis Métodos e Ferramentas Qualitativas
Número/quantidade de mulheres jovens, de 15 a 19 anos, que já falaram com um educador de pares sobre o sexo transacional.	Método: Comparar os dados às metas do programa baseado em relatórios dos educadores de pares e mulheres	Método: Conduzir entrevistas profundas ou grupos focais com mulheres jovens sobre as experiências delas com os educadores de pares
	Ferramenta: Formulários de relato dos educadores de pares, questionários de mulheres jovens	Ferramenta: Protocolos de grupos focais, protocolos de entrevistas de aprofundamento
Percentagem de mulheres jovens que identificam correctamente um slogan radiofónico relacionado com o sexo transacional.	Método: Conduzir um inquérito baseado na população nos momentos de seguimento, comparados aos alvos do programa	Método: Conduzir entrevistas profundas ou grupos focais focalizados no relato do que as mulheres entendem das mensagens
	Ferramenta: Questionário a mulheres jovens	Ferramenta: Protocolos de grupos focais, protocolos de entrevistas de aprofundamento
Percentagem de mulheres jovens que acreditam que o sexo transacional é uma forma segura para ganhar a vida.	Método: Conduzir um inquérito baseado na população no início e no seguimento; comparar a linha de partida com o seguimento OU os expostos dos não expostos ao programa.	Método: Conduzir entrevistas ou grupos focais focalizados no relato do que as mulheres acreditam e como a crença pode ter mudado ao longo do tempo.
	Ferramenta: questionários as mulheres jovens	Ferramenta: Protocolos de discussões de grupo focal, protocolos de entrevistas de aprofundamentos

FOLHA DE EXERCÍCIO: Juntando tudo - Cenários

Preencha esta tabela para cada cenário alistado abaixo:

Um Objectivo EMART:		
Indicador 1:	Indicador 2:	Indicador 3:
Metodologia:	Metodologia:	Metodologia:
Ferramentas:	Ferramentas:	Ferramentas:

Projecto A

No país X, pediu-se-lhe para criar um programa de CMSC focalizado nos usuários de drogas injectáveis (IDUs). A recente vigilância comportamental (BBSS) constatou que a infecção por HIV entre os usuários de drogas injectáveis (IDUs) está a quatro por cento. A sua ONG planifica iniciar um programa de educação de pares, promovendo o uso do preservativo nos campos de desintoxicação.

Projecto B

No país X, vai iniciar um programa de CMSC focalizado nos trabalhadores de sexo. Actualmente, há muitos programas no país que têm como alvo os trabalhadores do sexo através da educação de pares e programas de promoção do preservativo. Alguma pesquisa de avaliação preliminar constatou que um grande número de trabalhadores de sexo é incapaz de aceder aos preservativos nos estabelecimentos. A ONG está planificando complementar os outros programas existentes iniciando um programa que irá aumentar o apoio para uma política que exija que os preservativos estejam disponíveis para os trabalhadores de sexo nos estabelecimentos de trabalhadores de sexo.

Projecto C

Uma ONG no país X conduziu uma avaliação formativa em CMSC em três grupos em risco, um dos quais eram os camionistas de longo curso. Estudos anteriores notaram que a prevalência de HIV neste grupo é muito alta. A avaliação de CMSC revelou que os conhecimentos dos camionistas sobre HIV e SIDA e a sua percepção sobre os riscos que correm é muito baixa. A ONG tenciona agora iniciar um programa de CMSC que tenha como alvo os camionistas.

Projecto D

Uma ONG num país YY conduziu uma avaliação formativa em CMSC em três diferentes grupos de risco, um dos quais é composto por jovens fora da escola. As constatações da Avaliação CMSC revelaram que o conhecimento dos jovens fora da escola sobre HIV e SIDA é baixo, assim como o é a percepção deles sobre o risco deles próprios. Eles tendem ainda a ter parceiros sexuais múltiplos. A ONG tenciona iniciar um programa de CMSC que tenha como alvo jovens fora da escola.

FOLHA DE EXERCÍCIO: Seleccionado as Melhores Ferramentas e Métodos de M&A para o seu Programa**Métodos de Monitoria**

Indicadores	Métodos e Ferramentas Quantitativas	Métodos e Ferramentas Qualitativas

Métodos de Avaliação

Indicadores	Métodos e Ferramentas Quantitativas	Métodos e Ferramentas Qualitativas

Todos os métodos para a recolha de dados têm vantagens e desvantagens. É importante olhar para estas questões de forma cuidadosa para determinar que métodos satisfazem as necessidades, habilidades do pessoal, recursos, e objectivos. A tabela de comparação de métodos (no Módulo 1) irá ajudar a decidir que métodos precisa respeitar a sua recolha de dados.

Modulo 5, Sessão 8: Qualidade, Análise, e Interpretação dos Dados de M&A

Uma vez que tenha:

- definido o uso e usuários dos seus dados de M&A
- estabelecido os objectivos EMART e seleccionado os indicadores
- decidido sobre os métodos e ferramentas

Está preparado para:

- assegurar a qualidade dos dados
- analisar os dados
- interpretar as constatações para o feedback da planificação e replanificação

Os dados que recolhe somente são significativos se forem da maior qualidade possível. Há muitas maneiras de assegurar a **qualidade de dados**. A maioria depende de uma boa planificação e supervisão. A lista de verificação que se segue oferece três grupos de dicas sobre como assegurar a qualidade dos dados. Uma vez que se garantam dados de alta qualidade, está já preparado para a sua análise.

A Análise envolve o uso de dados recolhidos e a revisão dos dados para ver se estes respondem às perguntas de M&A desenvolvidas na fase de planificação. Por exemplo, um programa pode ter previamente estabelecido uma meta de dez grupos de discussão focal e agora tem uma pergunta de monitoria perguntando quantos grupos focais foram realizados com mulheres jovens baseados nesta meta. O programa irá fazer uma revisão dos dados de monitoria recolhidos e analisá-los para determinar o progresso.

