PN-ABM-219

USN 80072

CAPACITACION EN GRUPOS FOCALES PARA EL VIDEO SOBRE COMUNICACION EN EL MONITOREO Y PROMOCION DEL CRECIMIENTO

Training for CARE Fieldstaff on the Use of Focus Groups for Materials Pretesting

ANTIGUA, GUATEMALA
6 - 11 de septiembre

LA PAZ, BOLIVIA
12 - 16 de septiembre

SANTO DOMINGO, REPUBLICA DOMINICANA
17 - 21 de septiembre

1990

DR. JOSE A. ROMERO
Senior Communication Officer

Nutrition Communication Project
The Academy for Educational Development
1255 23rd Street N.W. Washington DC 20037

Esta actividad fue patroncinada por la Agencia para el Desarollo Internacional, Division de Ciencia y Tecnología, Oficina de Nutrición bajo contrato número DAN-5113-Z-00-7031-00, 936-5113, y el Division de Alimentos para la Paz y Asistencia Voluntaria, Oficina de Programa, Política y Administración bajo PIO/T número 93808008381617.

Note: This report is a *Spanish version* of Valerie Uccellani's trip report entitled "Training for CARE Fieldstaff on the Use of Focus Groups for Materials Pretesting." This report is available from the Nutrition Communication Project, Academy for Educational Development, 1255 23rd Street, N.W., Washington D.C., 20037.

TABLE OF CONTENTS

I. ABREVIATURAS 1

II. RESUMEN EJECUTIVO 2

III. ANTECEDENTES GENERALES 3

IV. ACTIVIDADES 4

A. Reuniones 4

B. Documentos 5

C. Talleres (Lugares, Fechas y Participantes) 5

V. LOGROS Y RECOMENDACIONES 7

A. Diseño de la capacitación 7

B. Resumen y análisis de la capacitación 8

C. Recomendaciones 9

VI. ACCIONES A SEGUIR 11

Anexo A Alcance de Trabajo

Anexo B Personas Contactadas

Anexo C Curriculum y Agenda de Capacitaciones

Anexo D Materiales para la Capacitación

#1 Encuesta Antes de la Capacitación
#2 Guía de Referencia Rápida para la Validación de Materiales Audiovisuales con Grupos Focales
#3 Guía para la Realización de Grupos Focales del Video
#4 Guión del Video
#5 Guía Conceptual del Video
#6 Encuesta Después de la Capacitación
#7 Manual para la Excelencia en Investigación Mediante Grupos Focales
#8 Ensayo Bàsico de Materiales Educativos

Anexo E Analyses de Evaluación de Capacitación

I ABREVIATURAS

AED	Academia para el Desarrollo Educativo (Academy for Educational Development)
CREA	Centro Regional de Audiovisuales
GF	Grupos focales
LAC	Latino América y el Caribe
MPC	Monitoreo y Promoción del Crecimiento
MSP	Ministerio de Salud Pública
NCP	Proyecto de Comunicación en Nutrición (Nutrition Communication Project)
OVP	Organización Voluntaria Privada

II. RESUMEN EJECUTIVO

En septiembre de 1990, el Proyecto de Comunicación en Nutrición (NCP) de la Academia para el Desarrollo Educativo (AED) hizo una serie de talleres para personal de CARE Internacional que trabajan en Latino America y el Caribe (LAC). La coordinación e implementación del taller fue posible a través del apoyo de la Agencia para el Desarrollo Internacional de los Estados Unidos, Division de Ciencia y Tecnología (S&T/N) bajo contrato número DAN-5113-Z-00-7031-00 y el Division de Alimentos para la Paz y Asistencia Voluntaria, Oficina de Programa, Política y Administración (FVA/PPM) bajo PIO/T número 93808008381617. Había dos objectivos principales del taller: 1) capacitar al personal de CARE en el diseño, la implementación y el análisis de grupos focales (GF) para validar materiales educativos; y 2) preparar a los participantes para realizar GFs en sus propios países para la validación actual de un video educativo sobre Comunicación en el Monitoreo y Promoción de Crecimiento (MPC).

La capacitación para GF, fue diseñada por NCP para darse durante dos días en Guatemala, Bolivia y la República Dominicana, donde se unieron miembros de CARE Honduras, Perú y Belice. Dieciséis documentos fueron revisados, 6 producidos y 9 entregados a los participantes. Durante los dos días, los participantes tuvieron la práctica de hacer un GF con el animatic del video sobre comunicación en MPC, y discutir la utilidad del video dentro de sus propios programas. Un curriculum-agenda permitió desarrollar temas relevantes a la importancia del animador, diseño de guías, práctica de GFs y diseño del informe final. El alto interés de los participantes durante las capacitaciones, permitieron en el corto tiempo, enfocar en puntos que serán de mayor utilidad en la conducción y análisis de los GFs.

Al finalizar la capacitación se hicieron cronogramas que inician las actividades de ejecución de GF, en cada país, y la entrega de informes finales a NCP. NCP utilizará los informes para integrar las recomendaciones que mejoren el guión del video y la producción final del video.

NCP recogió evaluaciones breves al fin del taller y otras más profundas en el transcurso de un mes siguiente del término del taller. Los resultados de las evaluaciones fueron muy positivas. Se ve el tema del taller muy pertinente al trabajo de los participantes pero se recomienda asignar un mímimo de cuatro días a un taller sobre este tema en el futuro.

III. ANTECEDENTES GENERALES

El Proyecto de Comunicación en Nutrición (NCP) de la Academia para el Desarrollo Educativo (AED) es apoyado por la Agencia para el Desarrollo Internacional, Division de Ciencia y Tecnología, Oficina de Nutrición (S&T/N) bajo contrato numero DAN-5113-Z-00-7031-00.

Con el apoyo del Division de Alimentos para la Paz y Asistencia Voluntaria, Oficina de Programa, Política y Administración (FVA/PPM), bajo PIO/T numero 93808008381617, NCP colaboró con CARE Internacional en diseñar una serie de talleres para su personal de salud en América Latina y el Caribe (LAC). El propósito de la colaboración era motivar al personal de CARE a fortalecer el aspecto de comunicación en sus programas, y capacitar a ellos en unas habilidades concretas que podrían aplicar a su trabajo diario.

Había dos objectivos principales en el taller: 1) capacitar al personal de CARE en el diseño, la implementación y el análisis de grupos focales (GF) para validar materiales educativos; y 2) preparar a los participantes para realizar GFs en sus propios países para la validación actual de un video educativo sobre Comunicación en el Monitoreo y Promoción de Crecimiento (MPC).

Este video, que sirvió como material ejemplar en los talleres de CARE, tiene una historia interesante descrita en otros informes disponibles a través de NCP. El objectivo del video, producido por NCP y UNICEF, es mejorar el encuentro entre promotor y madre durante el pesado de su niño. El video presenta seis habilidades claves de comunicación interpersonal que se recomiendan usar con madres en las sesiones de MPC. Al video le acompañará una Guía de Uso que ampliará conceptos del Video. Estos materiales servirán para ayudar a los supervisores y promotores que realizan las tareas de MPC en Ministerios y en organizaciones privadas, como CARE, en diferentes paises de América Latina y el Caribe (LAC).

NCP para la producción de material educativo, como en el caso del Video, emplea una metodología moderna que permite establecer con seguridad la comprensión y aceptación de diseños y contenidos de los materiales. Como parte del proceso, el pretest con GF es requerido.

Para que se diseñen y realicen GFs con un mismo estilo en los diferentes países participantes del proyecto, es necesario que los encargados de hacerlos tengan una capacitación de actualización y se diseñe con ellos, instrumentos homogéneos que permitan realizar con validez de conjunto los GFs.

El personal de CARE Internacional de Belice, Bolivia, Honduras, Guatemala, Perú y República Dominicana, involucrado en el proyecto, tendrán a su cargo la realización de los GFs y para ellos se ha diseñado la capacitación de actualización, entregándoles además los materiales necesarios para que puedan efectuar los GFs con supervisores y promotores que hacen actividades de MPC.

IV. ACTIVIDADES

A. Reuniones

Para implementar la capacitación sobre validación con GFs, fueron necesarias realizar reuniones de diseño y coordinación con la Oficial de Programas/NCP en Washington, con la Directora y el Guionista de la casa de producción (CREA) en Guatemala y con los representantes de CARE/Internacional en Bolivia, Guatemala y República Dominicana, así como tambíen, con los encargados del proyecto en Belice, Honduras y Perú, como sigue:

1. En julio 5, en las oficinas de NCP/AED/WDC, se diseñó con la PO/NCP Valerie Uccellani, la capacitación de actualización en GFs y se revisó el cronograma de viajes a los tres países.

2. En septiembre, entre el 5 y el 11, en Ciudad de Guatemala, con la PO/NCP, se revisó los materiales recolectados y los documentos editados para la capacitación.

   Con el equipo de CREA, se modificó el guión, y se supervisó la realización del "animatic" del Video.

   Con CARE Guatemala, se coordinó la logística de la capacitación en Antigua Guatemala, en la que participaron los representantes de CARE Guatemala y Honduras.

3. Entre el 12 y el 16 de septiembre, en La Paz, Bolivia, con CARE Bolivia, se coordinó la logística para la capacitación del 14 y 15, en la que participaron representantes de CARE Bolivia y Perú.

4. En septiembre 17 al 21, en Santo Domingo, República Dominicana, con la PO/NCP y CARE República Dominicana, se coordinó la logística para la capacitación del 19 y 20, en la que participaron representantes de CARE Belice y República Dominicana.

5. En octubre 3, 5 y 10, en Ciudad de Guatemala, con los representantes de CARE Guatemala, se hizo seguimiento al cronograma de ejecución de los GFs, y por correo se recibió y revisó el informe final de GFs enviado por CARE Honduras.

B. Documentos

Con el objeto de hacer más eficiente la capacitación de actualización en GFs, fue necesario recolectar y revisar publicaciones recientes sobre el tema, las mismas que sirvieron para diseñar y producir documentos e instrumentos que serían usados por los participantes en las capacitaciones y luego en sus diferentes países.

Para información detallada sobre documentos revisados, ver Anexo D, #3, Guía de Referencia Rápida para GFs, Bibliografía. Esta lista bien comprensiva fue compilada con el objetivo de servir a los participantes como referencia para seguir fortaleciendo sus habilidades en la validación de materiales y en el uso general de GFs.

Los documentos siguientes fueron diseñados y producidos específicamente para estructurar el aprendizaje sobre GFs, y para guiar a los participantes en su validación del video como material educativo ejemplar.

Para una copia de cada documento diseñado y producido, ver Anexo D,

- Encuesta para antes de la capacitación (#1)
- Guía de referencia rápida para Grupos Focales (#2)
- Guía para realización de Grupos Focales del Video (#3)
- Revisión del guión del video. (#4)
- Guía Conceptual para análisis de resultados de GF del Video (#5)
- Encuesta para después de la capacitación (#6)

C. Talleres (Lugares, Fechas y Participantes)

Para realizar las capacitaciones en la actualización de GF, fue necesario viajar a la Ciudad de Guatemala, La Paz y Santo Domingo. En cada país, con la colaboración logística de CARE fue posible cumplir con el alcance de trabajo y tener el encuentro con los enviados de CARE Belice, Honduras y Perú como sigue:

1. Antigua, Guatemala

   Participantes CARE/Honduras se integraron al equipo de CARE/Guatemala, para realizar la primera capacitación los dias 10 y 11 de Septiembre en Antigua, Guatemala. Los participantes fueron los siguentes:

Entrenamiento del personal de CARE en Guatemala y Honduras

Entrenamiento del personal de CARE en Perú y Bolivia

- Por CARE Guatemala:

Dalia de Castañeda	Coordinadora MCH
Ileana Melendreras	Entrenadora de proyectos de Salud
Salvador Baldizón	Asesor de Salud

- Por CARE Honduras:

Ronald Fiallos	Gerente de Campo
Roberto Peralta	Gerente de Campo
Edgardo Chinchilla	Gerente de Campo

- Por NCP/AED:

Valerie Uccellani	Program Officer
José Romero	Senior Communication Officer

2. La Paz, Bolivia

El 14 y 15 enviados de CARE Perú se integraron al equipo de CARE Bolivia, en cuyas oficinas se realizó la capacitación con los siguientes participantes:

- Por CARE Bolivia:

Juan Rocha	Gerente de Proyecto GMP
Freddy Chavez Ruiz	Asistente de Proyecto
Julieta Paco	Supervisor de Promoción
Edgar Mamony	Supervisor de Campo
Benigna Comoari	Supervisor de Campo
Alicia Colque	Supervisor de Campo
Susana Barrera	Jefe de Comunicación y Educación, PROCOSI.

- Por CARE Perú:

Judy Schroeder	Gerente Programa de salud
Gloria Espinoza	Nutricionista, ARCA
Edith Garzón	Nutricionista, PRODIA
Guillermo Saldarriaga Toboada	Coordinador de Salud CARE/Perú

- Por NCP/AED:

José Romero

3. Santo Domingo, República Dominicana

El 19 y 20 enviados de CARE Belice se integraron al equipo de CARE Republica Dominicana, en cuyas oficinas se realizó la capacitación con los siguientes participantes:

- Por CARE Belice:

Lorraine Thompson	Jefe Materno Infantil
Brunilda Chan	Supervisora de Campo
José Chi	Supervisor de Campo

- Por CARE Dominicana:

Edith Rodríguez A.	Gerente de Capacitación
Cecilia Corporán Carmona	Capacitadora de Salud
Sergio Torrero Bello	Capacitador de Salud

- Por NCP/AED:

Valerie Uccellani	Program Officer
José Romero	Senior Communication Officer

V. LOGROS Y RECOMENDACIONES

A. Diseño de la capacitación

La capacitación fue diseñada para cumplir con los objetivos de actualizar conocimientos sobre GFs, practicar con los participantes de CARE un GF, para lograr que se realicen GFs con un mismo estilo e instrumentos que permita integrar recomendaciones para la versión final del Video. El diseño se hizo en tres partes básicas: 1) Información General sobre Investigación Cualitativa e Introducción al tema de GF, la Importancia de la Planificación y Diseño de materiales apropiados para la realización de GF\; 2) Importancia de los elementos de GF, animador, observador, participantes, etc. y la realización de rol play para diseño de la guía para el GF de práctica; y, 3) Práctica con un grupo focal de participantes reales (supervisores y promotores de salud) así como, la evaluación del GF y criterios para análisis y recomendaciones del Informe Final.

En el anexo D, #1, se encuentra el curriculum-agenda de las capacitaciones y puede apreciarse la temática desarrollada.

Entrenamiento del personal de CARE en la República Dominicana y Belice

A los participantes se les entregaria un dosier conteniendo los siguientes materiales:

1. Dosier AED.
2. Folleto de NCP.
3. Guía de referencia rápida para GF.
4. La publicación "Manual para la excelencia en la investigación, mediante GFs".
5. La publicación "Ensayo básico de materiales educativos".
6. Guía para la realización de GFs
7. Guión del Video.
8. Guía Conceptual del Video.
9. Curriculum-agenda.
10. Block para anotaciones.
11. Lapicero.

Para el inicio del primer día, y para el final del segundo día de la capacitación, cuestionarios con preguntas sobre las actividades que desarrollan y conocimientos sobre GFs, serían contestados por los participantes. En el mes a seguir de la serie de talleres, cada oficina central de CARE recibió una evalucación con preguntas abiertas pidiendo más retroalimentación por parte de los participantes. La informacíon resultante de este segundo cuestionario fue de especial valor para NCP evaluar la aplicabilidad y retención del contenido de estas talleres.

B. Resumen y análisis de la capacitación

En los diferentes países, donde se llevó a cabo la capacitación se desarrolló la temática del curriculum- agenda. La documentación entregada fue de utilidad para que cada país pudiera adaptar rápidamente sus propios materiales, unificando así conceptos e instrumentos que servirán para integrar los resultados y recomendaciones finales.

El alto nivel de interés, la activa participación y experiencia de los asistentes permitieron enfocar en los temas mas útiles para reforzar la capacitación. Ayudaron a la modificación y adaptación del lenguaje de los instrumentos que utilizarán y asumieron una responsable actitud de compromiso para el diseño del cronograma que les permitirá realizar los GFs en sus países.

Según el análisis del post test, los participantes manifiestan haber cumplido con los objetivos de la capacitación y existe en ellos una nueva actitud sobre los GFs, lo que permitirá que se institucionalize esta técnica en el desarrollo de materiales de comunicación-educación.

Para el equipo de NCP/AED, fue particularmente satisfactorio contar con la participación de los representantes de CARE Belice, Bolivia, Guatemala, Honduras, Perú y República Dominicana, gracias a quienes con su dedicación hicieron posible cumplir en breve tiempo, con los objetivos de la capacitación.

C. Recomendaciones

Para capacitaciones:

1. Para lograr la institucionalización de la aplicación de GFs en el desarrollo de materiales de comunicación, es necesario que se replique la metodología en cada país.

2. Si se quisiera replicar la capacitación en GFs, será necesario usar un mínimo de cinco días. El tiempo reducido, dos días, para lograr los objetivos del alcance de trabajo obligó a un gran esfuerzo de los participantes.

3. La capacitación deberá tomar el mayor tiempo en el diseño de guías, la realización de "rol play" y análisis del animador y observadores; así también como, técnicas de profundizar y manejo del concenso.

4. Cuando la capacitación en GFs se realice con participantes de diferentes países, los materiales deben ser susceptibles de adaptarse al lenguaje local.

5. La capacitación deberá incluir la observación de un grupo focal realizado por un experto.

6. El recurso humano que adquirió experiencia en las capacitaciones de GFs para un material (en este caso el video), deberían hacer los GFs de otros materiales en su programa para tener la oportunidad inmediata de aplicar y ampliar su conocimiento de esta técnica importante.

7. Un entendimiento claro de la diferencia entre los objetivos del GFs y los del material a someterse en prueba debe ser bien comprendido por los planificadores, animadores y observadores de GFs. El tópico de como crear objetivos debe recibir atención adecuada en la agenda de una capacitación sobre GFs para "pretests".

Para grupos focales:

1. Para el "pretest" de audiovisuales con GFs, el número ideal de participantes por grupo no será menor de seis, reclutados con concepto de homogeneidad.

2. Los materiales del "pretest" (ej. guia de GF), deberán ser adaptados para cada lugar y después de su uso deberán ser archivados como material de consulta para la realización de GFs del material ya revisado, o de otro material parecido.

