



---

# CAMINHOS E APRENDIZADOS

para iniciativas focadas na

## PRIMEIRA INFÂNCIA



# CAMINHOS E APRENDIZADOS

## para iniciativas focadas na PRIMEIRA INFÂNCIA



O Brasil tem cerca de 20 milhões<sup>1</sup> de meninos e meninas na primeira infância, período que abrange os primeiros seis anos completos de vida. Um terço delas<sup>2</sup> vive em condições adversas. Com o objetivo de melhorar a qualidade de vida destas crianças e apoiar também quem cuida delas – sejam pais, familiares, professores ou outros cuidadores – são elaboradas uma série de políticas públicas, programas e ações.

É nesse contexto que atua o **iLab Primeira Infância**, a aceleradora de iniciativas de inovação baseadas em conhecimento científico para promover o desenvolvimento de crianças de 0 a 6 anos em situação de vulnerabilidade do **Núcleo Ciência Pela Infância (NCPI)**.

O iLab adota a metodologia **IDEAS Impact Framework™** desenvolvida pelo *Frontiers of Innovation (FOI)* – a plataforma de Pesquisa & Desenvolvimento do *Center on the Developing Child* da Universidade de

Harvard. O **IDEAS** – acróstico dos verbos em inglês inovar, desenvolver, avaliar, adaptar e escalonar – se baseia na colaboração, na co-criação, no aprendizado em rede, em estar aberto para experimentar, errar e aprender, na realização de testes e avaliações para aprimorar as iniciativas de inovação e, assim, gerar mais impacto.

Desde o início de sua trajetória, em 2015, as iniciativas de inovação apoiadas pelo iLab adquiriram experiência e conhecimento técnico, ampliando assim o impacto de uma boa ideia. Foi então que surgiu a vontade de organizar este documento – **Caminhos e aprendizados para iniciativas focadas na primeira infância** – de forma a inspirar e contribuir com o sucesso de outras ações Brasil afora.

É importante ressaltar que este conteúdo não se propõe a ser um guia ou manual; são dicas, reflexões, pontos de atenção, estratégias testadas (incluindo algumas que não deram certo!) e outras informações que podem ser úteis para o contexto do seu trabalho. No entanto, vale lembrar que cada proposta tem suas particularidades, por isso é fundamental avaliar o que funciona e o que não é aplicável a cada caso.

Dividimos esses aprendizados em **quatro capítulos**: 1) Ideias para planejar e gerenciar uma iniciativa de inovação focada na primeira infância; 2) Como melhorar o recrutamento e engajamento de familiares, cuidadores e profissionais 3) A importância da articulação com as redes de apoio e parcerias para iniciativas inovadoras para a primeira infância e 4) Dicas para melhorar a comunicação em iniciativas inovadoras para cuidadores de crianças de 0 a 6 anos.

Esperamos que façam bom proveito do material e convidamos ainda todas e todos a compartilharem seus aprendizados e experiências conosco.

Boa leitura!

**Equipe Núcleo Ciência Pela Infância**



<sup>1</sup> Projeções do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE) para o ano de 2020, disponíveis em <https://www.ibge.gov.br/apps/populacao/projecao/>

<sup>2</sup> Dados do Ministério do Desenvolvimento Social, de outubro de 2018.

# ÍNDICE

Ponto de Partida .....	<b>4</b>
<b>1.</b> Ideias para planejar e gerenciar uma iniciativa de inovação focada na primeira infância .....	<b>7</b>
<b>2.</b> Como melhorar o recrutamento e engajamento de familiares, cuidadores e profissionais .....	<b>13</b>
<b>3.</b> A importância da articulação com as redes de apoio e parcerias para iniciativas inovadoras para a primeira infância .....	<b>19</b>
<b>4.</b> Dicas para melhorar a comunicação em iniciativas inovadoras para cuidadores de crianças de 0 a 6 anos .....	<b>23</b>



# PONTO de PARTIDA

## Cuide do todo e também dos detalhes

É recomendado que a equipe se dedique a **MONTAR UM PLANEJAMENTO BEM ESTRUTURADO**, que estabeleça prazos, custos, responsáveis e orientações para cada etapa ou ação.

Ainda que algumas coisas não saiam exatamente de acordo com o plano, ele serve como uma referência e pode ajudar a antecipar desafios. Por exemplo: na fase do recrutamento, pode-se montar uma lista de argumentos para reverter possíveis desistências; para manter o engajamento dos participantes, tenha um fluxograma com diferentes mensagens para tentar cativar quem está demonstrando menos interesse. Cada etapa tem suas especificidades, que podem ser enfrentadas com mais facilidade se houver uma organização prévia.

Seja durante o planejamento inicial ou na avaliação dos resultados, algumas premissas estão presentes como pano de fundo em vários momentos do processo de implementação de uma iniciativa focada no desenvolvimento de crianças de até 6 anos de idade.