A forma como analisa os dados dependem do tipo de dados que você recolheu, isto é, dados quantitativos e/ou qualitativos. Para cada tipo de dados, se aplicarão diferentes tipos de técnicas de análise. Aqui estão algumas dicas para pensar nelas durante a análise de dados.

Dicas da análise de dados qualitativos.

- Faça uma revisão cuidadosa da sua informação.
- Categorize a informação em grupos ou temas.
- Determine se há alguns padrões nos dados.

Dicas para análise de dados quantitativos.

- As vezes contar os números manualmente é tudo que se necessita, especialmente se não houver uma pilha de dados.
- Com uma quantidade de dados maior, um banco de dados computarizado ou uma folha de cálculo pode tornar a análise mais certa.
- A digitação de dados no computador deverá ser feita com rigor, precisão, e verificações (reverificações).

- Uma vez que os dados estejam no computador, uma análise simples (soma/divisão) pode ser efectuada, junto à determinação da frequência. Se forem requeridos procedimentos de análise avançada, habilidades mais avançadas e software podem ser necessários.

Um exemplo de um plano de análise de dados e uma oportunidade para desenvolver o seu próprio plano é fornecido mais tarde nesta sessão.

Interpretação leva-nos ao próximo passo. A interpretação dos dados que já analisou ajuda a responder às perguntas de M&A que desenvolveu na fase de planificação. Se constatar que o seu programa somente alcançou dez por cento da sua meta, agora deve tentar descobrir por quê! Aqui estão algumas dicas para interpretar os seus dados analisados.

Há um exercício rápido de interpretação de dados no fim da sessão. A interpretação é essencial para a última parte do Módulo 5 –Que iremos rever na sessão a seguir.

LISTA DE VERIFICAÇÃO: Qualidade dos Dados

Instruções: À medida que se prepara, recolhe, e analisa os seus dados, use a lista de verificação abaixo para assegurar que possui dados de qualidade.

UM: Proponha-se para Dados de Alta Qualidade. Aqui estão 10 estratégias a ter em mente:

- Desenvolva metas claras, objectivos, indicadores, e perguntas da pesquisa de avaliação
- Tenha um plano detalhado para recolha e análise de dados (ex.: quem, quando, como).
- Faça uma pré testagem de métodos e ferramentas.
- Forme o pessoal em recolha de dados de monitoria e avaliação.
- Crie apropriação e crença na recolha de dados entre o pessoal responsável.
- Incorpore verificações de qualidade de dados em todos os estágios.
- Supervisione o trabalho; reveja todos os formulários para completá-los, verifique que todas as respostas estão claramente escritas, e verifique para ver se as respostas são consistentes e que todos os números estão totalizados correctamente.
- Dê passos para abordar os erros, imediatamente.
- Documente quaisquer mudanças e melhore o sistema de recolha de dados, se necessário.
- Outros: _____

DOIS: Como verificar a qualidade logo que os dados vêm do Campo e Introduzidos nos Programas Computarizados. A seguir algumas *fontes comuns* de erros a se evitar. Assegure que verificou:

- Transposição: Por exemplo, quando o “39” é introduzido com “93”. Os erros de transposição são usualmente causados por erros de digitação.
- Erros de cópia: Um exemplo é quando “1” é registado como “7” ou quando o número “0” é digitado como a letra “O”.
- Erros de codificação: colocação de código errado. (ex.: um assunto de uma entrevista circundando “1= Sim”, mas o codificador copiou “2= Não.”
- Erros de encaminhamento: Uma pessoa que preenche um formulário coloca o número na parte errada ou ordem errada.
- Erros de consistência: os erros de consistência ocorrem quando duas ou mais respostas no mesmo questionário são contraditórias. Por exemplo, se a data de nascimento e a idade são inconsistentes.
- Erro de intervalo: Os erros de intervalo ocorrem quando um número se situa fora do intervalo de valores prováveis ou possíveis.

TRÊS: O que fazer quando Erros ou Inconsistências são encontrados

Determine a fonte do erro. Se o erro resulta da codificação ou digitação de dados, pode ser resolvido no escritório. Se a entrada não é clara, em falta, ou de certo modo suspeita, pode ser necessário contactar o oficial do campo para a correcção ou verificação.

FOLHA DE EXERCÍCIO: Cenários de Qualidade de Dados

Instruções: Abaixo encontram-se cenários similares, cada um dos quais tem em falta um elemento chave para assegurar a qualidade. Por favor faça uma revisão aos cenários e discuta

- Em que ponto(s) alguma coisa andou mal na manutenção da qualidade dos dados?
- O que é que estava em falta? O que poderia ter sido previsto para evitar o problema?

Background para todos os cenários: A sua agência está desenvolvendo um programa compreensivo de aconselhamento e testagem voluntário (ATV) que incorpora o pré e pós aconselhamentos, testagem voluntária, actividades de promoção de ATV as comunidades, e referencia as estruturas de cuidados domiciliários e comunitários. Você é o oficial responsável de M&A para monitorar a qualidade deste programa, e já desenvolveu um número de ferramentas e métodos para fazer isto.

Cenário #1 : O Pessoal desenvolveu e fez um pré teste das suas ferramentas de monitoria e ajustaram-nos de acordo as suas constatações. A formação foi conduzida para os inquiridores e seus supervisores, e formações de reciclagem periódicas foram orçamentadas para mais adiante no ano para responder a possíveis mudanças nas ferramentas da recolha de dados. Pode identificar que passos podem ter estado em falta?

