[Logos]

[País]

Estratégia Nacional para a Mudança Social e de Comportamento Contra a Malária

Para orientação sobre como preencher este modelo, consulte a *Estratégia Nacional de Mudança Social e de Comportamento Contra a Malária: Como Utilizar o Modelo* e as [*Ferramentas de Desenvolvimento de Estratégia Social e de Comportamento Contra a Malária*](https://drive.google.com/drive/folders/1paJiNjmiHdVtfI25BZSCfpk1HV61ygcL?usp=sharing) e depois elimine esta nota. Tanto este modelo como a orientação são complementos do [*Quadro Estratégico para a Comunicação de Mudança Social e Comportamental Contra a Malária 2018-2030*](https://endmalaria.org/sites/default/files/RBM%20SBCC%20Framework%202018-2030%20English.pdf)e produtos do Grupo de Trabalho de Mudança Social e de Comportamento (GT da MSC) da Parceria RBM para Acabar com a Malária. O desenvolvimento deste modelo foi possível graças à Agência dos EUA para o Desenvolvimento Internacional (USAID) e à Iniciativa contra a Malária do Presidente dos EUA, nos termos do Acordo de Cooperação nº. AID-OAA-A-17-00017 do projeto Breakthrough ACTION.

[Ano X-Ano Y]

# Índice [Atualizar tabela após completar a estratégia, depois eliminar esta nota]

[Índice [Atualizar tabela após completar a estratégia, depois eliminar esta nota] 2](#_Toc256000000)

[Prefácio 3](#_Toc256000001)

[Agradecimentos 4](#_Toc256000003)

[Acrónimos 5](#_Toc256000004)

[Introdução 6](#_Toc256000005)

[Planos específicos de intervenção 7](#_Toc256000006)

[1. Rede Mosquiteira Tratada com Inseticida (RTI) 7](#_Toc256000007)

[Objetivo comportamental RTI 1 8](#_Toc256000009)

[Objetivo comportamental RTI 2 8](#_Toc256000010)

[2. Gestão de casos 9](#_Toc256000011)

[Objetivo comportamental 1 da gestão de casos 10](#_Toc256000013)

[Objetivo comportamental 2 da gestão de casos 10](#_Toc256000014)

[3. Malária na gravidez 11](#_Toc256000016)

[Objetivo comportamental 1 da malária na gravidez 12](#_Toc256000018)

[Objetivo comportamental 2 da malária na gravidez 12](#_Toc256000019)

[4. Pulverização intra-domiciliária (PIDOM) 13](#_Toc256000020)

[Objetivo comportamental 1 do PIDOM 14](#_Toc256000022)

[Objetivo comportamental 2 do PIDOM 14](#_Toc256000023)

[5. Quimioprevenção sazonal (SMC) 15](#_Toc256000025)

[Objetivo comportamental 1 de SMC 16](#_Toc256000027)

[Objetivo comportamental 2 de SMC 16](#_Toc256000028)

[Plano de Acompanhamento e Avaliação 17](#_Toc256000029)

[Anexo: Planos de MSC para o desenvolvimento por grupos subnacionais em zonas de baixa transmissão da malária 18](#_Toc256000030)

# Prefácio

#

# Agradecimentos

# Acrónimos

# Introdução

Missão

Visão

Objetivos

Objetivos complementares da MSC

# Planos específicos de intervenção

## Rede Mosquiteira Tratada com Inseticida (RTI)

|  |
| --- |
| Análise da situação e do comportamento de RTI |
| Análise situacional:   |
| Análise comportamental:  |

|  |
| --- |
| Análise do público de RTI e abordagens de comunicação estratégica |
| Análise do público: Público principalPúblico secundárioPúblico terciário |
| Abordagens de comunicação estratégica:Público principalPúblico secundárioPúblico terciário |

Planos de comunicação específicos do comportamento

### Objetivo comportamental RTI 1

|  |  |
| --- | --- |
| ObjetivoComportamental:  | Público prioritário:  |
| Público Secundário:  |
| Objetivo de comunicação 1: Objetivo de comunicação 2:  |
| Benefício principal:  |
| Pontos de apoio:  |