3. Para implementar un "pretest", con un promedio de 16 grupos focales, que tenga todos los pasos (planificación, reclutamiento de participantes, realización de grupos focales, análisis, redacción de informe, etc) deberán considerar un cronograma de cuatro semanas. Es difícil la coordinación de las actividades de GFs con tiempos cortos, porque no permiten cronogramas reales, lo que atenta contra la calidad de los resultados.

4. El éxito en la "animación" de los GFs es profundizar y lograr el concenso espontáneo en cada tópico.

5. Cuando se desea integrar resultados de GFs, con audiencias homólogas de diferentes países, es necesario que los encargados de la planificación y ejecución, así como animadores y observadores diseñen procedimentos iguales.

6. Las instituciones de los países que participan en el proyecto del Video (MSP, OVP, etc), deben programar GFs para post-test del Video, usando a los participantes que pudieron aplicar las acciones de comunicación con las madres.

Para la producción del Video y la Guía de uso:

1. Para lograr un alto rendimiento de los GFs en favor del Video, es necesario que el material (animatic) a someterse sea lo más cercano a la idea que se pretende realizar.

2. Debe también someterse a GFs la forma de exhibición de los AV en formatos VHS o "sonovisos", para exhibición en lugares donde los recursos de equipos electrónicos son limitados.

3. La fotografía de escenas del Video, debe ser empleada para la realización del boceto para la Guía de Uso del Video.

4. Después de tener resultados de GFs del Video MPC, debe aprovecharse los elementos (audio e imágenes) y utilizarlos en otros formatos, como, sonovisos, audio cassettes, fotonovelas etc.

VI. ACCIONES A SEGUIR

Al fin de cada taller cada equipo de participantes tuvo los siguientes planes para cumplir con la validación del video. El NCP utilizaría los resultados de estos grupos focales para revisar el guión y seguir con la producción del video sobre Comunicación en el Monitoreo y Promoción de Crecimiento*.

1. Adaptar las materiales (Guia) para la realización de GFs en cada país.

2. Cumplir con los cronogramas acordados en las capacitaciones, los que incluyen planificación, adaptación de guías, reclutamiento de participantes para GFs, realización de GFs, evaluación de grupos, transcripciones, análisis, recomendaciones, integración de resultados GFs por países, redacción de informe final de GFs.

3. Enviar el 12 de octubre a José Romero los informes finales de los GFs para la integración de las recomendaciones.

Los cronogramas son como siguen:

CARE Guatemala

País/Actividades	Sep	13-14	17-21	24-28	Oct 1-5
Planificación		X			
Reclutamiento			X		
Guía GF		X			
Grupos Focales			X	X	
Discusión				X	
Análisis					X
Recomendación				X	
Entrega Informe					X

* En la fecha de redactar este informe, los resultados de GFs hechos por los participantes/CARE de estos talleres fueron ya integrados para la revisión del guión del video. Se puede encontrar el informe integrado de resultados en NCP/AED/Washington, DC.

CARE Honduras

País/Actividades	Sep	13-14	17-21	24-28	Oct 1-5
Planificación			X		
Reclutamiento				X	
Guía GF			X		
Grupos Focales				X	X
Discusión					X
Análisis					X
Recomendación					X
Entrega Informe					X

CARE Bolivia

País/Actividades	Sep	17-21	24-28	Oct	1-5	8-12
Planificación		X	X			
Reclutamiento			X	X		
Guía GF		X	X			
Grupos Focales				X	X	
Discusión					X	
Análisis					X	
Recomendación						X
Entrega Informe						X

CARE Perú

País/Actividades	Sep	17-21	24-28	Oct	1-5	8-12
Planificación		X	X			
Reclutamiento		X	X			
Guía GF		X	X			
Grupos Focales		X			X	
Discusión		X			X	
Análisis		X		X		
Recomendación		X			X	
Entrega Informe						X

CARE Belice

País/Actividades	Sep	24-28	Oct	1-5	8-12
Planificación			X		
Reclutamiento		X			
Guía GF		X			
Grupos Focales		X		X	
Discusión		X		X	
Análisis		X		X	
Recomendación		X		X	
Entrega Informe					X

CARE República Dominicana

País/Actividades	Sep	22-28	Oct	1-5	8-12	
Planificación			X			
Reclutamiento		X X				
Guía GF		X				
Grupos Focales		X		X		
Discusión		X		X		
Análisis		X		X	X	
Recomendación						X
Entrega Informe						X

ANEXO A

ALCANCE DE TRABAJO

ALCANCE DE TRABAJO

Nutrition Communication Project.

José A. Romero

Período de trabajo: 25 agosto al 19 octubre de 1990.

En apoyo a las actividades del NCP con el personal de CARE International de BC, BL, GT, HD, PR y RD, se desarrollarán las siguientes tareas:

1. Recolectar y revisar materiales sobre GF, diseñar el curriculum y la agenda para las capacitaciones. Entregar la información a NCP/AED/WDC el 29 de agosto.

2. Trabajar del 6 al 8 de septiembre con la PO/NCP/WDC Valerie Uccellani, en:

   A. La revisión del curriculum y agenda para las capacitaciones.
   B. Revisar el guión y el animatic/Video.
   C. Escribir y revisar la GGF.
   D. Escribir y revisar las guías necesarias para integrar el reporte final de GF.

3. Del 10 al 20 de septiembre, capacitar a los miembros del equipo de CARE BC, BL, GT, HD, PR y RD, en GF para el pre test del Video. Las capacitaciones serán de dos días cada una y se realizarán en ciudades de 3 diferentes países, Antigua Guatemala, La Paz y Santo Domingo, e incluirán la supervisión de la realización de un GF de práctica.

4. Entre el 24 de septiembre y el 12 de octubre, se mantendrá contacto, por teléfono y/o fax, con los participantes en las capacitaciones, para asesorar desde Guatemala, el desarrollo de los GFs en los diferentes países.

5. El 19 de octubre, después de haber revisado los informes de los GFs de cada país, se entregará a CREA y a NCP/AED/WDC, las conclusiones y recomendaciones para el Video.

Reportes requeridos.

1. Para el 12 de octubre, entregar a NCP/AED/WDC un reporte de viaje resumido, que contenga toda la información y documentación acerca de la capacitación.

2. Para el 19 de octubre, en base a la integración de los GFs de los seis países, entregar a CREA en Guatemala y a NCP/AED/WDC, un reporte que contenga las conclusiones y recomendaciones para la versión final del Video.

ANEXO B

PERSONAS CONTACTADAS

PERSONAS CONTACTADAS

Washington DC. Estados Unidos de América

The Academy for Educational Development
1255 23 rd Street N.W. 440
Washington DC 20037
Teléfono (202) 862 1900
FAX (202) 862 1947

Valerie Uccellani
Oficial de Programa

Ximena Sheehy-Downey
Oficial de Programa

Lorraine Lathen-Parker
Asistente Nutrition Communication Project

Ciudad de Guatemala, Guatemala, CA

CREA
Av. Las Américas 16-47
Zona 14, Guatemala
Teléfono (502-2) 371545
FAX (502-2) 334469

María Cristina Rosales
Directora de CREA

Alfonso Albacete
Guionista de CREA

CARE/Guatemala
Apartado Postal 729
Tegucigalpa, DC, Honduras
Teléfono (504) 328601
FAX (504) 320913

Dalia de Castañeda
Coordinadora del Programa CARE/MCH

Ileana Melendreras
Entrenadora de Proyectos de Salud

Salvador Baldizón
Asesor de Salud para Latino América

Ronald Fiallos
Gerente de Campo

Roberto Peralta
Gerente de Campo

Edgardo Chinchilla
Gerente de Campo

La Paz,Bolivia

CARE/Bolivia
14 de septiembre 5369 (Obrajes)
La Paz, Bolivia
Teléfono (591) 783534

Chris Roesel
Director Asistente

Juan Rocha
Gerente Proyecto GMP

Freddy Chavez
Asistente Técnico de Salud

Julieta Paco
Supervisor de Promoción

Edgar Marvoy
Supervisor de Campo

Benigna Comorari
Supervisor de Campo

Alicia Colque
Supervisor de Campo

PROCOSI
Susana Barrera
Jefe Unidad Comunicación y Educación
Lisimaco Gutierrez 490,4
Casilla 9432
La Paz, Bolivia
Teléfono (591) 342509
FAX (591) 364072

CARE/Peru
Los Laureles 485, San Isidro
Apartado Postal 14-028, Lima 27, Perú
Teléfono (5114) 400589

Judy Schroeder
Gerente Programa de Salud y Alimentos

Guillermo Saldarriaga
Coordinador de Salud y Proyecto Wawawasi

Gloria Espinoza
Nutricionista Proyecto ARCA

Edith Garzón
Nutricionista Proyecto PRODIA

Santo Domingo, República Dominicana

CARE/Republica Dominicana
Carretera Sánchez, Km. 16
Quita Sueño, Haina
Apartado Postal 1411
Santo Domingo, DN, República Dominicana
Teléfono (809) 542 2148
FAX (809) 542 2555

Michael Bowman
Director

Hilary Coltam
Gerente Atención Primaria de Salud

Edith Rodríguez
Gerente de Capacitación
Cecilia Corporán
Capacitadora de Salud

Sergio Torrero
Capacitador de Salud

CARE/Belice
P.O. Box 612, Belice City
Belice
Teléfono (501) 30148
FAX (501) 31474

Lorraine Thompson
Jefe Materno Infantil

Brunilda Chan
Supervisor

José Chi
Supervisor

ANEXO C

CURRICULUM AGENDA DE CAPACITACIONES

NUTRITIONCOM PROJECT/CARE
CAPACITACION GRUPOS FOCALES

Video Documental
Comunicación en el Monitoreo y Promoción de Crecimiento

CURRICULUM

CAPACITACION EN GUATEMALA, LA PAZ Y SANTO DOMINGO

1er. DIA

8:30 am
- Aplicación de cuestionario "Enfoque de Interés para Participantes"
- Introducción
- Por qué, para que y como usar grupos focales
- Elementos del grupo focal
- Objetivos generales de la validación de grupos focales
- Objetivos del grupo focal del documental de Monitoreo y Promoción de Crecimiento
- Objetivos del Documental MPC
- La planificación
- Costo y tiempo
- Guia para grupo focal del Documental

10:30 am
- Break

10:45 am
- Condiciones del grupo focal, lugar, etc.
- El animador, su importancia
- Estilo de animación, como hacer preguntas
- El observador
- Importancia de grabar

1:00 pm
- Lunch

2:00 pm
- Simulación de una sesión de grupo focal usando el documental de MPC
- Rol play incluye:

  Introducción, calentamiento, el animador "no debe", el observador, discusión en profundidad, cerrar la sesión

3:30 pm
- Break

3:45 pm	- Revisión post sesiones Evaluando el grupo focal
6:30 pm	- Cena
7:30 pm -	- Revisión de guía de grupo focal Organizando la práctica del grupo focal del 2do. día
9:30 pm	- Cierre

2do. DIA

8:30 am -	- Realización de un grupo focal para el animatic del documental "Comunicación en el Monitoreo y Promoción de Crecimiento"
11:00 am	- Break
11:30 am	- Discusión de Evaluación - Revisión post sesión
1:30 pm	- Lunch
2:00 pm	- Análisis - Recomendaciones - Estructura del informe
3:30 pm	- Break
3:45 pm	- Realización del informe final del grupo focal de la mañana por los participantes
5:45 pm	- Cronograma
6:00 pm	- Aplicación cuestionario "Logro de los Participantes"
6:15 pm	- Cierre capacitación

ANEXO D

MATERIALES PARA LA CAPACITACION

ANEXO D

1

ENCUESTA ANTES DE LA CAPACITACION

NUTRITIONCOM PROJECT/CARE
CAPACITACION DE GRUPOS FOCALES

Documental
Comunicación en el Monitoreo y Promoción de Crecimiento

Septiembre 1990

Antes de empezar estos dos días de trabajo y de que usted se sirva escuchar las consideraciones sobre grupos focales para pretest de materiales audiovisuales, el expositor solicita su amable participación, contestando al siguiente cuestionario.

La finalidad del cuestionario es conocer a la audiencia antes de la exposición, para enfocar en los temas de su interés.

Gracias por su colaboración de 5 minutos.

1. Ha tenido en los últimos cinco años pasados, en el país donde usted trabaja experiencia de campañas de Comunicación en el Monitoreo y de Promoción de Crecimiento SI NO

2. Han sido estas con un solo componente? SI NO

3. Utilizaron Comunicación Social en alguna de estas campañas? SI NO

4. Considera que el Elemento de Comunicación ayudó a lograr mejor los objetivos de la Campaña? SI NO

5. Hubo mercadeo social para la promoción y la entrega de servicio? SI NO

6. Podría recordar si se utilizó lo siguiente?

A. RADIO:
- Cuñas (spots) SI NO
- Programas cortos (microprogramas) SI NO
- Radionovelas o series SI NO
- Noticieros SI NO
- Otros (especifique)

B. TELEVISION:
- Cuñas (spots) SI NO
- Documentales SI NO
- Menciones en programas masivos SI NO
- Programas seriados cortos (hasta 5m) SI NO
- Cadenas Nacionales SI NO
- Otros

C. IMPRESOS:

Posters	SI	NO
Folletos (varias páginas)	SI	NO
Hojas Volantes	SI	NO
Adhesivos	SI	NO
Libros de Textos	SI	NO
Anuncios en prensa (pagados)	SI	NO
Apoyo periodístico	SI	NO
Otros		

D. PARTICIPACIOIN COMUNITARIA

Visitas a casa	SI	NO
Reuniones comunitarias	SI	NO
Trabajo con líderes de la comunidad	SI	NO
Talleres, cursos y seminarios	SI	NO
Sistemas formales como escuelas	SI	NO
Catequesis (iglesias etc)	SI	NO
Presentaciones de documentales	SI	NO
Conversacion con la madre cuando pesa al niño	SI	NO

7. Qué medio fue el de mejores resultados, la radio, TV, impresos, participacion comunitaria, etc.? (escriba una categoría)

- Llegar a más público. _____
- Lograr más aprendizajes _____
- Ganar más simpatía para la campaña _____
- Obtener más asistencia a los Servicios de Salud. _____
- El que la madre sale satisfecha _____
- El más costoso. _____
- El menos costoso. _____

8. Los materiales usados en la promoción realizada:

- Fueron objeto de pretest	SI	NO
- Causaron problemas al realizar el pretest	SI	NO
- Los problemas fueron en el area de:		
- planificación, diseño	SI	NO
- implementación	SI	NO
- logística	SI	NO
- reclutamiento de la audiencia	SI	NO
- dirección de grupo focal	SI	NO
- análisis	SI	NO
- redacción de recomendaciones	SI	NO
- informe final	SI	NO

9. Con los resultados del grupo focal se hizo:

- No se atendieron los cambios recomendados	SI	NO
- Comprensibles las recomendaciones	SI	NO

10. Considera usted que los materiales que son objeto de pretest son:

- Utiles SI NO
- Costosos SI NO
- Eficientes SI NO
- Fatigosos SI NO
- Impactantes SI NO
- Recordados SI NO

11. Considera usted que los grupos focales con varias audiencias son:

- Más útiles SI NO
- Menos costosas SI NO
- Más difíciles de hacer SI NO
- Menos objetivas SI NO
- Más impactantes en las recomendaciones SI NO
- Más difíciles de modificar material SI NO

12. Si dependiese de su decisión el pretest del documental de "Monitoreo de crecimiento y desarrollo":

- Que audiencia elegiría?

- Que tiempo cree que le tomaría hacer el proceso completo de un grupo focal?

  ---

13. Ha recibido entrenamiento en grupos focales? SI NO

14. En cuantos grupos focales ha participado
- Como audiencia _____
- Como observador _____
- Como director _____
- Como analista _____
- Como redactor de informe _____

15. En que tema de grupo focal prefiere reforzar sus conocimientos?_____
---

16. Que podría hacer mejor y sentirse satisfecho?:

- Planificar un grupo SI NO
- Observar el grupo SI NO
- Dirigir un grupo SI NO
- Analizar resultados SI NO
- Escribir un informe SI NO

DATOS COMPLEMENTARIOS

A. Su especialidad es:

- Medicina	SI	NO
- Comunicación	SI	NO
- Mercadeo	SI	NO
- Educación	SI	NO
- Salubridad	SI	NO
- Otra (especifique)_____		

Por favor anote todas las áreas en las que usted es especialista

---

B. Usted trabaja en:

- Institución Pública	SI	NO
- Institución Privada	SI	NO
- Otra: _____		

C. Usted trabaja en su país SI NO

D. Que país?

E. Como desea que lo llamemos en estos días de trabajo?

G R A C I A S

Dr. José A. Romero, Senior Communications Officer, The Academy for Educational Development, Washington, D.C., Septiembre 1990. (202) 8623855

ANEXO D

#2

GUIA DE REFERENCIA

C A R E

BELICE - BOLIVIA - GUATEMALA

HONDURAS - REPUBLICA DOMINICANA - PERU

"GUIA DE REFERENCIA RAPIDA PARA LA VALIDACION DE MATERIAL AUDIOVISUAL CON GRUPOS FOCALES"

Por
DR.R JOSE A. ROMERO
Senior Communication Officer

Nutrition Communication Project
The Academy for Educational Development
1255 23rd. St., N.W., Washington, D.C. 20037

Esta actividad fue apoyado por la Agencia de los Estados Unidos para el Desarrollo Internacional, Oficina de Nutrición (S&T/N), bajo contrato número DAN-5113-Z-00-7031-00-936-5113, y la Oficina de Programa, Política y Administración (FVF/PPM), bajo el PIO/T número 938-0800-8381617.