Cenário # 2: Antes do início do programa, o pessoal e beneficiários sentaram-se por alguns dias e desenvolveram metas e objectivos claros para o programa, assim como indicadores mensuráveis e perguntas que precisam de ser respondidas pelo sistema de monitoria. Depois de estabelecer os indicadores e identificar perguntas, o gestor do programa desenvolveu as ferramentas de monitoria. A formação foi conduzida para os inquiridores e seus supervisores, e cursos periódicos de reciclagem foram orçamentados para mais adiante do ano para responder a possíveis mudanças nas ferramentas de recolha de dados. O pessoal responsável pela recolha de dados foi detalhadamente informado sobre os propósitos da recolha de dados, e suas contribuições para o processo foram recebidos e usados para fortalecer o sistema. Uma pessoa do pessoal no escritório central do país foi designada para fornecer assistência consistente de qualidade de dados, verificar e fornecer feedback sobre os resultados às agências implementadoras. O pessoal e as agências implementadoras sentiram que os materiais confundiam e não abordava as necessidades de recolha de dados no campo. O pessoal sentiu que um elemento-chave para assegurar a qualidade dos dados estava em falta no seu processo. Pode você identificar que passos podem ter estado em falta?

Cenário #3: Antes do início do programa, o pessoal e os beneficiários sentaram-se por vários dias e desenvolveram metas e objectivos claros para o programa, assim como indicadores mensuráveis e perguntas que precisavam ser respondidas pelo sistema de monitoria. O pessoal desenvolveu e fez um pré teste das suas ferramentas de monitoria no campo, ajustaram-nos de acordo com as constatações, e deram-nos ao pessoal responsável pela recolha de dados. O pessoal responsável pela recolha de dados foi detalhadamente instruído sobre o propósito da recolha de dados, e as contribuições destes ao processo foram recebidas e usadas para fortalecer o sistema. Embora o pessoal responsável tenha sentido que os materiais eram fortes e que entendiam os objectivos do sistema de monitoria, eles não estavam caros quanto a como exactamente usar as diferentes ferramentas no campo. O pessoal sentia que um elemento chave para assegurar a qualidade dos dados estava em falta no seu processo. Pode identificar que passo pode ter estado em falta?

EXEMPLO: Plano Simplificado de Análise de Dados

Abaixo estão exemplos de perguntas de M&A a ser respondidas e como elas estão ligadas aos indicadores e objectivos relevantes, os métodos e ferramentas de recolha de dados usados para a recolha de dados sobre indicadores, finalmente, as correspondentes técnicas de análise de dados a ser usadas. Um plano completo de análise de dados irá também incluir informação, tal como barra cronológica, para análises e determinar quem irá receber os resultados.

	Perguntas e M&A a serem respondidas (Sessão 4)	Indicadores e Alvos (Sessão 5)	Métodos e Ferramenta de Dados (Sessão 7)	Técnicas de Análise de Dados (Sessão 6)
Monitoria	Será que as quantidades de formação foram completadas conforme os planos?	<ul style="list-style-type: none"> Quantidade de formações completadas, 5 	<ul style="list-style-type: none"> Contagem via o uso de diário de formação 	<ul style="list-style-type: none"> Comparar a desempenho actual e as metas através da análise quantitativa
	Estamos a abranger adequadamente a população-alvo?	<ul style="list-style-type: none"> Quantidade de MSM abrangidos, 500 por mês 	<ul style="list-style-type: none"> Contando a partir do formulário de documentação do Conselheiro 	<ul style="list-style-type: none"> Comparar o número actual de pessoas que ligaram para a linha verde com as metas através da análise quantitativa
	Será que os conselheiros da linha verde estão a fornecer mensagens escritas aos que ligam relativas a como falar/negociar com os seus parceiros sobre o uso do preservativo?	<ul style="list-style-type: none"> Percentagem de conselheiros que usam mensagens escritas em chamadas de linha verde. 	<ul style="list-style-type: none"> Supervisores monitorizam amostras de chamadas a linha verde e usam um Formulário de Supervisão da Linha verde. 	<ul style="list-style-type: none"> Comparar as mensagens do conselheiro da linha verde com aqueles que constam dos script; análise qualitativa.
Avaliação	Será que a população alvo se tornou inteligente sobre como falar/negociar o uso do preservativo com os seus parceiros ?	<ul style="list-style-type: none"> Percentagem de MSM que tem conhecimento sobre como negociar o uso de preservativo com os parceiros; XX% no início, e YY% no final 	<ul style="list-style-type: none"> Discussões de Grupos focais (GF) com MSM que foram expostos versus os não expostos a mensagem de uma linha verde 	<ul style="list-style-type: none"> Comparar respostas dos grupos focais daqueles expostos a uma mensagem da linha verde versus os não expostos; análise qualitativa
	Será que a população alvo se tornou mais confiante acerca de como negociar o uso do preservativo com os seus parceiros?	<ul style="list-style-type: none"> Percentagem de MSM que são confiantes sobre negociar o uso do preservativo com os parceiros; XX% no início e YY% no fim 	<ul style="list-style-type: none"> Entrevista estruturada com MSM participantes da linha verde antes e depois do aconselhamento 	<ul style="list-style-type: none"> Comparar as respostas da entrevista antes e depois do aconselhamento; análise quantitativa

FOLHA DE EXERCÍCIO: Seu plano Simplificado de Análise de Dados

Instruções: Preencha esta grelha, moldado com base no exemplo na página anterior. Lembre-se, ao longo do Passo 5, já completou algumas colunas.

	Perguntas de M&A a serem Respondidas (Sessão 4)	Indicadores e Alvos (Sessão 5)	Métodos e Ferramentas de Dados (Sessão 7)	Técnicas de Análise de Dados (Sessão 6)
Monitoria				
Avaliação				

Análises dos dados de resultado são mais úteis quando feitas mão a mão com a análise dos dados da monitoria.

- A informação do recesso pode ajudar o avaliador a entender *como* e *porque* as intervenções alcançaram os respectivos efeitos e, talvez, o que é que *especificamente* está fazendo a diferença.
- Examinar os dados de resultado sem avaliar a implementação do programa pode levar a conclusões erróneas sobre a efectividade das intervenções

ATIVIDADE: Interpretação e apresentação de dados

A meta deste exercício é desenvolver e praticar uma variedade de formas para apresentar a informação sobre os mesmos resultados a diferentes audiências. Não há formas erradas ou certas de fazê-lo!

