

012345

UN PAQUETE DE APRENDIZAJE SOBRE LA COMUNICACIÓN PARA EL CAMBIO SOCIAL Y DEL COMPORTAMIENTO

GUÍA DEL FACILITADOR

Índice

Información general..... 2

Objetivos 3

Módulo 3, Sesión 1: Preparación para crear 5

Módulo 3, Sesión 2: Resúmenes creativos 6

Módulo 3, Sesión 3: Mensajes efectivos 8

Módulo 3, Sesión 4: Diseño de materiales y actividades..... 9

Módulo 3, Sesión 5: Comprobación del concepto, revisiones y prueba preliminar 10

Módulo 3, Sesión 6: Finalización de diseños y preparación para la producción..... 12

Módulo 3, Sesión 6: Finalización de diseños y preparación para la producción..... 12

Participación en Equipo..... 13

Información general

Programación propuesta del taller

Día 7

Información general del Paso 3

3-1 Preparación para crear

3-2 Resúmenes creativos

3-3 Mensajes efectivos

Día 8

Revisión del aprendizaje del día anterior

3-4 Diseño de materiales y actividades

3-5 Evaluación del concepto, revisión y evaluación preliminar

3-6 Finalización de diseños y preparación para la producción

Cierre del Paso 3/Presentación preliminar del Paso 4



Para la **opción de 3 partes**, los participantes regresan a recibir los Módulos Tres y Cuatro. Invierta un poco de tiempo para revisar las asignaciones de aplicación en el sitio de los participantes y el Módulo de Introducción y los Módulos Uno y Dos.

Objetivos

Al final de este módulo de 1 ½ días, usted habrá:

- Escogido un material o actividad que se necesite para cumplir con uno de sus objetivos de la comunicación con uno de los segmentos de su audiencia.
- Diseñado un resumen creativo para ese material o actividad, incluyendo el resumen del mensaje (promesa y enunciación de apoyo), entonación y contenido clave para el material y otras consideraciones creativas.
- Utilizado una técnica de guión gráfico para diseñar materiales basados en historias.
- Elaborado un plan para la revisión y examen preliminar de un material

Gráficas, hojas de trabajo, listas de verificación y plantillas recomendadas para este Módulo

Gráficas	Hojas de trabajo, listas de verificación y plantillas		
<ul style="list-style-type: none"> • El tercer paso de un proceso de planificación para CCSyC: Creación • Relación entre la estrategia y el resumen creativo 	<ul style="list-style-type: none"> • Hoja de trabajo: ¿En qué se basa el nuevo material/actividad? • Hoja de trabajo: Inventario de los materiales y actividades existentes • Hoja de trabajo: Análisis de ejemplos de los materiales de CCSyC 	<ul style="list-style-type: none"> • Hoja de trabajo: Resumen creativo para su actividad/material • Hoja de trabajo: Mensajes efectivos • Lista de verificación: Principios básicos para el desarrollo de mensajes 	<ul style="list-style-type: none"> • Hoja de trabajo: Diseño del guión gráfico • Lista de verificación: Redacción de materiales impresos • Lista de verificación: Mensajes y materiales de calidad • Hoja de trabajo: Cronograma preliminar de la producción

Apertura

1. Inicie hoy y todos los días con la sesión del equipo informativo sobre el **aprendizaje de día anterior**. Asegúrese de que ese tiempo se utilice para aclarar lo que está confuso o lo que quedó “pendiente” del día anterior. Aproximadamente 30 minutos al día deberían ser suficientes.
2. Muestra el Paso 3 en la gráfica del Proceso C y aclare el propósito de este paso en el proceso.
3. Revise los objetivos publicados para el Módulo 3 y la manera en que la programación cumplirá con estos objetivos.
4. Asigne los roles voluntarios para este día (es decir, un encargado de controlar el tiempo, un equipo informativo y un equipo de apoyo logístico).

Este paso funciona mejor si el facilitador proporciona sus propios ejemplos de materiales de comunicación y ha reunido algunos ejemplos de los participantes.