I N D I C E

		Página
I.	GENERALIDADES	1
	A. APLICACIONES DE LA INVESTIGACION CUALITATIVA	1
	B. DISTINCIONES ENTRE LA INVESTIGACION CUALITATIVA Y CUANTITATIVA	1
	C. CONSEJOS PARA REALIZAR UNA BUENA INVESTIGACION CUALITATIVA	2
II.	LOS GRUPOS FOCALES PARA LA VALIDACION	2
	A. POR QUE UTILIZAR LOS GRUPOS FOCALES?	2
	B. CUANDO USAR GRUPOS FOCALES	3
	C. OBJETIVOS GENERALES DE LA VALIDACION USANDO GRUPOS FOCALES	4
	D. ORGANIZANDO UN GRUPO FOCAL	4
	1. Elementos a Planificar	4
	2. Material a Preparar	5
	E. QUE ES...?	5
	F. COMPROBANDO LO QUE SE DEBE CONSIDERAR AL ORGANIZAR GRUPOS FOCALES	6
III.	UN BUEN ANIMADOR	8
IV.	PREPARANDO GUIAS PARA GRUPOS FOCALES	10
	A. GUIA DE PLANIFICACION PARA GRUPOS FOCALES	10
	B. HOJAS DE RECLUTAMIENTO	10
	C. GUIA DE LOS GRUPOS FOCALES	11
	D. GUIA PARA EL OBSERVADOR	12
	E. GUIA PARA EL ANIMADOR	13
	F. GUIA DE ANALISIS	14
	G. GUIA DE RECOMENDACIONES	14
	H. FORMATO PARA INFORME FINAL	15

V. CONSIDERACIONES IMPORTANTES DESPUES DE REALIZAR EL GRUPO FOCAL 16

A. DISCUSION 16

B. EVALUACION DE LOS ELEMENTOS DE GRUPO FOCAL 17

VI. PROBLEMAS QUE OCURREN EN LOS GRUPOS FOCALES 21

VII. BIBLIOGRAFIA 27

I. GENERALIDADES

A. APLICACIONES DE LA INVESTIGACION CUALITATIVA

- Exploración preliminar para producir ideas y tener la experiencia directa de la audiencia meta.
- Piloto para estudio de exploración, de hipótesis, de desarrollo, de lenguaje, etc.
- Explicar, comprender y esclarecer datos cuantitativos sobre comportamientos y actitudes.
- Identificar necesidad de más información posible para la audiencia.
- Comprender tendencias en cambios de comportamiento o actitud.
- Identifación y definición de los problemas.
- Ayudar a formular estrategias de comunicación, conceptos y tratamientos de piezas de comunicación.
- Vincular grupos de comportamiento sobre la base de casos individuales.

B. DISTINCIONES ENTRE LA INVESTIGACION CUALITATIVA Y CUANTITATIVA

RELACION MUTUA

CUALITATIVA	CUANTITATIVA
Profundidad de comprensión	Nivel de frecuencia
"Por qué?"	"Cuantos?" "Con qué frecuencia?", etc.
Motivaciones	Acciones
Subjetivo	Objetivo
Descubrimiento	Pruebas
Explicativa	Definitiva
Adquirir una mejor comprensión de...	Mediciones del nivel de...
Interpretativa	Descriptiva

35

C. CONSEJOS PARA REALIZAR UNA BUENA INVESTIGACION CUALITATIVA

- Al preguntar "por qué?"

  El investigador tendrá cuidado con:

  a. Preguntar en forma neutra
  b. Evitar orientar a la persona preguntada.
  c. Una sola pregunta a la vez.
  d. "Mirar" las respuestas verbales y corporales, el enfoque correcto de la respuesta a la pregunta. (evasión o confusión)

- El arte de escuchar.

  a. Identificarse con la persona que está respondiendo (sentir lo que ella siente).

  b. "Ver" la "forma" como dicen las respuestas, es mejor que escuchar las palabras pronunciadas. Es importante "ver" señales de ansiedad, incertidumbre, confianza, seguridad, dudas, silencios y variaciones de voz.

II. LOS GRUPOS FOCALES PARA LA VALIDACION

A. POR QUE UTILIZAR LOS GRUPOS FOCALES?

PORQUE LA INTERACCION DEL GRUPO ES MAS RICA

- La interacción entre las personas fomentará generalmente respuestas más ricas y permitirá el aporte de ideas nuevas y originales. Su beneficio, mejorar lo que se tiene, o a veces, crear algo nuevo.

PORQUE LA OBSERVACION ES DIRECTA:

- El entrevistador puede observar el debate y obtener un conocimiento directo de los comportamientos, actitudes, lenguajes y percepciones de grupo. Esto es especialmente importante en las etapas "creativas" iniciales del desarrollo de un programa.

PORQUE EL ANALISIS DA RECOMENDACIONES

- Puede llegarse a recomendaciones factibles de realizarse.

36

PORQUE COSTO Y CALENDARIO ES CUESTIONABLE

- Los grupos focales requieren menos tiempo y, por lo general, son menos costosos que una serie de entrevistas individuales a fondo.

B. CUANDO USAR GRUPOS FOCALES?

UTILIZAR LOS GRUPOS FOCALES CUANDO. . .	CUESTION A CONSIDERAR
La interacción entre los participantes puede fomentar respuestas más interesantes o nuevas, e ideas originales	Interacción del grupo
La naturaleza del tema es tal la mayoría de los participantes pueden decir todo lo que es relevante y, todo lo que conocen en menos tiempo.	Profundidad de las res-que puestas individuales.
La materia no es tan delicada que los participantes del grupo den respuestas neutras, o no proporcionen cierta información.	Sensibilidad de la materia.
El volumen del material de estímulo no es extenso.	Material de estímulo
Es deseable tener un entrevistador a cargo de un grupo, así no producirán fatiga o aburrimiento en el entrevistador.	Fatiga del entrevistador.
La presión de los grupos homólogos, será valiosa para promover sus reflexiones y dilucidar opiniones contrarias.	Presión de grupos homólogos

C. OBJETIVOS GENERALES DE LA VALIDACION USANDO GRUPOS FOCALES

- Conocer si los participantes de los diferentes grupos comprenden con facilidad los diferentes temas que muestra el video.

- Conocer la percepción de los participantes en relación a los diferentes aspectos que trata el video.

- Conocer de los participantes el grado de aceptación o aceptabilidad que tienen los mensajes.

- Identificar aspectos, conceptos, términos expuestos en el video que deban ser modificados, según criterio de los participantes.

- Conocer de los participantes si creen que el uso de gráficas para presentar algunos datos, sería de utilidad, o si no hay necesidad de ésto. En caso afirmativo, identificar en qué secciones creen que serían de utilidad.

D. ORGANIZANDO UN GRUPO FOCAL

1. ELEMENTOS A PLANIFICAR

- Objetivo de material
- Objetivo del grupo focal
- Audiencia del grupo focal
- Número de grupos requeridos
- Duración grupo focal
- Tamaño grupo focal
- Lugar para la sesión de grupo
- Asignación de asientos para participantes
- Determinar observador
- Elegir "animador" del grupo
- Costos
- Cronogramas

2. MATERIAL A PREPARAR

- Muestra objeto del grupo focal ("animatic" en el caso de audiovisuales)
- Hoja de planificación
- Bases de reclutamiento
- Hojas de registro de participantes
- Guía observador
- Guía "animador"
- Guía para análisis
- Guía de recomendaciones
- Guía para informe de resultados

E. QUE ES. . .?

OBJETIVO DEL MATERIAL:

- Es el que se propone el material a validarse al ser expuesto a la audiencia meta.

OBJETIVO DEL GRUPO FOCAL:

- Es lo que se quiere obtener del material que se expone, para mejorarlo, cambiarlo, o sustituirlo.

AUDIENCIA DEL GRUPO FOCAL:

- Es el grupo de personas al que va dirigido el material a exponerse y hay que seleccionarlas según las siguientes categorías:

  Clase social - hombres/mujeres - edad - estado civil - nivel de experiencia - grado de instrucción - idioma - relación con el material a exponerse ("comprador", usuario o beneficiario - procedencia - residencia, etc.)

CANTIDAD DE GRUPOS FOCALES:

- Es organizar por lo menos dos grupos para cada variable considerada para el tema tratado. Por ejemplo, organizar dos grupos entre cada segmento importante de la audiencia: hombre y mujeres, usuarios y no usuarios, madres más jóvenes y de más edad: si se considera que dichos segmentos son sustancialmente diferentes en actitudes o comportamientos en relación con el tema tratado.

DURACION DEL GRUPO FOCAL:

- Es de 1 hora 45 minutos como máximo, pero cada grupo puede plantear tiempos variables.

TAMAÑO GRUPO FOCAL:

- Es pequeño hasta 6 participantes
- Es mediano hasta 8 participantes
- Es grande hasta 10 participantes

LUGAR PARA SESION DE GRUPO:

- En lugares "neutros" donde se llevará a cabo la sesión de grupo, deberá ser cómodo para los participantes y libre de "interferencias" que interrumpan el desarrollo de la sesión.

ASIGNACION DE ASIENTOS:

Es ubicar a los participantes de manera que "vean" claramente el material a exponerse y a sus compañeros de grupo.

OBSERVADOR:

Es el que cumplirá el rol de observar lo relevante y de anotarlo. No debe interferir con el "animador", ni con el grupo.

ANIMADOR

Es el que "conducirá" la sesión, "animándolo" a responder. El buen manejo del "por qué?" y su imparcialidad, asegura un provechoso grupo focal.

E. COMPROBANDO LO QUE SE DEBE CONSIDERAR AL ORGANIZAR GRUPOS FOCALES

DETERMINACION DEL NUMERO DE GRUPOS

- Hay al menos dos grupos sobre cada variable?
- Hay grupos suficientes para alternar los materiales de estímulo?
- Se siguió organizando grupos hasta que las respuestas mostraban similitudes?
- Se necesitan grupos en regiones geográficas diferentes?

DETERMINACION DE LA COMPOSICION DE CADA GRUPO

- Pertenecen los participantes a la misma clase social?
- Son similares los participantes en términos de su "estilo de vida" y tienen la "misma experiencia" con respecto al tema?
- Pueden combinarse usuarios y no usuarios (o practicantes y no practicantes) sin reducir la interacción en el grupo?
- Tienen los participantes niveles similares de experiencia sobre temas complejos?
- Es importante separar a los participantes poro edad y/o estado civil?
- Proceden los participantes de ambientes culturales similares?
- Pueden combinarse a los hombres y mujeres sin inhibir las respuestas?

DETERMINACION DE LA DURACION DE LA SESION

- Pueden satisfacerse las necesidades de información en hora y media?
- Deberían organizarse grupos adicionales?
- Es el tema suficientemente complejo para que cada participante dé información pertinente?
- Requiere el tema un grupo pequeño?
- Tendrán los participantes facilidad para hablar con libertad?
- Pueden verse y oírse todos los participantes?
- Es el lugar accesible para los participantes?
- Se sentirán los participantes amenazados o intimidados por el lugar seleccionado?

41

ESTAN LISTAS LAS GUIAS DE:

- Planificación
- Reclutamiento
- Grupo focal
- Observador
- Animador
- Análisis
- Recomendaciones
- Formato de informe de resultados

III. UN BUEN ANIMADOR

Un buen animador hará lo siguiente:

- Conocer los objetivos del audiovisual
- Conocer los objetivos del grupo focal
- Sondear las respuestas
- Obtener mayor claridad y comprensión antes de pasar a otro tema.
- Mantener estructura dinámica del grupo
- Evitar al mínimo las distracciones del grupo
- Permitir que el participante amplíe lo que se ha dicho. (permanecer callado)
- Utilizar la técnica de repetición - repetir lo que acaba de decir el participante.
- Repetir las palabras del participante como pregunta
- Pedir al participante que aclare una postura. "Estoy algo confuso. Anteriormente usted dijo que 'X' y ahora está diciendo que "Y"
- Utilizar sondeos "de palabras clave" tales como:

Declaración del participante	Sondeo del moderador
"Es bueno"	"Para que es bueno?"
"Me gusta el tamaño"	"Que tiene de bueno"
"Sería práctico"	"En que aspecto sería práctico?"
"Funciona"	Como sabe que funciona?

- Utilizar la técnica de tercera persona. "Usted parece tener una opinión muy arraigada sobre esta cuestión. Que le parece que piensan otros?

- Me puede dar más información al respecto?
- Que piensa de esto?
- Que quiere decir con esto?
- Que le hace pensar de esta forma?
- Puede darme un ejemplo?
- Me gustaría conocer más acerca de lo que usted piensa sobre esta cuestión?
- No estoy seguro de que comprendo cómo está utilizando usted esta palabra...
- Cuales son algunas de las razones para los sentimientos que usted tiene?
- Que le dice el mensaje?
- Que le dice personalmente a usted?
- Qué estaba pensando mientras miraba?
- Que tenía en su mente? Qué otros aspectos le impresionaron?
- Usted comenzó a decir algo acerca de...
- Usted mencionó algo acerca de...?
- Obtuvo usted algunos nuevos conocimientos acerca de.. del...?
- Qué palabras utilizaría usted para describir...?
- Por qué? Por qué no?
- Será flexible
- Sabrá pasar de un tema general a uno específico?
- Repasará el debate?
- Vinculará continuamente los comentarios para que tengan un significado en el grupo?
- Sabrá manejar el conflicto entre los participantes?
- Utilizará tácticas y técnicas de moderación muy diversas?
- Animará a los miembros del grupo a <u>hablar entre ellos</u> y no necesariamente a responder a él.?
- Saber cuando hace falta profundizar una respuesta, y cuándo callarse?
- Sabrá sondear la opinión de los participantes sin <u>dirigirles</u>.
- Saber mostrar una alta de comprensión frente a lo que dice un participante, sin aparentar ser poco sincero?
- Prestar mucha atención a lo que se dice a fin de fomentar ese comportamiento en otros miembros del grupo.
- Ser sensible a los signos no verbales dados por el participante a fin de comprender y ayudarle a expresar sus <u>verdaderos sentimientos</u>.
- <u>No suponer</u> lo que un participante dice, que realmente hace o realmente quiere decir.
- Fomentar un sincero desacuerdo entre los participantes, no obligar a que haya consenso.

- Animar a los miembros del grupo que no responden mucho al hablar.
- Disuadir a los miembros dominanates que perturban la sesión.
- Ser amable pero firme - combinar un "desinterés disciplinado" con "coomprensión y empatía".
- Ser permisivo pero mantener al grupo orientado en la dirección pretendida.
- Esperar lo imprevisto y sber cómo reaccionar.
- Estar dispuesto a improvisar si algo no funciona o si no ose obtiene información útil.
- Utilizar técnicas proyectadas para que los participantes puedan responder a prguntas directas.
- Tendrá presente siempre los objetivos del grupo focal.
- Tendrá presente los objetivos del audiovisual.

IV. PREPARANDO GUIAS PARA GRUPOS FOCALES

A. GUIA DE PLANIFICACION DE GRUPOS FOCALES

- Nombre del proyecto
- Título de la "muestra" a exponerse
- Objetivos delamuestra a exponerse
- Audiencia a la que va dirigido
- Lugar de reclutamiento de la audiencia
- Lugar donde se haran los grupos focales
- Número de grupos focales
- Número de participantes por grupo focal
- Observador
- Animador
- Reuqerimientos
  a. Equipo
  b. Materiales
  c. Secretaria
  d. Transporte
  e. Costos
- Responsables de cda grupo
- Responsables de coordinación
- Fecha de realización del grupo focal
- Tiempo expresado en semanas

B. HOJA DE RECLUTAMIENTO

- Número de participantes
- Nombre del proyecto

- Título de la muestra a exponerse
- Fecha
- Lugar de reclutamiento
- Nombre del reclutador
- Nombre de reclutado
- Edad
- Sexo
- Lugar de nacimiento
- Estado civil
- Dirección
- Nombre y edad de niños
- Conoce el tema
- Practica lo del tema
- Fue participante de grupo focal anteriormente
- De que tema
- Disponibilidad de tiempo para grupo focal
- Día de la semana
- Mañana - tarde - noche
- Conoce a los participantes del grupo (leer nombres) si conoce de alguno, nombrar cuántos y cuales.
- Modo de transporte
- Viene solo
- Viene con
- Se irá con
- Le dará
- Se le pagará
- Recibió
- Se le pagó
- Observaciones sobre su participación sola o en grupo
- Conoce alguien que pueda participar en otro grupo focal
- Nombre
- Dirección
- Asistió al lugar
- Participó en el grupo

C. GUIA DE LOS GRUPOS FOCALES
(Guía de audiovisual que se exhibirá en el grupo)

- Introducción
- Finalidad
- Procedimiento
- Presentación de los participantes
- Percepción del afecto de beneficiarios del material
- Percepción del tema para validarse
- Exhibición del material (audiovisual)

- Percepción de la imagen
  - Que gusta?
  - Por qué?
  - Que no le gusta?
- Percepciones del audio
  - Que gusta?
  - Por qué?
  - Que no le gusta?
- Percepción de escenas
  - Que gusta?
  - Por qué?
  - Que no le gusta?
- Percepciones de lo bueno
  - Que gusta?
  - Por qué?
  - Que no le gusta?
- Percepción de lo malo
  - Que gusta?
  - Por qué?
  - Que no le gusta?
- Percepción de sentimientos de confusión.
  - Por qué?
- Percepción de sensaciones de credibilidad.
  - Por qué?
- Cambios en el video.
  - Significado
  - Por qué?
- Cambios en el audio
- - Significado
  - Por qué?
- Presentación de conceptos nuevos.
  - Indague
- Conocer la percepción del grupo, de lo malo, de lo bueno sobre el audiovisual.
  - Por qué?
- Agregar los conceptos generales
- Aislar los conceptos específicos
  - Cuantos?
  - Por qué?
- Clasificación de conceptos en terceros
  - A cuantos?
  - Por qué?
- Conclusión compartida con los participantes de los cambios en el video.
- Conclusión compartida con los participantes de los cambios del audio.
- Conclusión compartida con los participantes de los logros.