Num país hipotético, há duas agências levando a cabo uma intervenção compreensiva para homens de alto risco, incluindo a gestão e diagnóstico de doenças de transmissão sexual (DTS), distribuição de preservativo, e apoio a mudança do comportamento através dos educadores de pares. Abaixo estão dados hipotéticos emergindo da monitoria e avaliação de dois diferentes programas ao longo de dois anos. Olhe para os dados abaixo e pense sobre o que é que dizem. Que informação pode interessar o doador? E qual para um membro da comunidade?

Agência Implementadora 1		
Indicador	Ano Um	Ano dois
Quantidade de preservativos distribuídos	100,000	120,000
Proporção de preservativos distribuídos através do marketing social	15%	20%
Quantidade de educadores de pares formados	40	60
Proporção de educadores de pares que participam na intervenção há seis ou mais meses	50%	30%
Percentagem que sabe que ter mais do que um parceiro sexual durante o mesmo período aumenta os riscos de infecção pelo HIV	25%	40%
Percentagem de população adulta com mais do que um parceiro sexual simultâneo	20%	19%
Quantidade de homens a um risco maior de infecção abrangidos pelos educadores de pares	200	230

Agência Implementadora 2		
Indicador	Ano Um	Ano dois
Quantidade de preservativos distribuídos	80,000	210,000
Proporção de preservativos distribuídos através do marketing social	50%	60%
Quantidade de educadores de pares formados	35	55
Proporção de educadores de pares que participam na intervenção há seis ou mais meses	85%	80%
Percentagem que sabe que ter mais do que um parceiro sexual durante o mesmo período aumenta os riscos de infecção pelo HIV	25%	80%
Percentagem de população adulta com mais do que um parceiro sexual simultâneo	25%	15%
Quantidade de homens a um risco maior de infecção abrangidos pelos educadores de pares	800	1,400

Módulo 5, Sessão 9: Desenvolvimento de um Plano de M&A

A este momento, já tem todos os elementos essenciais para o seu plano de M&A, o qual pode ser um documento por si ou anexo do seu plano de trabalho do programa. De qualquer das formas, o plano pode servir gestores do programa, membros da equipe de M&A, e todos os interessados como guião aos seus planos de M&A em qualquer ponto do tempo.

Porque desenvolver um plano de trabalho de M&A?

- Mostrar como metas/objectivos se relacionam aos resultados.
- Descrever como os objectivos serão alcançados e o alcance medido.
- Identificar necessidades em dados.
- Definir com os dados serão recolhidos, analisados, e usados.
- Antecipar os recursos necessários para a M&A.
- Mostrar os interessados como o programa será responsável.

Agora é tempo de refinar, sintetizar o trabalho até agora completado no Passo 5 num documento - Plano de M&A.

Passos no desenvolvimento do plano de M&A

- Desenvolver uma descrição do programa CMSC.
- Esboce as actividades de plano de trabalho e os objectivos de comunicação, assegurando que os objectivos são SMART.
- Identificar papéis e responsabilidades do pessoal, voluntários, ou outros para o desenvolvimento do plano de monitoria, recolha de dados, análise, e redacção do relatório.
- Desenvolver as perguntas de M&A a abordar.
- Seleccionar indicadores e desenvolver objectivos realísticos.
- Desenvolver um esboço de diário de comunicação que ligue a sua teoria de mudança (Módulo 1) aos seus insumos e processo, output, e indicadores de resultados.
- Determinar a gestão de dados, relato, e uso.
 - Decidir sobre métodos para a recolha de dados.
 - Decidir que ferramentas de recolha de dados existentes serão usadas ou desenvolvidas.
 - Desenhar o fluxo de dados e sistemas de garantia de qualidade.
 - Desenvolver um calendário para a recolha de dados, análise, e redacção do relatório.
 - Desenvolver um plano de análise de dados.
 - Planificar para a disseminação, uso dos resultados, e replanificação.
- Desenvolver uma matriz de monitoria e avaliação.
 - Listar as actividades do plano do trabalho e objectivos de comunicação.
 - Listar perguntas de M&A por actividade e objectivos do plano de trabalho.
 - Listar indicadores ligados as perguntas de M&A, métodos de avaliação, e ferramentas.
 - Determinar a frequência da recolha de dados.

FOLHA DE EXERCÍCIO: FORMULÁRIO de Plano Modelo de M&A

Plano de M&A para:

Data desta versão: _____

Nome: _____

1. **Descrição do programa** (forneça uma breve visão geral do programa que estará dirigindo.)
2. **Actividades do plano de trabalho e objectivos SMART** (Liste todas as actividades do seu plano de trabalho para monitorar e os seus objectivos de comunicação para avaliar este programa.)
3. **Esboço de Diário de Comunicação**

Insumos	Indicadores de Processo	Indicadores de Output	Indicadores de Resultados

4. **Responsabilidade e Papeis** (Atribua as responsabilidades das pessoas para cada passo do processo de M&A, isto é, quem irá recolher os dados, quem irá analisar os dados, quem irá coordenar o processo.)
5. **Fluxo de dados** (Forneça informação sobre o fluxo de dados da recolha à análise. De que pessoas ou organizações os dados irão começar, onde irão depois, e qual é que é o destino final.)
6. **Plano de Análise de Dados** (Veja Sessão 8.)
7. **Como os dados serão Usados**
8. **Calendário** (Forneça informação sobre o quê e quanto irá durar cada passo)

9. Matriz do Plano de M&A (Resuma toda a informação acima dentro da tabela abaixo para uma referência rápida.)

Objectivos (Módulo 2, e Módulo 5, Sessão 3)	Perguntas de M&A (Módulo 5, Sessão 3)	Indicadores/Alvos (Módulo 5, Sessão 4)	Método/Ferramentas de Avaliação do Programa (Módulo 5, Sessão 7)	Frequência

Modulo 5, Sessão 10: Uso de dados para a Replanificação

A este ponto, já conduziu as suas actividades de M&A, analisou, e interpretou os dados. Agora precisa de ver se os seus resultados podem ser usados para melhorar o seu programa de CMSC. Este é um ponto crítico nos seus esforços de M&A. Depois de todo o seu trabalho, não quer deixar as suas constatações utilizadas! Os Dados de M&A podem ser partilhados numa variada gama de formas para beneficiar o seu programa, programas futuros, e as vidas das pessoas afectadas por elas. Uma vez analisados e interpretados, os resultados devem alcançar aqueles que podem fazer bom uso deles e ser partilhados em formas que falem para os interesses de tais pessoas e influência.