Confira alguns desses conceitos centrais:

## Construa uma rede de apoio

Sempre que possível, **FAÇA JUNTO E DE FORMA COLABORATIVA!** A criação de uma rede de apoiadores – pessoas ou organizações locais de onde a iniciativa vai acontecer, profissionais voluntários, instituições de ensino, serviços públicos, *experts* ou outros atores relevantes no processo – pode ajudar a trazer novas perspectivas, ganhar tempo e reduzir custos, além de facilitar o relacionamento com o público-alvo.



## Combine on-line + offline

Nossa experiência mostra que **COMBINAR ATIVIDADES PRESENCIAIS COM AÇÕES DIGITAIS COSTUMA TRAZER BONS RESULTADOS**. Na fase de recrutamento, por exemplo, o olho no olho pode fazer muita diferença e ajudar a criar um vínculo com o público-alvo, além de estabelecer uma relação de confiança. Ações digitais, por outro lado, podem se adequar mais facilmente à rotina dos participantes da iniciativa, além de possivelmente apresentarem uma melhor relação custo-benefício.



## Confiança é a palavra-chave!

### TENHA PESSOAS QUE CONHECEM O PÚBLICO-ALVO e

seus desafios como integrantes da sua equipe ou como parceiros da sua iniciativa. Além de trazer credibilidade à sua iniciativa, elas podem auxiliar no recrutamento, já que contam com a confiança da população local, e são capazes, inclusive, de influenciar o nível de engajamento dos beneficiários! Quanto maior for a adesão desses indivíduos, maior a propensão de eles divulgarem a iniciativa de maneira positiva e proativa. Este apoio ainda pode ser útil para a construção e adaptação dos materiais de comunicação para o público-alvo, de acordo com as particularidades do contexto.

## Foco no usuário

Nossa experiência mostra que é fundamental **MANTER UMA RELAÇÃO PRÓXIMA COM A SUA AUDIÊNCIA**, praticando uma escuta ativa e empática das demandas, desejos, necessidades não atendidas, percepções e *feedback* do serviço prestado.

Sempre que possível, faça visitas de campo e imersões para se aproximar da realidade e das particularidades do contexto e aprender com o seu público-alvo.

Quando as visitas não forem possíveis, busque outras formas de estar próximo e engajado com os beneficiários, como por meio de chamadas de vídeo, grupos de discussão ou trocas de mensagem, solicitando depoimentos ou

fotos de momentos específicos da sua rotina ou das interações com as crianças. Lembre-se que

**TUDO CONTATO É UMA OPORTUNIDADE DE APRENDER E APRIMORAR SUA INICIATIVA!**



## Esteja aberto(a) a mudanças

Por mais que um plano detalhado seja uma importante diretriz para qualquer iniciativa, imprevistos sempre acontecem!

É importante **TER FLEXIBILIDADE E CORAGEM PARA DESCONSTRUIR, RECONSTRUIR E TRABALHAR POR CONSTANTES APRIMORAMENTOS**, sem se apegar a uma única solução. Às vezes, só o tempo mostra que a estratégia escolhida não é tão eficaz quanto inicialmente imaginado, portanto, ao focar nos aprendizados, pode-se aprimorar ainda mais o produto ou serviço oferecido a fim de gerar impacto positivo.



## Avalie, avalie e avalie!

É recomendável que a equipe **CRIE UMA CULTURA DE AVALIAÇÃO CONSTANTE**, realizando testes de cada novo elemento desenvolvido e analisando os resultados – sejam eles positivos ou negativos – para fazer ajustes rapidamente.

A propósito, quando as coisas não saem como o esperado, é importante não esconder os resultados adversos, porque eles são parte relevante da jornada de aprendizagem e mostram a direção certa a ser seguida. Entender as razões que causaram o problema podem ajudar ainda a evitar erros nas etapas seguintes.

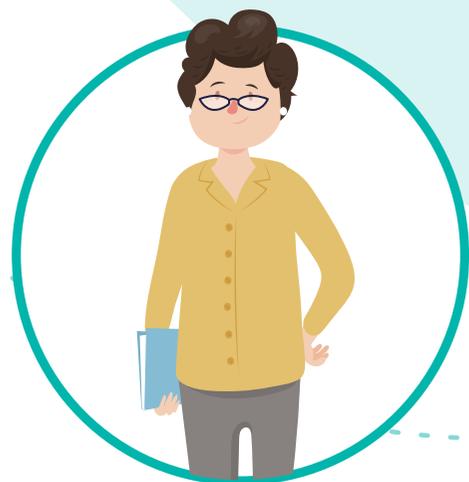




# IDEIAS PARA PLANEJAR E GERENCIAR

UMA INICIATIVA DE INOVAÇÃO  
FOCADA NA PRIMEIRA INFÂNCIA

*Saiba como elaborar a estrutura e  
coordenar iniciativas destinadas a  
profissionais, familiares e cuidadores  
de crianças de 0 a 6 anos*



## CONTROLE O TEMPO. OU, PELO MENOS, TENTE!

Seja realista ao ESTABELEECER OS PRAZOS de cada etapa para ter uma margem de manobra e não comprometer o andamento das ações, nem os resultados. O recrutamento dos participantes, por exemplo, costuma demorar mais do que se espera. Certifique-se de incluir um tempo de reflexão após cada ciclo de trabalho para incorporar os principais aprendizados à sua iniciativa.



