

# PASITO A PASO

MÓDULO

# 3



GUÍA DE CAPACITACIÓN EN IEC  
PARA PROMOTORES DE SALUD  
PROGRAMA CRECER SANO





**Delia Haustein**  
DIRECTORA EJECUTIVA

**Marilú Chiang**  
DIRECTORA DE DESARROLLO  
HUMANO

COORDINADOR  
INVESTIGACIÓN OPERATIVA  
**Luis Segura**

EQUIPO DE  
INVESTIGACIÓN  
**Doris Alfaro**  
**Ada Noriega**

EQUIPO DE  
ELABORACIÓN DE LA GUÍA  
**Doris Alfaro**  
**Ada Noriega**  
**María Elena Alva**

EQUIPO DE  
COLABORADORES  
**Mariela Lévano**  
**Mercy Sandoval**  
**Lucía Mandujano**

COMUNICACIONES  
**Elmer Romero**

ILUSTRACIONES  
**Teresa Kameya**  
**Oscar Casquino**

**Guía de Capacitación IEC para Promotores de Salud**

Edición: Lima, setiembre de 2002

Impreso en el Perú

©AB PRISMA

Asociación Benéfica PRISMA

Calle Carlos Gonzáles 251

Urb. Maranga, San Miguel

LIMA 32 - PERÚ

Teléfonos 4640490 4529603

Fax 4640781

Correo Electrónico: [postmaster@prisma.org.pe](mailto:postmaster@prisma.org.pe)

[www.prisma.org.pe](http://www.prisma.org.pe)

1a. edición

Hecho el Depósito Legal N° 1501012002-4495

Impreso por Editorial Supergráfica EIRL

Jr. Ica 344 / 346 - Lima 1

ISBN 9972-689-03-4

Tiraje de esta edición: 5000 ejemplares

Se autoriza la reproducción total o parcial de esta publicación por cualquier medio, siempre y cuando se cite la fuente y se tenga permiso expreso de PRISMA.



“Esta publicación ha sido posible a través del apoyo proporcionado por la Agencia para el Desarrollo Internacional de los Estados Unidos (USAID/Perú). Las opiniones expresadas aquí son de responsabilidad de los autores y no necesariamente reflejan el punto de vista de USAID/Perú.”

## Indice

### **PASITO A PASO**

---

• Presentación .....	3
• Objetivos .....	3
• Temas a desarrollar.....	3
• Guión metodológico .....	4

### **TALLER**

#### Actividad 01

• Persona, animal o cosa .....	5
--------------------------------	---

#### Actividad 02

• Pasito a paso .....	7
-----------------------	---

#### Actividad 03

• Planificar estratégicamente es planificar con sentido común .....	9
---	---

#### Instrumento 1

• Un caso para analizar .....	11
-------------------------------	----

#### Instrumento 2

• Planificación de la comunicación educativa en salud .....	15
--	----

#### Actividad 04

• Manos a la obra .....	13
-------------------------	----

#### Instrumento 3

• Ejercicios sobre la planificación de la comunicación educativa / grupos A, B, C, D. ....	15
---	----

#### Actividad 05

• Evaluar es recordar y mejorar .....	19
---------------------------------------	----

### **CONTENIDOS**

• Planeamiento estratégico de la comunicación educativa .....	21
---	----

---

## PASITO A PASO

### PRESENTACIÓN

El presente material ha sido elaborado con el fin de apoyar el mejor desempeño del promotor de salud en sus intervenciones destinadas a colaborar en la prevención de la salud de su comunidad, con actividades de IEC orientadas a la adquisición de conocimientos, actitudes favorables y al logro de cambios de comportamiento.

Para ello, este material describe las estrategias efectivas para las intervenciones educativo comunicacionales preventivas, a través de un taller participativo y dinámico, trabajado de manera sencilla y clara.

Presentamos la metodología, facilitando su desarrollo y entendimiento con ejercicios fáciles de aprender así como experiencias y ejemplos cotidianos. Se promoverá la participación grupal en el desarrollo de los ejercicios, diagnósticos para la comunicación educativa, al igual que en la elaboración de mensajes y pautas para el monitoreo o seguimiento de lo planificado.

Se presenta un guión metodológico para facilitar la comprensión del taller e instrumentos de trabajo para desarrollar en cada actividad.

### OBJETIVOS DE ESTA UNIDAD

- ▶ Fortalecer las destrezas y habilidades de los promotores de salud, para identificar problemas, diseñar estrategias y evaluar sus intervenciones de comunicación.
- ▶ Descubrir las etapas del planeamiento estratégico y compararlas con la planificación actual de sus acciones.

### TEMAS A DESARROLLAR

- ▶ Planificación de acciones educativo-comunicacionales en la promoción de la salud.
- ▶ Metodología del planeamiento de la comunicación educativa.
- ▶ Etapas de la comunicación educativa.
- ▶ Diagnóstico de espacios, medios, formas y oportunidades para la capacitación en la comunidad.
- ▶ Elaboración de mensajes, pautas para el monitoreo, evaluación de intervenciones y acciones de IEC.