- Clausura del grupo

D. GUIA PARA EL OBSERVADOR

- Nombre del proyecto
- Nombre del audiovisual
- Nombre del observador
- Fecha
- Lugar, hora de inicio y de cierre
- Número de participantes
- Nombre del animador
- Relato breve de los hechos relevantes
  a. Aplicación de guía para el audiovisual por el animador
  b. Identificar la dimensión del grupo focal
  c. Identificar las interferencias
  d. Identificar al líder
  e. Identificar al bloqueador
  f. Identificar al que hace interferencia
  g. Anotar hora de los eventos relevantes
  h. Observaciones que se quieren agregar

E. GUIA PARA EL ANIMADOR

Antes recordar:

- El grupo focal no es un texto - no hay respuestas correctas o incorrectas
- El grupo focal no tiene por fin informar
- El grupo focal no tiene por fin persuadir
- Un animador no es un maestro
- Un animador no es un juez
- Un animador no es condescendiente
- Un animador no expresa acuerdo o desacuerdo con lo que dice
- Un animador no pone palabras en la boca de los participantes

Hacer seguir la guía del grupo focal:

- Dejar que los participantes comiencen a tranquili-zarse (hablar en forma amistosa y casual, relajado).
- Presentarse a sí mismo (si lo hace con franqueza, facilita a que los participantes hablen de sí mismos)
- Explicar el fin de la reunión del grupo (produce sentimiento de unión del grupo)
- Se fomentan las opiniones (indicando o que no hay respuestas correctas o incorrectas de los participantes, deben sentirse libres para opinar.
- Se establece neutralidad del animador (que las opiniones no lo afectarán de manera alguna)

41

- Se hacen reglas de grupo (hablar uno por uno, etc.)
- Identificar la sensibilidad del grupo (sobre el tema expuesto)
- Seguir la guía del grupo focal
- Unificar comentarios
- Resolver conflicto entre los participantes

  a. Líder
  b. Grupo apático

- Seguir la guía de grupo focal
- Resumir
- Agradecer
- Clausurar

F. GUIA DE ANALISIS

- Nombre del proyecto
- Objetivos del material a exponerse
- Número de participantes en el grupo
- Fecha, lugar, duración del grupo focal
- Nombre del observador
- Nombre del animador
- Guión de material expuesto
- Escuchar los cassettes
- Relato de manera resumida de lo "que dice" los participantes
- Relatar de manera resumida lo que "expresa" (observado) los participantes
- Priorizar conceptos sobre un mismo tema
- Concluír en recomendación, para video y audio
- Observaciones. Algún comentario del analista, si es necesario

G. GUIA DE RECOMENDACIONES

- Nombre del proyecto
- Material expuesto
- Fecha, lugar
- Nombre del observador
- Nombre del animador
- Objetivos del material expuesto
- Descripción del grupo

JB

- Del guión del material expuesto, sacar las categorías de escenas enumeradas a modificar.
- De la guía de análisis sacar la información para los siguientes elementos:

  a. Video: escenas, elementos, (color, fondo, individuales...)

  b. Audio: locución (voz de locutor, términos, sincronismo) musicalización, efectos

  c. Tono: actuación, credibilidad

  d. Manera: placentera, agresiva, duración, conjunto de colorido

- Niveles de requerimientos de cambios

  a. Tolerable
  b. Necesarios
  c. Indispensables

H. FORMATO PARA INFORME FINAL

- Decidir quien va a redactar informe final
- Resumen ejecutivo
- Antecedentes de la investigación
- Objetivos de la investigación
- Objetivos del material a evaluarse
- Metodología
- Diseños de los grupos focales
- Resumen de audiencia meta en los grupos focales
- Realizar síntesis global del debate de los grupos
- Resultados
- Ubicación de las observaciones y conclusiones
- Anexos

  a. Guías usadas

  b. Copia de transcripciones de cassettes

V. CONSIDERACIONES IMPORTANTES DESPUES DE REALIZAR EL GRUPO FOCAL

A. DISCUSION

NO HACER CONCLUSIONES PREMATURAS

Reorganización de la guía del grupo focal

- Hace falta suprimir algunos temas poco productivos? Pueden abordarse otros temas de forma diferente a fin de obtener respuestas más ricas y significativas? Hace falta añadir temas nuevos? Debería modificarse el flujo del debate?, etc.

Clasificación de los participantes

- Sería necesario cambiar o hacer preguntas más estrictas para la selección de los participantes? Por ejemplo, al escuchar a un grupo integrado por usuarios de un producto, uno puede darse cuenta de que sólo los participantes que lo han utilizado durante seis meses o más, o que lo utilizan frecuentemente, estaban verdaderamente calificados para el debate.

Anular o programar grupos complementarios

- Es necesario anular los grupos previstos u organizar grupos adicionales? Por ejemplo, hay casos en los que uno se da cuenta de que el grupo ha estado mal definido, que el material utilizado no responde a los objetivos (rechazado) o que está insuficientemente elaborado (por ejemplo), demasiado abstracto.

B. EVALUACION DE LOS ELEMENTOS DE GRUPO FOCALES

	SI	NO
Estaban calificados los participantes? Cumplían con los requisitos de edad, sexo, dimensión de la familia, estado socioeconómico, uso del producto y requisitos necesarios para los objetivos de la investigación?	( )	( )
Era lógica la composición del grupo? Eran los participantes suficientemente análogos en cuanto a características de importancia para un debate eficaz en grupo y, para obtener resultados no velados por importantes diferencias en las variables de los participantes?	( )	( )
Fue correcta la dimensión del grupo? Fue natural y cómodo para los miembros del grupo; no tan casual que produjera falta de control y no tan formal que inhibiera la espontaneidad y la expresión libre de los sentimientos?	( )	( )
Fue buena la asignación de asientos? Parecía natural para los participantes y fomentaba la interacción en el grupo?	( )	( )
Pudo trabajar el grupo tranquilamente sin ser perturbado por el exterior?(por ejemplo, interrupciones y observadores)	( )	( )
Fue adecuada la duración? Fue demasiado larga para obtener información específica que estudiar y n tan larga que aburriera y fatigara a los miembros del grupo que comenzaron a intelectualizar excesivamente.	( )	( )
Fue completo el contenido de la guía de temas? Se cumplieron todas las necesidades de información y los objetivos?	( )	( )
Fue apropiado el contenido de la guía de temas? Fueron todas las áreas temáticas tratadas pertinentemente para concentrar el debate en los objetivos de estudioso, o desviaron algunas preguntas el debate de dichos objetivos? Fueron preguntas que podían contestar los miembros del grupo?	( )	( )

51

- Es sensitivo al nivel de apertura del grupo _____

- Se mezcla bien con el grupo pero no controla _____

- Improvisa cuando es necesario _____

- Es flexible en el análisis de nuevas ideas _____

- Discute, no interroga _____

- Transmite gestos y expresiones faciales neutros _____

TOTAL _____

C. FORMA EN QUE EL ANIMADOR SE OCUPA DE LAS INFLUENCIAS DEL GRUPO

- Disuade a los miembros que hablan al mismo tiempo _____

- Conserva la espontaneidad de grupo _____

- Detiene la conversación que se aparta del tema _____

- Disuade la intelectualización por los participantes _____

- Permite diferencias individuales de opinión _____

- Hace participar en el debate a los miembros del grupo tímidos o que no hablan mucho _____

- Controla a los miembros del grupo dominantes que perturban _____

TOTAL _____

Etapa II: Conjunto del debate en grupo

- Ha pasado de lo general a lo específico	( )	( )
- No ha descubierto prematuramente las cuestiones claves	( )	( )
- Ha obtenido profundidad de respuesta a las cuestiones clave	( )	( )
- Ha obtenido los verdaderos sentimientos de los participantes acerca de los temas	( )	( )
- Ha sabido repasar bien la información	( )	( )
- Ha vinculado la información en un tono coherente	( )	( )
- Ha mostrado una actitud facilitadora apropiada	( )	( )

Etapa III: Clausura del grupo

- Ha identificado los temas principales	( )	( )
- Ha resumido las ideas principales	( )	( )
- Ha mostrado al fuerza de las actitudes	( )	( )
- Ha consolidado los sentimientos del grupo sobre ciertas cuestiones	( )	( )
- Ha identificado las diferencias de opiniones individuales	( )	( )
- Ha recopilado <u>todos</u> los comentarios de los participantes	( )	( )

Etapa IV: Cuestiones después de la evaluacion del grupo

- Se necesita una cantidad sustancial de análisis posterior para separar los verdaderos sentimientos del grupo de los expresados a demanda del moderador	( )	( )
- Se realizó este grupo de forma que permitiera una evaluación a través de toda una serie de grupos u oscurecerán las diferencias la evaluación?	( )	( )

53

VI. PROBLEMAS QUE OCURREN EN LOS GRUPOS FOCALES

SESION EN GRUPO CONFORME A LA MAYORIA

- Expresan acuerdo con la opinión de la mayoría. El grupo expresa respuestas verbales que siguen lo que han dicho los demás participantes y que no expresan sus verdaderos sentimientos individuales. Es difícil determinar si los participantes están conformando sus ideas a las de la mayoría o si existe un verdadero consenso. Los "grupos generales" son difíciles de verificar.

Estrategia:

- Subrayar la libertad de los participantes para expresar desacuerdo y demostrar respeto por las opiniones divergentes en el grupo. Que se den cuenta de sus opiniones en relación con una cuestión es clave importante. Al principio de la cuestión, puede pedirse que anote cada uno su opinión en un papel. Obliga al miembro del grupo a adoptar una posición de la que se desviará poco por influencia de otros en el grupo.

LA SESION EN GRUPO ABURRIDA

- Una falta general de entusiasmo y participación a nivel de todo el grupo. Los participantes pueden haber sido obligados a formar parte del grupo o se muestran sospechosos del proceso de grupo. Puede ser demasiado grande el grupo, lo que hace difícil la interacción. Puede estar demasiado organizado y ser inflexible, lo que impide la espontaneidad o, puede estar organizado demasiado libremente, lo que deja al descubierto a los participantes. El [illegible]o del moderador, puede ser demasiado formal, casual, [illegible]alta de tiempo para reflexionar o, por el contrario, demasiado tiempo (lento). lo que crea aburrimiento entre los miembros del grupo.

Estrategia

- Organizar el grupo de forma realista y atenta. Seleccionar un moderador competente que tenga experiencia.

EL PARTICIPANTE DOMINADOR

- Trata de dominar al grupo: inicia las conversaciones, defiende su postura, busca influencia entre otros o ha de tener la última palabra.

Estrategia I

- Evite contacto ocular o gire el cuerpo apartándolo del participante. Llame a otros miembros del grupo por su nombre. Diga al miembro dominante, con tacto, que sus ideas son muy interesantes pero que quisiera tener las ideas también de otros miembros del grupo.

Estrategia II

- Puede ser necesario pedir a un participante dominante que salga del grupo. "Debido a que usted conoce tanto sobre el tema, nos gustaría que completase un cuestionario más detallado sobre la materia." Puede administrarse al miembro del grupo dominante un cuestionario de "distracción" fuera de la sala del grupo.

EL PARTICIPANTE TIMIDO

- Duda en hablar, puede mostrar timidez en general, estar preocupado por la situación del grupo, o no pensar que sus opiniones son valederas.

Estrategia

- Establezca contacto ocular para incluir al miembro tímido del grupo en el debate y demostrarle que está interesado en lo que puede aportar. Hágale una pregunta fácil, no amenazante, que promueva una respuesta directa. Si acusa demasiada timidez, prosiga el debate con otros miembros y vuelva a él más adelante.

EL PARTICIPANTE EXPERTO:

- Aún cuando no esté tratando de dirigir al grupo, otros se remitirán a él y suprimirán sus propias opiniones

Estrategia

- Determine si es un verdadero experto. Recuérdele que todos los comentarios son importantes y que se

debería permitir a los demás hacer un aporte, o pida al experto que responda sólo después que otros han expresado su opinión. También puede ayudar a comenzar las preguntas con "yo sé que Juan probablemente conoce..."

EL PARTICIPANTE PSEUDO EXPERTO

- Pida a otros miembros del grupo que comenten sobre sus respuestas. "Qué opinan de lo que dijo Orlando?"

EL PARTICIPANTE HABLADOR

- Habla sin descanso, sin objetivo ni finalidad - puede ser un habladoro compulsivvo o quizas nervioso.

Estrategia

- Ser "directivo". Utilizar preguntas que requieran respuestas concretas. Dirigir al tema en cuestión. Puede ser necesario interrumpirle cortésmente. Recuerde al participante los numerosos temas que usted necesita tratar en un período de tiempo limitado. Haga esto sin ofender al participante.

- EL PARTICIPANTE QUE SE APARTA DEL TEMA

- Hace varios comentarios que no están relacionados con el tema. Puede no conocer el tema, hallarse nervioso o no saber escuchar bien.

Estrategia

- Trate de reexponer la cuestión, o exponerla con palabras diferentes. Considere volver a la cuestión más adelante.

EL PARTICIPANTE INCOMPLETO

- Proporciona respuestas parciales o incluso no respuestas, tales como "no sé". Su comportamiento se debe a falta de confianza o a una ansiedad inusitadamente alta.

Estrategia:

- Establecer una buena relación desde el principio. Presentar la cuestión en términos para una mayor precisión. Utilice técnicas de sondeo.

EL PARTICIPANTE CONFUSO

- Parece confuso o abrumado en el grupo. Lo comunica verbalmente o corporalmente.

Estrategia:

- Reconocer la situación ("usted parece confuso...") Trate de reformular la pregunta o dar un ejemplo.

EL PARTICIPANTE DEMASIADO POSITIVO

- Se muestra positivo en todas las respuestas. Quiere agradarle, decirle lo que usted desea escuchar.

Estrategia:

- Recuerde al participante lo que se le ha dicho, que usted desea escuchar ambos lados: el positivo y el negativo. ("He escuchado a la gente decir lo contrario...") O de utilizar la técnica de la tercera persona ("Y que me dice de las otras personas a las que usted conoce? En su opinión, que piensan?

EL PARTICIPANTE NEGATIVO

- Se muestra negativo en todas sus respuestas. Puede estar utilizando la entrevista para airar frustración y hostilidad, resuelto a no proporcionarle ninguna idea o información favorable.

Estrategia

- Tenga cuidado. Evite reaccionar defensivamente. Trate de apaciguar al participante reconociendo su hostilidad o negativismo ("Usted parece molesto acerca de esta situación. Esta bien tener estos sentimientos pero de eso determinar cuales son sus pensamientos realmente acerca de...") Indagar en tercera persona.

EL PARTICIPANTE HOSTIL

- Ataca al moderador personalmente

Estrategia

- Nuevamente tenga cuidado. Trate de apaciguar al participante reconociendo la situación. No reaccione defensivamente. Trate de mantener silencio por un breve período. Hágale responsable de explicar las razones para el "ataque".

EL PARTICIPANTE PERTURBADOR

Perturba el equilibrio de la conversación: puede declarar que las ideas de otro miembro del grupo son incorrectas o, que las preguntas del moderador son tontas.

Estrategia:

- Restablecer el equilibrio del debate rápidamente. Pida a otros participantes que comenten sobre la declaración del participante perturbador. (puede ser peligroso si dicha declaración ha enfadado o puesto en una situación embarazosa a alguien). Presente otro punto de vista, ("Es interesante pero, he escuchado a alguna persona decir que..." Dé la oportunidad de seleccionar uno u otro lado y continuar el debate.

EL PARTICIPANTE INTERROGADOR

- Sigue pidiendo al moderador que dé su opinión y sentimientos.

Estrategia:

- Declare que tiene poca experiencia o conocimiento sobre la materia. Si procede, reconozca la situación ("Como cualquier persona, naturalmente, tengo una opinión al respecto, pero el fin de la sesión de hoy, es determinar que piensan ustedes...") Si es necesario, ofrézcase a dar sus opiniones después de terminado el debate. Otro enfoque consiste en preguntar acerca de los pensamientos o sentimientos que condujeron a las preguntas del participante. Trate de reformular la pregunta para el grupo.

PERDIDA DE CONTROL DEL GRUPO FOCAL

He aquí algunos síntomas:

- Hacer preguntas dirigidas: las que indican que el moderador conoce ya la respuestas

- Hacer preguntas mecánicamente: hacer dos o más preguntas antes de dar a los participantes la oportunidad de responder a la primera.

- Interrumpir cuando no es necesario: cortar la palabra a un participante sin esperar su respuesta.

- Formular hipótesis: el moderador saca una deducción que no ha sido proporcionada todavía por el participante.

- Dar consejos al participante acerca de lo que debe hacer.

- Cambiar con demasiada rapidez de tema: no dar tiempo al participante para definir su reflexión sobre una cuestión antes de pasar a otro tema.

VII. BIBLIOGRAFIA

1. Manual para la Excelencia en la Investigación Mediante Grupos Focales, Mary Debus, Port/Novelli, Academy for Educational Development, 1255 23st. N.W. Washington, D.C., 1988

2. Las Técnicas de las Investigación Social, El Método del Grupo Focal, Betty Booth, AED Honduras, 1988.

3. Métodos de Grupos Focales, Manual de Estudios Antropológicos Aplicados a Salud y Nutrición, Elena Hurtado, INCAP Guatemala, 1988.

4. Técnicas de la Investigación Social, Procomsi, AED, 1983

5. Validación del Documental Sobre Métodos de Planificación Familiar, Centro Regional de Audiovisuales, Av. Las Américass 16-47, zona 13 Guatemala, 1988.

6. Investigación Cualitativa al Servicio de la Comunicación Social, WHO/PAHO, Reynaldo Pareja, AED, 1989.

7. Probando Materiales, Sharon Smith Elsayed, Development Communication Report, 1988.

*

8. El Ensayo Básico de Materiales Educativos, Procomsi, 1983.

9. Consideraciones para Probar Materiales de Comunicación Educativa, Valeri Barzetti, Center for Technology Transfer in Agriculture, AED Honduras, 1988.

10. Informe de Sesiones de Pretest para Anuncios, Aragón Asociados, Guatemala, 1990.

11. Focus Group, Informe de Resultados Data, 1990.

12. Enfermedades Diarreicas, Grupos Focales, Victoria Ward, Bruce Newman, Dataprosa, 4a. Av. 7-01, zona 10, Guatemala, 1989.

13. Pretesting in Health Communications, US Department of Health and Human Services, Public Health Services, National Institution of Health, Bethesda, Maryland 20205, 1984.

14. Manual de Investigación, Enrique Ortega, Piramide, Madrid, 1981.

15. Guidelines for the Pretesting of Pictorial Materials, and Using Groups to Pretest Materials, PATH, 1990 M Street, N.W. Suite 720, Washington, D.C. 20036.

16. Un Modelo de Sistema para la Comercialización de la Salud, Porter, Novelli Associates, 3240 Prospect St. N.W., Washington, D.C. 20007, 1982.

*
17. Communications Pretesting, J. Bertrand, Communication Laboratory, Community and Family Study Center, University of Chicago, 1978.

* Incluídos en la carpeta del taller Validación del Documental: Comunicación en el Monitoreo y Promoción de Crecimiento/CARE

ANEXO D

3

GUIA PARA LA REALIZACION DE GRUPOS FOCALES DEL VIDEO

GUIA PARA GRUPO FOCAL

NCP/SEP 90 **DOCUMENTAL MCD**

OBJETIVO DEL DOCUMENTAL

1. Introducir en las capacitaciones de supervisores (S), trabajadores (T), y promotores (P) de salud el tema de comunicación cara a cara como instrumento vital en el "Monitoreo y Promoción de Crecimiento (MPC).

2. Que los S/T/P identifiquen el MPC como una oportunidad de conocer más las costumbres, conocimientos y creencias de la comunidad; dar a la madre consejos que le sirvan y estimular su toma de decisiones.

