

PN-ABM-820
80073

**INTEGRACION DE INFORMES
DE GRUPOS FOCALES EN**

**BELICE
GUATEMALA
HONDURAS
PERU
REPUBLICA DOMINICANA**

**PARA LA VALIDACION DEL VIDEO SOBRE COMUNICACION
EN MONITOREO Y PROMOCION DEL CRECIMIENTO**

**DR. JOSE A. ROMERO
Senior Communications Officer
19 de octubre, 1990**

NUTRITION COMMUNICATION PROJECT

**The Academy for Educational Development
1255 23rd Street N.W. Washington DC 20037**

Esta actividad fue patrocinada por la Agencia para el Desarrollo 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.

TABLE OF CONTENTS

ABREVIATURAS	i
I. ANTECEDENTES	1
II. RESUMEN DE LAS ACTIVIDADES	1
A. Belice	1
B. Guatemala	2
C. Honduras	2
D. Perú	3
E. República Dominicana	3
III. MATERIAL REVISADO	4
IV. ANALISIS DE LOS GRUPOS FOCALES	4
V. RECOMENDACIONES	5
A. Recomendaciones Integradas	5
B. Comentarios a las Preguntas Adicionales	7
VII. CONCLUSIONES	10
ANEXO A Copia del Guión del Animatic	
ANEXO B Guía Conceptual del Guión del Video	
ANEXO C Informes de Grupos Focales de los Cinco Países*	
1. Belice	
2. Guatemala	
3. Honduras	
4. Perú	
5. República Dominicana	

* No incluido. Disponible en AED.

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
NCP	El Proyecto de Comunicación en Nutrición (Nutrition Communication Project)

I. ANTECEDENTES

El Proyecto de Comunicación en Nutrición (NCP) de la Academia para el Desarrollo Educativo (AED) es apoyado por la Oficina de Nutrición de la Agencia para el Desarrollo Internacional de los Estados Unidos. NCP, bajo su contrato número DAN-5113-Z-00-7031-00, está diseñando unos materiales de capacitación para fortalecer Programas del Monitoreo y Promoción del Crecimiento (MPC) en Latino América y el Caribe (LAC). Con este motivo, NCP, con la colaboración de UNICEF, está produciendo un video que presenta unas habilidades claves de la comunicación interpersonal que pueden usarse con las madres en las sesiones de MPC. La audiencia del video es personal de Salud, Supervisores y Promotores, vinculados a las actividades del MPC en los países de LAC.

Una etapa muy importante en la producción del video es la validación del "animatic", que es un borrador visual del guión preliminar. El objetivo de la validación es asegurar la comprensión y aceptación del guión por parte de la audiencia. En septiembre de 1990, NCP trabajó con CARE en los países siguientes de LAC en organizar grupos focales (GF) para la validación del animatic: Perú, Bolivia, Belice, República Dominicana, Honduras y Guatemala.

Los GFs fueron hechos por personal de CARE Internacional de cada país que había participado en un taller realizado por NCP en septiembre de 1990. El taller, descrito en más detaller en otro informe disponible a través de NCP, capacitó al personal de CARE en cómo realizar GFs para la validación de materiales educativos. En el taller, participantes hicieron práctica en GFs y en preparar las guías necesarias para su implementación y análisis.

Los GFs de cada país fueron analizados y se han dado recomendaciones en Informes Finales. Este informe presenta la integración de los materiales y documentos realizados en los cinco países. Las conclusiones presentadas aquí servirán para la revisión del guión y la producción final del video.

II. RESUMEN DE LAS ACTIVIDADES

A. Belice

Se realizaron seis GFs, entre el 27 de septiembre y el 4 de octubre, en las ciudades de Orange Walk, Corazal Town, San Felipe, Concepción, Caledonia y San José/San Pablo.

Por retrasos inevitables en el programa, los resultados de los grupos focales que se llevaron a cabo en Bolivia no se han incluido en este análisis. Por este motivo, solamente cinco países contribuyeron a las conclusiones que son presentadas.