## ORGANIZE UMA ROTINA DE TRABALHO QUE FUNCIONE PARA TODA A EQUIPE

A partir da divisão de tarefas, busque fazer REUNIÕES PERIÓDICAS focadas em prazos e questões a serem resolvidas pelo time inteiro. Elas podem trazer clareza sobre o passo a passo: onde estamos no cronograma? O que podemos fazer se a etapa atual atrasar? Como tirar melhor proveito dessa etapa? Avalie quando o encontro é mesmo necessário ou se o assunto pode ser resolvido por e-mail ou mensagem.

Quando a iniciativa envolve atividades presenciais, o recrutamento pode se alongar ainda mais, por conta de dificuldades de agenda. E, para algumas famílias, a locomoção e o tempo de transporte podem ser barreiras importantes.



## SAIBA O TIPO DE APOIO QUE VOCÊ PRECISA

Pense nas necessidades da sua iniciativa inovadora para a primeira infância e de quais profissionais precisa para compor a equipe, mesmo que temporariamente - como um especialista em dados, alguém da área de tecnologia ou comunicação. Busque UNIR CONHECIMENTO técnico, acadêmico e prático.



## AVALIE CONTINUAMENTE

O processo de avaliação de uma iniciativa é uma **ESTRATÉGIA FUNDAMENTAL** não só para analisar seus resultados e impactos; permite também fazer os realinhamentos necessários com a equipe, corrigir rotas e até mesmo conseguir novas parcerias. Tenha a avaliação como um processo constante e sua melhor aliada!



Ao pensar nos ciclos de avaliação da iniciativa, foque mais nos ciclos rápidos e nas habilidades desenvolvidas com os participantes (como os avanços da criança ou da família), e menos nos desafios encontrados.

Tenha um *expert* em avaliação na sua equipe para pensar no melhor uso para os dados, em como comunicar os resultados aos atores-chave envolvidos e auxiliar nos possíveis aprendizados decorrentes de resultados negativos.



## TENHA JOGO DE CINTURA

Um plano é uma referência, uma direção, e não uma estrutura engessada. Ter a consciência de que as coisas podem não sair conforme o planejado e **APRENDER A ADAPTAR-SE** é essencial, assim como ficar atento às oportunidades inesperadas que surgem pelo caminho!

## CONFIE NOS REGISTROS, NÃO NA MEMÓRIA

Os relatórios e toda a DOCUMENTAÇÃO precisam ser claros e úteis para mostrar resultados, definir pontos positivos e de melhoria. Além disso, é importante manter tudo registrado e acessível ao resto da equipe, de forma que as experiências e informações não se percam por ficarem guardadas apenas na memória de um integrante



## ENTENDA AS REGRAS DO SEU FINANCIAMENTO

Conhecer as REGRAS, RESTRIÇÕES E ACORDOS previstos no contrato é vital! Se possível, converse com quem está apoiando financeiramente sua iniciativa para que a pessoa compreenda os processos e possa ser flexível para lidar com eventuais mudanças.

Conseguir redirecionar custos em caso de acontecimentos inesperados pode significar a continuidade ou não de uma ação. Considere possíveis realocações e ações não planejadas ao desenhar o orçamento. Para financiamentos mais conservadores, tenha clareza das regras e possibilidades de flexibilização.



## NÃO PERCA DE VISTA SEU PROPÓSITO

O propósito de qualquer avaliação é entender O QUE está funcionando na sua iniciativa, PARA QUEM, DE QUE FORMA e em QUAL CONTEXTO. Isso ajudará a compreender melhor os impactos e resultados no público-alvo.

## ADAPTE E TESTE A VIABILIDADE DOS INSTRUMENTOS DE AVALIAÇÃO

Nossa experiência mostra que instrumentos de avaliação, como questionários e roteiros de entrevista, são ferramentas muito importantes para ACOMPANHAR E APRIMORAR uma iniciativa. Antes de enviar aos familiares, cuidadores ou profissionais, escolha alguns participantes para validar se as questões estão claras e adaptadas ao contexto - isso é um exemplo de um TESTE DE VIABILIDADE.

É importante avaliar os mesmos aspectos antes e depois das ações da iniciativa, pois isso permitirá ter uma base de comparação e acompanhar a evolução de um modo mais claro.