Seus **dados de monitoria** podem lhe informar sobre quão bem você executou o seu programa e fornecer razões sobre porque tenha saído fora dos carris. Podes usar estas constatações para:

- Modificar abordagens para servir a sua audiência(s) tencionada
- Aumentar o acesso da sua audiência as actividades e serviços do seu programa
- Melhorar rendimento/administração do programa e realocação de recursos

Entender a adequabilidade dos padrões de apetrechamento em pessoal e alocação de recursos pode fornecer lhe informação útil para planificação CMSC futura e actual.

Os **dados de avaliação** fornecem-lhe uma ideia da efectividade do seu programa – quão bem o seu programa foi capaz de abordar barreiras à mudança social e de comportamento.

- Se não houve nenhuma *mudanças* em nenhuma das barreiras que abordou, então precisa voltar ao Módulo 2 na planificação do programa CMSC onde identifica as suas barreiras. Pode ter escolhido as barreiras erradas.
- Se *não alcançou nenhum dos seus alvos*, então precisara voltar ao Módulo 1. Pode estar a usar a estratégia de comunicação errada e abordando as barreiras erradas e pode ser necessário que se conduza mais pesquisa com a sua população alvo.
- Ou, pode ter *resultados estáticos* onde alcançou mudança rápida, mas que as mudanças não foram mantidas. Neste caso pode ser necessário considerar uma nova estratégia de comunicação.
- Talvez esteja a abranger toda a sua população alvo mas somente um grupo está a mudar. Neste caso, precisará rever quão bem o material da comunicação faz o apelo a estes outros sub populações ou grupos.

Lembre-se, replanificação é sobre fazer perguntas para determinar o que é que os seus dados significam. Uma vez que tenha identificado qualquer questão, um dos primeiros passos é perguntar por quê? Isto pode ser feito através de pequenos grupos de discussão ou questionários administrados aos seus interessados e implementadores. Uma vez que se dê em conta porque é que as coisas estão a acontecer, pode iniciar a planificar.

EXEMPLO: Replanificação do Projecto Connect

Segmentação da Audiência	<ul style="list-style-type: none"> Jovens masculinos e femininos em idade escolar nas escolas secundárias Administradores escolares de escolas secundárias
Mudanças Desejadas	<ul style="list-style-type: none"> Aumentar a auto eficácia na negociação do uso do preservativo Aumentar o conhecimento sobre onde aceder os preservativos Aumentar a percepção do risco de HIV no caso de envolvimento sexual sem preservativo Implementar uma política escolar relativa a informação sobre o preservativo
Barreiras	Falta de habilidades para negociar o uso do preservativo, falta de conhecimento sobre a disponibilidade do preservativo, baixa percepção do risco sobre a infecção pelo HIV, e falta de políticas escolares sobre a disseminação de informação sobre o uso do preservativo
Objectivos de Comunicação	<ul style="list-style-type: none"> Até ao fim do programa haverá um aumento de 30% no número de jovens masculinos e femininos com idade escolar e em escolas secundárias que relatam habilidades aumentadas de negociação do uso do preservativo. Até ao fim do programa haverá um aumento de 40% no número de jovens masculinos e femininos em idade escolar nas escolas secundárias que saibam onde aceder a preservativos. Até ao fim do programa haverá um aumento de 40% no número de jovens femininos e masculinos e com idade escolar e nas escolas secundárias que se apercebem como estando sob risco de HIV em caso de envolvimento sexual sem o preservativo. Ate ao fim do programa, três políticas sobre a provisão de informação sobre os preservativos serão implementados nas escolas.
Canais, Actividades, e Materiais	<ul style="list-style-type: none"> Programa de educação de pares para jovens femininos e masculinos com idade escolar através de sessões interactivas Campanha de advocacia direccionada aos administradores escolares

Depois de dois anos de implementação do programa, o Projecto Connect tem as seguintes constatações da monitoria e avaliação do programa.

Indicador	Monitoria	Alvos
Quantidade de educadores de pares formados	20	20
Quantidade de sessões interactivas conduzidas com os jovens	60	80
Percentagem de jovens com idade escolar que participam nas sessões	50%	80%
Percentagem de administradores de escolas que participam no projecto	100%	60%

Os resultados de monitoria gerados periodicamente ao longo do programa mostram que embora o número alvo de educadores de pares foi alcançado, a percentagem alvo de jovens participantes e a quantidade de sessões interactivas com os jovens não foi atingida.

Replanificação com os dados de Monitoria:

Ao investigar as razões para o não alcance da metas das sessões interactivas, o programa questionou os educadores de pares e estudantes o porque isto não estava acontecendo. Os implementadores fizeram uma pequena pesquisa de aprofundamento nas questões seguintes.

- As sessões não foram realizadas de acordo com o plano de implementação por causa de questões de tempo? Os educadores de pares tiveram tempo suficiente para realizar o número meta das sessões? Havia algumas actividades ocorrentes? Será que a meta era demasiado ambiciosa?

- Os estudantes não participavam nas sessões por causa de outras actividades concorrentes, falta de interesse no conteúdo ou formato das sessões, ou outras razões?