Los participantes en los GFs fueron en total 38, entre enfermeras y promotores de salud, con un promedio de edades de 32.5 años.

Los animadores de los GFs fueron Lorraine Thompson, Brunilda Chan y Jose Chí de CARE/Belice. Los participantes durante los GFs usaron el idioma inglés, y aseguraron haber entendido el animatic del video en español.

Las condiciones en las que se desarrollaron los GFs, según indican los observadores en sus guías, fue propicio para el diálogo y la participación espontánea de los participantes.

B. Guatemala

Se realizaron dos GFs, entre el 24 y 25 de septiembre, en la ciudad de Guatemala. Los participantes en los GFs fueron en total 14, entre enfermeras y auxiliares de enfermería de los Servicios de Salud del Ministerio de Salud, con un promedio de 40 años de edad.

La animadora de los grupos fue Ileana Melendreras de CARE/Guatemala.

Las sesiones de GFs fueron realizadas en las Oficinas de CARE en el idioma español, los participantes manifestaron entender el animatic.

Las condiciones en las que se desarrollaron los GFs, según indica el observador en sus guías, fue propicio para el diálogo y la participación espontánea de los participantes.

Para el proceso de análisis contaron con tiempo reducido.

C. Honduras

Se realizaron tres GFs, entre el 17 y el 21 de septiembre, en las ciudades de Pespire, Goascorán y Choluteca.

Los participantes en los GFs fueron en total 18, entre trabajadores de la Junta Nacional de Bienestar Social y Ministerio de Salud que hacen actividades en la comunidad, con un promedio de edades de 30 años.

Los animadores de los grupos fueron Roberto Peralta, Edgardo Chinchilla y Ronald Fiallos de CARE/Honduras.

Las sesiones de GFs fueron realizadas en el idioma español, los participantes manifestaron entender el animatic.

Las condiciones en las que se desarrollaron los GFs, según indican los observadores en sus guías, fue propicio para el diálogo y la participación espontánea de los participantes.

D. Perú

Se realizaron seis GFs, entre el 17 y el 28 de septiembre, en las ciudades de Puno y Cajamarca. Los participantes en los GFs fueron en total 46, entre hombres y mujeres, cuya labor son las de supervisores y promotores de salud que hacen actividades en la comunidad en MPC, con un promedio de edades de 26 años.

Los animadores de los grupos fueron Gloria Espinoza, Edith Garzón y Guillermo Saldariaga de CARE/Perú.

Las sesiones de GFs fueron realizadas en el idioma español, los participantes manifestaron entender el animatic.

Las condiciones en las que se desarrollaron los GFs, según indican los observadores en sus guías, fue propicio para el diálogo y la participación espontánea de los participantes.

E. República Dominicana

Se realizaron tres GFs, entre los días 3 y 4 de octubre, en la ciudad de Barahona. Los participantes en los GFs fueron en total 25, entre hombres y mujeres, cuya labor son las de supervisores y promotores de salud que hacen actividades en la comunidad en MPC y trabajan con el Ministerio de Salud, con un promedio de edades de 37 años.

La animadora de los grupos fue Cecilia Corporán de CARE/República Dominicana.

Las sesiones de GFs fueron realizadas en el idioma español, los participantes manifestaron entender el animatic.

Las condiciones en las que se desarrollaron los GFs, según indican los observadores en sus guías, fue propicio para el diálogo y la participación espontánea de los participantes.

III. MATERIAL REVISADO

El material revisado para este Informe de Integración de Grupos Focales para la validación del video, se ha realizado con los documentos enviados por los representantes de CARE de los cinco países involucrados en los grupos focales (Anexo C, 1-5).^{*} Son los siguientes:

- Informes finales de Grupos Focales
- Guías de planificación de Grupos Focales
- Guía de reclutamiento de participantes
- Guías de análisis
- Guías de recomendaciones
- Cassettes de audio y transcripciones (en algunos casos)

IV. ANALISIS DE LOS GRUPOS FOCALES

El 83 % de los países enviaron Informes Finales de Grupos Focales y acompañaron documentación.

