

FOCUSING & DESIGNING

MÓDULO

012345

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

MANUAL DO FACILITADOR

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

Índice

Visão Geral	2
Módulo 2, Sessão 1: Estratégia de Comunicação	5
Modulo 2, Sessão 2: Segmentos de Audiência, Prioridades, e Perfis.....	6
Módulo 2, Sessão 3: Barreiras	7
Módulo 2, Sessão 4: Objectivos de Comunicação.....	9
Módulo 2, Sessão 5: Abordagem Estratégica e Posicionamento.....	10
Modulo 2, Sessão 6: Mistura de Actividades e de Canais.....	12
Módulo 2, Sessão 7: Projecto do Plano de Implementação.....	13
Módulo 2, Sessão 8: Plano rascunho de Monitoria e Avaliação (M&A) e Indicadores da linha de base.....	14
Módulo 2, Sessão 9: Refinando a Estratégia de Comunicação	15
Módulo 2, Exercício de Partilha de Equipa.....	16
Conclusão	17

Visão Geral

Calendário Proposto para o Workshop

Quarto Dia

Revisão da Aprendizagem do Dia Anterior

Módulo 2: Visão Geral

2-1: Estratégia de Comunicação

2-2: Segmentos da Audiência, Prioridades, e Perfis

2-3: Barreiras

Quinto Dia

Revisão da Aprendizagem do Dia Anterior

2-4: Objectivos de Comunicação

2-5: Abordagem Estratégica e Posicionamento

2-6: Actividades, Mistura de Materiais e de Canais

2-7: Rascunho do Plano de Implementação

Trabalho de Equipa e Formação em Serviço: Estratégia de Comunicação

Sexto Dia

Revisão da Aprendizagem do Dia Anterior

2-8: Rascunho do Plano de Monitoria e Avaliação (M&A) e Indicadores da Linha de Base

2-9 Aperfeiçoando a Estratégia de Comunicação

Partilha de Equipa: Estratégia de Comunicação

- Caminhada na Galeria
- Realimentação Profunda

Fecho do Módulo 2/Antevisão do Módulo 3

Princípios transversais de CMSC

A sua realimentação intermédia sobre este workshop



Na opção de 2 partes para este curso, o Módulo 2 dura 2 ½ dias. A meio do segundo dia, tem lugar um exercício de partilha das equipas para mostrar a culminação do trabalho dos participantes no Módulo 2.

Objectivos

Até ao fim deste módulo de 2 ½ dias, você terá:

- Usado os resultados da sua pesquisa formativa/análise da situação para esboçar uma estratégia completa para o seu esforço de CMSC
- Segmentado e priorizado audiências
- Criado objectivos de comunicação (para cada segmento de audiência) baseado em obstáculos para a mudança
- Decidido sobre as suas principais estratégias (advocacia e/ou mobilização social e/ou comunicação para a mudança de comportamento)
- Sugerido um mistura de materiais de comunicação e actividades para alcançar objectivos com cada audiência

Gráficos, Folhas de Exercício, Listas de Verificação, e Modelos Recomendados para Este Módulo

Gráficos	Folhas de Exercício, Listas de Verificação e Modelos		
<ul style="list-style-type: none"> • O Segundo Passo de um Processo de Planificação para a CMSC – Focalização e Desenho • Um Modelo Sócio Ecológico • A Base Teórica do Modelo Sócio Ecológico e Conceitos de Teorias de CMSC Seleccionadas • Três Estratégias Chave de CMSC • Onde é Que a M&A se Encaixa na CMSC 	<ul style="list-style-type: none"> • Folha de Exercício: Esboço de Estratégia de Comunicação • Lista de Verificação: Segmentação da Audiência • Folha de Exercício: Mapa de Segmentação da Audiência • Folha de Verificação: Priorização da Audiência • Folha de Exercício: Perfil da Audiência • Folha de Exercício: Matriz para a Mudança • Folha de Exercício: Objectivos de Comunicação SMART 	<ul style="list-style-type: none"> • Folha de Exercício: Abordagem Estratégica • Folha de Exercício: Posicionamento • Folha de Exercício: Actividades, Mistura de Canais e de Materiais • Folha de Exercício: Decidir Sobre o Canal Certo e Mistura de Materiais • Folha de Exercício: Canal e Selecção de Material 	<ul style="list-style-type: none"> • Folha de Exercício: Cenários para Criar um Ambiente de Mudança • Folha de Exercício: Rascunho de Lista de Actividades com os Correspondentes Canais e Materiais • Folha de Exercício: Esboço de Plano de Implementação • Folha de Exercício: Usuários e Uso de Dados de M&A

Abertura

Inicie cada dia com uma equipa liderando a sessão sobre as **Aprendizagens do Dia Anterior**. Assegure que este tempo é usado para clarificar quaisquer questões que não estejam claras ou que estejam pendentes do dia anterior. Diariamente, estime aproximadamente 30 minutos para esta actividade.