Com as constatações derivadas destas questões, o programa pode replanificar as suas actividades para alcançar as suas metas para o resto do ano do programa.

Depois de três anos de implementação do programa, o Projecto Connect tem as seguintes constatações da sua avaliação.

Indicador	Linha de Partida	Linha Final	Alvo
Uso de preservativo na última relação sexual	40%	45%	60%
Auto eficácia para negociar o uso do preservativo	30%	40%	60%
Conhecimento sobre locais para obtenção de preservativos	40%	60%	80%
Risco percebido de se tornar infectado com HIV	25%	40%	65%
Mudanças de políticas relativas ao fornecimento de informação sobre o preservativo nas escolas	0	1	3

Os resultados da avaliação no fim mostraram que todos os indicadores de resultados não alcançaram as suas metas. A interpretação dos interessados sobre os resultados concluiu que a falta de alcance dos resultados pode ser que seja devido as limitações da prestação do programa, a limitação da estratégia de comunicação e barreiras abordadas, ou ambos.

Replanificação com dados de Avaliação:

Com estes resultados, os interessados consideraram a replanificação do seu programa CMSC.

- Rever a apropriação das estratégias do programa (programa de educação de pares e advocacia aos directores de escolas) e talvez desenhar e implementar estratégias de abrangência melhoradas.
- Redesenhar a estratégia de comunicação para incluir um programa de mobilização comunitária para envolver audiências adicionais tais como seja pais e líderes religiosos e comunitários.
- Conduzir mais pesquisa com jovens para aferir realimentação sobre as intervenções existentes para abordar barreiras e explorar outras barreiras que possam estar inibindo o uso do preservativo e normas sociais.

FOLHA DE EXERCÍCIO: Exercício de Replanificação

A meta deste exercício é o de fazer uma revisão aos resultados de um programa hipotético de CMSC, interpretar estes dados e determinar como o programa pode replanificar suas actividades. Não há maneira específica para replanificar. A replanificação depende de ambos a criatividade dos interessados do programa, o labor e recursos financeiros disponíveis para realizar as actividades de replanificação.

Instruções: Abaixo encontram-se alguns cenários para o uso de dados de monitoria ou avaliação para a replanificação. Por favor, faça uma revisão aos cenários e discuta:

- Em que ponto(s) alguma coisa correu mal no programa?
- O que é que o projecto deveria agora fazer na replanificação? Há questões de implementação (calendarização e sequenciamento) que você tomou em consideração no Passo 4? Ou será uma questão fundamental tal como a identificação errada de barreiras, estratégias inapropriadas, materiais, e audiências (Passos 1-3)?

Background para todos cenários (actividades amostra do programa da C-Change na Albânia)

Meta: A meta do projecto é contribuir para um crescimento no uso de contraceptivos modernos entre homens e mulheres que frequentam as universidades no distrito X.

Segmentação da Audiência	<ul style="list-style-type: none"> • Estudantes do sexo feminino nas universidades. • Jornalistas que produziram peças escritas ou radiofónicas sobre questões de saúde ao nível nacional.
Mudanças Desejadas	<ul style="list-style-type: none"> • Reduzir temores e equívocos como barreiras para o uso de anticonceptivos modernos entre mulheres em idade reprodutiva. • Aumentar o uso de métodos anticonceptivos modernos entre as mulheres em idade reprodutiva.
Barreiras	Equívocos e temores de longo tempo sobre os anticonceptivos; uso de métodos tradicionais (interrupção do coito) por uma maioria de Albaneses.
Objectivos de Comunicação	<ul style="list-style-type: none"> • Até ao fim do programa haverá um aumento na quantidade de estudantes universitários que tenham aprendido sobre anticonceptivos modernos e o benefício do seu uso. • Até ao fim do programa haverá um aumento na quantidade de jovens de sexo feminino que discutem os MCMs com os seus parceiros. • Até ao fim do programa haverá temores e equívocos reduzidos sobre o uso de anticonceptivos modernos entre mulheres de idade reprodutiva e homens com idades entre os 18-35 anos de idade, de um nível de 84% em 2002 para 47% em 2010. • Até ao fim do programa haverá um aumento na quantidade de editores de publicações escritas proeminentes na Albânia que considerem que o PF e Saúde Reprodutiva (SR) um tópico que valha a pena reportar nas várias secções .
Canais, Actividades e Materiais	Programa de educação de pares para pessoas de sexo feminino nas universidades através de sessões interactivas. Formação e acompanhamento do pessoal dos media (jornalistas, editores, produtores) sobre assuntos da planificação familiar.

Cenário 1: Depois de implementar o programa por um ano, o programa notou que embora ele tenha alcançado o seu alvo de formação de educadores de pares, ele não está a atingir a quantidade de sessões interactivas. Com 20 educadores de pares o programa tinha somente realizado 60 sessões interactivas contra as 80 planificadas para o ano transacto. Mais ainda, a quantidade de jovens que participam nas sessões é menos do que o planificado. Somente 60 por cento de jovens com a idade escolar estão a participar as sessões, enquanto o programa almejava 80 por cento. Com mais dois anos ainda por implementar do programa, o que é que os implementadores deveriam pensar para aumentar a taxa de assistência as suas sessões? Pode indicar algumas perguntas de orientação para os implementadores?

Cenário 2: Depois de implementar o programa por um ano, o programa constatou que editores e produtores não estão a participar no programa, mas os jornalistas estão envolvidos e frequentam todas as formações. Alcançou todas as suas metas para a formação de jornalistas, mas o programa não aparenta estar a abranger editores e produtores que tomam decisões sobre a cobertura dos media. Com ainda mais dois anos de implementação, que mudanças você iria operar no programa?