## Guión Metodológico

BLOQUES TEMATICOS	OBJETIVOS DE APRENDIZAJE	CONTENIDOS	METODOLOGÍA	TIEMPO	ACTIVIDAD
Introducción al Taller		Bienvenida Objetivos del taller	Expositiva	10 minutos 08.30 - 08.40	Perfil factible del promotor Programa
Motivación inicial	Que los promotores de salud puedan valorar su cuerpo como instrumento vivo de relación con los demás.	Actividad rompehielos Relaciones interpersonales Creatividad Autoconciencia	Talleres grupales	20 minutos 08.40 - 09.00	Actividad 01 Persona, animal o cosa
Introducción a la actividad estratégica	Aproximarse a la lógica y sentido común de la planificación estratégica.	Pasos para identificar objetivos y desarrollar tareas de IEC	Expositiva Talleres grupales	30 minutos. 09.00 - 09.30	Actividad 02 Pasito a paso
Desarrollo de las etapas del planeamiento estratégico	Que los promotores de salud identifiquen las etapas del planeamiento estratégico.	Etapas del planeamiento estratégico	Expositiva Talleres grupales	1 hora y 30 minutos 9.30 - 11.00	Actividad 03 Planificar estratégicamente es planificar con sentido común
Receso				11.00 - 11.10	
Proceso de IEC	Que los promotores de salud determinen espacios, medios y oportunidades para la comunicación educativa.  Practiquen la elaboración de mensajes e identifiquen comportamientos posibles de cambiar.		Expositivo / Taller	1 hora y 15 minutos 11.10 - 12.25	Actividad 04 Manos a la obra  Actividad 05 Evaluar es recordar y mejorar
	Que los promotores de salud refuercen lo aprendido en el taller.	Evaluación de los temas desarrollados	Expositivo / Taller	15 minutos 12.25 - 12.40	
Almuerzo				13.50 - 14.50	

## TALLER

### Actividades

#### Actividad 01: "PERSONA, ANIMAL O COSA"



#### OBJETIVO

- ▶ Crear un ambiente de camaradería y fraternidad.
- ▶ Valorar nuestro cuerpo como instrumento vivo de relación con los demás.

#### TIEMPO

- ▶ 20 minutos, aproximadamente. 10 minutos para el movimiento por el espacio y otros 10 minutos para la reflexión sobre las ideas clave.

#### MATERIALES

- ▶ Nuestro cuerpo y un espacio para movernos.

#### IDEAS CLAVE

- ▶ Realizar una actividad recreativa produce satisfacción y nos relaja. Debemos procurar propiciar estos espacios cuando estamos reunidos para trabajar.
- ▶ La planificación del trabajo con momentos creativos y recreativos puede facilitar logros de mayor calidad y ser más eficientes, pues aplicaremos esa creatividad en el trabajo.
- ▶ En lo espontáneo y en lo planificado es importante encontrar satisfacción, gratificación y buen ánimo.



## PROCEDIMIENTO

- ▶ El facilitador invita a los participantes a caminar libremente por el espacio, relajando el cuerpo, estirando suavemente los brazos, haciendo flexiones y respirando profundamente.
- ▶ Pide que aceleren el paso y paren a una palmada suya. Esto lo repite 3 ó 4 veces, entre caminata y caminata.
- ▶ Indica que espontáneamente "construyan" con sus cuerpos diferentes objetos o animales, de manera que el cuerpo de cada participante sea una parte de aquel animal u objeto: una máquina, un elefante, un árbol, un panal de abejas, una casa, una ambulancia, etc.
- ▶ El facilitador terminará la actividad reflexionando sobre la base de las siguientes ideas fuerza.

**RECOMENDACIÓN: GRATIFIQUENSE Y DIVIÉRTANSE TANTO COMO LOS PARTICIPANTES, PUES LOS FACILITADORES SOMOS TAMBIÉN PARTE DE ESA CREATIVIDAD.**



## Actividad 02: "PASITO A PASO"

### OBJETIVO

- ▶ Para aproximarnos sencillamente a la lógica y al sentido común de la planificación estratégica.
- ▶ Para percibir la utilidad de alcanzar un objetivo o cumplir una meta con eficiencia.

### TIEMPO

- ▶ Se sugiere 30 minutos para toda la actividad.

### MATERIALES

- ▶ Nuestro cuerpo y un espacio para movernos
- ▶ El listado de las opciones o "deseos"
- ▶ Papel sábana, plumones, cinta adhesiva.