1. Diariamente recorde os papéis dos voluntários do dia (ex: um zelador do tempo, uma equipe de relatório, e uma equipe de apoio logístico).
2. Depois de rever a aprendizagem do dia anterior, aponte o Passo 2 no Gráfico de Planificação-C e forneça uma breve introdução sobre o mesmo.
3. Reveja os objectivos listados para o Passo 2 e como o calendário irá realizar estes objectivos.



Se estiver a realizar um workshop em 3 partes, os participantes podem ter voltado aos seus assentos depois do Passo 1. Se este for o caso, pode querer incluir uma abertura ao Passo 2 durante a qual as equipas do projecto revêem as questões que levaram da sua análise prévia da situação. Eles podem usar a folha de exercício do fecho do Passo 1 para resumir e apresentar a sua análise refinada. Cada equipa deve ter uma declaração do problema, incluindo a mudança pela qual este problema clama. Se eles tiverem tido tempo aquando do regresso aos seus assentos, eles podem ter abordado algumas das Lacunas da Pesquisa designadas no Passo 1. Estão já preparados para o Passo 2

No Curso da Fundação SIDA da África Austral (Southern African AIDS Trust, SAT), uma equipa de secretariado do Zimbabwe planificou e liderou a sessão de aprendizagem do dia anterior, a qual envolveu a todos, desafiou a sua capacidade de memória, e pôs todos a sorrir.

Em círculo, eles ensinaram uma simples canção “eu me lembro...” e iniciaram uma cadeia de versos nos quais as pessoas iam dizendo, por turnos, alguma coisa que eles se lembrassem da Aprendizagem do Dia Anterior.

Módulo 2, Sessão 1: Estratégia de Comunicação

1. Em plenária apresente a **Estratégia de Comunicação** e faça uma revisão sobre o lugar do Passo 2 na Planificação-C.
2. Faça uma revisão do **esboço da estratégia: visão geral**. Indique como as diferentes partes fluem para e determinam umas às outras e pergunte ao grupo:
 - *Alguém trabalhou antes numa ou com uma estratégia de comunicação?*
 - *Que parte deste esboço será nova para si?*
 - *Com que partes já está familiarizado?*
3. Forme pequenos grupos e peça os grupos para estudarem todo o **exemplo da Etiópia: estratégia de comunicação para autogestão do Cliente** no *Manual do Profissional*. Peça-lhes para discutirem sobre:
 - *Onde é que você vê cada parte do esboço da estratégia?*
 - *O que é que você nota sobre a forma como as diferentes partes do esboço se encaixam ou influenciam uns aos outros?*
 - *Quais são as suas perguntas sobre a estratégia de comunicação antes que a examinemos parte a parte?*
4. Depois de os grupos finalizarem as discussões das perguntas, peça-lhes que voltem à plenária e compartilhem os seus entendimentos e perguntas.
5. Faça, em plenária, uma revisão da folha de exercício **esboço da estratégia de comunicação**. Compartilhe com o grupo as diferentes componentes. Explique que partes desta foram completadas durante o Passo 1 e que a estratégia de comunicação será completada no Passo 2. Durante o workshop, cada parte da estratégia de comunicação será completada.
6. Antes de avançar, pergunte aos participantes se há alguma pergunta relativa à estratégia de comunicação.

O Passo 2 da Planificação-C, como todos os outros passos, requer prática, instinto corajoso, e pensamento criativo. As ferramentas fornecidas podem ajudar os participantes a serem sistemáticos e compreensivos. Mas estes passos não devem ser usados como uma fórmula. À medida que conduz os participantes ao longo deste processo, encoraje-os a seguir a sua intuição e a manter o olho na maior figura da mudança.