3. Capacitar a S/T/P en seis acciones principales que deben realizar en comunicarse con una madre en sus sesiones de MPC.

Seis acciones:

- Tener contacto visual y personal
- Observar estilo de vida
- Preguntar y responder a la madre
- Compartir resultados de peso, etc.
- Escuchar y repetir
- Hacer la práctica

Guía numero:_____

Nombre del observador:

_____

_____

Nombre del animador:

_____

_____

Fecha:_____

Lugar:_____

No. participantes:_____

No. Grupo Focal:_____

Cuantos hombres?_____

Cuantas mujeres?_____

Promedio edades:_____

Procedencia grupos:

_____

Hora inicio:_____

Hora cierre:_____

Cantidad cassettes grabados:_____

Código de cassettes:

_____

_____

Ubicación cassettes:

_____

OBJETIVO DEL GRUPO FOCAL

- Practicar con los asistentes/CARE la manera de realizar un grupo focal.

- Después de exhibir el documental de MPC a los T/S/P, validar la percepción, comprensión, aceptación e interés de la información en general ofrecida en el material audiovisual.

- Identificar bloques de conceptos escéni- cos visuales y audi-tivos susceptibles de mejorarse, modificarse, sustituirse o anularse.

- Establecer el entendimiento de escenas - "sin comunicación" y "con comunicación"

- Unificar la "sicolinguística" para el audio del documental.

64

I. PROCEDIMIENTO

A. BIENVENIDA:

Buenos días, gracias por venir a esta reunión.

B. PRESENTACION DEL ANIMADOR

Soy.....

C. PRESENTACION DE ASISTENTES

D. REGLAS DE JUEGO:

Estamos aquí para recibir su importante opinión acerca de lo que verán en este televisor.

Siéntanse libres de emitir su opinión al finalizar la exhibición, en relación a lo que vieron, y escucharon. Sus comentarios son importantes. No hay comentarios buenos o malos. Todos los comentarios son útiles.

E. CALENTAMIENTO:

- Cuestiones a discutir
- Que es lo mejor para cuidar la salud de nuestros hijos?
- Que significa para ustedes "Monitoreo del Crecimiento y Desarrollo?"
- Que actividades hacen en monitoreo del Crecimiento y Desarrollo?
- Que términos serán los mejores para definir las actividades de crecimiento y desarrollo?
- Por qué las madres no cumplen con las recomendaciones que los trabajadores de salud y los promotores les dan durante la sesión de MCD?
- Que problemas enfrentan ustedes durante las sesiones de MCD?
- Que cree que se puede hacer para que la madre cumpla con las recomendaciones que se les dan?

II. EXHIBICION DE DOCUMENTAL

(Monitoreo del Crecimiento y Desarrollo)

- Muy útil todos los comentarios anteriores

- (Resumir brevemente lo que hizo concenso y las divergencias)

- Ahora vamos a ver en el televisor un borrador del documental sobre MCD.

  Las imágenes son algunos en dibujos, otras en fotos y algunos actuadas y el sonido, lo que se escucha, es el contenido que lo habla un locutor. Repito, esto es un borrador, con sus comentarios se hará el definitivo.

- Todos ven bien desde donde están?

- Pueden hacer anotaciones de sus opiniones y, después, las hablaremos con los demás compañeros del grupo.

- Alguna pregunta? (si hay, contestaré, si no, seguiré adelante)

- Veamos ahora!

EXHIBIR DOCUMENTAL

III. DISCUSION DE GENERALIDADES DE LO VISTO EN EL DOCUMENTAL DE MCD

- Bien, quien desea empezar a darnos sus comentarios? Pueden leer sus anotaciones.

- En sus propias palabras, que dice el documental?

- A quien piensa que está dirigido?

- Por qué?

- Piensa que en este documental se está indicando que se haga algo?

- Que le indica que haga?

- Habrán personas que no estarán de acuerdo con algo de lo que dicen en el documental?

- Por qué?

- Están de acuerdo?

- Por qué?
- Hay algo en este documental que puede molestar u ofender a los T/S/P?

- Que es?

- Que es lo que más le gusta del documental?

- Que es lo que menos le gusta?

- Si usted pudiera cambiar algo, que cambiaría?

- De lo que usted vio y escuchó, que es lo que se nos escapó que usted cree importante?

- Por qué cree que está dirigido a los TSP?

- Por qué cree que no está dirigido a los TSP?

- A quien más va dirigido?

- Por qué?

- Por qué no a las madres?

- Las personas que aparecen les hacen recordar a sus propios compañeros TSP?

- Por qué sí?

- Que pondrían para que se parezcan?

- La voz del locutor será la apropiada?

- Por qué sí?

- Por qué no?

- Como debería ser la voz?

- Por qué?

- Trate de hacer la voz.

- Que cambiaría en el sonido del documental para hacerlo mejor?

IV. EXHIBICION DE ESCENA MALA

- Están de acuerdo con la escena cuando ... (relatar escena mala)
- Discusión
- Les parece que veamos nuevamente la escena de...(relatar la escena "mala")
- Exhibir escena mala
- Cual fue la idea principal que entendió de esta escena
- Que le pide hacer?
- Por qué?
- Hubo algo confuso?
- Por qué?
- Cual de esta frase describe mejor esta escena?

  a. Fácil de comprender

  b. Difícil de comprender
- Por qué?
- Que cree que pensó o sintió la madre durante la sesión?
- La escena resalta fácilmente los errores cometidos por el trabajos de salud?
- Será necesario dar mas información sobre las fallas que cometió el Promotor?
- Por que?
- Que podría ayudar a mejorar la comunicación entre el Promotor y la madre en una sesión de MCD?
- Que acciones se podrían hacer para mejorar al promotor en su trabajo con las sesiones de MCD?
- Listar las que el grupo proponga.?

- Cual de estas esta vinculada al Contacto visual con la madre?

- Creen ustedes que realizando la acción de Contacto Visual se podría mejorar la comunicación entre la promotora y la madre?

- De que otra manera podríamos llamar al Contacto Visual?

- Por que?

- Podría darme un ejemplo para entenderlo plenamente?

- De la lista que hicimos cual estaría vinculado a la acción de preguntar a la madre?

- Que significa para ustedes hacer mas preguntas a la madre?

- Creen que hacer mas preguntas a la madre favorece a la comunicación que debe tener el promotor con ella.
- Que otras palabras se podría emplear para referirse a la preguntas a la madre?

- Por que?

- Me podrían dar otros ejemplos para entenderlo mejor?

- Que palabras usaría para referirse a las preguntas con la madre?

- Que significa para ustedes escuchar a la madre y repetir lo que ella ha dicho?

- Que otras serían las palabras para referirnos a escuchar a la madre y repetir lo que ella dijo?

- Por que cree que esto podría mejorar la comunicación entre la madre y el promotor?

- Que significa compartir información la madre?

- Que otras palabras podrían describir esto?

  Por que?

- Podría darme un ejemplo para comprenderlo mejor?

69

Como mejora esto la comunicación entre el promotor y la madre?

- Para ustedes que significa dar estimulo y apoyo a la madre?

- Que palabras podríamos utilizar para referirnos mejor a esta acción?

- Por que?

En esto que realmente mejora la comunicación entre la madre y el promotor?

- Que beneficios trae observar a la madre?

- Como mejora esto la comunicación con la madre y el promotor?

- Que otras palabras se podrían usar para referirnos a la observación de la madre por el promotor?
- Por que?

- Quien quiere resumir las escenas donde aparecen las acciones que el promotor debe hacer en una sesión de MCD con la madre.

- Que harían ustedes para mejorar la situación que hemos visto?

V. EXHIBICION DE ESCENA BUENA

- Que escenas recuerdan haber visto en el documental MCD en las que aparezcan las acciones que mejoran la comunicación con la madre?

- Por que?

- Veamos nuevamente la escena que ustedes recuerdan y algunas mas?

- Exhibir escena de Rosa y Teresa donde usan las acciones que el grupo a discutido. (La que tiene acciones apropiadas)

- Creen que los PTS de otros países que vieran este documental identificarían las acciones de comunicación con la madre y las aceptarían?

- Recuerdan las acciones que hizo la promotora?
- Donde?
- Como era la escena?
- Que hacia la madre mientras el promotor hablaba?
- Que hacia el promotor mientras la madre hablaba?

VI. RESUMIENDO

- Hay alguna idea de como se podría mejorar el documental en el audio o en el video?
- Que ideas?
- Como se haría?
- Y que se diría?
- Alguien quiere agregar algo mas antes de finalizar nuestra reunión?

VII. DESPEDIDA Y CIERRE DE GRUPO FOCAL

- Muchas gracias por su colaboración, la participación de todos ustedes ha sido útil con sus opiniones y serán tomadas en cuenta para realizar la versión final.
- Que tengan muy buenos días y gracias nuevamente hasta la próxima!!!!!.

ANEXO D

 # 4

GUION DEL VIDEO

CENTRO REGIONAL DE AUDIOVISUALES
CREA, S.A.

FECHA: SEPTIEMBRE 6, 1990

CLIENTE: ACADEMY FOR EDUCATIONAL DEVELOPMENT / NUTRITION COMMUNICATION PROJECT

PROYECTO: VIDEO DE ADIESTRAMIENTO SOBRE ACCIONES DE COMUNICACION EN PROGRAMAS DE MONITOREO Y PROMOCION DE CRECIMIENTO EN AMERICA LATINA Y EL CARIBE

FORMATO: BETACAM

DURACION: 20-25 MINUTOS

1. INTRODUCCION (2 MINUTOS)

VIDEO	AUDIO
	(Música Boliviana)
P1- Amanece en una aldea de Bolivia.	
P2- El sol comienza a aparecer detrás de una humilde casa.	
	LOCUTOR OFF:
P3- Una promotora camina hacia la aldea,.es una indígena de Bolivia.	ANGELINA HACE TODOS LOS DIAS EL CAMINO HACIA LAS CARRERAS, UN PEQUEÑO PUEBLO SITUADO EN EL SUR DE BOLIVIA.
P4- La mujer sigue caminando.	ES UNA MUJER QUE HA DECIDIDO
P5- Angelina llega a la aldea.	AYUDAR A SU COMUNIDAD EN ALGO
P6- Se acerca al mercado, hay varios niños en las calles.	TAN IMPORTANTE COMO ES LA SALUD DE LOS NIÑOS.
P7- Saluda a varias personas.	POR ESO, ESTA CONTENTA CON SU
P8- Detalles de gente comprando cosas; algunas miran a Angelina y sonríen	TRABAJO DE PROMOTORA DE SALUD.
	LA GENTE DEL PUEBLO LO SABE,
P9- Angelina continua caminando y se acerca hacia una casa.	CONOCE EL ESFUERZO QUE ELLA REALIZA PARA EL BIEN DE TODOS, LA QUIEREN Y LA RESPETAN.

VIDEO	AUDIO
P10- La promotora llega a la casa.	ES UNA MUJER QUE SABE MUCHO SOBRE LOS CUIDADOS QUE UNA MADRE DEBE DARLE A SU HIJO.
P11- Es recibida por una madre.	
	(Música activa)
P12- Diferentes planos que nos muestran la gran variedad de trabajo que hacen los supervisores y promotores de salud en Bolivia, República Dominicana y Guatemala.	COMO ELLA, HAY OTRAS PERSONAS EN TODA AMERICA LATINA Y EL CARIBE QUE, CON SU TRABAJO, ESTAN CONTRIBUYENDO A MEJORAR LA SALUD DE SUS COMUNIDADES.
	SON PERSONAS CAPACITADAS EN DIFERENTES AREAS DE LA SALUD DE LA MADRE Y EL NIÑO, COMO:
P13- Toma de vacunación, tratamiento de diarrea, lactancia materna y monitoreo y promoción del crecimiento.	VACUNACION, TRATAMIENTO DE DIARREA, LACTANCIA MATERNA, Y MONITOREO Y PROMOCION DEL CRECIMIENTO.

VIDEO	AUDIO

2. PROGRAMAS DE MONITOREO Y PROMOCION DE CRECIMIENTO

(Música)

P1- Diferentes planos en los tres países: Bolivia, República Dominicana y Guatemala, que nos muestran estilos de vida diferentes.

P2- Diferentes programas de monitoreo y promoción de crecimiento del niño en distintos países.

Ej. Promotora pesando al niño en una casa de República Dominicana.

Supervisor trabajando con un promotor en una reunión comunitaria de Bolivia'

PROMOTOR 1 ON:

P3- Testimonial de Promotor 1

"EL MONITOREO Y PROMOCION DEL CRECIMIENTO ES MUY UTIL PARA AVERIGUAR CUALES SON LOS NIÑOS QUE ESTAN EN RIESGO DE DESNUTRICION".

PROMOTOR 2 ON:

P4- Testimonial de Promotor 2

"PESAR A UN NIÑO REGULARMENTE ME DA INFORMACION IMPORTANTE, COMO POR EJEMPLO, LAS VACUNAS QUE LE FALTAN..."

PROMOTOR 3 ON:

P5- Testimonial de Promotor 3

"EL MONITOREO SIRVE PARA SABER SI UN NIÑO ESTA DESARROLLANDOSE COMO DEBE".

VIDEO	AUDIO
	LOCUTOR OFF:
P6- Un adolescente jugando con un niño menor y dándole de comer	EL MONITOREO Y PROMOCION DEL CRECIMIENTO ES, TAMBIEN, UNA OPORTUNIDAD PARA QUE EL PROMOTOR PUEDA AYUDAR A UNA COMUNIDAD A MEJORAR LAS PRACTICAS ALIMENTICIAS DE LOS NIÑOS.
P7- Un niño de 3 años sentado en el suelo llevándose cosas a la boca.	
P8- Una mujer y un hombre comprando comida en un mercado.	
P9- Una hortaliza en jardín de una casa, con verduras/tomates.	
- Cartel de "APRENDER" "COMPARTIR" "ESTIMULAR"	A TRAVES DEL MONITOREO Y PROMOCION DEL CRECIMIENTO, EL PROMOTOR TIENE LA OPORTUNIDAD DE APRENDER LAS COSTUMBRES, CONOCIMIENTOS Y CREENCIAS DE LA COMUNIDAD.
P10- Imagen de un niño desnutrido.	PUEDE COMPARTIR CON LA MADRE ALGUNOS CONSEJOS QUE LE SIRVAN Y ESTIMULAR SU TOMA DE DECISIONES.
P11- Un promotor ayuda a la madre a darle de comer; el niño se ve mejor.	

VIDEO	AUDIO

3. COMUNICACION PROMOTOR - MADRE

(Música)

P1- Distintas escenas de la vida en familia, tanto en la República Dominicana, como en Bolivia, por ejemplo:

- Niños y mujeres buscando agua,
- Preparando fuego para cocinar,
- Recogiendo leña,
- Cubriendo la comida para que no entren moscas,
- El padre repartiendo la comida,
- Mujer lavando platos en la pila,
- Un niño comiéndose una tortilla.

LOCUTOR OFF:

PIENSA EN TU COMUNIDAD.

¿QUE DEBERIAS SABER PARA ESTAR PREPARADO A OFRECER SOLUCIONES REALISTAS Y DAR RECOMENDACIONES PRACTICAS Y ADECUADAS A LAS MADRES?

(Música)

LOCUTOR OFF:

P2- Mujeres en Potosí, Bolivia, entrando a una reunión hecha por CARE. La promotora (moderadora de la discusión), las saluda amablemente. Todos se sientan en círculo para una discusión.

HAY DIFERENTES METODOS, FACILES Y DE BAJO COSTO, QUE UN PROMOTOR PUEDE USAR PARA ENTENDER EL POR QUE DEL COMPORTAMIENTO DE LAS FAMILIAS EN UNA COMUNIDAD DETERMINADA.

P3- Escenas del grupo de madres

P4- Promotora hablando con las madres sobre los alimentos.

P5- Madres hablando con promotora.

POR EJEMPLO AQUI, UNA PROMOTORA DE SALUD DISCUTE LA ALIMENTACION DE LOS NIÑOS CON UN GRUPO DE MADRES. ELLA INTENTA IDENTIFICAR CUALES SON LOS ALIMENTOS DISPONIBLES EN SUS CASAS.

(Sonido ambiente)

PROMOTORA ON:

P6- PP de promotora hablando

¿HAY ALGUN ALIMENTO QUE TU COMES EN TU CASA Y NO TE GUSTA DARSELO A TU NIÑO?

VIDEO	AUDIO
P7- Se ve a la madre contestando pero no se escucha su respuesta.	LOCUTOR OFF LA PROMOTORA QUIERE ENTENDER LA RAZON POR LA CUAL, LAS MADRES, NO DAN A SUS HIJOS ALGUNOS ALIMENTOS QUE PODRIAN SER BUENOS PARA ELLOS. (Sonido ambiente)
P8- PP de promotora preguntando	PROMOTORA ON: ¿Y POR QUE NO LE DAS ESTE ALIMENTO A LOS NIÑOS PEQUEÑOS? (Fade out de respuesta)
P9- Se ve que la madre responde, pero no se escucha su respuesta.	LOCUTOR OFF LA PROMOTORA PUEDE UTILIZAR ESTA INFORMACION, SIEMPRE QUE HABLE CON UNA MADRE, PARA SUGERIRLE CAMBIOS REALISTAS QUE MEJOREN LA ALIMENTACION DE SU HIJO.
P10- La escena continua (Fade a negro)	(Música)
P11- Diferentes escenas de promotores recibiendo entranamiento en MPC y Nutrición, de parte de supervisores (haciendo role plays, leyendo manuales, observando a una madre dando de mamar)	LOCUTOR OFF A TRAVES DE UN ADIESTRAMIENTO CONTINUO, LOS PROMOTORES DE SALUD ADQUIEREN CONOCIMIENTOS Y EXPERIENCIAS SOBRE LA SALUD DE LA MADRE Y EL NIÑO. DESPUES DE CONOCER LA SITUACION DE UNA MADRE Y SABER QUIEN TOMA LAS DECISIONES EN LA CASA, EL PROMOTOR DEBE COMPARTIR CONSEJOS QUE SIRVAN A LAS MADRES, INDIVIDUALIZANDO LAS RECOMENDACIONI BASICAS SOBRE ALIMENTACION.