Utilizar los materiales actuales de los participantes como ejemplos para enseñar conceptos nuevos puede ser difícil. Es un desafío conservar la confianza de los participantes dentro del grupo y afirmar su trabajo, y, al mismo tiempo, utilizar su trabajo como ejemplo de aprendizaje para todo el grupo. A continuación le presentamos tres sugerencias para realizar esto de forma efectiva:


- 1) Un día antes del inicio de este paso, dígales a los participantes que la mejor forma de aprender acerca del desarrollo de materiales y mensajes es analizar ejemplos reales. Invite voluntarios para que le ofrezcan sus ejemplos la noche anterior. Asegúreles que la retroalimentación será afirmante y productiva.
- 2) Si ve un material que funcionará para realizar el ejercicio, pídale permiso en forma privada a las personas o equipo para utilizar uno de sus materiales en el grupo. Explique por qué le gustaría elegir su ejemplo.
- 3) Si se ofreció un ejemplo, asegúrese de que se haya revisado con antelación para que lo pueda utilizar para ilustrar algo positivo (es decir, una audiencia clara) así como algo nuevo (es decir, una llamada a la acción).

Módulo 3, Sesión 1: Preparación para crear

1. En plenaria, estudie la descripción de preparación para crear y su lugar en Proceso C. Todos nombren un producto de comunicación de cualquier tipo (por ejemplo, un cartel, un manual de capacitación, etc.) en el que hayan trabajado en el pasado, que cubra cualquiera de los temas de salud que está cubriendo este grupo.

Note cómo, incluso en este salón, se ha invertido bastante tiempo y recursos en la producción de los materiales de comunicación.

2. Presente la hoja de trabajo “¿En qué se basa el nuevo material/actividad?” y forme grupos pequeños. Pídale a los grupos que revisen su trabajo previo realizado en los Pasos 1 y 2 antes de seguir creando materiales (Paso 3).

3.  Forme equipos del proyecto y complete la hoja de trabajo “Inventario de materiales y actividades existentes”. Recuerde a los participantes que enfoquen su inventario en los materiales que podrían existir en el tema que están abordando o que cubre un asunto diferente. Pueden considerar las siguientes preguntas para dirigir su trabajo:

- *¿Cuáles de estas actividades, herramientas o materiales aún se utilizan y por qué?*
- *¿Qué podemos utilizar o adaptar para nuestros propósitos antes de reinventar la rueda?*
- *¿Qué se puede aprender de otros en el campo?*

1
2

Si trabaja la opción de 2 partes para este curso, habrá abierto el Día 1 con un mercado en el que los participantes comparten entre sí otros detalles importantes del trabajo en el que han estado recientemente involucrados. Como parte de este intercambio, es posible que hayan intercambiado materiales de muestra. Este inventario puede servir como un recordatorio de los proyectos y los materiales que ya se compartieron.

1
2
3

Sin embargo, si trabaja la opción de 3 partes para este curso o imparte este módulo como un módulo independiente, le recomendamos encarecidamente que invierta tiempo en un intercambio de mercado, pensando en las siguientes metas:

- Recordar a todos la riqueza de experiencia que hay en el salón.
- Proporcionar ideas concretas a las personas de materiales que probablemente vayan a querer utilizar o adaptar.
- “Proporcionar” los ejemplos concretos de materiales de los facilitadores, a los cuales puede hacer referencia a lo largo de este módulo.



Módulo 3, Sesión 2: Resúmenes creativos


1. En plenaria, revise la definición y el propósito de un resumen creativo, según lo que se describe en el *Manual*. Señale la **gráfica: relación entre la estrategia y el resumen creativo** que muestra la relación estrecha entre los dos procesos.
2. En pequeños grupos, estudie la **información general del resumen creativo** y discuta lo siguiente:
 - *¿Qué parte del resumen creativo le parece especialmente desafiante? ¿Por qué?*
3. Revise el **ejemplo de Etiopía: resumen creativo para los materiales de auto-administración del cliente**. Indique a los grupos que se imaginen que les asignaron realizar un borrador de los mensajes y materiales que se describen en el resumen creativo de muestra. Ellos deben discutir:
 - *¿Qué partes del resumen creativo encuentra particularmente útiles? ¿Por qué?*