O esboço da estratégia de comunicação no manual inclui um exemplar de análise resumo, uma estratégia de comunicação, e rascunhos dos planos de implementação e avaliação. O foco deste passo é sobre a estratégia de comunicação. Como facilitador, sinta-se livre de substituir o exemplo da Etiópia com um outro exemplo da sua própria experiência. A chave é mostrar como a estratégia de comunicação conduz o resto da planificação – ela estabelece os segmentos da audiência e os objectivos de comunicação. No próximo passo, os participantes irão aprender sobre os sumários criativos, que são desenvolvidos para cada audiência e servem como uma ferramenta para guiar o desenvolvimento de um esforço de CMSC.

Módulo 2, Sessão 2: Segmentos de Audiência, Prioridades, e Perfis

1. Em plenária, forneça uma visão geral da descrição dos **segmentos da audiência, prioridades, e perfis** no Manual.
2. Forme pequenos grupos para intercâmbio de ideias sobre as perguntas:
 - *Qual é o vosso entendimento de segmentação da audiência?*
 - *Será que foi útil?*
 - *Quais são alguns exemplos da sua experiência passada?*
3. Em plenária, faça uma revisão do **exemplo Sul-africano: tabela de segmentação da audiência** e discuta este exemplo. Forneça uma visão geral dos quatro critérios na **lista de verificação: segmentação da audiência**, os quais podem guiar as áreas de segmentação. Se for necessário um outro exemplo, use o exemplo de projecto de um dos grupos.
4.  Forme equipas de projecto e oriente-lhes para que completem a **lista de verificação: segmentação da audiência** para o projecto deles. Lembre os participantes que isto está ligado à **análise das pessoas** completada no Passo 1.
5. Em plenária, faça uma revisão da **lista de verificação: priorização da audiência**. Explique que esta é usada para tomar decisões sobre que segmentos da audiência serão priorizados. É importante considerar parceiros com os quais pode trabalhar para maximizar o âmbito da sua programação.
6.  Forme equipas de projecto para completar a priorização da audiência para o trabalho do grupo.

Uma forma de transmitir a ideia de segmentação da audiência é realizar uma entrevista na sala com alguém que possua entendimento relativo a uma audiência específica. Por exemplo, na África do Sul, a C-Change trabalhou com uma participante feminina que representa a rede nacional de pessoas vivendo com HIV no seu país. Uma entrevista foi encenada durante a qual ela descreveu os muitos subgrupos de PVHIV no país dela. À medida que falava, o co-facilitador ilustrava as diferenças que ela mencionava e ligava-as de volta a quatro grupos de critérios para a segmentação das audiências (fornecidos na lista de verificação: segmentação da audiência). Os participantes disseram que acharam o exercício muito útil como uma forma de visualizar a variedade de pessoas dentro do que poderemos considerar, à primeira vista, como sendo uma única audiência.

Se descobrir que os participantes têm estereótipos em relação às audiências, em grande parte como resultado de os participantes estarem um tanto quanto distanciados das suas audiências reais, e se o tempo permitir, pode tentar o exercício. “Vida de quem?” (Pink 2006), que demonstra a caracterização das audiências. Trabalhando em pequenos grupos de 5 indivíduos, faça uma revisão ao conteúdo de uma mochila ou de um bolso de calças de indivíduos não identificados na plenária. Sem saber quem a pessoa é, engaje os participantes para tentarem determinar que tipo de vida pessoal, profissional ou emocional ela tem. Cada grupo deve desenhar um perfil da audiência com base neste exercício. O benefício deste exercício é que usualmente desencoraja estereótipos negativos. Infelizmente, irá somente trabalhar com os conteúdos da mochila ou bolsos de calças de alguém, e não com as suas audiências alvo reais. Se o tempo permitir, volte para a plenária e conduza um exercício que demonstre o estabelecimento do perfil da audiência.