## DICAS VALIOSAS

Delimite bem o **ESCOPO DA INICIATIVA** e não tente abraçar o mundo com muitos objetivos ou metas inalcançáveis.



Aprenda a interpretar os **RESULTADOS NEGATIVOS**. Saber identificar e explicar os motivos de uma ação não ter apresentado o resultado esperado é vital para corrigir a rota, aprimorar a iniciativa e não repetir os erros.

O propósito é ter mudanças positivas e duradouras. Por isso, considere **RETOMAR O CONTATO** para uma reavaliação cerca de 6 meses após a conclusão da iniciativa.



## FALHA NOSSA!

Erramos e aprendemos

Nem todo mundo precisa saber fazer tudo. Mesmo em times pequenos, **SETORIZAR E DIVIDIR** as demandas de acordo com a disposição e as habilidades de cada integrante reduz custos e otimiza o tempo.



Pense no **VOLUME DE TRABALHO** da equipe. As etapas iniciais costumam demandar bastante tempo e dedicação.



## PARA REFLETIR E AVALIAR

Nosso time está aberto para lidar com **IMPREVISTOS** que surgem no decorrer da iniciativa? Como podemos nos preparar?

Nas avaliações internas da equipe, o **PROCESSO DE ESCUTA** está funcionando? As pessoas se sentem confortáveis em compartilhar sua visão?

As **AVALIAÇÕES** definidas estão respondendo às perguntas que se conectam com as mudanças propostas pela iniciativa?

Estamos desenvolvendo uma iniciativa que poderá ser **AMPLIADA E REPLICADA** futuramente? Quais ajustes podem ser feitos para que isso aconteça?



## COMO MELHORAR O RECRUTAMENTO E O ENGAJAMENTO DE FAMILIARES, CUIDADORES E PROFISSIONAIS



*Boas práticas para atrair,  
conquistar e motivar famílias e  
profissionais em iniciativas de  
inovação para a primeira infância*

## DÊ ATENÇÃO ÀS DORES E NECESSIDADES NÃO-ATENDIDAS DO SEU PÚBLICO-ALVO

Exercite a escuta ativa e empática. Antes de qualquer ação, procure **CONHECER PROFUNDAMENTE** as pessoas com as quais a iniciativa irá trabalhar por meio de uma imersão no dia a dia das famílias, cuidadores ou profissionais, para entender seus sonhos, desejos, necessidades, angústias e particularidades.

Isso permitirá entender não só como outros serviços e políticas influenciam esse contexto, mas também de que modo as ações da sua iniciativa podem criar diferenciais e agregar valor para as crianças e seus cuidadores.



## SEJA REALISTA COM AS BAIXAS

Desistências ocorrem em todas as etapas, por isso é importante **ESTIMAR** o número de participantes com uma **BOA MARGEM** para evitar problemas futuros.



## ESPECIFIQUE O PERFIL QUE VOCÊ BUSCA ATINGIR

Tenha claro quem é o público que sua iniciativa quer atrair. Aspectos como a região ou o contexto da família, gênero, faixa etária (da criança e do cuidador) e renda devem estar bem delimitados. Procure comunicá-los com bastante clareza aos participantes e à sua rede de apoio. Isso ajudará a definir melhor as **ESTRATÉGIAS DE RECRUTAMENTO E ENGAJAMENTO**.



## VÁ ONDE SEU PÚBLICO JÁ ESTÁ

Busque apresentar sua iniciativa em espaços (presenciais ou on-line), SERVIÇOS OU EVENTOS PRÉ-EXISTENTES, como reuniões escolares, ações organizadas por entidades ou líderes comunitários. Aproveitar essas oportunidades onde o seu público já tem o hábito de se reunir tende a ser mais efetivo do que propor um novo encontro para o recrutamento.

Vale exibir apresentações curtas ou vídeos que respondam às perguntas: “Por que é tão importante participar dessas ações? Qual o diferencial delas? Como elas ajudam a melhorar a vida das crianças?”

Caso a iniciativa se destine a um integrante específico da família, como o pai, por exemplo, procure criar materiais ou atividades complementares para os demais familiares também.

## ENVOLVA MAIS DE UM INTEGRANTE DA FAMÍLIA

Convide a família inteira para participar dos encontros e compartilhar informações, pois quanto mais todos entenderem a importância da iniciativa, maior poderá ser o engajamento, reduzindo, assim, as chances de desistência. Isso também ajuda a FORTALECER VÍNCULOS e criar uma relação sólida, além de possibilitar mais formas de contato com a sua iniciativa.

## MOSTRE CASOS REAIS

Sempre que possível, use FILMES, FOTOS E DEPOIMENTOS das famílias, crianças ou outros integrantes da sua rede que já se envolveram com a iniciativa. Isso ajuda as pessoas que você quer atingir a se identificarem e visualizarem os benefícios de participar.