El 50 % enviaron transcripciones de cassettes.

El 40 % enviaron cassettes de audio de los GFs.

Todos los que enviaron el Informe Final (5), utilizaron los instrumentos diseñados en la capacitación de septiembre sobre GFs. demostrando que se cumplió con los pasos estandarizados de planificación, reclutamiento de participantes, guías del animador, guías del observador, valuación de GFs, guías de análisis y recomendaciones.

Se aprecia consistencia en la planificación de grupos, reclutamiento y preparación de materiales para el desarrollo de GFs. En la animación, el estilo y el enfoque conceptual es uniforme.

Se han realizado en cinco países, un total de 20 GFs, con 141 participantes en total, de 33 años de edad promedio, con un promedio de 7 participantes por grupo.

En lo relativo a las observaciones, se aprecia que se ha conocido a profundidad las partes claves del guión del video. El material de Belice muestra un esfuerzo de profundización. Sin embargo, en términos generales, la evaluación de grupos y la utilización de guías para análisis, así como para las recomendaciones, necesitan mayor profundidad y elaboración.

En algunos casos, se ha llegado a recomendaciones que identifican el "qué" pero no se ha profundizado para obtener el "cómo". Un ejemplo es lo ocurrido en el grupo focal de Pespire, Choluteca, Honduras,

^{*} No incluido. Disponible en AED.

- "¿Cuáles son sus comentarios en relación con el documental?"
- "Talvez si se tomara la realidad con una cámara de filmación sería más efectivo para ver cuál es la reacción y comportamiento de la gente."
- Conclusiones, "Actuación, tono y credibilidad se considera tolerable".

V. RECOMENDACIONES

Para integrar las recomendaciones de los cinco países, se ha revisado cuidadosamente la información, así como, en algunos casos, se ha escuchado directamente los cassettes para corroborar algunas conclusiones que impresionaban en la información recibida.

Para establecer las recomendaciones de manera integral, utilizaremos la Guía Conceptual del Guión del Video, para ubicar de manera práctica las variables de modificación. En ella también se encuentran unas preguntas adicionales hechas por la compañía de producción del video (CREA). (Anexo B)

A. Recomendaciones Integradas

(Usar el Guión del Video y la Guía Conceptual, suministrada en el Anexo A)

<u>Concepto/Secuencia</u>	<u>Recomendación</u>
1. Introducción	La mención de un pueblo de Bolivia, establece que solo atañe a ese país. Para individualizar el video, se debería hacer una introducción para cada país, o suprimir este tipo de introducción.
2. Programa MPC	El Programa MPC en los países reciben nombres parecidos, pero no iguales. Mantener el concepto de Monitoreo y Promoción del Crecimiento, después de haber explicado que también se le conoce en otros países como, "Evaluación", "Seguimiento" o "Control del Crecimiento".

No se establece con claridad, que el promotor debe hacer comunicación con la madre. Se debe plantear desde el inicio la necesidad de la comunicación.

- 3. Promotor/Madre** El promotor también debe entablar "rapport" (cariño) con el niño para que la madre se sienta segura. El promotor deberá no solo indicar qué dar al niño, si no cómo darle alimentos. Hay que presentar las escenas en que las madres aparecen, con mucha "pulcritud", para que los promotores vean una señora realizando, o no, prácticas de salud.
- 4. Escena sin comunicación** La ambientación de la escena debe ser más "ambiente de comunidad", que de una clínica.

La actuación del promotor debe ser más evidente que no hace comunicación y que la madre identifica esto negativamente (desconcertada, desconfiada y de mal humor).
- 5. Conclusión escena sin comunicación** El presentador de los resúmenes tiene débil presencia. Con su participación breve, no refuerza lo que se quiere resaltar. Debe intervenir desde el principio para establecerlo como el presentador y para que su participación sea con un rol formal que hace resúmenes. Esto asegurará que se le preste atención desde el inicio ya que lo que él dice es clave para la comprensión del video.
- 6. Formas/acciones de comunicación** Mostrar la ambientación más real, visual y auditivamente, de dónde se dan con mayor frecuencia estas acciones de comunicación.