### Objetivo comportamental RTI 2

|  |  |
| --- | --- |
| ObjetivoComportamental: | Público prioritário:  |
| Público Secundário:  |
| Objetivo de comunicação 1: Objetivo de comunicação 2:  |
| Benefício principal:  |
| Pontos de apoio:  |

## Gestão de casos

|  |
| --- |
| Análise comportamental e da situação da gestão de casos |
| Análise situacional: As instalações A comunidade  |
| Análise comportamental: As instalaçõesA comunidade |

|  |
| --- |
| Análise do público na gestão de casos e abordagens de comunicação estratégica |
| Análise do público: Público principalPúblico secundárioPúblico terciário |
| Abordagens de comunicação estratégica:Público principalPúblico secundárioPúblico terciário |

Planos de comunicação específicos do comportamento

### Objetivo comportamental 1 da gestão de casos

|  |  |
| --- | --- |
| ObjetivoComportamental: | Público prioritário:  |
| Público Secundário:  |
| Objetivo de comunicação 1: Objetivo de comunicação 2:  |
| Benefício principal:  |
| Pontos de apoio: |

### Objetivo comportamental 2 da gestão de casos

|  |  |
| --- | --- |
| ObjetivoComportamental: | Público prioritário:  |
| Público Secundário:  |
| Objetivo de comunicação 1: Objetivo de comunicação 2:  |
| Benefício principal:  |
| Pontos de apoio: |

## Malária na gravidez

|  |
| --- |
| Malária em situação de gravidez e análise de comportamento |
| Análise situacional: As instalações A comunidade  |
| Análise comportamental: As instalações A comunidade  |

|  |
| --- |
| Análise do público da malária na gravidez e abordagens estratégicas de comunicação |
| Análise do público: Público principalPúblico secundárioPúblico terciário |
| Abordagens de comunicação estratégica:Público principalPúblico secundárioPúblico terciário |

Planos de comunicação específicos do comportamento

### Objetivo comportamental 1 da malária na gravidez

|  |  |
| --- | --- |
| ObjetivoComportamental: | Público prioritário:  |
| Público Secundário:  |
| Objetivo de comunicação 1: Objetivo de comunicação 2:  |
| Benefício principal:  |
| Pontos de apoio: |

### Objetivo comportamental 2 da malária na gravidez

|  |  |
| --- | --- |
| ObjetivoComportamental: | Público prioritário:  |
| Público Secundário:  |
| Objetivo de comunicação 1: Objetivo de comunicação 2:  |
| Benefício principal:  |
| Pontos de apoio: |

## Pulverização intra-domiciliária (PIDOM)

|  |
| --- |
| Análise de comportamentos e da situação da pulverização intra-domiciliária |
| Análise situacional:  |
| Análise comportamental:  |

|  |
| --- |
| Análise do público de pulverização intra-domiciliária e abordagens de comunicação estratégica |
| Análise do público: Público principalPúblico secundárioPúblico terciárioAbordagens de comunicação estratégica:Público principalPúblico secundárioPúblico terciário |

Planos de comunicação específicos do comportamento

### Objetivo comportamental 1 do PIDOM

|  |  |
| --- | --- |
| ObjetivoComportamental: | Público prioritário:  |
| Público Secundário:  |
| Objetivo de comunicação 1: Objetivo de comunicação 2:  |
| Benefício principal:  |
| Pontos de apoio: |

### Objetivo comportamental 2 do PIDOM

|  |  |
| --- | --- |
| ObjetivoComportamental: | Público prioritário:  |
| Público Secundário:  |
| Objetivo de comunicação 1: Objetivo de comunicação 2:  |
| Benefício principal:  |
| Pontos de apoio: |

## Quimioprevenção sazonal (SMC)

|  |
| --- |
| Análise da situação e comportamentos de SMC |
| Análise situacional:  |
| Análise comportamental:  |

|  |
| --- |
| Análise do público de SMC e abordagens de comunicação estratégica |
| Análise do público: Público principalPúblico secundárioPúblico terciário |
| Abordagens de comunicação estratégica:Público principalPúblico secundárioPúblico terciário |