Regrese al pleno e intercambie ideas acerca de lo que encontró particularmente útil en el resumen creativo del ejemplo.
4. Indique a los participantes que completarán un ejercicio de “trabajo hacia atrás”. Verán el material existente y considerarán lo que se pudo haber indicado en el resumen creativo. Pídales a los participantes que se reúnan alrededor del rotafolio con las categorías de resumen creativo y muestren el material seleccionado para el ejemplo (por ejemplo, una página de un rotafolio o un cartel). Pídales a los participantes que digan lo que consideran que va en cada categoría de la hoja de trabajo “Análisis de los ejemplos de los materiales de CCSyC”. A medida que los participantes responden, escriba las respuestas en los cuadros apropiados, mueva a los participantes para que no se queden durante mucho tiempo en una sola categoría.
5. Al final, simplifique el resumen creativo y pregunte a los participantes si el resumen creativo que desarrollaron refleja el material que se encuentra en el ejemplo. Pregúntele a los participantes si pueden ver cómo puede ayudarlos el resumen creativo a evaluar el material existente.


Si el tiempo lo permite, es posible que desee recordar a los participantes sobre la amplia variedad de posibles materiales, y sobre los productos revisados que aparecen en el Manual del Profesional, Módulo 2. Incentívelos a que sean creativos en la selección de un tipo de material y que no siempre utilicen “de forma predeterminada” los carteles, volantes, etc. más comunes. Puede ser que se vuelvan a conectar con las preferencias de su audiencia al responder las siguientes preguntas:

- *¿Qué es lo que realmente lee, observa o escucha su audiencia?*
- *¿Dónde lo leerán, observarán o escucharán?*
- *One-time or long-term use?*
- *¿Un uso único o de largo plazo?*

Nos dimos cuenta de que los participantes realmente se involucran en la actividad de “trabajar en reversa”, en donde usted les muestra un material de comunicación y les pide que estimen lo que los diseñadores tenían en mente en lo que respecta a la audiencia, objetivo, promesa, etc. Recomendamos encarecidamente realizar esta actividad en fases, para que se pueda comenzar a ver sólo las primeras partes del resumen creativo. Luego, regrese al mismo ejemplo para examinar aspectos más “sutiles” del material, como lo es “la promesa, la llamada a la acción o la impresión duradera”. Es mejor si puede obtener una variedad de ejemplos juntos (suyos o de los participantes), para que no sólo vea carteles u otros materiales de comunicación de una sola vía.

-  En los equipos del proyecto, seleccione un material o actividad de la estrategia completada en el Paso 2. Después de que los equipos se aseguren de que tienen claro el tema de la audiencia para el material/producto y se sienten seguros con el objetivo y las barreras que este aborda, están listos para la creación. Los equipos del proyecto pueden usar la hoja de trabajo “Resumen creativo para las actividades/materiales”.

Módulo 3, Sesión 3: Mensajes efectivos

1. En plenaria, revise la parte intermedia de un resumen creativo: la promesa, la declaración de apoyo y el llamado a la acción. Esta parte puede denominarse Resumen del Mensaje debido a que origina el mensaje que resaltaré en su material, y a menudo puede aparecer en varios materiales diseñados para una audiencia y objetivo en particular.
2. Presente la sesión y el contenido sobre los **mensajes efectivos**.
3. En plenaria, pida a los participantes que piensen en lo que vivieron la semana anterior y que respondan:
 - *¿Qué materiales de comunicación que ha visto o escuchado llamaron su atención? ¿Por qué?*
4. En grupos de tres, pídale a los participantes que revisen la hoja de trabajo de “Mensajes efectivos” que discuten las Siete “C” de la comunicación efectiva, según lo que se describe en el *Manual del Profesional*. Los grupos deben pensar en los ejemplos citados anteriormente y considerar lo siguiente:
 - *¿Cuál de las Siete “C” se reconoce en la comunicación del ejemplo que mencionó?*
 - *Por ejemplo, ¿hubo un llamado a la acción? Si es así, ¿qué lo hizo tan inolvidable para usted?*
5. En plenaria, revise la **lista de verificación: principios básicos del desarrollo del mensaje**. Pídale a los participantes que reformen los mismos grupos pequeños de tres y discuta si sus ejemplos se apegan a los principios detallados en la lista de verificación.
6.  Trabaje en equipos del proyecto para desarrollar el borrador de un mensaje para su proyecto o perfeccionar el mensaje existente. Cada persona a su vez tiene 10 minutos para explicar y desarrollar un mensaje para su proyecto, con retroalimentación de los otros utilizando el resumen creativo “Beneficio y Declaración de Apoyo” Al final, todos deberían poder articular: lo que hace su proyecto, quiénes son sus audiencias previstas y cuál es el mensaje que desea comunicar a sus audiencias previstas. Asegúrese de revisar la **lista de verificación: principios básicos del desarrollo de mensajes** a medida que diseña sus mensajes.