El fondo musical debe acompañar a las escenas para remarcar las acciones de comunicación.
- 7. Acción 1** El personaje que haga la primera acción de comunicación debe actuar con naturalidad y "calidez". Se trata de convertir a la acción 1 de comunicación en el verdadero impacto del video.

Para facilitar el entendimiento del "contacto visual" como un concepto de comunicación, será necesario usar algunos sinónimos que ayuden a comprender con claridad el nombre de esta primera acción.
- 8. Acción 2** La escena no debe recargarse de elementos que puedan distraer lo que se propone mostrar en ella.

La actuación y voz del personaje deberá ser perfectamente natural, para lograr el entendimiento y los mecanismos de "preguntar y responder a la madre".

La actuación de la madre al escuchar respuestas debe lograr mostrar "ánimo", "entusiasmo".

9. Acción 3 El personaje promotor debe decir lo que observó para saber como dar los consejos acertados a la madre.

La madre con su actitud debe demostrar el efecto de la acción.

10. Acción 4 El audio debe ser más evidente y debe reflejar el por qué de compartir la información con la madre.

La madre debe expresar gratitud, repitiendo lo que el promotor dice.

11. Acción 5 La escena debe tener realismo con el propósito de hacer la práctica. Efectos de sonido que resalten los detalles de las prácticas son requeridos.

12. Acción 6 La dicción de la locución deberá ser más lenta para entender realmente lo que se dice.

13. Resumen Hay que tener en cuenta las recomendaciones del número 5. (Conclusión escena sin comunicación).

14. Escena con buena comunicación El texto debe ser más específico y explicativo sobre los éxitos del uso de la comunicación.

B. Comentarios a las Preguntas Adicionales

1. Nombre para el video

Hay una gran variedad de nombres que han combinado de las palabras del video. Ningún país ha encontrado un consenso sobre el nombre. Sin embargo, por la tendencia manifestada por los participantes en los GFs, lo acertado podría ser "Comunicación, la llave del éxito para el MPC".

A continuación, damos la lista de nombres propuestos por los diferentes países:

BELICE

- Salud del Niño
- Monitoreo del Crecimiento en las Comunidades
- Promotores en acción
- Salud y Desarrollo
- Salud, Vida y Desarrollo
- El Niño y su Crecimiento
- Dar Consejos y Enseñar
- Instrucciones para Promotores
- Desarrollar Nuestro Entendimiento para Mejorar la Comunicación

GUATEMALA

- Educación y Orientación a una Madre para el Desarrollo y Crecimiento de su Niño para una Mejor Salud
- La Importancia de la Salud a Través de la Comunicación
- Cómo Mejorar la Salud del Niño
- Guía de Comunicación para Promotores de Comunidad
- Pasos para una Buena Comunicación

HONDURAS

- Control de Crecimiento y Desarrollo
- Monitoreo de Control de Crecimiento y Desarrollo
- Monitoreo a Niños Menores de 5 Años
- Monitoreo de la Estrategia a la Atención Integral de Niños Menores de 5 Años
- Promoción y Monitoreo del Crecimiento

REPUBLICA DOMINICANA

- Orientación al Promotor para Educar a la Comunidad
- Desnutrición Infantil
- Desarrollo y Crecimiento del Niño
- Programación de Peso
- Programa de Salud y Nutrición
- Deberes del Promotor
- Orientación a la Madre Sobre el Crecimiento y Desarrollo del Niño

PERU

- Buena Comunicación de Promotor y Comunidad Durante el Control y Vigilancia Nutricional
- Promoción y Ejecución del Control de Crecimiento en Comunidad
- Comunidad y Promotor en Camino de la Salud
- Trabajemos Unidos
- Promoción de Crecimiento
- Control Nutricional Infantil
- Control de Desarrollo del Niño
- Cuidemos a Nuestros Niños
- Conozcamos el Crecimiento y Desarrollo de Nuestros Niños
- Guía de Orientación de Crecimiento y Desarrollo

2. Acciones o formas

La palabra "acciones" ha tenido entendimiento y, en aislados casos, al inicio no se le asignó el significado, pero el presentador la expresa y aceptan el término como usual y expresivo de lo que se quiere transmitir.