### IDEAS CLAVE

- ▶ Primero debemos averiguar, indagar, investigar, conocer, ubicar, identificar todo lo referido a lo que nos interesa conseguir o resolver.
- ▶ Luego, debemos imaginar los pasos y actividades a desarrollar, teniendo en cuenta las personas a quienes dirigiremos nuestros mensajes, así como la forma en que lo haríamos.
- ▶ Una vez pensado y planificado, nos pondremos en acción, "manos a la obra". Y prepararemos los materiales que necesitamos y que nos ayuden a realizar lo planificado.
- ▶ Durante la ejecución de lo planificado, observaremos cómo van las cosas, qué podemos mejorar o cambiar y al final, comprobar si logramos lo que nos propusimos.

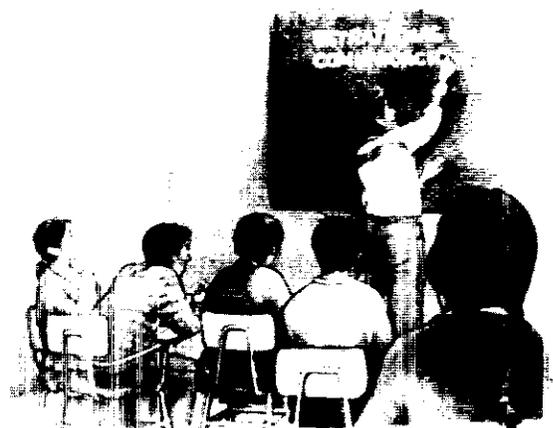


## PROCEDIMIENTO

- ▶ El facilitador escribe en la pizarra o en el papel sábana cinco propuestas o "deseos":
  - Hacer un viaje de paseo.
  - Construir una casa.
  - Poner un negocio.
  - Tener una buena cosecha.
  - Tener un novio (a) o enamorado (a).
- ▶ Indicará que cada uno piense y elija una de estas opciones, pero en silencio.
- ▶ Preguntará a algunos de los participantes ¿Cuál es el primer paso que daría para lograr su objetivo? Anotando sus respuestas.
- ▶ De igual forma procederá preguntando y anotando el segundo paso, el tercero y el cuarto paso de los mismos participantes.
- ▶ El facilitador consultará a los demás, si creen que el orden de los pasos sería el más adecuado para lograr esos deseos. Buscará corregir los errores y acordará reordenar los pasos indicados.

**RECOMENDACIÓN:** TENER EN CUENTA QUE AL CONCLUIR LA DINÁMICA DEBEMOS ALENTAR EN LOS PARTICIPANTES EL INTERÉS POR LA SIGUIENTE ACTIVIDAD, DE MANERA DE RENOVAR Y MANTENER SU ATENCIÓN.

### Actividad 03: “Planificar estratégicamente es planificar con sentido común”



#### OBJETIVO

- ▶ Apoyarse colectivamente para la adquisición de nuevos conocimientos sobre las etapas del planeamiento estratégico de la comunicación educativa.
- ▶ Promover la comprensión de conceptos y nuevos conocimientos a través de comparaciones sencillas y casos reales.

#### TIEMPO

- ▶ 1 hora y 30 minutos, aproximadamente. 40 minutos para la actividad en grupos, 30 minutos para la presentación de tareas y 20 minutos para las reflexiones sobre las ideas fuerza. Esta es la actividad central de esta

#### UNIDAD DE APRENDIZAJE.

Es necesario que el facilitador se acerque a cada grupo cuando desarrolla su instrumento y los apoye. Esto permitirá agilizar la dinámica y el uso del tiempo.

#### MATERIALES

- ▶ Papel sábana y plumones.
- ▶ Hojas de papel.
- ▶ Lápices o lapiceros.
- ▶ Instrumento 1: “Un caso para analizar”.
- ▶ Instrumento 2: “Pasos de la planificación de la comunicación educativa en salud”.

#### IDEAS CLAVE

- ▶ Podremos planificar nuestras intervenciones de comunicación educativa con la comunidad, siguiendo los pasos que nos dice el sentido común.
- ▶ Primero averiguaremos, indagaremos, investigaremos; es decir, haremos un DIAGNOSTICO de la situación.

- ▶ Luego, crearemos un conjunto de actividades que se relacionen y apunten todas al mismo propósito; es decir, diseñaremos nuestra ESTRATEGIA.
  - ▶ Una vez pensada y planificada, la pondremos en acción, elaborando o consiguiendo los materiales adecuados; es decir, empezaremos nuestra INTERVENCIÓN en la comunidad.
  - ▶ Durante el desarrollo de toda nuestra intervención estaremos vigilantes y activos en el seguimiento de nuestras acciones y responsabilidades, y al final comprobaremos si lo que nos propusimos se cumplió; es decir, haremos la EVALUACIÓN en diferentes momentos.
- 