Cenário 3: Depois de implementar o programa por dois anos, os seus dados de avaliação intermédia revelam que embora o temor e preconceitos em torno do uso dos anticonceptivos modernos tenha reduzido, as mulheres não estão a aceder nem a usar os anticonceptivos modernos. Com mais dois anos ainda por implementar do programa, o que é que os implementadores deveriam pensar sobre o encorajamento das mulheres para usar os anticonceptivos modernos?

Cenário 4: Depois da recolha e análise dos seus dados de avaliação, está claro que o seu programa não atingiu nenhum dos seus indicadores e objectivos de resultados? Embora o seu programa tenha sido implementado conforme planificado, e os seus indicadores de monitoria e alvos tenham sido alcançados _ as suas actividades não influenciaram os indicadores de resultados. O que é que os implementadores deveriam pensar sobre a estratégia de replanificação do programa?

Módulo 5, Opções do Enceramento: Os Desafios e Possibilidades da Monitoria e Avaliação

Muitos aspectos diferentes da M&A foram examinados no Passo 5, juntamente com alguns desafios inerentes na aplicação da M&A nos programas CMSC. As experiências mostram que os desafios podem ser ultrapassados e muitos ganhos. Alguns desafios de M&A e lições aprendidas são resumidos abaixo.

Desafio: um desenho de estudo rigoroso requer um grupo de comparação ou controle.

Encontrar um grupo comparável com o grupo em estudo pode ser um desafio, e a recolha de dados entre duas populações é caro. Mais ainda, o grupo de comparação ou controle pode ter sido exposto a uma intervenção CMSC, já que estes programas com frequência têm um alcance geográfico considerável. Pode igualmente ser antiético sonegar as intervenções da população de controle à medida que se recolha dados nela.

Como o desafio pode ser abordado

Harmonização pode ser um desafio real para programas de campo. Uma das formas de alcançá-lo é identificar uma comunidade o suficientemente próximo ao programa CMSC para tornar a recolha de dados rentáveis, mais além do alcance das intervenções do programa em questão e conexões pessoais com o grupo de controle. (Mais detalhes são fornecidos durante a abordagem do desafio a seguir). Enquanto os controles aleatórios que avaliam a efectividade do tratamento médico ou tecnologias não podem ser aplicados aos programas CMSC, eles podem fazer uso dos princípios das amostras aleatórias para as suas avaliações.

Desafio: Os efeitos do projecto devem ser separados daqueles dos outros projectos que trabalham com as mesmas audiências ou na mesma área geográfica (atribuição).

Muitas vezes, múltiplos programas operam numa comunidade e a vários níveis, e não estão sempre alinhados no que eles comunicam. O desafio para os profissionais é medir os efeitos do seu próprio programa no meio de todo o “barulho” das diferentes intervenções.

Como o desafio pode ser abordado

Há metodologias disponíveis que permitem que os programas de comunicação prevejam o que poderia ter acontecido sem a intervenção e atribuir mudança com confiança. Propensity Score Matching (PSM) é uma metodologia usada para avaliar a exposição a programas. Ela tenta prever o que poderia ter acontecido sem a intervenção tentando reduzir o efeito de abordar co-variantes (variáveis que podem influenciar a resposta ou mudança). Ao invés de harmonizar grupos numa variável, PSM vaticina a probabilidade do grupo associado) ex; um tratamento versus um grupo de controle), baseados em vários vaticínios observados. Usualmente, uma regressão logística em posto a correr para criar um grupo (Gavshon, Jammy, and Parker 2005, 18).

Desafio: Conduzir um painel ou estudos longitudinais para recolha de dados ao longo do tempo.

Uma avaliação de resultados e efeitos dum programa precisa de dados recolhidos ao longo do tempo – antes que o programa lance as intervenções e em diferentes momentos da sua duração. O desafio é usar a mesma metodologia numa segunda e terceira vez.

Como o desafio pode ser abordado

Os programas podem usar painel ou estudos longitudinais para observar e avaliar mudanças na população através de observações repetitivas ao longo do tempo. Um estudo da coorte é um tipo de estudo longitudinal. Usando uma amostra coorte, as mesmas pessoas são estudadas em certos intervalos ao longo do tempo. Se for difícil encontrar as mesmas pessoas para participar na pesquisa ao longo de um período, um programa pode usar estudos de painéis, outra forma de estudos longitudinais. Para isto, uma secção transversal da mesma população – potencialmente pessoas diferentes – são estudados em intervalos ao longo do tempo. Este é o método usado pelos Inquéritos Demográficos de Saúde. A C- Change na Albânia usou um estudo de painel para avaliar sua promoção de sua moderna planificação familiar.

Desafio: O programa não possui pessoal suficiente que esteja formado em M&A.

Muitas organizações não têm pessoal formado que possa conduzir uma avaliação, incluindo pessoal com habilidades e formação em desenho da avaliação, métodos quantitativos e qualitativos de recolha de dados, análise de dados, redacção de relatórios, e disseminação.

Como o desafio pode ser abordado

Os programas que não tem pessoal qualificado para supervisionar e gerir o processo de avaliação pode constatar que seja melhor contratar consultores locais como sua equipe de avaliação. O risco de preconceitos de que as ‘pessoas que tem informação de dentro/informantes’ trazem a M&A precisam ser considerado, ao mesmo tempo com a necessidade de uma realimentação e respostas honestas. Os gestores são responsáveis por assegurar que os dados são recolhidos num ambiente neutro e que o pessoal possui habilidades de M&A suficientes. As suas capacidades podem ser fortalecidas através de formações de M&A. Que estão disponíveis online e da OMS, UNOSIDA, e outros financiadores

Desafio: Os recursos financeiros são insuficientes para a M&A.

Diante de muitas prioridades urgentes, muitas ONGs sentem que não podem economizar ou angariar dinheiro extra para a M&A.