Si los participantes necesitan más tiempo para familiarizarse con el resumen del mensaje, intente la siguiente actividad. Antes del taller reúna unos ejemplos de materiales que tienen componentes del resumen del mensaje (por ejemplo, carteles, rotafolios, etc.). Los materiales que elija no tienen que ser perfectos, de hecho no son perfectos, esto puede impedir la participación del grupo. Para realizar la actividad:

- Presente diapositivas de PowerPoint o pida a los participantes que se reúnan frente a los materiales.
- Haga a los participantes una serie de preguntas para desarrollar el resumen del mensaje (por ejemplo, ¿cuál creen que es la promesa clave?). Pida que griten sus respuestas.
- Una vez haya ocupado tiempo en el material, continúe rápidamente al siguiente material y repita la acción.

Si los participantes desean más información sobre los Mensajes Efectivos, puede proporcionarles la siguiente referencia. Goodman, Andy. “*Why bad ads happen to good causes: and how to ensure they won’t happen to yours*”, (2002). Disponible en.
http://www.agoodmanonline.com/bad_ads_good_causes/index.html

Módulo 3, Sesión 4: Diseño de materiales y actividades

1. En plenaria, revise las ideas de cómo utilizar las historias de la forma en que se describe en el *Manual del Profesional*. En grupos de tres, comparta brevemente cualquier ejemplo en el que pueda pensar el cual describa cómo ha utilizado historias para ayudar a crear o estructurar un material de comunicación.
2. Formar grupos de tres. Los grupos deben compartir brevemente los ejemplos que consideren que describen cómo han usado las historias para ayudar a crear o estructurar un material de comunicación. Pida que algunos de los grupos compartan sus discusiones.
3. En plenaria, revise el ejemplo de un guión gráfico, según se describe en la hoja de trabajo “Diseño del guión gráfico”. Indique a los participantes que ellos crearán ahora un guión gráfico. En los mismos grupos de tres, decidirán lo siguiente:
 - qué persona contará una historia *personal real* sobre un evento por la cual se convirtió en comunicador
 - qué persona escribirá las palabras para capturar lo más importante de la historia en tres partes: un principio, intermedio (punto importante) y final
 - qué persona ilustrará el dibujo tal y como lo escucha, aclarando los detalles necesarios con el narrador

El trabajo debería realizarse rápidamente: un dibujo perfecto NO es lo que buscamos. Capte en tres dibujos la esencia de la historia y resáltela si así lo desea con palabras. Después de no más de 10 minutos, invite a todos los grupos a que cuelguen sus guiones gráficos. Todo el grupo escucha las historias que cuentan los narradores.
4. En plenaria observe:
 - *¿Qué fue útil acerca del enfoque del guión gráfico? ¿Qué fue difícil?*
 - *¿Cómo podría verse usted mismo utilizando este enfoque de varias maneras en el desarrollo de los materiales de comunicación?*
5. Revise la **lista de verificación: redacción de los materiales** en plenaria.

Si el tiempo lo permite, intercambie sugerencias adicionales con respecto al desarrollo de material. Alimente la discusión al obtener información de esta sección del Manual del Profesional, así como de las enriquecedoras experiencias de las personas que están en el salón.

Es posible que quiera utilizar la técnica del acuario, en la que la mitad del grupo enfrenta a la otra mitad en dos círculos concéntricos. El círculo exterior gira a una persona a la vez, para que puedan formarse una mejor idea de los colegas y compartir sus propias experiencias. Haga que los círculos sigan girando en direcciones opuestas hasta que cada participante haya tenido la oportunidad de intercambiar sugerencias y experiencias relacionadas con el desarrollo de materiales con por lo menos otros cuatro participantes.