## PROCEDIMIENTO

1. Primera columna / Diagnóstico: ¿Qué pasaba? ¿Dónde? ¿A quiénes? ¿Cómo son? ¿Qué problemas tenían?
  2. Segunda columna / Estrategia: ¿Cómo pensaron que podría solucionarse? ¿Qué se propusieron? ¿Cómo lo planificaron? ¿Con quiénes? ¿En qué tiempo? ¿Quiénes los ayudaron? ¿Quiénes se hicieron responsables y de qué?
  3. Tercera columna / Intervención: ¿Cómo pusieron en marcha lo planificado?, ¿Qué actividades realizaron? ¿Con qué materiales se ayudaron? ¿Les dieron los materiales? ¿Los consiguieron o los fabricaron? ¿Los mensajes y consejos fueron aceptados por las madres?
  4. Cuarta columna / Evaluación: ¿Cómo les fue, en general? ¿Cumplieron con lo propuesto? ¿Cómo les fue en cada momento? ¿Todos cumplieron con sus responsabilidades? ¿Qué arreglaron o modificaron para que resulte mejor la actividad? ¿Qué sintieron al final? ¿Alguien los felicitó, les reconoció su trabajo?
- ▶ Con la orientación del facilitador los participantes -reunidos en plenaria- intercambian opiniones sobre lo desarrollado en el equipo y comparan sus trabajos.
  - ▶ Se culminará la actividad destacando las ideas clave con la participación activa de todos los participantes.

### RECOMENDACIONES:

**RECORDAMOS QUE TODO ESFUERZO DE PLANIFICACIÓN DE LA COMUNICACIÓN EDUCATIVA DARÁ SIEMPRE MEJORES FRUTOS, AUNQUE AL INICIO PAREZCA QUE NOS TOMA MÁS TIEMPO.**

**SI NOTAMOS A LOS PARTICIPANTES CANSADOS, PODEMOS HACER EN ESE MOMENTO EL EJERCICIO DEL BOSTEZO: DE PIE, ABRIENDO BRAZOS, PIERNAS, BOCA, OJOS, COMO SI ESTUVIERAMOS BOSTEZANDO EXAGERADAMENTE CON TODO EL CUERPO Y TAMBIÉN EMITIENDO EL SONIDO DEL BOSTEZO EN ALTO VOLUMEN.**

## INSTRUMENTO I

### UN CASO PARA ANALIZAR

1. En enero del 2000, un grupo de promotores de la comunidad "X" observó con preocupación que los niños menores de 2 años de su poblado eran flaquitos, pálidos y pequeños, comparando con las tallas y pesos que las enfermeras del establecimiento de salud "A" les habían enseñado en la capacitación. Es decir: identificaron un problema.  
Empadronaron las casas de las madres de los niños con aparente deficiencia nutricional y averiguaron el tipo, la preparación y las cantidades de alimentos que les daban a los menores de dos años. Asimismo las animaron a asistir al control de CRED.  
Fueron al establecimiento de salud para informarse mejor, y buscar el apoyo del personal de salud. Las enfermeras los felicitaron por su iniciativa y ellos se sintieron muy contentos.
2. Se organizaron para decidir y planificar juntos los pasos a seguir: harían visitas domiciliarias para conversar con las madres sobre la alimentación de sus niños, las invitarían para sus controles de CRED y harían carteles en la comunidad sobre alimentación complementaria y lactancia materna. Además conseguirían la transmisión de sus mensajes en las bocinas comunales. También obtendrían premios para las madres que mejoraron el peso y talla de sus niños. Asimismo, estaban convencidos que las autoridades de su comunidad los ayudarían porque su trabajo beneficiaría a sus vecinos, hecho que también los llenaría de orgullo y satisfacción personal.
3. Comenzaron a trabajar con la supervisión de las enfermeras del establecimiento. Consiguieron papel para los carteles y los espacios radiales. Elaboraron los materiales y fueron capacitados por las enfermeras sobre nutrición, para hacer mejor sus visitas domiciliarias. Se repartieron las casas de las vecinas con niños probablemente enfermos y las animaron a ir al control de niño sano. Los promotores se dieron cuenta que a las señoras les faltaba orientación más concreta sobre la nutrición de sus hijos, entonces con la asesoría del personal de salud organizaron demostraciones de preparación de alimentos. Se invitarían a las vecinas y las instruirían para que entre todas llevaran los alimentos para preparar, según las indicaciones de las enfermeras.
4. Los promotores se dieron cuenta que muchas señoras asistieron y esto los animó para organizar nuevas actividades. Tenían sus listas de asistencia y también revisaban que estuvieran todos los alimentos para las demostraciones. Pasados unos meses, hicieron la evaluación. Las enfermeras les conversaron que el peso de los niños estaba aumentando y que los promotores habían ayudado en gran medida para conseguir este objetivo. Para el aniversario del establecimiento de salud, el médico jefe les agradeció públicamente entregándoles un diploma por el apoyo a las actividades de salud de su comunidad. La comunidad organizada enterada del suceso expresó su agradecimiento felicitándolos por su actuación.