Módulo 2, Sessão 3: Barreiras

1. Em plenária, aponte as secções de barreiras e objectivos de comunicação do **esboço da estratégia de comunicação**. Note que um dos aspectos muito importantes desta abordagem de CMSC é a criação de objectivos de comunicação que directamente abordam as barreiras reais que as audiências enfrentam. O desenvolvimento de objectivos de comunicação claros e realísticos não somente irá focalizar na estratégia, mas também ir-lhe-á permitir medir o sucesso.
2. Introduza a sessão sobre **barreiras** e lembre aos participantes que quando se determinam as barreiras, eles devem-se colocar na mente de cada segmento da audiência, e usar os perfis da audiência para ver o mundo através dos olhos particulares dessa audiência.
3. Explique como o modelo sócio ecológico pode ajudar a definir barreiras. Faça uma revisão ao **gráfico: a base teórica do modelo sócio ecológico** e a tabela no **apêndice: tabela de aplicações potenciais de teorias, modelos, e abordagens**. Coloque os participantes a discutirem em pequenos grupos:
 - *O que é que é crítico para o segmento da audiência: motivação, habilidades, valores, normas, políticas, produtos, ou serviços? Como você sabe?*
 - *Que teorias podem ajudar a explicar as barreiras? Quais são algumas aplicações potenciais das teorias?*
4. Introduza o **exemplo: matriz para a mudança** e faça uma revisão às primeiras quatro colunas enaltecendo a ligação entre elas. Note que a última coluna sobre objectivos de comunicação será completada na sessão seguinte.
5.  Forme equipas de projecto e complete as primeiras quatro colunas da **folha de exercício: matriz para a mudança**. Os grupos devem discutir as perguntas que se seguem para completar a folha de exercício para pelo menos dois dos segmentos da audiência deles:
 - *Que barreiras parecem mais significantes para si? Quais são as implicações disso para o seu programa?*
 - *Que oportunidades você vê para a mudança? Como é que o seu programa pode explorar essas oportunidades?*

Como sempre, use os seus próprios exemplos se os preferir em relação àqueles que constam no *Manual*. Oriente as equipas à medida que elas desenvolvem a sua matriz para pelo menos DOIS segmentos da audiência (em anéis diferentes do modelo). Por outras palavras, assegure que elas olham para a audiência mais afectada e/ou a audiência que influencia directamente e/ou a audiência que influencia indirectamente. Isto irá assegurar que a estratégia deles seja multidimensional e não confinada a uma das três principais estratégias de CMSC.

Note que os participantes irão olhar para as barreiras para a mudança para desenvolver os objectivos de comunicação e irão olhar mais uma vez para obstáculos nos sumários criativos, como uma base para o desenvolvimento da mensagem no Passo 3.

Se os grupos precisarem de mais orientação, sugerimos que escolha um exemplo dos projetos representados dentro da sala como qual todo o grupo irá trabalhar para desenvolver uma matriz para a mudança.

Se quiser ir mais a fundo no uso da teoria e conceitos nesta sessão – por favor, faça uma revisão ao **guião suplementar de facilitadores sobre a aplicação das teorias e conceitos de CMSC** para ideias sobre como usar o canto de teorias.

Dinamizando a aprendizagem

Durante a testagem de campo deste curso com a Southern African AIDS Trust (SAT), usamos uma dinâmica chamada Veado-Caçador-Muro (Salas, Tillmann, McKee, e Shahzadi 2007). Introduzimos a dinâmica no Segundo Dia e revisado a cada poucos dias como uma competição contínua entre mulheres e homens dentro do grupo. Todos gostaram da dinâmica, incluindo os facilitadores que estavam ávidos para ver que grupo teria a melhor pontuação no fim de cada ronda. Este tipo de dinâmica competitiva manteve o momentum em curso ao longo de um workshop de vários dias.

Para conduzir um exercício Veado-Caçador-Muro, divida os participantes em duas equipes. Deixe que cada equipe discuta se escolherão o veado, o caçador, ou o muro. Coloque as equipes frente a frente a apresentar as suas escolhas simultaneamente. Nesta dinâmica:

- O veado salta o muro
- O caçador alveja o veado
- O muro impede o caçador

Em acréscimo às dinâmicas, encorajamos-lhe a dinamizar as tarefas de aprendizagem ao longo do workshop, de várias maneiras. Aqui estão algumas ideias:

- Dê uma volta: No estágio inicial dos trabalhos do grupo, coloque uma pergunta ao grupo e convide-o a fazer uma passeata – seja dentro ou fora – à medida que respondem à pergunta.
- Plenária rotativa: Dinamize e crie um ambiente mais informal movimentando a plenária para todas as estações de trabalho de grupo, seja na parede, no chão, numa mesa, num círculo, ou em grupos de cadeiras.
- Movimento a sua própria orientação em relação ao grupo trocando a localização frontal da sala.
- Peça aos participantes para se levantarem e aproximarem-se à volta de uma apresentação visualizada para discussão numa “plenária em pé”
- Peça que todos se levantem e atravessem a sala, conversem com um participante com o qual ainda não tenham conversado muito, e prosseguir com a sessão nesse novo local.