VIDEO	AUDIO
P11- Visita domiciliaria en República Dominicana (Secuencia formada por diferentes planos)	POR EJEMPLO, ESTA FAMILIA NO TIENE MUCHA VARIEDAD DE COMIDA EN DONDE ESCOGER, PERO COMO EL PROMOTOR SABE QUE LA CANTIDAD DE COMIDA QUE TOMAN LOS NIÑOS PEQUEÑOS ES, MUCHAS VECES, MAS IMPORTANTE QUE EL TIPO DE COMIDA QUE COMEN, COMPARTE ESTA INFORMACION CON LA MADRE.
P12- Reunión de madres en S.C.F. (Inquisivi, Bolivia)	TAMBIEN ES IMPORTANTE DAR APOYO Y ESTIMULO A LA MADRE PARA QUE SE SIENTA CAPAZ DE HACER LOS CAMBIOS NECESARIOS.
P13- Promotor felicitando a una madre que llega con su hijo en la espalda.	POR EJEMPLO, UN PROMOTOR DEBE SIEMPRE FELICITAR A UNA MADRE POR PARTICIPAR EN UNA REUNION DE PESO Y NUNCA REGAÑARLA POR ALGO MALO QUE HAYA HECHO.
P14- Se ve a otras madres que están en el grupo.	LAS PROPIAS MADRES PUEDEN AYUDARSE UNAS A OTRAS, SEGUN SUS EXPERIENCIAS, PARA QUE CADA UNA SIENTA MAS CONFIANZA Y MEJORE POCO A POCO LA ALIMENTACION DE SU HIJO.

VIDEO	AUDIO
	PRESENTADOR ON:
P15- Presentador hablando a cámara, frente a Centro de Salud.	PRESTA MUCHA ATENCION A LO QUE VAMOS A VER A CONTINUACION. VISITAREMOS UNA SESION DE PROMOCION DE CRECIMIENTO.

VIDEO

AUDIO

4. ESCENA SIN COMUNICACION (1.5 minutos)

(Sonido ambiente)

P1- Exterior de un centro de salud.

P2- En el interior del centro hay un grupo de madres con niños que esperan en la sala. (Diferentes planos de éstos).

P3- Una madre de unos 25 años tiene en sus brazos a un niño de 7 a 9 meses.

P4- La promotora aparece en la sala de espera y dice con rapidez, y sin mirar a la madre.

PROMOTORA ON:

LUISITO RAMIREZ

P5- La madre se levanta y camina tras la promotora.

P6- Las dos mujeres entran en la sala de pesar.

P7- La madre comienza a desvetir al niño.

P8- La promotora prepara la balanza, dándole la espalda a la madre. Se acerca a ésta y toma al niño, colocándolo en la balanza; este comienza a llorar. La madre se acerca para calmarlo y evitar que se caiga. La promotora retira las manos de la madre.

PROMOTORA ON:

¡No! ¡No lo toque!

La promotora se concentra en pesar al niño rápidamente; al terminar, retira al niño de la balanza y se lo entrega a la madre.

La madre pone la ropa al niño.

P9- La promotora se sienta en la pequeña mesa que tiene como escritorio lleno de papeles, comienza a buscar entre ellos y a anotar el dato.

P10-La madre se para frente a la promotora esperando

P11-La promotora viendo todo el tiempo los papeles y apuntando mientras la madre espera.

PROMOTORA

DE ACUERDO A LA GRAFICA DE LA OMS, LA CURVA DEL NIÑO EMPEZO A PERDER PARALELIDAD CON LA CURVA DE RE-FERENCIA DESDE HACE 3 MESES. ¿ NO LE DA VERGUENZA? YO YA NO SE NI QUE DECIRLE.

¿CUANTAS VECES HA TENIDO EL NIÑO DIARREA ESTE MES?

MADRE

UNAS DOS O TRES VECES, PERO AHORA NO TIENE

PROMOTORA

SEÑORA, USTED TIENE LA CULPA DE QUE LE DE DIARREA AL NIÑO.

¡ TIENE QUE CUIDARLO!

¡ SU PESO ESTA MAL!

MADRE

PERO ES QUE YO NO SE QUE HACER PARA QUE COMA, PORQUE CADA VEZ QUE...

PROMOTORA

¡ PROBABLEMENTE NO LE ESTA DANDO SUFICIENTES ALIMENTOS. NECESITA DARLE DE COMER PORCIONES PEQUEÑAS, VARIAS VECES AL DIA.

MADRE

EL NO QUIERE COMER, YO HE TRATADO TODO, PERO NADA DE LO QUE LE DOY...

PROMOTORA

¡MM, BUENO !

DELE DE MAMAR SEGUIDO ENTRE LAS COMIDAS. LA LECHE MATERNA ES BUENA PARA ÉL. ESPERO QUE TODAVIA LE ESTE DANDO DE MAMAR.

P12-La promotora se levanta y despide a la madre, esta sale desanimada.

VENGA EL MES ENTRANTE A PESAR AL NIÑO OTRA VEZ.

¿ ME HA OIDO ?

SU HIJO NO SE VE BIEN.

(Funde a negro)

5. CONCLUSION DE ESCENA "SIN COMUNICACION".

VIDEO	AUDIO
	LOCUTOR ON:
P13- El presentador está delante del Centro de Salud donde se ha desarrollado la escena.	PONGAMONOS EN EL PAPEL DE LA MADRE; EN LO QUE PENSO Y SINTIO:
P14- Mientras el presentador sigue hablando, se ve nuevamente la escena que acabamos de ver, en un momento en que estaban las dos reunidas, obviamente la madre está incómoda.	LOCUTOR OFF: ¿HIZO LA PROMOTORA SENTIRSE COMODA Y CON CONFIANZA A LA MADRE? DESPUES DE VISITAR A ESTA PROMOTORA, ¿DECIDIRIA LA MADRE CAMBIAR DE HABITOS ALIMENTICIOS Y, POR LO TANTO, MEJORARA EL CRECIMIENTO Y LA SALUD DE ESTE NIÑO?
	LOCUTOR ON:
P15- PP del presentador hablando a cámara	¿QUE CREES TU?
(Funde a negro)	

VIDEO

AUDIO

6 ACCIONES DE COMUNICACION

P1- Una madre de Santo Domindo (Salud Pública) está en su casa, vistiendo a su niño de más o menos 1 año de edad.

(Música de República Dominicana)

LOCUTOR OFF:

EL EXITO DEL MONITOREO Y PROMOCION DE CRECIMIENTO DEPENDE DE UNA BUENA COMUNICACION ENTRE EL PROMOTOR Y LA MADRE.

P2- La madre sale de su casa.

PARA LOGRARLA, EL PROMOTOR PUEDE REALIZAR ALGUNAS ACCIONES QUE LE AYUDARAN A ACERCARSE MAS A LAS MADRES, YA SEA EN UN CENTRO DE SALUD, EN UNA VISITA DOMICILIARIA, O BIEN EN UNA REUNION COMUNITARIA.

P3- La madre llega al Centro de Salud; allí hay otras madres y distintos niños de varias edades.

P4- La madre saluda a otras madres antes de iniciar la reunión.

TE INVITAMOS A VISITAR CON NOSOTROS, ALGUNOS PROGRAMAS DE MONITOREO Y PROMOCION DE CRECIMIENTO EN DIFERENTES PAISES, Y A VER SEIS DE ESTAS ACCIONES, UNA POR UNA.

65

VIDEO	AUDIO

7. ACCION 1

	LOCUTOR OFF:
P1- La mujer que vimos antes entra en la sala de peso con el bebé; el promotor saluda cordialmente a la madre, mirándole a los ojos. Cartel: "TENER CONTACTO VISUAL Y PERSONAL"	LA PRIMERA ACCION ES: TENER CONTACTO VISUAL Y PERSONAL CON LA MADRE.
	(Sonido ambiente)
	PROMOTOR ON:
P2- Saludo de ambos	BUENOS DIAS, TELMA, GRACIAS POR HABER VENIDO.
	MADRE ON:
	BUENOS DIAS.
	PROMOTOR ON:
P3- Se ve que ambos siguen conversando, estableciendo contacto visual y personal	PASE ADELANTE. ¿COMO HAN ESTADO TODOS POR SU CASA? A VER, VAMOS A PESAR A FELIPE. (Fade out del audio natural)
	LOCUTOR OFF:
P4- Continuan hablando, mientras colocan al niño para pesarlo.	PARA LOGRAR UNA BUENA COMUNICACION, ES DE GRAN AYUDA QUE EL PROMOTOR MIRE A LOS OJOS Y OBSERVE A LA MADRE, PARA QUE ELLA SEPA QUE LE ESTA PONIENDO ATENCION, QUE TIENE INTERES Y RESPETO HACIA SU PERSONA. PARA UNA MEJOR COMUNICACION, HAY QUE TENER CONTACTO VISUAL Y PERSONAL.

VIDEO	AUDIO
	8. FORMA 2
	(Música de República Dominicana)
P1- En el interior de una casa en la República Dominicana, está acabando de dar de mamar a su bebé de no más de 4 meses. El bebé no se encuentra totalmente bien. La madre lo mira.	
P2- Una promotora llega a la casa, se le ve acercándose. La promotora entra, las dos se saludan.	
	LOCUTOR OFF:
Cartel de "PREGUNTAR Y RESPONDER"	LA SEGUNDA ACCION ES: PREGUNTAR Y RESPONDER A LA MADRE.
P3- La promotora y la madre se dirigen al lugar donde colocarán la balanza para pesar al bebé. Se observa cómo es la casa y el ambiente donde se desarrolla la escena.	A TRAVES DE PREGUNTAS, EL PROMOTOR PUEDE APRENDER MUCHO SOBRE LAS COSTUMBRES DE LA FAMILIA, SOBRE LOS RECURSOS QUE TIENE, Y LA FORMA EN QUE LA MADRE CUIDA AL NIÑO.
	UN TIPO DE PREGUNTA ES LA PREGUNTA ABIERTA, QUE INVITA A LA MADRE A COMPARTIR INFORMACION GENERAL CON LA PROMOTORA.
	(Sonido ambiente)
	PROMOTORA ON:
P4- La promotora saca la balanza y mira a la madre, quien tiene a su niño en los brazos. (El niño no se ve demasiado sano)	DIME, BELINDA. ¿COMO VA LA ALIMENTACION DE CARLITOS?
	MADRE ON:
	PUES, EL MAMA BIEN, Y A VECES LE DOY UNOS TRAGUITOS DE OTROS LIQUIDOS.

VIDEO	AUDIO
P5- Ambas siguen conversando	LOCUTOR OFF: ESTA PREGUNTA AYUDO A LA PROMOTORA A DARSE CUENTA QUE HABIA ALGO QUE LA MADRE DEBIA CAMBIAR. OTRO TIPO DE PREGUNTA ES LA PREGUNTA CERRADA, QUE SE HACE CUANDO SE QUIEREN SABER COSAS MAS CONCRETAS Y ESPECIFICAS Y NO UN INFORMACION GENERAL.
P6- Después de pesar al bebé, la madre comienza a vestirlo, mientras la promotora la ayuda. Las dos hablan.	PROMOTORA ON: ¿PUEDES DARME EJEMPLOS DE LOS LIQUIDOS QUE CARLITOS ACOSTUMBRA TOMAR, BELINDA? (Fade out del sonido)
P7- Podemos ver que las dos continuan interviniendo con preguntas y respuestas.	LOCUTOR OFF: LA PROMOTORA SEGUIRA HACIENDO PREGUNTAS, HASTA ENCONTRAR LA POSIBLE CAUSA DEL PROBLEMA Y ACONSEJARLE UNA BUENA SOLUCION.
P8- La promotora y la madre están sentadas, la madre tiene en sus brazos a su hijo. La madre responde a la pregunta, pero no se oye su voz.	ES IMPORTANTE TAMBIEN QUE EL PROMOTOR INVITE A LA MADRE A PREGUNTAR. PROMOTORA ON: ¿TIENE ALGUNA DUDA? PREGUNTEME LO QUE QUIERA. LOCUTOR OFF: LA PROMOTORA DEBE RESPONDER A LA MADRE EN FORMA CLARA, Y CON SU MISMO LENGUAJE.

VIDEO	AUDIO
Continua la escena anterior	LOCUTOR OFF: PARA UNA MEJOR COMUNICACION, HAY QUE PREGUNTAR Y RESPONDER A LA MADRE.

VIDEO	AUDIO

9. FORMA 3

(Música de Bolivia)

P1- En el interior de una casa en Bolivia está una madre con sus cuatro hijos.

Entra la promotora; cartel de "OBSERVAR"

LOCUTOR OFF:

LA TERCERA ACCION ES:

OBSERVAR.

P2- Diferentes planos del interior de la casa que nos muestran el estilo de vida de esa familia.

CUANTA MAS SEA LA INFORMACION QUE SE TENGA SOBRE LA FORMA DE VIDA Y COSTUMBRES DE CADA FAMILIA, MEJOR SERA LA COMUNICACION.

P3- La madre y la promotora entran a la cocina.

P4- Madre hablando con uno de sus hijos. El más pequeño, que todavía está en edad de mamar, está cerca. (Más o menos 1 año)

P5- Madre da de comer a un niño de más o menos un año.

P6- Madre limpiando al niño

P7- Promotora y madre hablando

POR EJEMPLO, ES IMPORTANTE OBSERVAR QUE USAN LAS MADRES EN CASA PARA COCINAR; COMO DAN DE MAMAR A SU HIJO, COMO PREPARAN LOS ALIMENTOS DE DESTETE; COMO SE LOS DAN AL NIÑO Y COMO GUARDAN LA COMIDA.

TODO ESTO AYUDARA AL PROMOTOR A SABER QUE CONSEJO PUEDE DAR A LAS MADRES PARA LOGRAR CAMBIOS POSITIVOS.

PARA UNA MEJOR COMUNICACION, HAY QUE OBSERVAR EL ESTILO DE VIDA.

VIDEO	AUDIO

10. FORMA 4

(Música)

P1- En una reunión comunitaria de Fudeco en la República Dominicana, una promotora trabaja con madres voluntarias, pesando a niños (Diferentes planos que nos muestran cómo se desarrolla la sesión).

Cartel de "COMPARTIR RESULTADOS"

LOCUTOR OFF:

LA CUARTA ACCION ES:

COMPARTIR RESULTADOS.

EN ESTA REUNION COMUNITARIA, ALGUNAS MADRES VOLUNTARIAS PESAN A TODOS LOS NIÑOS. AL TERMINAR, LOS PROMOTORES Y LAS MADRES COMPARTEN LOS RESULTADOS DE LA SESION DE PESO.

(Sonido ambiente)

PROMOTORA:

P2- Una madre retira de la balanza a su niña de más o menos cinco meses, mientras la promotra mira y habla a la madre.

¡MUY BIEN! ¡GANO UN KILO!

MADRE ON:

SI, SE PUEDE NOTAR QUE GANO PESO. AHORA TIENE SU CARA MAS GORDITA.

LOCUTOR OFF:

P3- La madre viste a la aniña con la ayuda de la promotora, se ve una buena comunicación entre ambas. Otras madres observan.

EL CONOCER BIEN EL PESO DE SU HIJO, PUEDE SERVIRLE DE ESTIMULO A UNA MADRE PARA CONTINUAR PESANDOLO. PUEDE COMPARAR EL RESULTADO CON EL PESO ANTERIOR, Y DARSE CUENTA SI LOS CAMBIOS

VIDEO	AUDIO
Continua escena anterior	QUE HA HECHO AYUDARON A QUE SU HIJO AUMENTE DE PESO, O SI TIENE QUE BUSCAR OTRAS OPCIONES. PARA UNA MEJOR COMUNICACION, HAY QUE COMPARTIR RESULTADOS.
(Funde a negro)	

VIDEO	AUDIO
	11. FORMA 5
	(Música)
P1- Promotora de la República Dominicana (Caritas) hace una demostracion de comidas ante un grupo de madres.	LOCUTOR OFF:
Cartel de "HACER PRACTICAS"	LA QUINTA ACCION ES:
	HACER PRACTICAS.
P2- Desarrollo de la sesión en la República Dominicana. Diferentes planos. Las madres miran y están sorprendidas de ver la cantidad de comida que un niño de 1.5 a 2 años debe comer.	SI EL PROMOTOR DE SALUD TIENE LA OPORTUNIDAD DE HACER PRACTICAS CON LAS MADRES, ESTAS PUEDEN SERVIR PARA QUE LA COMUNIDAD APRENDA COSAS NUEVAS Y LAS ADAPTE A SU REALIDAD.
	(Sonido ambiente)
	MADRE ON:
P3- Madre dando de comer un plato de arroz, frijoles y verduras a su hijo de año y medio.	¡NO LO PUEDO CREER! COME LA MITAD DE LO QUE COME SU PADRE!
	PROMOTORA ON:
	SI, MATILDE, EXACTAMENTE. PARA QUE UN NIÑO CREZCA BIEN A SU EDAD, DEBE COMER TODOS LOS DIAS LA MITAD DE LO QUE SE COME UN HOMBRE ADULTO.
	LOCUTOR OFF:
P4- PP de madre dando comida y cara feliz de su niño.	COMO TODOS SABEMOS, SE APRENDE MEJOR HACIENDO Y VIENDO, QUE SIMPLEMENTE ESCUCHANDO. PARA QUE UNA MADRE SE DE CUENTA DE LA CANTIDAD QUE DEBE COMER SU HIJO,

VIDEO	AUDIO
P5- Diferentes tomas de la madre dando de comer a su hijo.	ES IMPORTANTE DEMOSTRARSELO EN LA PRACTICA. PARA UNA MEJOR COMUNICACION, HAY QUE HACER PRACTICAS.