## INSTRUMENTO 2

### PLANIFICACIÓN DE LA COMUNICACIÓN EDUCATIVA EN SALUD.

DIAGNÓSTICO	ESTRATEGIA	INTERVENCIÓN	EVALUACIÓN
¿Qué problemas debían ayudar a resolver?	¿Qué decidieron hacer?	¿Cómo empezaron a realizar lo planificado?	¿Cómo les fue, en general? ¿Arreglaron lo que no iba bien? ¿Cómo se sintieron al finalizar la actividad?
¿Dónde ocurría ese problema? ¿A quiénes afectó e involucró?	¿Cómo se organizaron para hacerlo?	¿Con qué materiales lo hicieron?	¿Cumplieron con lo propuesto?
¿Cómo son esas personas? ¿Dónde viven?	¿Quiénes participaron? y ¿Cómo? ¿En qué tiempo lo hicieron? ¿Quiénes colaboraron?	¿Alguien les dió los materiales? ¿Los hicieron? ¿Los materiales fueron aceptados por las personas?	¿Qué dificultades tuvieron? ¿Cómo se dieron cuenta que algo no iba bien?

## Actividad 04: "MANOS A LA OBRA"

### OBJETIVO

- ▶ Vivir la experiencia de indagar o averiguar sobre los espacios, medios, formas y oportunidades de la comunicación educativa.
- ▶ Introducirnos en la práctica de la elaboración de mensajes.
- ▶ Ejercitarnos en la identificación de comportamientos posibles de cambiar.



- ▶ Profundizar sobre la importancia del monitoreo o seguimiento de las actividades planificadas.

### TIEMPO

- ▶ 1 hora y 15 minutos, aproximadamente. Se sugiere disponer de 40 minutos para el trabajo de grupos, 20 minutos para las presentaciones de las tareas y 15 minutos para los aportes y reflexiones en plenaria.

### MATERIALES

- ▶ Papel sábana, plumones, cinta adhesiva.
- ▶ Hojas impresas con el Instrumento 3:

"Ejercicios sobre la planificación de la comunicación educativa / grupos A, B, C, D."

### IDEAS CLAVE

- ▶ Desarrollaremos mejor nuestras acciones de información, educación y comunicación educativa, si primero averiguamos dónde encontramos a las personas a las que queremos darles consejos en forma de mensajes, en qué oportunidades y a través de qué medios recibirán mejor esos mensajes.
- ▶ Podremos corregir los errores en nuestras tareas, dando seguimiento a las acciones planificadas y al trabajo de los responsables. Esto nos permitirá reconocer nuestros avances en todo el camino.

- ▶ Para ayudar al cambio de comportamientos riesgosos para la salud de nuestra comunidad, y especialmente de las madres y sus hijos menores, debemos averiguar y conocer, cuáles son los comportamientos más fáciles de cambiar y empezar nuestro trabajo por ese lado. Sólo después laboraremos para cambiar los más difíciles.
  - ▶ Debemos elaborar nuestras recomendaciones o mensajes en forma creativa para que tengan una buena recepción, comprensión y aceptación por parte del público objetivo.
- 



## PROCEDIMIENTO

- ▶ El facilitador distribuye a los participantes en grupos y lee en voz alta el instrumento 3: Ejercicios sobre la planificación de la comunicación educativa/grupos A, B, C, D.
- ▶ Seguidamente informará que cada equipo deberá desarrollar una de las tareas que figuran en el Instrumento 3 e interroga a los participantes para comprobar si las indicaciones para realizar las tareas fueron comprendidas.
- ▶ Luego consultará sobre la tarea que prefiere desarrollar cada grupo. Una vez que se pusieron de acuerdo, hará entrega a cada equipo de la hoja impresa correspondiente a la tarea elegida, anunciándoles que tienen 40 minutos para desarrollar la actividad.
- ▶ Cada grupo prepara un papelógrafo para la presentación del trabajo, que será expuesta por el coordinador del equipo durante una plenaria.
- ▶ Se hace una rueda de preguntas de aclaración a todos los grupos y el facilitador invita a un diálogo final reforzándolo con las ideas clave.

**RECOMENDACIÓN:** RECORDAMOS QUE AUNQUE LOS PROMOTORES DE SALUD NO POSEEN NUESTRA PREPARACIÓN PROFESIONAL, CONOCEN MUY BIEN SU COMUNIDAD Y PUEDEN INFORMARNOS “DE PRIMERA MANO” SOBRE LO QUE OCURRE EN LA POBLACIÓN. ESTO FACILITARÁ NUESTRO TRABAJO, PERO ADEMÁS ES IMPORTANTE TRANSMITIRLE CONFIANZA PARA QUE PUEDAN APRENDER A PLANIFICAR Y OBTENER MEJORES RESULTADOS EN CUIDAR LA SALUD.