3. Estimular, tomar decisiones

No hay una conexión de la palabra estimular y decisión. Las decisiones de la madre muchas veces son casi secretas. Sin embargo, se asume que la salud del niño es una buena razón para estimular a la madre a tomar decisiones.

4. Promotor o promotora

Debe usarse el término promotor para referirse tanto a los trabajadores de salud hombres como para la mujeres.

Un país ha sugerido cambiar a un nombre más genérico como trabajador de salud. Sin embargo, no podría ser aplicable en la mayoría de los otros países.

5. ¿Tú o usted?

Usted, es el término usado en el lenguaje del MPC y así ellas sienten un trato formal y cordial para entablar una relación.

6. No se escuchan respuestas de madres, OK?

El nivel de comprensión de los participantes, según las guías de reclutamiento, impresionan como del nivel normal bajo, lo que hace riesgoso que se agreguen elementos al audio o video sobrepuestos en mismo plano.

7. ¿Queda claro lo de aprender, compartir y estimular?

Queda claro en la escena de resúmen hecha por el presentador.

8. Pongámonos en la escena de la madre, es posible?

Las escenas que se "escuchan y ven", son realistas y posibles de suceder.

9. Acciones de comunicación versus acciones de MPC. ¿Se confunden?

En muy pocos participantes de GFs se ha dado la confusión. Una ligera explicación hecha por el presentador sería suficiente para hacer la distinción de las dos clases de acciones.

VII. CONCLUSIONES

1. En relación al video:

- A. Las ambientaciones no deben ser en una clínica, sino ubicadas en el ambiente sencillo, real de los hechos.
- B. Los personajes principales son cuatro, el "presentador", el "promotor", la "madre" y el "niño". Debe quedar claro visualmente que hay intención del promotor en no hacer comunicación y la madre está frustrada y en la que el promotor hace comunicación y la madre está satisfecha. Esta relación visual es importante para que se logre diferenciar visualmente "lo malo y lo bueno".
- C. El "presentador", de unos 33 años, con experiencia, debe tener mayor presencia a lo largo del video, con un lenguaje sencillo y no "rebuscado".
- D. El vestuario debe ser planificado en términos de "colorido neutro" para evitar distracciones.
- E. Los primeros planos, son indicados para establecer las reacciones de los actores.

F. La utilería, balanza, etc. debe ser tratada con especial cuidado, debido al conocimiento de los promotores sobre la comunidad.

2. En relación al audio:

- A. La locución debe ser "vivaz" y de preferencia una voz femenina.
- B. Las voces de las madres y de los promotores deben ser bien diferenciadas, si son registradas en "on" le daría realismo.
- C. El sincronismo es importante para la audiencia.
- D. La musicalización debe ayudar a entender "lo malo" de "lo bueno".
- E. Los efectos especiales sonoros deben ayudar a la ambientación rural.
- F. Los silencios, si son usados, deben contribuir a remarcar algo que se quiera evidenciar.

ANEXO A
GUION DEL ANIMATIC

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.
P4- La mujer sigue caminando.
P5- Angelina llega a la aldea.
P6- Se acerca al mercado, hay varios niños en las calles.
P7- Saluda a varias personas.
P8- Detalles de gente comprando cosas; algunas miran a Angelina y sonríen
P9- Angelina continua caminando y se acerca hacia una casa.

ANGELINA HACE TODOS LOS DIAS EL CAMINO HACIA LAS CARRERAS, UN PEQUEÑO PUEBLO SITUADO EN EL SUR DE BOLIVIA.
ES UNA MUJER QUE HA DECIDIDO AYUDAR A SU COMUNIDAD EN ALGO TAN IMPORTANTE COMO ES LA SALUD DE LOS NIÑOS.
POR ESO, ESTA CONTENTA CON SU TRABAJO DE PROMOTORA DE SALUD.
LA GENTE DEL PUEBLO LO SABE, CONOCE EL ESFUERZO QUE ELLA REALIZA PARA EL BIEN DE TODOS, LA QUIEREN Y LA RESPETAN.