Planos de comunicação específicos do comportamento

### Objetivo comportamental 1 de SMC

|  |  |
| --- | --- |
| ObjetivoComportamental: | Público prioritário:  |
| Público Secundário:  |
| Objetivo de comunicação 1: Objetivo de comunicação 2:  |
| Benefício principal:  |
| Pontos de apoio: |

### Objetivo comportamental 2 de SMC

|  |  |
| --- | --- |
| ObjetivoComportamental: | Público prioritário:  |
| Público Secundário:  |
| Objetivo de comunicação 1: Objetivo de comunicação 2:  |
| Benefício principal:  |
| Pontos de apoio: |

# Plano de Acompanhamento e Avaliação

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Objetivos de RTI | Indicador e Definição | Tipo de Indicador | Fundamentação | Fontes de dados | Base de referência | Meta | Ano | Próximos passos |
|  |  |  |  |  |  |  |  |  |

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Objetivos da gestão de casos | Indicador e Definição | Tipo de Indicador | Fundamentação | Fontes de dados | Base de referência | Meta | Ano | Próximos passos |
|  |  |  |  |  |  |  |  |  |

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Objetivos da Malária na gravidez | Indicador e Definição | Tipo de Indicador | Fundamentação | Fontes de dados | Base de referência | Meta | Ano | Próximos passos |
|  |  |  |  |  |  |  |  |  |

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Objetivos da PIDOM | Indicador e Definição | Tipo de Indicador | Fundamentação | Fontes de dados | Base de referência | Meta | Ano | Próximos passos |
|  |  |  |  |  |  |  |  |  |

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Objetivos da SMC | Indicador e Definição | Tipo de Indicador | Fundamentação | Fontes de dados | Base de referência | Meta | Ano | Próximos passos |
|  |  |  |  |  |  |  |  |  |

# Anexo: Planos de MSC para o desenvolvimento por grupos subnacionais em zonas de baixa transmissão da malária

***Avaliação rápida das necessidades de MSC: resumo narrativo***

Alterações na intervenção contra a malária especificamente para áreas de baixa transmissão:

Adaptação necessária da MSC:

***Planos de MSC para grupos subnacionais específicos de áreas de baixa transmissão***

|  |  |
| --- | --- |
| **Objetivo****Comportamental:**Aumentar a proporção de [**quem**] que [**faz o quê**] | **Público**: [**quem**] |
| **Objetivo de comunicação**: Aumentar a proporção de [**público**] que [**sente o quê**] |
| **Benefício-chave**: Se eu fizer [**isto**], então eu vou ter [**coisa que eu quero**]. |
| **Canais/Atividades**: Lista dos canais e atividades que serão utilizados para mudar os sentimentos do público-alvo (listados no objetivo de comunicação acima)-           Canais:-           Atividades:  |

|  |  |
| --- | --- |
| **Objetivo****Comportamental:**Aumentar a proporção de [**quem**] que [**faz o quê**] | **Público**: [**quem**] |
| **Objetivo de comunicação**: Aumentar a proporção de [**público**] que [**sente o quê**] |
| **Benefício-chave**: Se eu fizer [**isto**], então eu vou ter [**coisa que eu quero**]. |
| **Canais/Atividades**: Lista dos canais e atividades que serão utilizados para mudar os sentimentos do público-alvo (listados no objetivo de comunicação acima)-           Canais:-           Atividades:  |

|  |  |
| --- | --- |
| **Objetivo****Comportamental:**Aumentar a proporção de [**quem**] que [**faz o quê**] | **Público**: [**quem**] |
| **Objetivo de comunicação**: Aumentar a proporção de [**público**] que [**sente o quê**] |
| **Benefício-chave**: Se eu fizer [**isto**], então eu vou ter [**coisa que eu quero**]. |
| **Canais/Atividades**: Lista dos canais e atividades que serão utilizados para mudar os sentimentos do público-alvo (listados no objetivo de comunicação acima)-           Canais:-           Atividades:  |