## INSTRUMENTO 3

### EJERCICIOS SOBRE LA PLANIFICACIÓN DE LA COMUNICACIÓN EDUCATIVA / GRUPOS A, B, C, D.

GRUPO A: Conversarán y anotarán las OPORTUNIDADES durante el año en que la comunidad en su totalidad, tanto hombres, mujeres (también las gestantes o con hijos menores de 2 años), niños y jóvenes se reúnen por diferentes razones. Recordarán y anotarán los LUGARES o ESPACIOS en que se reúnen o encuentran todas estas personas. También mencionarán LAS FORMAS en que se enteran de las noticias; las celebraciones comunitarias, familiares o personales; qué autoridades, instituciones y organizaciones participan; en cuáles interviene el establecimiento de salud y los promotores. Conversarán y apuntarán sobre Los HORARIOS en que las mujeres gestantes o con hijos menores de 2 años pueden ser ubicadas por los promotores de salud.

GRUPO B: Pensarán y escribirán (ayudados por los promotores que manejan lecto-escritura) cómo conocer la marcha, pasito a paso, de una campaña comunicacional en la que participan los promotores de salud con el personal del establecimiento, para detectar embarazos de riesgo en la comunidad. También indicarán de qué manera darán seguimiento a las responsabilidades de cada uno de los promotores que participan en esa campaña y cómo informarán al establecimiento de los casos que vayan encontrando y derivando.

GRUPO C: Elaborarán una lista de los comportamientos más comunes entre las madres durante el embarazo y post-parto. Por ejemplo, "no van a sus controles prenatales" o "no reconocen los signos de alarma de las gestantes", etc. Al lado de cada uno de estos comportamientos, el equipo escribirá DIFÍCIL si el comportamiento que anotaron es difícil de cambiar y reflexionarán por qué. También podrán escribir MENOS DIFÍCIL, al lado de otros comportamientos de las madres, analizando el por qué se produce esta situación.

GRUPO D: Inventarán y redactarán 10 consejos que les darían a las madres con hijos menores de 2 años. Al lado de cada consejo anotarán en qué oportunidades se lo transmitirían: ¿En la visita domiciliaria? ¿En reuniones del club de madres? ¿En una charla en el colegio o en el centro comunal? ¿Hacia teatro /sociodrama para que se entere de los consejos? ¿Lo escribiría en carteles? ¿Durante una campaña?

Estos consejos serán sobre: Lactancia materna, preparación del pezón, momento de inicio de la alimentación sólida del niño, principales alimentos que se debe dar al inicio de la alimentación sólida del niño, uso del agua para preparar los alimentos, asistencia a controles de crecimiento y desarrollo, motivación al uso de servicios de planificación familiar del establecimiento de salud, participación en reunión de madres con hijos menores de 2 años.

## EJERCICIOS SOBRE LA PLANIFICACIÓN DE LA COMUNICACIÓN EDUCATIVA: GRUPO A

1. ¿En qué oportunidades durante el año se reúne la comunidad? Las fiestas patronales, las ferias, otras fiestas, faenas, etc.
2. ¿Cuándo y dónde se reúnen las mujeres? ¿Para qué se reúnen?
3. ¿Cómo se enteran de las noticias, de los cumpleaños, de los embarazos, de las muertes, de otras cosas? ¿En la escuela, en la posta?
4. ¿En qué horarios se encuentran las gestantes en sus casas? ¿A qué horas los promotores pueden ir a visitarlas?
5. ¿En qué partes de la comunidad se puede colocar avisos, carteles, afiches y cuñas radiales?. ¿En qué oportunidades durante el año se reúne la comunidad? Las fiestas patronales, las ferias, otras fiestas, faenas, etc.

## EJERCICIOS SOBRE LA PLANIFICACIÓN DE LA COMUNICACIÓN EDUCATIVA: GRUPO B

1. Inventar una campaña de Comunicación Educativa para saber qué madres de la comunidad están embarazadas.

2.

¿Hay madres embarazadas en la comunidad?	¿Cada cuánto las visitan?	¿Qué promotor las visita?	¿Qué información les dan?	¿Qué informan en el establecimiento de salud sobre las embarazadas?

## EJERCICIOS SOBRE LA PLANIFICACIÓN DE LA COMUNICACIÓN EDUCATIVA: GRUPO C

¿Qué hacen mal las madres gestantes, que deberían mejorar o cambiar?	¿Qué es más difícil de cambiar?	¿Qué es menos difícil de cambiar?
1.		
2.		
3.		
4.		

## EJERCICIOS SOBRE LA PLANIFICACIÓN DE LA COMUNICACIÓN EDUCATIVA: GRUPO D

LEER ESTOS TEMAS	Escriba aquí los consejos para las madres
1) Cómo practicar la lactancia materna exclusiva.	
2) Preparación del pezón de la gestante.	
3) Asistencia a los controles de embarazo.	
4) Vacuna antitetánica para la gestante.	
5) Suplemento de hierro y alimentación de la gestante.	
6) Inicio de la alimentación sólida de la wawa.	
7) Asistencia a control de crecimiento y desarrollo de la wawa.	
8) Uso de métodos anticonceptivos.	
9) Parto en el establecimiento de salud para la gestante.	
10) Uso del agua para preparar los alimentos.	