VIDEO	AUDIO
	12. FORMA 6
P1- Toma de establecimiento de una reunión comunitaria en Inquisivi, Bolivia. Unas madres pesan a un niño de 7 meses a 1 año de edad. El promotor habla con la madre del niño. Escucha y repite lo que ella dice.	(Música) LOCUTOR OFF: LA SEXTA ACCION ES LA DE: ESCUCHAR Y REPETIR.
Cartel de "ESCUCHAR Y REPETIR"	(Sonido ambiente) MADRE ON: EL NIÑO TUVO DIARREA Y AHORA NO LOGRO QUE COMA. PROMOTOR ON: ¡QUE PENA QUE HAYA TENIDO DIARREA Y NO TENGA APETITO! ¿Y NO COME NADA? MADRE ON: SOLO UN POCO DE CEREAL CON AZUCAR QUE LE DOY. PERO COME MUY POQUITO. PROMOTOR ON: ¡AH, PERO COME ALGO! ESO ES BUENA SEÑAL. A VER, PENSEMOS SI HAY ALGUNA OTRA COMIDA QUE USTED TENGA EN SU CASA Y CREE QUE LE PUEDA GUSTAR. LOCUTOR OFF:
P2- PP de madre con niño en su regazo.	EL PROMOTOR TIENE QUE ESCUCHAR A LA MADRE Y REPETIR LO QUE HA

VIDEO	AUDIO
	ENTENDIDO, DANDOLE A ESTA LA OPORTUNIDAD DE ACLARAR Y DE AMPLIAR LO QUE DICE.
	ESTO AYUDA A LA MADRE A BUSCAR SOLUCIONES EN LA ALIMENTACION DEL NIÑO.
	PARA UNA MEJOR COMUNICACION, HAY QUE ESCUCHAR Y REPETIR.
(Funde a negro)	

VIDEO	AUDIO

13. RESUMEN

	(Música)
P1- Resumen ágil de las actividades vistas y del trabajo de los distintos promotores.	LOCUTOR OFF:
	HEMOS VISTO QUE EL MONITOREO Y PROMOCION DE CRECIMIENTO OFRECE UNA OPORTUNIDAD PARA QUE EL PROMOTOR APRENDA LAS COSTUMBRES, CONOCIMIENTOS Y CREENCIAS DE UNA COMUNIDAD: COMPARTA CON LA MADRE CONSEJOS QUE LE SIRVAN; Y ESTIMULE A LA MADRE EN SU TOMA DE DECISIONES.
	CADA ENCUENTRO CON UNA MADRE, OFRECE AL PROMOTOR LA OPORTUNIDAD DE COMUNICARSE.
	PARA QUE ESTA COMUNICACION SEA BUENA, VIMOS SEIS ACCIONES IMPORTANTES:
P2- Rótulo: "TENER CONTACTO VISUAL Y PERSONAL" sobre imagen de promotor mirando a madre y saludándola. (Clínica Salud Pública)	- TENER CONTACTO VISUAL Y PERSONAL,
P3- Rótulo de "PREGUNTAR Y RESPONDER" sobre imagen de promotora preguntando (Casa Caritas)	- PREGUNTAR Y RESPONDER,
P4- Rótulo de "OBSERVAR" sobre imagen de madre dando de mamar y promotora observando (Casa Cáritas)	- OBSERVAR,
P5- Rótulo de "COMPARTIR RESULTADOS" sobre imagen de reunión de madres (reunión Fudeco)	- COMPARTIR RESULTADOS,
P6- Rótulo de "HACER PRACTICAS" sobre imagen de preparación de comida con mujeres (Reunión Cáritas)	- HACER PRACTICAS, Y
P7- Rótulo de "ESCUCHAR Y REPETIR" sobre plano de promotora y madre en una sesión de MPC (Reunión SCF)	- ESCUCHAR Y REPETIR.

VIDEO	AUDIO
P8- Presentador habla a cámara	PRESENTADOR ON: VEAMOS AHORA, UNA ULTIMA ESCENA, DONDE LA PROMOTORA REALIZA ESTAS ACCIONES. SEGUN TU EXPERIENCIA Y LO QUE HEMOS APRENDIDO, PIENSA EN QUE ACCIONES SON MAS IMPORTANTES Y COMO LAS PUEDES APLICAR EN TU TRABAJO.

14. ESCENA CON COMUNICACION

VIDEO	AUDIO
Notas: La siguiente escena utiliza los mismos personajes y ocurre en el mismo lugar que la escena de apertura (la Escena sin comunicación). esta vez, Rosa (la promotora de salud) utiliza formas básicas de comunicación durante su sesión de Monitoreo del Crecimiento con Teresa, la madre.	
P1- Exterior Centro de Salud	
P2- En el interior un grupo de madres y niños esperan en la sala. Las madres están ansiosas por entrar donde se pesan los niños.	
P3- Una madre de unos 25 años, que tiene en brazos un niño entre 7 y 9 meses de edad. Juegan a su alrededor dos niños entre dos y cinco años de edad.	
P4- La promotora entra en la sala de espera y se dirige a la madre.	ROSA (promotora): BUENOS DIAS, TERESA.
P5- La promotora indica a Teresa que la acompañe amablemente.	TERESA (madre): BUENOS DIAS, ROSA.
	ROSA QUE BUENO QUE VINO A PESAR A LUISITO. POR FAVOR PASE ADELANTE.
(FORMA 1: CONTACTO VISUAL Y PERSONAL)	

VIDEO	AUDIO
	¿ DIGAME, COMO HA ESTADO ?
	TERESA
	MUY BIEN, GRACIAS.
P6- Rosa y Teresa entran en la sala de pesar.	ROSA
	¿ ME LO PODRIA DESVESTIR, POR FAVOR?
P7- Teresa comienza a desvestir al niño.	TERESA
Rosa empieza a colocar la balanza sin darle la espalda a Teresa, mira a Teresa al niño.	A VER MI HIJITO TE VOY A DESVESTIR PARA QUE LA SEÑORA TE PESE.
(FORMA 2: PREGUNTA ABIERTA)	ROSA
	CUENTEME TERESA, ¿COMO HA ESTADO LUISITO DESDE LA ULTIMA VEZ QUE VINO?
P8- Teresa contesta mientras desviste al niño - viendo a ratos a Rosa y a ratos al niño. Rosa se ve preocupada.	TERESA
	YO ESTOY UN POCO PREOCUPADA PORQUE CREO QUE NO HA SUBIDO DE PESO.
	ROSA
	BUENO, ¿SABE QUE ? LO VAMOS A PESAR, SI NO HA GANADO SUFICIENTE PESO, VAMOS A HABLAR PARA VER LO QUE PASO.
P9- La madre carga al niño hasta llegar al lado de la balanza. Rosa sostiene el	ROSA
	PESA 6 KILOS Y MEDIO

190

VIDEO	AUDIO
Pañal de pesar y entre ella y la madre colocan al niño dentro de este. Juntas, ponen el pañal en el gancho de la balanza y sueltan al niño suavemente. Las dos observan la aguja de la balanza.	TERESA: GRACIAS.
P10- Con ayuda de Rosa, Teresa descuelga el pañal de la balanza con el niño dentro, y carga al niño hacia lugar donde está su ropa. Rosa retira el pañal de pesar.	ROSA SI QUIERE LO VISTE MIENTRAS YO APUNTO SU PESO, TERESA. TERESA
P11- Rosa se sienta en su pequeño escritorio y hace unas anotaciones.	SI ESTA BIEN.
P12- Teresa viste al niño.	ROSA
P13- Teresa se acerca donde está Rosa, ésta le señala una silla para que se siente. Rosa comienza a enseñarle las gráficas.	AQUI SE PUEDE SENTAR. TERESA GRACIAS.
(FORMA 4: COMPARTIR RESULTADOS) (FORMA 2: PREGUNTA ABIERTA)	ROSA VEA TERESA, DESDE LA ULTIMA VEZ QUE PESAMOS A LUISITO HA GANADO UN POCO DE PESO, Y ESO ES BUENO. PERO USTED TIENE RAZON, SU PESO NO HA AUMENTADO COMO DEBIERA. ¿DIGAME POR QUE PIENSA QUE NO HA GANADO PESO?
P14- Teresa y Rosa siguen hablando. (FORMA 6: ESCUCHAR REPETIR)	TERESA PUES NO SE. HACE UNAS SEMANAS TUVO UN POCO DE DIARREA, PERO

VIDEO

AUDIO

NO, AHORA NO TIENE.

ROSA

QUE BUENO QUE YA ESTE MEJOR. LA PROXIMA VEZ HABLAREMOS SOBRE LAS POSIBLES CAUSAS DE LA DIARREA.

AHORA, LO IMPORTANTE ES QUE LE DE COMIDA SUFICIENTE PARA QUE LUISITO CREZCA Y SE PONGA FUERTE OTRA VEZ. CUENTEME, ¿QUE HA COMIDO LUISITO ULTIMAMENTE?

(FORMA 2: PREGUNTA ABIERTA)

LOCUTOR OFF

ROSA ESCUCHA ATENTAMENTE A TERESA QUE LE CUENTA TODO LO REFERENTE A LAS COMIDAS DEL NIÑO, ESTE COME 2 VECES AL DIA. ROSA LE EXPLICA QUE EL ESTOMAGO DE LOS NIÑOS ES PEQUEÑO Y POR ESO DEBE COMER 4 VECES AL DIA, YA QUE LOS NIÑOS, COMO ESTAN CRECIENDO, TIENEN QUE COMER MUCHO.

LAS DOS DISCUTEN ACERCA DE LOS ALIMENTOS QUE HAY DISPONIBLES EN LA CASA Y SOBRE LAS COMIDAS

VIDEO	AUDIO
	QUE TERESA CREE QUE LE PODRIAN GUSTAR AL NIÑO. TERESA, CON AYUDA DE ROSA, HACE UN PLAN PARA LA ALIMENTACION DEL NIÑO.
P15- pp Teresa	TERESA BUENO ENTONCES VOY A PROBAR DARLE DE COMER 4 VECES AL DIA Y POCO A POCO VOY AÑADIENDOLE ALGUNA VERDURA COCIDA Y ACEITE CUANDO PUEDA.
P16- pp Rosa	ROSA ¡ ESO ESTA MUY BIEN, TERESA ! ¿ TIENE ALGUNA PREGUNTA ?
(FORMA 2: INVITAR A LA MADRE DAR PREGUNTAS)	TERESA PUES SI. A EL LE GUSTA MAMAR. ¿PUEDO SEGUIRLE DANDO PECHO TODAVIA?
P17- Las dos siguen sentadas hablando.	ROSA SI, TERESA. ES BUENO QUE SIGA DANDOLE EL PECHO ADEMAS DE LA COMIDA QUE ACABAMOS DE PLANEAR. LA LECHE MATERNA ALIMENTA Y PROTEGE CONTRA ENFERMEDADES. TAMBIEN, LE AYUDA PONERSE FUERTE SI TIENE DIARREA. COMO ESTA DANDOLE DE MAMAR, USTED TAMBIEN
(FORMA 3: OBSERVA A LA MADRE)	

VIDEO

AUDIO

DEBE TOMAR SUFICIENTES LIQUIDOS Y DESCANSAR CUANDO PUEDA. LA VEO UN POCO CANSADA.

TERESA

BUENO, ROSA. LE VOY SEGUIR DANDO DE MAMAR Y DE COMER . . CUATRO VECES AL DIA. GRACIAS POR SUS CONSEJOS. ¿CUANDO LO VAMOS A PESAR OTRA VEZ?

ROSA

¿LE PARECE BIEN DENTRO DE 15 DIAS?.

SI CONTROLAMOS EL PESO DE LUISITO CADA CIERTO TIEMPO VAMOS A LOGRAR QUE CREZCA SANO Y FUERTE.

P18- Rosa se levanta aconpañando a Teresa a la puerta, le hace una caricia al niño y se despide.

TERESA

AY, GRACIAS POR TODO.

ROSA

GRACIAS A USTED POR VENIR. NOS VEMOS DENTRO DE 15 DIAS. ADIOS TERESA.

(Funde a negro)

ANEXO D

5

GUIA CONCEPTUAL DEL VIDEO

GUIA CONCEPTUAL
DOCUMENTAL
MONITOREO Y PROMOCION DEL CRECIMIENTO

P	CONCEPTO SECUENCIA	OBSERVACION	RECOMENDACION
	1. INTRODUCCION		
1-13	Presentando promotora que hace trabajo en LA y su relación con la comunidad.		
	2. PROGRAMA MPC		
1-11	Una actividad de los promotores. Para que sirve? Sugiere que haga más comunicación con la madre.		
	3. PROMOTOR - MADRE		
1-15	Que quiere decir aprender (constumbre) competir (info) estimular (madre). Por qué es importante?		
	4. ESCENA SIN COMUNICACION		
1-12	Promotora "sin comunicación". Para que comparen lo que ven, e identificar sentimientos de la madre.		
	5. CONCLUSION ESCENA SIN COMUNICACION		
13-15	Locutor pregunta sobre lo visto y propone pensar en los visto (ocurriria no ocurriria por falta de comunicación).		
	6. FORMAS/ACCIONES DE COMUNICACION		
1-4	Introducción al tema del video (éxito con buena comunicación).		

P	CONCEPTO SECUENCIA	OBSERVACION	RECOMENDACION
	7. ACCION 1 - CONTACTO VISUAL Y PERSONAL		
1-4	Promotor tiene contacto. Locutor pide ver los ojos de tal manera que la madre siente atención y respeto. Por qué hacerlo?		
	8. ACCION 2 - PREGUNTAR RESPONDER A LA MADRE		
1-8	Preguntar y responder a la madre. Saber como la madre cuida al niño. Tipos de preguntas. Tespuestas de la madre (son reales y comprensibles).		
	9. ACCION 3 - OBSERVAR		
1-7	Observar como prepara y atiende al niño. Ayuda el promotor a saber que consejo dar.		
	10. ACCION 4 - COMPARTIR RESULTADOS		
1-3	Compartir resultados estimula a la madre y explica por qué hacer un cambio.		
	11. ACCION 5 - HACER PRACTICAS		
1-5	Ayuda a que la comunidad aprenda cosas nuevas practicandolas. La madre podrá "asimilarlo".		

P	CONCEPTO SECUENCIA	OBSERVACION	RECOMENDACION
	12. ACCION 6 - ESCUCHAR Y REPETIR		
1-2	Da a la madre la oportunidad de aclarar y ampliar lo que dice. Ayuda a la madre a buscar soluciones.		
	13. RESUMEN		
1-8	Aprender, compartir y estimular con 6 acciones de comunicación.		
	14. ESCENA CON BUENA COMUNICACION		
1-18	Utilizar las acciones de comunicación ayuda a la madre y al promotor a mejorar sus habilidades; La madre en atender a su niño y, al promotor, a ser eficiente en sus consejos.		

PREGUNTAS ADICIONALES

1. Nombre par el documental
2. Acciones o formas?
3. Estimular, tomar decisiones
4. Promotor o promotora?
5. Tu o usted?
6. No se escuchan respuestas de madres. Es ok?
7. Queda claro lo de APRENDER, COMPARTIR, ESTIMULAR?
8. Pongámonos en la escena de la madre ... es possible?
9. Acciones de comunicación VS acciones de MPC, se confunde?

ANEXO D

6

ENCUESTA DESPUES DE LA CAPACITACION

NUTRITIONCOM PROJECT/CARE
CAPACITACION DE GRUPOS FOCALES

Documental
Comunicación en el Monitoreo y Promoción de Crecimiento

Septiembre 1990

Después de estos 2 días de trabajo, en que usted ha escuchado y practicado sobre grupos focales, nos gustaría apreciar su aprovechamiento en relación al uso del pretest para el documental de "Comunicación en el Monitoreo y Promoción de Crecimiento.".

Le agradeceremos se sirva contestar en 5 minutos, el cuestionario siguiente.

DATOS GENERALES:

A. Su especialidad es:

- Medicina	SI	NO
- Comunicación	SI	NO
- Mercadeo	SI	NO
- Educación	SI	NO
- Salubridad	SI	NO

- Otra (especifique)
  País: _____
  Nombre completo:_____
  _____

Por favor anote todas las áreas en las que usted es especialista

B. Usted trabaja en:

- Institución Pública	SI	NO
- Institución Privada	SI	NO

C. Usted trabaja en su país SI NO

1. Considera usted que el pretest de materiales son:

- Utiles	SI	NO
- Costosas	SI	NO
- Necesarias	SI	NO
- Se pueden obviar	SI	NO
- Los resultados son válidos	SI	NO

- Otro: _____

2. Considera usted que los focus groups son:

- Más útiles SI NO
- Menos costosos SI NO
- Necesarios SI NO
- Dificiles de hacer SI NO
- Los resultados difíciles de manejar SI NO
- Son inútiles SI NO
- Eficientes SI NO
- Fatigosas SI NO
- Importantes SI NO
- Recomendables SI NO
- Otro _____

3. Si dependiese de su decisión con cuantos participantes de la audiencia realizaría el grupo focal?

- 1 a 3 SI NO
- 4 a 6 SI NO
- 7 a 8 SI NO
- 9 a 12 SI NO

4. Considera que es necesario que los focus groups tengan siempre una misma audiencia?

SI NO

5. En la situación de su país, usted planficaría los focus group para:

- Elevar la demanda que está muy reducida SI NO
- Mejorar la oferta del servicio que esta deteriorada SI NO
- Comprobar que se entiende lo que se quiere decir SI NO
- Mantener la situación actual de equilibrio SI NO
- Mejorar las gráficas SI NO
- Nivelar oferta-demanda en zonas muy específicas SI NO
- Para todo material de comunicación SI NO

6. En la situación de su país, usted considera que:

- Se necesita mas bien incentivar las práctica de focus groups en materiales de comunicación SI NO

- Se necesita incentivar a los organizadores de campañas de comunicación en el focus group SI NO

- Se necesita capacitar a los encargados de proyectos de comunicación en el focus group SI NO

7. En la situación de su país,usted considera que:

- Debería utilizar más los medios masivos (radio - tv) SI NO

- Debería utilizar más las entrevistas con la madre SI NO

- Que acciones de cara a cara serían útiles para mejorar la comunicación con la madre?_____

  _____

  _____

- El documental de "Monitoreo de Crecimiento y desarrollo que vimos anoche, lo motiva? SI NO

- Con las 6 acciones de comunicación que han revisado, como creen que podrían motivar a la madre que va a pesar a su niño? SI NO

- Recuerda el nombre del promotor que hizo la escena buena en el documental? SI NO

  Como se llamaba?_____

- Debería introducirse más en la Educación Formal SI NO

8. Haciendo una escala de valores en su país, usted clasificaría en la siguiente prioridad las acciones de comunicación que deben hacerse (ponga un número del 1 al 8)

____ Neonatales ____Perinatales

____Respiratorias ____ Agudas

____Gastrointestinales ____Inmuno

____ Prevenibles ____Desnutrición

Otras_____

9. Consideraría participar en una campaña de comunicación SI NO

Cual?_____

En que componente?_____

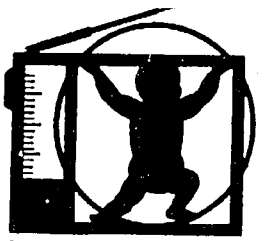
G R A C I A S ! !