VIDEO

- P10- La promotora llega a la casa.
- P11- Es recibida por una madre.
- 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.
- P13- Toma de vacunación, tratamiento de diarrea, lactancia materna y monitoreo y promoción del crecimiento.

AUDIO

ES UNA MUJER QUE SABE MUCHO SOBRE LOS CUIDADOS QUE UNA MADRE DEBE DARLE A SU HIJO.

(Música activa)

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:

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'

P3- Testimonial de Promotor 1

PROMOTOR 1 ON:

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

P4- Testimonial de Promotor 2

PROMOTOR 2 ON:

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

P5- Testimonial de Promotor 3

PROMOTOR 3 ON:

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

VIDEO

- P6- Un adolescente jugando con un niño menor y dándole de comer
- 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"

- P10- Imagen de un niño desnutrido.
- P11- Un promotor ayuda a la madre a darle de comer; el niño se ve mejor.

AUDIO

LOCUTOR OFF:

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.

A TRAVES DEL MONITOREO Y PROMOCION DEL CRECIMIENTO, EL PROMOTOR TIENE LA OPORTUNIDAD DE APRENDER LAS COSTUMBRES, CONOCIMIENTOS Y CREENCIAS DE LA COMUNIDAD.

PUEDE COMPARTIR CON LA MADRE ALGUNOS CONSEJOS QUE LE SIRVAN Y ESTIMULAR SU TOMA DE DECISIONES.

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:

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

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.

- P4- Promotora hablando con las madres sobre los alimentos.

- P5- Madres hablando con promotora.

(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

P7- Se ve a la madre contestando
pero no se escucha su respuesta.

P8- PP de promotora preguntando

P9- Se ve que la madre responde,
pero no se escucha su res-
puesta.

P10- La escena continúa
(Fade a negro)

P11- Diferentes escenas de promo-
tores recibiendo entranamien-
to en MPC y Nutrición, de
parte de supervisores (ha-
ciendo role plays, leyendo
manuales, observando a una
madre dando de mamar)

AUDIO

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)

PROMOTORA ON:

¿Y POR QUE NO LE DAS ESTE
ALIMENTO A LOS NIÑOS PEQUEÑOS?
(Fade out de 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.

(Música)

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 CON-
SEJOS QUE SIRVAN A LAS MADRES,
INDIVIDUALIZANDO LAS RECOMENDACIONES
BASICAS SOBRE ALIMENTACION.

VIDEO

P11- Visita domiciliaria en República Dominicana (Secuencia formada por diferentes planos)

P12- Reunión de madres en S.C.F. (Inquisivi, Bolivia)

P13- Promotor felicitando a una madre que llega con su hijo en la espalda.

P14- Se ve a otras madres que están en el grupo.

AUDIO

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.

TAMBIEN ES IMPORTANTE DAR APOYO Y ESTIMULO A LA MADRE PARA QUE SE SIENTA CAPAZ DE HACER LOS CAMBIOS NECESARIOS.

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.

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

P15- Presentador hablando
a cámara, frente a
Centro de Salud.

AUDIO

PRESENTADOR ON:

PRESTA MUCHA ATENCION A LO QUE
VAMOS A VER A CONTINUACION.

VISITAREMOS UNA SESION DE
PROMOCION DE CRECIMIENTO.

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.
- 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 desvestir 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:

LUISTO RAMIREZ

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 GRÁFICA DE LA OMS, LA CURVA DEL NIÑO EMPEZO A PERDER PARALELIDAD CON LA CURVA DE REFERENCIA 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 SUFI-
CIENTES 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

- P13- El presentador está delante del Centro de Salud donde se ha desarrollado la escena.
- 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.