## PEÇA APOIO DE QUEM ESTÁ INSERIDO NA COMUNIDADE

É mais fácil recrutar por intermédio de indivíduos ou organizações que já fazem parte da comunidade que sua iniciativa quer alcançar. Essas pessoas podem vir de escolas, creches, postos de saúde ou ainda ser alguém de referência na região. Eles ajudam a **CRIAR CONFIANÇA**, credibilidade, têm informações sobre as necessidades e dificuldades daquele grupo, e podem, inclusive, compor a sua equipe.



## A PRIMEIRA IMPRESSÃO É A QUE FICA

Valorize o impacto do contato inicial. Nesse momento é fundamental que o público-alvo entenda a **IMPORTÂNCIA DA INICIATIVA** (o que está sendo oferecido e como ela irá ajudá-los). A qualidade do conteúdo apresentado pode influenciar o engajamento de pais, familiares ou profissionais com a iniciativa; o tom também é muito importante e deve ser estimulante e positivo, valorizando os saberes de cada indivíduo.

Envie pequenos materiais visuais antes dos encontros, que funcionem como as chamadas de filmes e novelas na TV, para despertar o interesse dos participantes.

## TENTE OUTRA VEZ

Se a primeira comunicação não teve resposta, a pessoa abandonou ou parou de se envolver repentinamente, busque **ENTENDER OS MOTIVOS**. Veja se pode adequar a comunicação e tente de novo!

Telefonema, mensagem de texto, bilhete na mochila da escola, cartaz na parede do centro comunitário... Há diferentes canais que podem facilitar a entrega das mensagens. Explore-os!



## ESTRUTURE OS PROCESSOS

Crie um FLUXO DE OPÇÕES, com diferentes caminhos para chegar onde deseja, mostrando como agir nas várias etapas do processo. Se a conversa inicial com a família ou o cuidador da criança for positiva, a sequência será de uma determinada forma; se for negativa, estruture alternativas para seguir por outro caminho e tentar reverter a situação, valorizando os saberes de cada indivíduo.



Vale ter uma LISTA DE ARGUMENTOS para responder conforme as alegações da família, cuidador ou profissional, como por exemplo falta de tempo ou dificuldade de enxergar vantagens em participar.

Está tendo problemas para recrutar ou há várias DESISTÊNCIAS em uma mesma etapa? Talvez a mensagem não esteja suficientemente clara para os beneficiários. Estude seu público para fazer os ajustes necessários

## ADAPTE A TECNOLOGIA

Use conteúdos que não sejam muito pesados para serem carregados e funcionem em modelos mais simples de celular ou computador. A ACESSIBILIDADE é fundamental para a sua iniciativa ser inclusiva, além de gerar maior engajamento e atingir mais pessoas!



Use programas que reduzem o tamanho de vídeos e envie o conteúdo diretamente nas mensagens, ao invés de arquivos ou links para serem baixados.

## DICAS VALIOSAS

Quando necessário, crie turmas em dias e horários diferentes para as apresentações presenciais, assim as pessoas têm mais oportunidades de participar. Tenha **FLEXIBILIDADE** para se adaptar às demandas do seu público.



Seja criativo! O recrutamento pode funcionar com o envio de folhetos entregues nas escolas aos alunos, durante uma campanha de vacinação na Unidade Básica de Saúde ou em uma festa do bairro. É importante **TESTAR QUAIS ESTRATÉGIAS FUNCIONAM** melhor em cada caso.

Usar **ESTRATÉGIAS DE JOGOS**, com percursos, objetivos e recompensas, deixa o processo mais leve e divertido. A gamificação é um super estímulo! Pequenos presentes, como certificados de “melhor mãe/pai do mundo” também são simpáticos e eficazes.



## FALHA NOSSA!

Erramos e aprendemos

Atividades que duram muitas horas, têm etapas longas ou vários contatos podem se tornar **DESESTIMULANTES** com o passar do tempo. Avalie esse fator ao montar a estratégia da sua ação e busque maneiras de manter a atenção, diversificando os tipos de atividade, por exemplo.



Atente para as ações e eventos da sua iniciativa não concorram com outras agendas e, assim, **PREJUDIQUE A ADESÃO** dos participantes, como festas de fim de ano, férias escolares e horários em que as pessoas costumam estar muito ocupadas.

Caso sua iniciativa inclua **VISITAÇÃO DOMICILIAR**, programe-as conforme a disponibilidade da família. Às vezes, os finais de semana são melhores para uns, mas os dias de semana funcionam melhor para outros. Avalie com seu público.



## PARA REFLETIR E AVALIAR

Quais são as **ALTERNATIVAS** (de canais, mensagens, argumentos, etc) para atrair e manter a audiência engajada caso a estratégia falhe ou não atenda às expectativas?