Luego de enseñar la técnica del guión gráfico, es posible que quiera enfatizar algunos principios para el uso de historias en el desarrollo de materiales de comunicación. Por ejemplo, puede ser que sugiera que los participantes:

- establezcan relaciones con los miembros de la audiencia
- reúnan historias reales (no fabricadas)
- se aseguren de que las historias sean representativas (que otros puedan relacionarse con ellas)
- exploren una variedad de usos para las historias a través de una mezcla de materiales/actividades


Si tiene la posibilidad, ofrezca un ejemplo de cómo se utilizaron las historias en un esfuerzo real de CCSyC.

MÓDULO 3

CREACIÓN

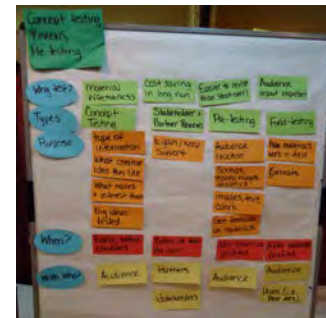
6. Forme tres grupos. Cada grupo seleccionará un material (ya sea de sus ejemplos o de los ejemplos que se utilizaron en el taller). Una vez se seleccione el material, los grupos deben revisar la lista de verificación para ver a qué elementos estamos apegados en el desarrollo de este material.

Módulo 3, Sesión 5: Comprobación del concepto, revisiones y prueba preliminar

1. En plenaria, presente una prueba, revisión y prueba anterior del concepto. Brinde información general de cada uno enfocándose en lo siguiente: por qué la prueba, definiciones, tipos de prueba, propósito, cuándo hacer la prueba y con quién.
2. En grupos pequeños, pídale a los participantes que revisen un resumen creativo (ya sea un ejemplo que haya proporcionado el facilitador o uno de los equipos del proyecto). Los participantes deben revisar el resumen creativo y responder a estas preguntas.
 - ¿Con quién haría usted la comprobación del concepto? ¿Cuándo y cómo?
 - ¿A quién incluiría en la revisión de los interesados? ¿Cuándo? ¿De qué manera?
 - ¿Con quién realizaría la prueba preliminar de los diseños de los materiales? ¿De qué manera?
3. Presente los lineamientos y sugerencias de prueba. Pregunte a los participantes si alguien tiene experiencias de prueba que desee compartir. Pídale a otros participantes que les hagan preguntas sobre su experiencia o cualquier otro tema que deseen saber sobre los materiales de prueba.
4. Revise los **lineamientos de prueba** y **sugerencias de prueba** en plenaria. Pregunte a los participantes:
 - ¿De qué manera su experiencia con las pruebas siguió o no estos lineamientos y sugerencias?
 - ¿Existe algo que sea útil para las pruebas futuras?
5. Presente el contenido (sugerencias y guía de ejemplo) sobre la prueba de conceptos, revisiones de los actores (sugerencias) y presentación (sugerencias y guía de ejemplo).
6.  Asigne cada equipo del proyecto a un tipo de prueba (si tiene más de tres grupos, asigne múltiples grupos a la prueba de conceptos y prueba preliminar). Pídale a cada grupo que desarrolle un plan y guía de prueba para su prueba o revisión del actor de un material que se mencione en el resumen creativo.
7. Después de desarrollar la guía, cada grupo representará una prueba o revisión con los participantes (por ejemplo, un grupo que haya desarrollado una guía de prueba del concepto realizará una prueba de concepto con los demás participantes con sus respectivos materiales). Después de que se presente cada grupo, pídale que discutan lo siguiente:
 - ¿Qué fue lo que funcionó bien?
 - ¿Qué sugerencias tiene para el grupo?

Ya que ésta es una sesión larga, sugerimos que divida la sesión en cuatro partes.