## Actividad 05: “EVALUAR ES RECORDAR y MEJORAR”



### Objetivo

- ▶ Reforzar los aprendizajes de la unidad.
- ▶ Alentar su réplica con otros promotores de salud.
- ▶ Motivar la reflexión final y el interés en nuevas oportunidades de capacitación.
- ▶ Fortalecer el trabajo y responsabilidades dentro del grupo.

### Tiempo

- ▶ 15 minutos, aproximadamente. Puede destinarse treinta segundos por participante y el tiempo restante para los remates y comentarios finales.

### MATERIALES

- ▶ Nuestras palabras y las de nuestra pareja de trabajo.
- ▶ Es importante la capacidad de síntesis.

### IDEAS CLAVE

- ▶ Toda actividad tiene un inicio y un fin, que debemos registrar como un hábito en nuestro trabajo.
- ▶ Es importante que los participantes terminen una actividad recordando lo realizado y evaluándolo.
- ▶ Para fortalecer el trabajo en grupo se recomienda la evaluación de las tareas que efectuaron todos sus miembros.
- ▶ La evaluación de lo desarrollado fortalece el aprendizaje y permite saber qué aspectos debemos profundizar.
- ▶ Es necesario, para el refuerzo del aprendizaje, terminar con una dinámica que permita el contacto personal y afectivo entre los participantes.



## PROCEDIMIENTO

- ▶ El facilitador pide a los participantes que le cuenten a su vecino de asiento:
  - ¿Qué les gustó más del taller y por qué razones?
  - ¿Qué les pareció lo más útil y por qué?
  - ¿Qué recuerdan de lo aprendido?
  - ¿Cómo les servirá la planificación de la comunicación educativa en su trabajo de promoción de la salud comunitaria?
  - ¿Cómo desempeñaron sus responsabilidades dentro del grupo?
- ▶ El facilitador pide a los "vecinos" que comenten en voz alta las diferentes opiniones y la evaluación realizada por sus respectivas parejas.
- ▶ El facilitador lee o toma en cuenta las ideas fuerza para luego dar por concluida la actividad y la UNIDAD DE APRENDIZAJE.

**RECOMENDACIÓN:** No olvidar que los instrumentos de capacitación son una ayuda, pero lo más importante para aprender son nuestras ideas, conocimientos, palabras y el interés de las personas que asistieron a la capacitación.

## CONTENIDOS

# PLANEAMIENTO ESTRATÉGICO DE LA COMUNICACIÓN EDUCATIVA

¿Qué se entiende por Planeamiento Estratégico?

Es una metodología de intervención de comunicación que se desarrolla por etapas, a través de las cuales se va construyendo pasito a paso el camino que permitirá solucionar, analizar y organizar todas las actividades en IEC.

Este planeamiento estimula la implementación de espacios para que los promotores de salud accedan a la información, crucen sus experiencias y se involucren en los diversos procesos de IEC.

¿Cuáles son las etapas?

El planeamiento estratégico como herramienta metodológica para diseñar, dirigir y ejecutar planes de comunicación educativa, es un proceso que considera cuatro etapas que se muestran interrelacionadas entre sí:

### 1. El Diagnóstico

¿DÓNDE ESTAMOS?

Permite recoger, sistematizar y analizar información necesaria sobre el problema de salud, el contexto y la población afectada por el mismo.

En esta etapa indagamos acerca de cómo piensa, siente y actúa nuestro público objetivo respecto al problema de salud identificado.

### 2. La Estrategia

¿HACIA DÓNDE VAMOS Y COMO LO LOGRAMOS?

Permite lograr que el mensaje que queremos transmitir llegue al público objetivo de esa población afectada, en la forma más eficiente posible, con la finalidad de enfrentar el problema de salud con éxito.

Permite precisar el público, objetivos de comunicación, mensajes, medios a utilizar, funciones del equipo, cronograma y presupuesto.

### 3. La Intervención

¿QUÉ HACEMOS?

Es la puesta en marcha de la estrategia. En esta etapa es importante hacer los ajustes necesarios en los mensajes y materiales que se piensa elaborar mediante la validación y posterior producción de los mismos.

#### 4. La Evaluación

#### ¿QUÉ RESULTADOS CONSEGUIMOS?

Proceso permanente de seguimiento (monitoreo), que nos da la información necesaria sobre la marcha del proceso y de las actividades. Además la observación (evaluación) permite medir los resultados que se van produciendo en relación con los objetivos planteados con la finalidad de realizar las correcciones necesarias.

¿Cuáles son los componentes para el diseño de la estrategia?

Los componentes de la estrategia se relacionan de manera funcional, siendo los siguientes:

- A. Segmentación de los públicos.
- B. Definición del comportamiento esperado del público objetivo.
- C. Determinación de los objetivos de comunicación.
- D. Elaboración de mensajes.
- E. Selección y mezcla de medios.
- F. Plan de trabajo: Funciones, cronograma y presupuesto.

A. ¿Qué es la segmentación de los públicos?

Nos permite definir al grupo objetivo, al cual queremos proporcionar conocimientos, modificar sus actitudes o ayudar a cambiar determinadas prácticas.