Qual foi a última vez que você fez uma visita de campo para entender o **CONTEXTO** dos seus beneficiários? O que está planejando aprender ou descobrir nas próximas? Como pensa em incorporar os aprendizados à sua iniciativa de inovação para a primeira infância?



## A IMPORTÂNCIA DA ARTICULAÇÃO COM **REDES DE APOIO E PARCEIROS** PARA INICIATIVAS INOVADORAS FOCADAS NA PRIMEIRA INFÂNCIA



*Facilitar a colaboração entre seus parceiros e ficar próximo de quem dá suporte às famílias, como lideranças comunitárias, escolas e postos de saúde, por exemplo, são importantes para aumentar as chances de sucesso de iniciativas inovadoras.*



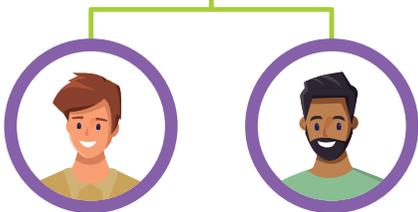
## OFEREÇA UMA CONTRAPARTIDA

Promover **CAPACITAÇÕES** e oferecer conteúdos específicos ajudam a sua rede de apoio a se sentir mais valorizada, além de compreender melhor e se envolver mais com a sua iniciativa. Entenda as demandas desses parceiros-chave e ofereça algo que tenha **VALOR** para eles.

## SIGA AS REGRAS E HIERARQUIAS

Algumas ações em escolas públicas, Unidades Básicas de Saúde ou outros equipamentos ligados ao governo podem exigir **APROVAÇÃO OU PARCERIAS** com órgãos centrais de instâncias superiores do poder. Considere esse tempo para articulação no seu planejamento.

Ao envolver os departamentos ou coordenadorias centrais de alçadas superiores, ampliam-se as chances de continuidade e sustentabilidade das iniciativas – pontos essenciais para expandir o alcance delas!



## SOME CONHECIMENTOS

Busque apoio e experiências complementares com **EQUIPES JÁ ESTABELECIDAS**. Universidades, por exemplo, podem fazer parcerias com iniciativas da sociedade civil quando a experiência for benéfica para ambos – alunos de diversas disciplinas podem atuar na coleta de dados ou ajudar a desenvolver ferramentas, tal qual aplicativos, sites ou publicações como parte de seus projetos acadêmicos.



## CONSTRUA PONTES

Tentar acessar diretamente seu público-alvo pode ser difícil em alguns casos, especialmente se for uma região de alta vulnerabilidade. Quem **JÁ TRABALHA NO LOCAL** onde você busca realizar sua iniciativa – como profissionais da saúde ou professores – ou quem reside nela – como lideranças comunitárias – conta com a **CONFIANÇA** da comunidade (o que auxilia na criação de vínculos) e pode ajudar a localizar e acessar as crianças e suas famílias.

Quanto maior for a sensibilização e o engajamento desses parceiros, maiores as chances de eles quererem engajar outras pessoas de forma espontânea e das famílias também se abrirem para conhecer a sua iniciativa.

Essa rede de apoio local também pode colaborar com a adaptação das ações ou propor ajustes de conteúdo e linguagem nos materiais de comunicação. Eles conhecem os interesses e necessidades do seu público-alvo.



Essas conversas podem levar mais tempo do que o esperado. Comece o diálogo com antecedência para manter o seu cronograma em dia.

## ESTUDE O MOMENTO CERTO

Independentemente de quais entidades farão parte da sua rede de apoio, considere as **NECESSIDADES E PRIORIDADES** de cada parceiro - inclusive de prazos e sazonalidades. Caso sua iniciativa envolva ações junto à comunidade escolar, por exemplo, será necessário adequar o cronograma aos períodos de férias ou demais atividades escolares, por exemplo.



## DICAS VALIOSAS

Para chegar ao beneficiário, **BUSQUE ORGANIZAÇÕES LOCAIS**, que trazem confiança e ajudam a conhecer melhor as regras daquele espaço, como as necessidades específicas dos cuidadores e das crianças, ou ainda o melhor horário e formato para entrar em contato!



Ter membros da comunidade na equipe e usar os logotipos de organizações parceiras (além dos símbolos da sua própria iniciativa!) em camisetas, materiais e até veículos pode ajudar no acesso à comunidade, no estabelecimento de uma relação de confiança com os beneficiários e na segurança do grupo.



## FALHA NOSSA!

Erramos e aprendemos

Quando a demanda de trabalho gerada para os parceiros é maior do que a prevista inicialmente, a articulação pode se fragilizar. Tente **EQUILIBRAR E PRIORIZAR** os pedidos!



Antes de fazer contato com serviços e servidores públicos, verifique a necessidade de **APROVAÇÃO** de esferas e órgãos superiores, como secretarias municipais ou prefeituras.