Módulo 2, Sessão 4: Objectivos de Comunicação

1. Em plenária, faça uma revisão do significado e propósito dos objectivos de comunicação. Note como os objectivos de comunicação são diferentes dos objectivos do programa com os quais os participantes podem estar familiarizados. Assegure-se que se gasta tempo adequado nesta tarefa.
2. Examine o Modelo Sócio Ecológico e faça a revisão das **dicas: objectivos de comunicação SMART e os exemplos de objectivos de comunicação dentro dos factores transversais do Modelo Sócio Ecológico Para a Mudança**.
3. Em pequenos grupos de três, discutam:
 - *O que é que você acha particularmente útil sobre escrever objectivos de comunicação SMART?*
4. Peça aos participantes para trazerem os seus conhecimentos e perguntas sobre os objectivos de comunicação de volta à plenária e responda às perguntas.
5. Em plenária, peça que um voluntário escreva um objectivo de comunicação. Uma vez que isto esteja completo, peça que vários voluntários usem as dicas SMART para refinar o exemplo e assegurar que é um objectivo de comunicação SMART.
6.  Em equipas de projecto, use a folha de **exercício: objectivos de comunicação SMART** para desenvolverem os objectivos de comunicação dos projectos do grupo. Os grupos somente precisam de exemplos de objectivos, não uma lista exhaustiva por agora. Enquanto trabalham nas folhas de exercício, peça às equipas para obterem realimentação dos outros grupos sobre os seus objectivos e refiná-los até que estejam satisfeitos.

Se possível, sugerimos que fale com os participantes antes desta sessão e identifique uma ou duas equipas de projeto que estejam preparadas para voluntariar exemplos de objetivos com os quais eles trabalharam antes de virem para o workshop. Muito provavelmente, irá encontrar uma mistura abrangente de objetivos de programa, os quais precisam desagregar em objetivos de comunicação. Trabalhe com estes exemplos para ilustrar as características dos objetivos de comunicação SMART descritos no *Manual*. Enfatize que os objetivos de comunicação são escritos por audiência, abordam obstáculos para a mudança, e formam a base para o desenvolvimento de materiais e atividades no próximo Módulo.

Módulo 2, Sessão 5: Abordagem Estratégica e Posicionamento

1. Aponte o gráfico **três estratégias chave de CMSC**. Peça para que os participantes olhem para o gráfico, e leia estas palavras em voz alta para os participantes:

Quando analisamos completamente a situação, constatamos que a mudança é muito mais do que os indivíduos tomarem decisões ou aprenderem a fazer as coisas de forma diferente. Quase sempre mudanças requerem um movimento para mudança por uma comunidade de pessoas à volta do indivíduo e requer muitas formas de apoio dentro do ambiente vasto no qual a pessoa vive.

CMC, mobilização social, e advocacia são estratégias chave da CMSC, que funcionam juntas para trazer a mudança em todos os níveis: individual, comunitário, e ambiental.

2. Lembre aos participantes que eles completaram uma declaração de problema e designaram as mudanças pelas quais o problema clama. Esta sessão irá olhar de perto para a mudança proposta (ex: por audiência) para chegar a uma estratégia coerente que aborde os melhores “pontos de viragem” para a mudança. Em plenária, introduza a sessão sobre a abordagem estratégica e posicionamento. Leve os participantes ao longo do **exemplo da Albânia: abordagem estratégica**.
3. Ponha os participantes em pares com alguém duma outra equipe do projecto para se entrevistarem:
 - *Que abordagem estratégica você pensa que seria melhor para alcançar os seus objectivos de comunicação?*
 - *Qual delas fornece o melhor “ponto de viragem” para a mudança?*
 - *Quão possível é fazer esta abordagem considerando os recursos existentes?*
 - *Quão realizável é esta abordagem considerando os recursos disponíveis?*
4. Se o tempo permitir, faça uma revisão da descrição e do **exemplo da Albânia: posicionamento**. Diga aos participantes que posicionamento é apresentar uma questão, serviço, ou produção de uma maneira que se destaque em relação a outras questões comparáveis ou em concorrência. Na mente das suas audiências, o que seria distinto e atractivo sobre as mudanças que está a promover?