Como o desafio pode ser abordado

Como a cooperação dos financiadores, um programa deve cometer pelo menos 10 por cento dos seus fundos para a M&A. Outra opção é pedir o financiador para levar acabo a avaliação externa; outra é to pool os recursos de M&A com outra organização irmã na mesma área. Trabalhando juntos, os programas podem ser capazes de reunir financiamento suficiente, pessoal, e recurso para desenvolver e conduzir uma avaliação rigorosa.

Estes desafios são reais e não tem soluções simples. As estratégias e soluções enumeradas são somente algumas opções. É uma boa idéia que os profissionais explorem como outros programas ultrapassaram os desafios da avaliação e que recursos e informação eles usaram para assim o fazer. Um investimento relativamente pequeno pode produzir grandes discernimentos, incluindo sobre o que funciona e o que funcionaria melhor.



Canto da Teoria: Os modelos sócio-ecológicos associam diferentes níveis de influencia sobre comportamentos sanitários e normas e são notados por enfatizar a interdependência de contextos ambientais e as actuais experiências de vida das pessoas. Porem, tentar desenvolver programas mais complexos para afectar a mudança social e de comportamento também aumenta a complexidade de indicadores que medem as diferentes influencias sobre a mudança presumida. Esperamos que este último módulo dos *Módulos-C* lhe ajudou fazer a sua parte na monitoria e avaliação e verificação para ver se os seus pressupostos baseados na teoria se tornaram realidade, e para continuar a tentar e tentar se eles o não tiver sido.

Leituras Adicionais

Estas referências fornecem informação adicional que irá assistir o seu trabalho em CMSC. O Curriculum CMSC inteiro, referências citadas abaixo, e recursos adicionais estão disponíveis em <http://www.c-changeprogram.org/our-approach/capacity-strengthening/sbcc-modules>. Para mais recursos e oportunidades para fortalecer a capacidade em CMSC, visite o centro online de recursos de fortalecimento de capacidades da C-Change em <http://www.comminit.com/c-change-orc>.

Os Gráficos dos Módulos-C podem ser acedidos online e expandidos e mostrados aos participantes através do Power-Point num grande quadro cartaz.

Leitura de Background

Tópico	Item
CMSC	Monitoring HIV/AIDS Programs: A Facilitator's Training Guide and Participant Resources. Este pacote de formação está desenhado para criar habilidades para a condução das actividades de M&A. Três modelos nucleares ancoram o curso: Instrução a M&A; Recolha, Análise e Uso dos dados de Monitoria; e Desenvolvimento de um Plano de Trabalho de M&A. Em acréscimo, o curso comporta sete módulos específicos -ao- programa, incluindo um sobre a comunicação para a mudança do comportamento.
Advocacia e/ou Mobilização Social	Monitoring and Evaluating Advocacy: A Scoping Study. Este estudo escopo se propõe documentar os vários modelos e abordagens que as agências internacionais usam para avaliar o valor do trabalho de advocacia delas.
Habilidades/Ferramentas da pesquisa de Avaliação	Horizons Operations Research on HIV/AIDS Toolkit (Population Council). Nesta ferramenta online, irá encontrar ferramentas e informação que precisa para desenhar uma pesquisa ou estudo sucedido sobre operações relativas a HIV, desde o desenvolvimento do protocolo de pesquisa para analisar e relatar os dados.
	Qualitative Methods: A Field Guide for Applied Research in Sexual and Reproductive Health. Esta é uma guia prática, hands-on para uso por cientistas sociais, especialistas de saúde pública, e equipas de pesquisa interessadas em usar métodos qualitativos para estudar a saúde sexual e reprodutiva. Ele cobre a teoria, desenho e metodologia da pesquisa, recolha de dados, análise de dados, redacção, e disseminação da pesquisa.
Género	Measuring Attitudes toward Gender Norms among Young Men in Brazil: Development and Psychometric Evaluation of the GEM Scale. Este artigo descreve o desenvolvimento e avaliação psicométrica de uma escala de 24 itens para medir as atitudes para com as normas de género entre homens jovens: a escala do Homem Quitavel-Genero (GEM).

Currículo Existente/Materiais de Formação

Training in Qualitative Research Methods: Building the Capacity of PVOs, NGOs, and MOH Partners. Este manual de formação foi desenhado para ajudar os PVOs melhorar a qualidade da sua pesquisa qualitativa para tomar decisões de programação inspiradas para os seus projectos de sobrevivência da criança. Foi desenvolvido para um workshop de formação com uma duração de oito dias.

Referências Citadas no Módulo 5

Gavshon, Harriet, David Jammy, and Warren Parker. 2005. *Tsha Tsha: Key findings of the evaluation of episodes 1–26*. Baltimore: CADRE and Centre for AIDS Development, Research and Evaluation, John Hopkins University Bloomberg School of Public Health, Center for Communication Programs. www.m-mc.org/spotlight/southafrica_tshatsha/CADREeval.pdf

Kubisch, Anne, Patricia Auspos, Prudence Brown, and Tom Dewar. 2002. *Voices from the field II: Reflections on comprehensive community change*. Washington: Aspen Institute.

Imagens Citadas no Modulo 5

Gráficos C-Planificação e Onde a Pesquisa Formativa se Encaixa no CMSC adaptados de:

Health Communication Partnership. 2003. *The new P-Process: Steps in strategic communication*. Baltimore: Johns Hopkins Bloomberg School of Public Health, Center for Communication Programs, Health Communication Partnership.

McKee, Neill, Erma Manoncourt, Chin Saik Yoon, and Rachel Carnegie (eds.). 2000. *Involving people, evolving behavior*. New York: UNICEF; Penang: Southbound.

Parker, Warren, Lynn Dalrymple, and Emma Durden. 1998. *Communicating beyond AIDS awareness: A manual for South Africa* (First Edition). South Africa: Beyond Awareness Consortium.

Academy for Educational Development (AED). 1995. *A tool box for building health communication capacity*. SARA Project, Social Development Division. Washington: AED.

National Cancer Institute. 1989. *Making health communications work: A planner's guide*. Rockville: U.S. Department of Health and Human Services.