## PARA REFLETIR E AVALIAR

Quais pessoas ou instituições são **REFERÊNCIA** entre seu público-alvo e podem contribuir com a sua iniciativa?

É possível envolver **OUTROS ATORES** que podem se beneficiar com a sua iniciativa?

As vozes e **CONTRIBUIÇÕES** da comunidade e dos parceiros estão sendo consideradas para aprimorar sua iniciativa de inovação?



# DICAS PARA MELHORAR A COMUNICAÇÃO

EM INICIATIVAS INOVADORAS PARA CUIDADORES DE CRIANÇAS DE 0 A 6 ANOS

*Aprendizagens que podem potencializar o alcance das mensagens da sua iniciativa e aprimorar as interações presenciais ou digitais*

## COMBINE CONTATOS PRESENCIAIS E DIGITAIS

Aproveite as REDES SOCIAIS e plataformas on-line de comunicação para manter um contato próximo com a sua rede, mas sempre que possível procure conciliar com ENCONTROS PRESENCIAIS também. Eles são importantes para fortalecer os laços e o senso de comunidade, promover trocas e reflexões coletivas, e estimular o engajamento com a sua intervenção.

Recomendamos manter um PUNTO DE CONTATO ÚNICO entre a iniciativa de inovação e quem está recebendo a intervenção, ou seja, que a mesma pessoa fale com o beneficiário o tempo todo. Melhor ainda se for alguém com quem houve uma interação pessoal! Isso gera segurança e envolvimento com a iniciativa.



## FACILITE O ACESSO

Se possível, evite enviar materiais que exijam cadastro ou login. Qualquer passo adicional pode se tornar uma BARREIRA e levar a DESISTÊNCIAS.



## ESTIMULE O ENGAJAMENTO



Dicas práticas, materiais com pessoas famosas, divertidos ou interativos (como enquetes, desafios, brincadeiras e artes customizadas) tendem a atrair a atenção da audiência e fazer sucesso. ESTIMULE O PROTAGONISMO dos familiares, cuidadores ou profissionais com conteúdos que proponham reflexões e tragam sugestões de atividades com as crianças.



Sempre que possível, **USE TESTEMUNHOS REAIS**, com cenários e objetos similares aos do dia a dia das famílias ou dos profissionais atendidos, e adapte a mensagem ao contexto das pessoas que você visa engajar.

## SENSIBILIZE COM MENSAGENS RELEVANTES

Seu público-alvo precisa perceber que **É POSSÍVEL FAZER A DIFERENÇA** na vida das crianças com ações simples. Reforce essa ideia no início dos vídeos, textos, mensagens ou conversas - pergunte às pessoas já envolvidas com esta audiência ou às redes apoio (como profissionais das creches ou da área da saúde) o que funciona melhor com o público.

## COMPARTILHE INFORMAÇÕES DE VÁRIAS MANEIRAS

Algumas mensagens funcionam melhor em vídeo, outras em áudio, texto ou imagem. Avalie **QUAIS SÃO OS MELHORES FORMATOS** para o seu público acessar e assimilar o conteúdo; faça testes e considere os *feedbacks* recebidos para aprimorá-los, e perceber qual formato é o mais adequado para cada tipo de comunicação.



É importante considerar o impacto desse trabalho extra nas horas da equipe! Criar bancos de texto ou imagens é um facilitador.

## PERSONALIZE O CONTEÚDO

A **COMUNICAÇÃO CUSTOMIZADA**, como figurinhas, materiais com fotos da família atendida ou o nome do cuidador ou da criança, por exemplo, podem criar um vínculo especial com a sua iniciativa. As pessoas tendem a se engajar mais quando reconhecem que o conteúdo foi cuidadosamente preparado para atender suas demandas.



## APOSTE NOS CANAIS CONHECIDOS

Nossa experiência mostra que é mais fácil uma pessoa acessar conteúdos em uma rede ou **FERRAMENTA QUE ELA JÁ UTILIZA** do que tentar incentivar o uso de novas plataformas.

No Brasil, a ferramenta de mensagens mais usada e com maior engajamento dos usuários é o **WHATSAPP**. O **FACEBOOK** vem em seguida.

## FIQUE ATENTO AOS RESULTADOS

Busque ferramentas que ajudem a **AVALIAR O COMPORTAMENTO DA AUDIÊNCIA**: quando o material foi visto (dia e hora), se foi assistido até o final, compartilhado, etc. Saber se o seu público-alvo se interessou por ele e se foi bem aproveitado é essencial para planejar as próximas ações ou mudar a estratégia.

Avalie contratar pessoas especializadas em métricas de monitoramento para auxiliar na análise e pensar nos ajustes necessários ou utilizar ferramentas que apoiem esse processo. YouTube, Facebook e outras plataformas fornecem gratuitamente **DADOS SOBRE O ACESSO** aos seus materiais.