Para ajudar os participantes a entenderem mais sobre o esboço da sua abordagem estratégica, aqui está uma apresentação visual de enquadramento que funcionou bem durante a testagem do campo. Use uma figura semelhante à que se encontra abaixo e peça aos participantes que pensem sobre:

- *Em que é que você faz o zoom? Qual é o foco?*

São ss árvores (pessoas), a casa (serviços), as montanhas (política), ou uma secção transversal de um ou mais destes?



5.  Em equipas de projecto, use a folha de **exercício: abordagem estratégica** e a **folha de exercício: posicionamento** para definir a estratégia do projecto. Note que a abordagem mostra como todos os elementos do programa se encaixam para alcançar a mudança. Se o tempo permitir, note algumas ideias de posicionamento.

Modulo 2, Sessão 6: Mistura de Actividades e de Canais

1. Em plenária, examine a gama de canais de comunicação, materiais, e actividades. Divida os participantes em 3 grupos e atribua a cada um uma categoria: interpessoal, comunidade, ou comunicação de massas. Peça para que os grupos façam uma chuva de ideias e discutam tipos de actividades e materiais que possam ser usados no canal que representam. Uma vez feito isto, peça aos grupos para fazerem as apresentações dos seus trabalhos de grupo. Uma vez que todos os grupos tenham apresentado em plenária, troque ideias sobre as vantagens relativas de cada um e como se podem reforçar uns aos outros.

- *Quais são as vossas perguntas? Da sua experiência que dicas você poderia acrescentar?*

2. Introduza a sessão sobre a mistura de actividades, canal, e materiais. Faça uma revisão da **folha de exercício: mistura de actividades, canais e materiais** e a **folha de exercício: decidir sobre o canal certo e mistura de materiais** para avaliar os três principais tipos de canais e o seu potencial para alcançar a audiência alvo. Em plenária, faça uma revisão do **exemplo: selecção dos canais e materiais** como uma forma de identificar os melhores momentos e lugares para alcançar os membros da audiência. Note que os dados sobre preferências na média da sua audiência ajudam a tomar a decisão final.



Na opção de 3 partes para este curso, terá mais tempo para aprofundar sobre a mistura de canais nesta sessão. No teste de campo desta sessão com a SAT, usamos uma encenação silenciosa (baseada no exemplo: ambiente de mudança) para ilustrar o poder da mistura de canais. Para conduzir esta atividade, o facilitador precisará desenvolver a estória e criar cartas previamente, nomeando um membro da audiência à medida que aparece na estória. Distribua as cartas entre uma amostra de participantes no workshop e peça-lhes para que cada um se levante quando o seu papel for mencionado na peça. À medida que narra a estória, todos podem ver como os diferentes canais funcionam para chegar às pessoas e para criar um ambiente de mudança.

3.  Forme equipas de projecto e peça-lhes para fazerem a revisão da **folha de exercício: mistura de actividades, canais e materiais** e completarem a **folha de exercício: decidindo sobre a mistura correcta de canais e materiais** e a **folha de exercício: selecção de canais e materiais**.

4. Em plenária, leia o **exemplo: ambiente de mudança – um exemplo de actividades, canais, e materiais que se reforçam mutuamente no Manual**. Peça aos participantes para discutirem:

- *Quem compõe a audiência primária, secundária, e terciária neste projecto?*
- *Que estratégias são usadas? O que é que parece funcionar bem?*
- *Considera isto CMSC? Porquê?*

5.  Forme equipas de projecto e peça-lhes que completem as **folhas de exercício: esboço da lista de actividades com canais correspondentes e materiais** (por audiência). Lembre os participantes para usarem as folhas de exercício nas quais trabalharam nesta sessão para verificar se aqueles canais são os que fazem mais sentido e então finalizar as suas decisões. Se o tempo permitir ponha os participantes a esboçar um ou dois pontos para o conteúdo-chave (coluna cinco).