- P15- PP del presentador hablando a cámara

(Funde a negro)

AUDIO

LOCUTOR ON:

PONGAMONOS EN EL PAPEL DE LA MADRE;
EN LO QUE PENSO Y SENTIO:

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:

¿QUE CREES TU?

VIDEO

AUDIO

6 ACCIONES DE COMUNICACION

- P1- Una madre de Santo Domingo (Salud Pública) está en su casa, visitando a su niño de más o menos 1 año de edad.
- P2- La madre sale de su casa.
- 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.
- (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.
- 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.
- 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.

VIDEO

AUDIO

7. ACCION 1

- 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"
- P2- Saludo de ambos
- P3- Se ve que ambos siguen conversando, estableciendo contacto visual y personal
- P4- Continuan hablando, mientras colocan al niño para pesarlo.

LOCUTOR OFF:

LA PRIMERA ACCION ES: TENER CONTACTO VISUAL Y PERSONAL CON LA MADRE.

(Sonido ambiente)

PROMOTOR ON:

BUENOS DIAS, TELMA, GRACIAS POR HABER VENIDO.

MADRE ON:

BUENOS DIAS.

PROMOTOR ON:

PASE ADELANTE. ¿COMO HAN ESTADO TODOS POR SU CASA?

A VER, VAMOS A PESAR A FELIPE.

(Fade out del audio natural)

LOCUTOR OFF:

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.

Cartel de "PREGUNTAR Y RESPONDER"

- 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.
- 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)

LOCUTOR OFF:

LA SEGUNDA ACCION ES: PREGUNTAR Y RESPONDER A LA MADRE.

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:

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

P5- Ambas siguen conversando

P6- Después de pesar al bebé, la madre comienza a vestirlo, mientras la promotora la ayuda. Las dos hablan.

P7- Podemos ver que las dos continúan interviniendo con preguntas y respuestas.

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.

AUDIO

LOCUTOR OFF:

ESTA PREGUNTA AYUDA 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.

PROMOTORA ON:

¿PUEDES DARME EJEMPLOS DE LOS LIQUIDOS QUE CARLITOS ACOSTUMBRA TOMAR, BELINDA?

(Fade out del sonido)

LOCUTOR OFF:

LA PROMOTORA SEGUIRA HACIENDO PREGUNTAS, HASTA ENCONTRAR LA POSIBLE CAUSA DEL PROBLEMA Y ACONSEJARLE UNA BUENA SOLUCION.

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

Continúa la escena anterior

AUDIO

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"

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

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

LOCUTOR OFF:

LA TERCERA ACCION ES:

OBSERVAR.

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

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

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"

(Música)

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:

¡MUY BIEN! ¡GANO UN KILO!

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

MADRE ON:

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

LOCUTOR OFF.

P3- La madre viste a la niña 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

Continúa escena anterior

(Funde a negro)

AUDIO

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.

VIDEO

AUDIO

11. FORMA 5

(Música)

P1- Promotora de la República Dominicana (Caritas) hace una demostración de comidas ante un grupo de madres.
Cartel de "HACER PRACTICAS"

LOCUTOR OFF:

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

P5- Diferentes tomas de la madre dando de comer a su hijo.

AUDIO

ES IMPORTANTE DEMOSTRARSELO EN LA PRACTICA.

PARA UNA MEJÓR 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.

Cartel de "ESCUCHAR Y REPETIR"

(Música)

LOCUTOR OFF:

LA SEXTA ACCION ES LA 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:

EL PROMOTOR TIENE QUE ESCUCHAR A LA MADRE Y REPETIR LO QUE HA

P2- PP de madre con niño en su regazo.