## APRESENTE CONTEÚDOS DE QUALIDADE

Materiais bonitos e bem feitos podem ajudar no engajamento, por isso considere a contratação de um especialista, como um designer (mesmo que temporariamente). Pensar no **USO DAS PEÇAS** também ajuda a definir o **MELHOR FORMATO**: folheto, cartão, postagem de rede social, vídeo, áudio, etc.



## DICAS VALIOSAS

Mensagens AMIGÁVEIS e PROPOSITIVAS são mais bem aceitas. Perguntas e sugestões de reflexão também costumam funcionar bem, como:

“VOCÊ JÁ ABRAÇOU SEU FILHO HOJE?”

Se possível, tenha VÁRIAS FORMAS DE CONTATAR a mesma pessoa ou família: mais de um número de telefone (familiares, amigos, vizinhos), WhatsApp, Facebook etc. Caso o número de contato mude, você consegue localizá-los novamente.



Avalie se faz sentido oferecer algum APOIO EXTRA ao público-alvo para facilitar a comunicação, como recarga de celular ou conexão com a internet, por exemplo.



## FALHA NOSSA!

Erramos e aprendemos na prática

Mensagens em excesso ou muito longas podem cansar e afastar as pessoas. Se necessário, DIVIDA O CONTEÚDO em mais interações para que possam sempre ser claras e objetivas.



Selecione UMA MENSAGEM PRINCIPAL para comunicar em cada material, ao invés de tentar incluir vários assuntos de uma só vez. O foco em um único tema pode facilitar a compreensão da ideia transmitida. Menos é mais!

Faça TESTES E PROTÓTIPOS com o seu público-alvo para checar a viabilidade e efetividade de uma ação antes de implementá-la, e não tenha medo de mudar ou adaptar se perceber que algo não funcionou!



## PARA REFLETIR E AVALIAR

O meu PÚBLICO SE IDENTIFICA com o conteúdo oferecido? Acha ele atrativo, relevante e se engaja com o material?

Nossos materiais estão ADEQUADOS AO FORMATO utilizado? Ele é facilmente acessível?

O que JÁ SEI e o que ainda PRECISO SABER sobre como os conteúdos da iniciativa estão sendo usados e colocados em prática?

## AGRADECIMENTOS

*Center on the Developing Child* da Universidade de Harvard e equipes apoiadas pelo iLab:

Adoção: Início dos Novos Vínculos (Organização parceira: Universidade Federal Rio Grande do Sul), BEM - Brincar Ensina a Mudar (Organização parceira: Tempojunto), Bot. Dom (Organização parceira: Domlexia), ENI - Equidade na Infância (Organização parceira: Centro de Estudos das Relações de Trabalho e Desigualdades - CEERT), Formação de Vínculo na Adversidade (Organização parceira: IPREDE – Instituto Primeira Infância), Fortalecendo Laços (Organização parceira: LAPREDES, da Faculdade de Medicina de Ribeirão Preto da Universidade de São Paulo), Mosaico Fácil (Organização parceira: IFAN – Instituto da Infância).

## REALIZAÇÃO

Núcleo Ciência Pela Infância (NCPI)

## REDAÇÃO

Equipe NCPI

FALA - Histórias para não esquecer

## PROJETO GRÁFICO E DIAGRAMAÇÃO

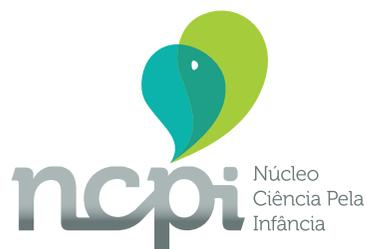
Adriana Costa Teixeira

## DIREITOS E PERMISSÕES

Todos os direitos reservados.

É permitida a reprodução total ou parcial deste documento, desde que citadas a fonte e a autoria.

2021



Saiba mais sobre o NCPI:

👉 [ncpi.org.br](http://ncpi.org.br)

📘 [@nucleocienciapela infancia](https://www.facebook.com/nucleocienciapela infancia)

🌐 [@company/nucleocienciapela infancia](https://www.linkedin.com/company/nucleocienciapela infancia)

✉ [ncpi@ncpi.org.br](mailto:ncpi@ncpi.org.br)

## PARCEIROS:



Bernard  
van Leer  
FOUNDATION

 Center on the Developing Child  
HARVARD UNIVERSITY

 HARVARD UNIVERSITY  
DAVID ROCKEFELLER CENTER  
FOR LATIN AMERICAN STUDIES  
BRAZIL

 FUNDAÇÃO  
Maria Cecília  
Souto Vidigal

Insper

 MEDICINA  
USP

 PORTICUS



---

# **CAMINHOS E APRENDIZADOS**

para iniciativas focadas na  
**PRIMEIRA INFÂNCIA**