Dr. José A. Romero, Senior Communication Officer, The Academy for Educational Development, 1255 23rd. St N.W., Washington, D.C. 20037 (202) 8623855

ANEXO D

 # 7

(Disponible en las Oficinas de AED)



Communication for Child Survival

HEALTHCOM

Office of Health and Office of Education • Bureau for Science & Technology • Agency for International Development

Manual para Excelencia en la Investigación Mediante Grupos Focales

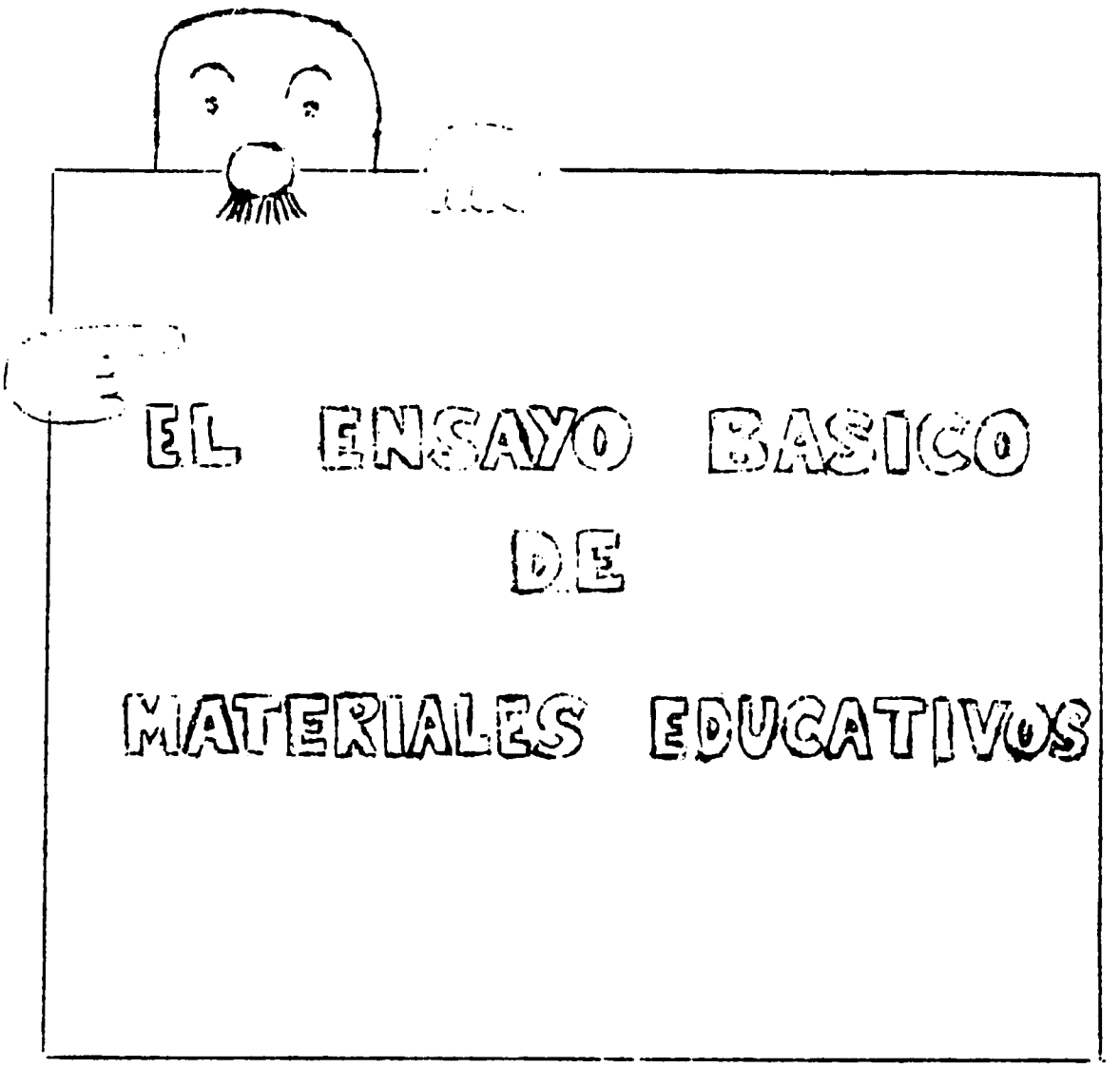
Mary Debus
Porter/Novelli

113

ANEXO D

 # 8

(Disponsible en las Oficinas de AED)



EL ENSAYO BASICO DE MATERIALES EDUCATIVOS

Guía de Trabajo Para la Validación de Materiales Educativos

Taller Validación de Materiales Educativos
PROCCMSI
Febrero - 1983
BORRADOR

ANEXO E

ANALYSES DE EVALUACION DE CAPACITACION

TALLER DEL PROYECTO DE COMUNICACION EN NUTRICION (NCP) SOBRE EL USO DE GRUPOS FOCALES PARA PRUEBAS PRELIMINARES DEL MATERIAL DIDACTICO

REACCION DE LOS PARTICIPANTES

Tras unas semanas de reflexión sobre el contenido del taller de trabajo y sus aplicaciones a los programas nacionales de CARE, se pidió a dieciséis de los participantes que llenaran una Evaluación. Incluimos a continuación un resumen de la reacción de los participantes, tal y como se lo comunicó al NCP en el cuestionario adjunto. A ellos va nuestro agradecimiento por el tiempo y la reflexión que dedicaron a evaluar la capacitación. Las recomendaciones que presentamos a continuación se basan en sus comentarios.

- **Satisfacer las expectativas de los participantes**

Los participantes (trece de dieciséis) manifestaron que el taller de trabajo respondió por completo a sus expectativas, y siete observaron que el taller les había ofrecido más de lo que esperaban, cubriendo una gama de temas más extensa de lo anticipado. Los participantes se mostraron satisfechos con dicha gama de temas y opinaron que el taller daba mucha más profundidad, y también nuevas ideas, a su comprensión algo limitada de las aplicaciones y de la metodología de grupo focales (GF). "Había leído bastante sobre .... los GFs en el campo de la investigación cualitativa y ahora puedo ver dónde se (les) puede utilizar en el programa".

Las expectativas que se mencionaron más a menudo fueron cómo dirigir las discusiones de grupo (GF), y cómo utilizar los GFs en las pruebas preliminares de los materiales. Otras expectativas eran someter a prueba la aplicación de un nuevo material de capacitación sobre la Promoción del Crecimiento (MPC) al programa CARE y realizar en la práctica la prueba preliminar con este nuevo material de capacitación. Estas expectativas respecto al taller coincidieron perfectamente con los objetivos de los planificadores. Sin embargo, no a todos los participantes se les informó por completo sobre la gama de temas y actividades del taller. En el futuro, una de las mayores prioridades de la planificación debería ser comunicar los objetivos del taller a todos los participantes antes del taller para que, desde el principio, el grupo sepa claramente lo que se va a alcanzar tanto durante como después de la capacitación.

- **El componente más útil del taller de trabajo**

Al reflexionar sobre sus responsabilidades de principio en CARE, los encuestados señalaron que los siguientes componentes eran los más útiles: **"Todo"** (siete); **"Por qué y para qué usar los GFs"** (cinco); **"Dirigir en la práctica un GF"** (cuatro). Entre otros componentes útiles los encuestados citaron **"La prueba preliminar de los materiales para los programas de CARE"**, **"Otras aplicaciones de la investigación cualitativa"**, **"La capacitación en el MPC"**, y el **"Análisis final de los datos de los GF"**. Sólo tres encuestados mencionaron un componente menos útil; además, todas las respuestas fueron diferentes, lo

cual sugiere que ninguna de las partes del contenido del taller fue inapropiada o de poca utilidad para el grupo de participantes de CARE.

- **Adiciones, supresiones, o cambios sugeridos**

Casi todos los encuestados (doce de dieciséis) recomendaron que se dedicaran de uno a tres días más a este tema del taller, puesto que dos días eran insuficientes para explorar tantos nuevos conceptos y aplicaciones. Diez encuestados opinaron que el contenido del taller daba en el blanco, pero que hubieran deseado tener más tiempo para cubrir cada subtema para explorarlos en mayor profundidad, de manera más pausada, o con más ejemplos. "Si hubiera sido menos intensivo, le hubiera dado la nota de 10 sobre 10".

No hubo regularidad en cuanto a las sugerencias para modificar el taller en el futuro; sin embargo, se pueden mencionar las siguientes:

- incluir otra GF práctica más para los participantes (llevándolos "al campo", para dirigir quizás una GF con materiales del programa, y reunirse de nuevo para discutir sobre los resultados);

- dejar más tiempo al final para analizar e interpretar los resultados del GF; y,

- enviar por adelantado el material de lectura a los participantes con el fin de que éstos estén mejor preparados para discutir sobre un tema complejo.

- **La parte más agradable del taller de trabajo**

De todos los componentes del taller, los participantes disfrutaron más del ejercicio práctico del GF (siete). También dijeron que disfrutaron de lo siguiente: **"El ejercicio de simulación del GF entre los participantes"** (cuatro), **"El intercambio general y el trabajo en grupos pequeños con los colegas de CARE"** (tres); y, **"Todo"** (tres). A ninguna parte del taller se le calificó de "menos agradable" en más de una ocasión, con la excepción de dos participantes que opinaron que no se había dedicado suficiente tiempo y atención a **analizar e interpretar los resultados** del ejercicio del GF.

- **Preferencias para los talleres futuros**

Todos los encuestados señalaron que les gustaría participar en futuras capacitaciones sobre el tema Comunicación y Nutrición. "El taller se aplicó mucho a nuestras actividades de trabajo ordinarias. ¿Más capacitación? SI." Los encuestados demostraron una amplia gama de preferencias cuando se les pidió que clasificaran, basándose en su interés personal, cinco de los temas que se habían sugerido para futuros talleres. Los resultados que se presentan a continuación ilustran la variedad de intereses entre los encuestados; mientras que a algunos temas se les eligió en primer lugar con mayor frecuencia que a otros, cada uno de ellos fue mencionado en primer lugar al menos por uno

de los encuestados. Orden #1 o 2 está dado como mayor preferencia; orden #4 o 5 está dado como menor preferencia.

- *Tema: El proceso de comunicación*

El de **mayor** preferencia para **siete** encuestados
El de **menor** preferencia para **cuatro** encuestados

En conjunto, entre los temas sugeridos en el cuestionario para capacitaciones futuras, éste pareció ser el más popular. Sólo pocas personas le dieron menos prioridad.

- *Tema: La investigación cuantitativa versus la cualitativa*

El de **mayor** preferencia para **siete** encuestados
El de **menor** preferencia para **seis** encuestados

A este tema se le adjudicó el primer lugar con la misma frecuencia que "El proceso de comunicación", pero parecía haber polaridad de intereses"; seis encuestados lo colocaron en los últimos lugares en relación con los otros temas sugeridos.

- *Tema: Las entrevistas a fondo*

El de **mayor** preferencia para **seis** encuestados
El de **menor** preferencia para **cinco** encuestados

La capacitación en esta metodología de investigación también resultó de gran interés; este tema ocupó en general el tercer lugar y algunos encuestados le adjudicaron una clasificación comparativamente baja.

- *Tema: El análisis y las aplicaciones de la investigación cualitativa*

El de **mayor** preferencia para **cinco** encuestados
El de **menor** preferencia para **seis** encuestados

Comparado con otros temas del cuestionario, este tópico ocupó el cuarto lugar en popularidad, expresándose por él un mismo nivel de interés y desinterés.

- *Tema: Temas de la comunicación en la promoción de la lactancia*

El de **mayor** preferencia para **cinco** encuestados
El de **menor** preferencia para **nueve** encuestados

En general, este tema fue el de menor preferencia en el cuestionario; nueve encuestados le adjudicaron el último lugar. Sin embargo, incluso ocupando el último lugar en cuanto al interés relativo, cinco participantes lo colocaron en primer lugar para futuras sesiones de capacitación.

- **Comentarios sobre los talleres futuros**

Los temas propuestos por los participantes para los talleres futuros variaron y fueron muy interesantes. A continuación presentamos una muestra de sus sugerencias innovadoras:

- Medios efectivos para comunicar información sobre la nutrición a las personas y/o a las comunidades.
- Desarrollo de materiales de capacitación en Nutrición.
- Metodologías y principios de la educación popular y la dinámica de grupo.
- Maneras de aumentar el efecto del programa alimentario de CARE a través de una mejor comunicación.
- Exploración más a fondo del uso de los GFs.
- Técnicas audiovisuales.

Cuando se les preguntó cuál estructura preferían para la realización de las actividades formativas de seguimiento, (nueve encuestados) mencionaron con más frecuencia el taller regional, seguido del taller nacional (cinco encuestados), de las visitas técnicas (tres), y de los tres tipos (dos).

El cuestionario fue concebido para mantener el anonimato; además, no permite que se correlacionen las preferencias para una capacitación futura con las responsabilidades de trabajo o el nivel de experiencia actuales. No hubo una regularidad notable entre los participantes dentro de ninguno de los cinco países en cuanto a sus preferencias para capacitaciones futuras (contenido o estructura). Sin embargo, los siguientes comentarios pueden resultar útiles al concebir la capacitación en un país específico, o al combinar países para eventos regionales de capacitación:

- Guatemala: Las evaluaciones demostraron un gran interés en otro taller regional, pero subrayaron la necesidad de dedicar más tiempo a la interacción entre los participantes, y al análisis/interpretación de los datos cualitativos. Ellos sugirieron dos temas originales para futuros eventos de capacitación: "Asesoramiento eficaz sobre la nutrición en las clínicas y en el hogar" y "La dinámica de pequeños grupos".

- Perú: En general, las evaluaciones fueron muy positivas y comentaban sobre la aplicabilidad de las discusiones y ejercicios del taller al trabajo de los participantes. Estos pidieron que se realizara una capacitación en el futuro, con cualquier estructura, pero expresaron preferencia por los talleres regionales. Tres miembros del personal de campo eligieron el tema de "La investigación cualitativa versus la cuantitativa" para una futura capacitación; al igual que sus colegas guatemaltecos, ellos hicieron dos sugerencias originales: "La comunicación entre el personal profesional y los miembros de la comunidad", y "Los métodos de educación en grupo".

- Honduras: El personal de campo está muy interesado en la experiencia práctica con las DDG y en capacitarse más en materia de pruebas preliminares de

los materiales didácticos para su programa. Solicitaron participar en la capacitación ya sea regional o de un país específico.

- Belice: El personal de campo está interesado en las tres estructuras para las capacitationes futuras, para que los "colegas nacionales puedan beneficiarse", y enfatizó su interés por la capacitación en el campo. En las evaluaciones de Belice no se mencionaron problemas relativos a la participación en eventos de capacitación realizados únicamente en español, pero los colegas dominicanos sí expresaron, en nombre de ellos, preocupación sobre frustraciones potenciales.

- República Dominicana: Todo el personal de campo eligió el tema "El análisis y las aplicaciones de la investigación cualitativa" como el preferido para una capacitación futura. Expresaron interés en los tres tipos de estructura para futuros eventos de capacitación.

- **Etapas siguientes**

El NCP recomienda que las preferencias y sugerencias expresadas por el personal de campo de CARE en la evaluación de este taller se utilicen como base para determinar las prioridades de capacitación específicas entre los programas de CARE interesados, dentro del amplio tema de "La comunicación sobre la nutrición". En esta próxima etapa de identificación de los temas de capacitación prioritarios, deberían considerarse los diferentes niveles de experiencia y responsabilidad del personal de CARE, para poder adaptar los futuros eventos de capacitación a un grupo homogéneo, con un contenido y unas actividades de máxima importancia para las responsabilidades diarias de quienes participan en la capacitación. Los resultados de esta evaluación sugieren que hay muchas oportunidades para proporcionar capacitación en "La comunicación sobre la nutrición", capacitación ésta de importancia inmediata para el personal de campo de CARE.

Esta evaluación demuestra que el personal de campo de CARE está ansioso por ampliar este contacto con las metodologías de comunicación probadas y valederas, tales como la investigación con los GFs. El personal aprecia la <u>experiencia práctica</u> con estas metodologías, y opina que la capacitación en comunicaciones podría ayudarlo a alcanzar los objetivos fijados por los programas sobre suplementos alimentarios de CARE en los cuales ese personal trabaja. En palabras de un supervisor de CARE, quien participó en este taller: "Necesitamos más información sobre "La comunicación y la nutrición. Esa es la <u>clave</u> para capacitar a los trabajadores de salud en nuestros programas."

País _____

Responsabilidad principal de su trabajo _____

_____

La Academia para el Desarollo Educativo solicita su amable participación en evaluar el taller sobre grupos focales para la validación de materiales audiovisuales. Despues de haber tenido unas semanas de reflexión, favor de contestar al siguiente cuestionario. La finalidad de éste es aprender lo que se debe mantener o mejorar en talleres semejantes en el futuro. Le agradecemos sus comentarios.

1. **¿Qué expectaciones tuvo para este taller antes del primer día?**

2. **¿Cómo compararía el contenido del taller con sus expectaciones?**

3. **Pensando en sus responsabilidades principales en CARE, ¿cuál parte del taller fue el más útil? ¿menos útil?**

4. **¿Sugeriría cambiar alguna parte del taller? ¿Sí/No?**

   ¿Cuál parte?

   ¿Cómo?

5. **¿Sugeriría agregar algo al taller? ¿Sí/No?**

   ¿Cómo?

6. ¿Sugeriría acortarlo? ¿Sí/No?

¿Cómo?

7. ¿Cuál parte del taller fue lo más ameno?

¿lo menos ameno?

8. ¿Tendría interés en ser participante de más capacitación relacionada al tema: "Comunicación en Nutrición"? ¿Sí/No?

9. **A continuación le damos algunas sugerencias para posibles capacitaciones en el futuro. (Por favor, pongalas en orden de preferencia, 1-5.)**

— **El proceso de comunicación: audiencia meta/ mensajes/ materiales/evaluación de la campaña...**

— **La entrevista profunda: planificación, implementación, analisis**

— **Cuándo usar investigación Cuantitativa / Cuándo usar investigación Cualitativa / Cómo combinarlas.**

— **Los datos de una investigación cualitativa: análisis y aplicación**

— **Consideraciones claves sobre la promoción de lactancia materna**

¿Tiene algunas otras sugerencias para capacitaciones en el futuro?

10. **¿En qué forma preferiría participar en una capacitación? (taller regional, taller en su país, visita técnica de corto plazo)**

11. **¿Desea compartir algo más sobre el taller?**

Muchas gracias. Vamos a usar sus comentarios para desarrollar mejores talleres en el futuro.