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)
- P3- Rótulo de "PREGUNTAR Y RESPONDER" sobre imagen de promotora preguntando (Casa Caritas)
- P4- Rótulo de "OBSERVAR" sobre imagen de madre dando de mamar y promotora observando (Casa Cáritas)
- P5- Rótulo de "COMPARTIR RESULTADOS" sobre imagen de reunión de madres (reunión Fudeco)
- P6- Rótulo de "HACER PRACTICAS" sobre imagen de preparación de comida con mujeres (Reunión Cáritas)
- P7- Rótulo de "ESCUCHAR Y REPETIR" sobre plano de promotora y madre en una sesión de MPC (Reunión SCF)
- TENER CONTACTO VISUAL Y PERSONAL,
- PREGUNTAR Y RESPONDER,
- OBSERVAR,
- COMPARTIR RESULTADOS,
- HACER PRACTICAS, Y
- ESCUCHAR Y REPETIR.

VIDEO

P8- Presentador habla a cámara

AUDIO

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

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.

P5- La promotora indica a Teresa que la acompañe amablemente.

AUDIO

ROSA (promotora):

BUENOS DIAS, TERESA.

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

P6- Rosa y Teresa entran en la sala de pesar.

P7- Teresa comienza a desvestir al niño.

Rosa empieza a colocar la balanza sin darle la espalda a Teresa, mira a Teresa al niño.

(FORMA 2: PREGUNTA ABIERTA)

P8- Teresa contesta mientras desviste al niño - viendo, a ratos a Rosa y a ratos al niño. Rosa se ve preocupada.

P9- La madre carga al niño hasta llegar al lado de la balanza. Rosa sostiene el

DIGAME, COMO HA ESTADO ?

TERESA

MUY BIEN, GRACIAS.

ROSA

¿ ME LO PODRIA DESVESTIR, POR FAVOR?

TERESA

A VER MI HIJITO TE VOY A DESVESTIR PARA QUE LA SEÑORA TE PESE.

ROSA

CUENTEME TERESA, ¿COMO HA ESTADO LUISITO DESDE LA ULTIMA VEZ QUE VINO?

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.

ROSA

PESA 6 KILOS Y MEDIO

VIDEO

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.

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.

P11- Rosa se sienta en su pequeño escritorio y hace unas anotaciones.

P12- Teresa viste al niño.

P13- Teresa se acerca donde está Rosa, ésta le señala una silla para que se siente. Rosa comienza a enseñarle las gráficas.

(FORMA 4: COMPARTIR
RESULTADOS)
(FORMA 2: PREGUNTA
ABIERTA)

P14- Teresa y Rosa siguen hablando

(FORMA 6: ESCUCHAR Y
REPETIR)

AUDIO

TERESA:

GRACIAS.

ROSA

SI QUIERE LO VISTE MIENTRAS YO
APUNTO SU PESO, TERESA.

TERESA

SI ESTA BIEN.

ROSA

AQUI SE PUEDE SENTAR.

TERESA

GRACIAS.

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?

TERESA

PUES NO SE. HACE UNAS SEMANAS
TUVO UN POCO DE DIARREA, PERO

VIDEO

(FORMA 2: PREGUNTA
ABIERTA)

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 ULTIMA-
MENTE?

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

P15- pp Teresa

(FORMA 2: INVITAR A LA
MADRE DAR PREGUNTAS)

P17- Las dos siguen sentadas
hablando.

(FORMA 3: OBSERVA A LA
MADRE)

AUDIO

QUE TERESA CREE QUE LE PODRIAN
GUSTAR AL NIÑO. TERESA, CON
AYUDA DE ROSA, HACE UN PLAN
PARA LA ALIMENTACION DEL NIÑO.

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.

ROSA

¡ ESO ESTA MUY BIEN, TERESA !
¿ TIENE ALGUNA PREGUNTA ?

TERESA

PUES SI. A EL LE GUSTA MAMAR.
¿PUEDO SEGUIRLE DANDO PECHO
TODAVIA?

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

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 LUI-
SITO CADA CIERTO TIEMPO VAMOS
A LOGRAR QUE CREZCA SANO
Y FUERTE.

TERESA

AY, GRACIAS POR TODO.

ROSA

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

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

(Funde a negro)

ANEXO B
GUIA CONCEPTUAL DEL GUION 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 lo visto (ocurriría no ocurriría 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. Respuestas 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?