1. Información general
2. Prueba de contexto
3. Revisiones
4. Prueba previa



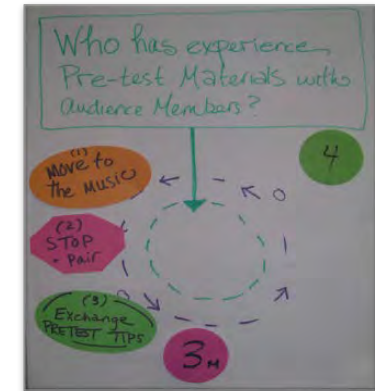
Después de presentar cada sección, propicie la participación y reflexión de la audiencia. Por ejemplo, después de presentar la información sobre cada tipo de prueba, pida a los participantes que revisen las guías de prueba de la muestra y discutan lo siguiente:

- ¿Cuáles de estas áreas son nuevas para usted?
- ¿Dónde ha encontrado desafíos?


- ¿Qué aprendió del grupo?

Encontramos que la experiencia de primera mano de los participantes con la prueba preliminar, y ciertamente con la prueba del concepto, es menos extensa de lo que uno esperaría. Por lo tanto, invitamos voluntarios para que compartieran algunas de sus experiencias de primera mano con otros.

Una técnica que funciona muy bien para esto es la técnica del “estanque”, en la que cualquier miembro del grupo puede mover su silla dentro del círculo y empezar una conversación informal con colegas acerca de sus experiencias personales con el examen preliminar o la comprobación del concepto. Los otros que están en el círculo escuchan y pueden mover su círculo libremente hacia el centro si un comentario activa sus propios recuerdos de alguna experiencia que quieran compartir. Hemos encontrado que algunas historias reales acerca del valor del examen preliminar valen cientos de hojas de teoría.



Módulo 3, Sesión 6: Finalización de diseños y preparación para la producción

1. Recuérdeles a los participantes qué es lo que ya hicieron para llegar a este punto en el Paso 3. Han trabajado en un resumen creativo que se alinea con su estrategia de comunicación, desarrollaron el resumen de un mensaje y el contenido para sus materiales, desarrollaron los guiones gráficos y diseñaron el borrador de los planes de prueba y lineamientos. Muéstreles el paso final para crear materiales: **finalizar los diseños y prepararse para la producción.**
2.  Forme equipos del proyecto para revisar la **lista de verificación: mensajes y materiales de calidad.** Los grupos deberán verificar si han seguido todos los pasos para desarrollar mensajes y materiales de alta calidad.
3. Se le pide a cada equipo del proyecto que finalice su tarea final para el Módulo 3, como se describe en el *Manual del Profesional*. Los facilitadores dirigen a los equipos en la consecución de su resumen creativo y en el diseño de un material/producto, si el tiempo lo permite.
4. Le recomendamos un paseo por la galería para que todos los equipos puedan felicitarse entre sí por su trabajo, seguido de un intercambio de retroalimentación más enfocado entre los equipos del proyecto utilizando la técnica de señales de tránsito, como se describió en el cierre del Paso 1.



En la versión de tres partes de este curso, puede ser que también tenga tiempo para que los equipos del proyecto realicen una cronología para la producción y analicen también la distribución.

En equipos del proyecto, seleccione un material que usted planea crear, comprobar, revisar y producir. Diseñe una cronología estimada, utilizando nuestra cronología de muestra como referencia. Sea bondadoso, espere algunos retrasos.



En la versión de dos partes de este curso, simplemente refiera a los participantes al *Manual del Profesional*, y resalte la necesidad de trabajar con cronologías detalladas para la producción y la distribución antes de finalizar un plan de implementación. Invite a discutir lo siguiente:

- ¿Qué preguntas tiene acerca del proceso o período de ocurrencia?

Participación en Equipo

A continuación se encuentra la asignación del equipo del proyecto para el cierre del Módulo Tres. Revíselo en plenaria para mayor claridad y de suficiente tiempo para que los grupos preparen una ayuda visual que presentarán a sus colegas.

Última participación en equipo para el Paso 3:
Creación

Su equipo desarrollará un resumen creativo para un material o grupo de materiales. Su resumen creativo se basará en la estrategia de comunicación que ya diseñó.

El resumen creativo preliminar transmitirá:

- La meta y audiencia seleccionada para los materiales
- Los cambios, barreras y objetivos de la comunicación
- Resumen del mensaje: promesa, apoyo y llamado a la acción
- Contenido clave y tono
- De qué manera se ajusta este material o actividad a la mezcla y otras consideraciones creativas

También puede compartir:

- Planes para evaluar su concepto antes de diseñar el material
- Un guión gráfico posible para el material