Módulo 2, Sessão 7: Esboço do Plano de Implementação

1. Em plenária, peça aos participantes para se juntarem à volta do gráfico de Planificação-C. Indique que o Passo 4 é dedicado à implementação. No entanto, é importante não esperar até ao Passo 4 para desenhar um plano de implementação. Pensar sobre ela agora ajuda os programas a:

- Serem realísticos acerca dos recursos, pessoas e tempo necessários para implementar a estratégia conforme esboçada
- Iniciarem a assegurar os recursos, pessoas, e tempo necessário para efectivamente implementar a estratégia

2. Faça uma revisão ao **exemplo da Albânia: plano de implementação rascunho**, e pergunte aos participantes.

- *Se você fosse um gestor deste programa, o que é que o poderia preocupar sobre a implementação deste esforço? Porquê?*
- *O que é que você faria para abordar as preocupações?*

3.  Em equipas de projecto complete a **folha de exercício: plano de implementação rascunho**. Uma vez completa, cada grupo pode trocar o seu plano de implementação rascunho com uma outra equipa para realimentação. Enquanto revisam, os grupos devem discutir:

- *Se você fosse um gestor deste programa, o que é que lhe preocuparia? Porquê?*
- *O que você faria para abordar a sua preocupação?*



Lembre os participantes que este é um grande momento para pensar outra vez sobre parceiros, aliados, e zeladores para que comecem a construir relacionamentos necessários para tornar a estratégia um sucesso. Contribuições dos parceiros, aliados, e zeladores nesta altura também ajudam a assegurar que os recursos são usados mais efectivamente. Se o tempo permitir, na opção de 3 partes para este workshop, trabalhe com as equipas para indicar parceiros para incluir activamente no plano de implementação rascunho.

Módulo 2, Sessão 8: Plano rascunho de Monitoria e Avaliação (M&A) e Indicadores da linha de base

1. Em plenária, note o *timing* da pesquisa de linha de base aqui no Passo 2 da Planificação-C. Os objectivos de comunicação estabelecidos anteriormente nesta sessão são um ponto de começo essencial para a sua avaliação.
2. Faça uma revisão da **folha de exercício: usuários e uso dos dados de M&A**. Lembre os participantes que é importante pensar sobre que dados serão recolhidos e quem os irá usar antes de planificar totalmente o projecto. Esta folha de exercício será usada outra vez no Passo 5, enquanto se finaliza o plano de M&A.

3.  Em equipas de projecto, complete a **folha de exercício: usuários e uso dos dados de M&A**.



A profundidade desta sessão irá, em grande parte, depender da calendarização que determinou para este curso. Por exemplo, se estiver a fazer a opção de 3 partes deste curso, os participantes estão quase a voltar aos seus locais no campo para realizar a pesquisa de linha de base. Neste caso, seria sábio dedicar uma parte de tempo justa para esta sessão.

Módulo 2, Sessão 9: Refinando a Estratégia de Comunicação

1.  Peça às equipas de projecto para fazerem uma revisão e refinarem a estratégia de comunicação baseados na aprendizagem do Passo 2 e na realimentação dos participantes. (O exercício de compartilha da equipe encontra-se na página seguinte). Enquanto as equipas do projecto trabalham, os facilitadores devem apoiar as equipas a completar os rascunhos das suas estratégias e na criação de apresentações visuais através do qual apresentam o seu trabalho a outras equipas. Recomendamos uma 'caminhada pela galeria' para os grupos apresentarem o seu trabalho, para que cada equipa possa observar e celebrar o trabalho das outras. Para uma realimentação mais focalizada entre as equipas de projecto, tente usar a técnica do semáforo, conforme descrito no fim do Módulo 1.

Todas as equipas do projecto agora estão distanciadas e em momentos diferentes em termos de estratégias de comunicação: algumas irão precisar de um bom bocado de orientação para poder desenhar uma estratégia coerente; outros estarão refinando a estratégia. A meta é que cada equipa de projecto tenha nomeado pelo menos dois segmentos da audiência e dois objectivos de comunicação para cada segmento, antes de apresentar a sua estratégia aos colegas para realimentação. As equipas mais avançadas podem expandir a estratégia para audiências adicionais e/ou construir sobre o que têm pensando sobre os canais de comunicação (isto é, produtos, materiais e actividades) para cada audiência, e desenhar o conteúdo.



A parte final do esboço da estratégia inclui um rascunho do plano de implementação e do plano de avaliação. Na opção de 3 partes para este curso, provavelmente terá tempo para poder trabalhar sobre estes planos.



Porém, na opção de 2 partes, ao invés de levar demasiado tempo nestas sessões, sugerimos que simplesmente:

- Chame a atenção dos participantes para os planos de implementação e avaliação;
- Explique que o rascunho do plano de implementação esboça aspectos do programa que serão monitorados; e
- Explique que o rascunho do plano de avaliação lhe permite coordenar e recolher dados iniciais, conforme requerido, antes que avance no processo.

Pode referir os participantes ao manual para leitura adicional e explicar que grande parte deste conteúdo será revisado no Passo 5.

Módulo 2, Exercício de Partilha de Equipa

Abaixo encontra-se a tarefa de equipa do projecto para a conclusão do Passo 2. Faça uma revisão do mesmo em plenária para clarificação, e dê um tempo amplo para os grupos prepararem um apoio visual que eles irão apresentar aos colegas.

Compartilha de equipa final para o Módulo 2:

Focalização e Desenho

A sua equipa irá apresentar uma estratégia de comunicação. Inclua:

- Segmentação de pelo menos duas audiências
- Os obstáculos que as suas audiências enfrentam em relação às mudanças
- Os objectivos de comunicação que abordam estes obstáculos (para pelo menos dois segmentos da audiência)
- A abordagem estratégica – entre os objetivos
- O rascunho do posicionamento e ideias chaves de conteúdos
- A possível mistura de canais para dois objectivos de comunicação

Mantenha a sua atenção em pelo menos duas estratégias chaves da CMSCM: mudança do comportamento, mobilização comunitária, e/ou advocacia.

Conclusão

1. No fim do Passo 2, os participantes estão a meio caminho dos Módulos-C, e nós, os facilitadores, fazemos uma sessão de realimentação intermédia rápida para:
 - Obter realimentação sobre o processo de aprendizagem;
 - Determinar para que habilidades e conceitos de CMSC pode ser necessários aprofundar a sua abordagem ou abordar de forma diferente;
 - Dar aos participantes uma oportunidade estruturada para se avaliar o que é que eles terão aprendido deste curso até agora.
2. Aqui estão algumas opções:
 - Peça aos participantes para vaguearem pela sala e escolherem uma carta que capture a sua atenção entre as cartas sobre os dez princípios de CMSC expostas no chão. Depois de escolherem a carta, devem formar pequenos grupos (com pessoas com as quais ainda não tenham trabalhado muito até agora) e trocar ideias sobre as perguntas seguintes:
 - *Porque é que este princípio chamou agora a sua atenção?*
 - *Que coisa você gostava de aprender ou praticar que se relacione com este princípio?*
 - A Escala Humana (Salas, Tillmann, McKee, and Shahzadi 2007)
 - A Escala Humana é uma técnica que constatamos como sendo muito útil. Faça uma linha no chão para representar uma escala com marcas de 0% a 100%. Peça para que os participantes se posicionem na linha para mostrarem o quão confiantes se sentem no que respeita a uma habilidade ou conceito específico que exploramos no curso até agora. A sua lista deve incluir, por exemplo: uma árvore do problema; uma análise das pessoas; o Modelo Sócio Ecológico; uso da pesquisa existente; segmentação da audiência; e objectivos de comunicação.
 - Depois de mencionar cada habilidade ou conceito, espere até que os participantes se tenham colocado e depois inicie um diálogo para discutir porquê eles escolheram aquele lugar específico na linha. Um co-facilitador pode tomar notas, citando os conhecimentos dos participantes em CMSC e sublinhando onde haja confusão ou debate. Os facilitadores podem usar estas notas quando estiverem a planificar os dias subsequentes do workshop, e convidar os participantes para fazerem mais leitura ou exploração para trazer de volta ao grupo.



Deve estar a fazer a opção de 2 partes deste curso (isto é, continuando amanhã com o Passo 3).



A opção de 3 partes (isto é, fazer um intervalo, durante o qual os participantes regressam aos seus locais no campo antes de prosseguirem com o Passo 3).

Se estiver a fazer a opção de 3 partes, irá fechar esta parte do workshop com a realimentação dos participantes, e depois atribuindo-lhes tarefas para que continuem a trabalhar nos seus esforços de CMSC nos seus locais de trabalho antes de regressarem. De qualquer das maneiras recomendamos fortemente que faça agora uma avaliação intermédia.