Segmentar es delimitar con mucha claridad al público objetivo primario (POP) y el público objetivo secundario (POS) de nuestra intervención.

¿Qué es el POP?

El POP (Público Objetivo Primario) es aquel segmento de la población que tiene mayores posibilidades de responder a la propuesta de salud para asumir un cambio de conducta, debido a sus posibilidades de acceder y disponer de soluciones que les permita abordar el problema y experimentar con ellas.

Preguntas que facilitan la elección del POP

- ¿Quiénes están directamente afectados por el problema?
- ¿Quiénes responderán mejor al intento de cambio?
- ¿Quiénes serán los más beneficiados?
- ¿A quiénes se puede comunicar mejor el mensaje?

## B. Definición del comportamiento esperado del POP

Frente a la información obtenida en el diagnóstico, es necesario establecer con exactitud qué comportamientos esperamos lograr en el público objetivo, que nivel de aprendizaje necesitan obtener, las costumbres o hábitos dañinos para la salud que podrían cambiarse y que actitud positiva debería fomentarse en nuestros grupos objetivo.

Preguntas que facilitan la elección del POP

- ¿Qué comportamiento podemos lograr que el público adopte?
- ¿Por qué deben asumir este comportamiento?
- ¿Qué les impide posesionarse de este comportamiento?
- ¿Cuáles son los beneficios de adoptar esta práctica?
- ¿Qué conocimientos necesita el segmento elegido para aceptar el comportamiento propuesto y ponerlo en práctica?
- ¿Qué dificultades le ocasiona la práctica actual?

¿Por qué es importante definir el comportamiento esperado del POP?

Los comportamientos se forman de un conjunto de decisiones y acciones que deben entenderse a partir del análisis de las costumbres, motivaciones, hábitos, actitudes, creencias y percepciones de los grupos objetivo. Esto nos da cuenta de lo difícil que puede ser que la gente haga lo que nosotros esperamos.

Con respecto a un problema de salud existen diversas conductas y no se pueden introducir, cambiar o mantener todas al mismo tiempo. Por eso hay que ubicarlas en orden de factibilidad. Algunos comportamientos son más fáciles de adoptar que otros. Por esta razón, una estrategia de comunicación debe, en principio, concentrar sus esfuerzos en cambiar aquellos comportamientos más posibles, dejando los más difíciles para después. Así, una vez logrados los cambios más factibles podremos intentar cambios de conducta más difíciles de lograr.

Para poder identificar el comportamiento que deseamos que nuestro público objetivo adopte, debemos diferenciar primero entre el comportamiento actual, el ideal y el comportamiento factible.

COMPORTAMIENTO ACTUAL	COMPORTAMIENTO IDEAL	COMPORTAMIENTO FACTIBLE
Se refiere al conocimiento y comportamiento actual de la población que buscamos modificar.	Es aquel que se considera técnicamente correcto desde el punto de vista de un programa de salud, es lo que debería hacer el público objetivo.	Son los comportamientos que el público objetivo puede adoptar y que son absolutamente necesarios para la solución del problema de salud identificado.
Ejemplo: Las mujeres gestantes no acuden a los controles prenatales o lo hacen con poca frecuencia.	Ejemplo: Que las mujeres gestantes reconozcan la importancia del cuidado de su embarazo y acudan mensualmente a los servicios para realizar sus controles.	Ejemplo: Que las mujeres gestantes tengan una actitud favorable hacia el cuidado de su embarazo y acudan a los servicios para recibir, básicamente 4 controles pre-natales durante el embarazo.

Para que nuestra intervención comunicacional sea efectiva es importante que definamos adecuadamente las conductas factibles de ser adoptadas por el público objetivo

### C. Determinación de los objetivos de comunicación

Luego de determinar y ordenar los comportamientos factibles que deseamos alcanzar con nuestra intervención comunicacional, estaremos en condición de formular nuestros objetivos de comunicación.

¿Qué es un objetivo de comunicación?

El objetivo de comunicación debe definir el cambio que se espera que el público objetivo experimente o practique respecto a su problema de salud. Dicho cambio puede expresarse no solo a nivel de prácticas, sino también en el incremento de conocimientos o en el desarrollo de actitudes favorables al cambio, como resultado de la estrategia de comunicación.

El objetivo de comunicación nos indica el cambio de comportamiento, actitud que queremos lograr en el público objetivo como resultado de la intervención comunicacional.

## Posicionamiento

Una vez que hemos establecido nuestros objetivos y antes de definir los mensajes, debemos establecer cuál será el posicionamiento del servicio o idea que vamos a promocionar.

El posicionamiento es la imagen o significado que el público tiene en su mente sobre una idea, servicio o cosa.

### D. Elaboración de mensajes

El mensaje es el conjunto de ideas que queremos transmitir. Los mensajes deben ser lo suficientemente claros, sencillos, directos y motivadores para que el público objetivo internalice la necesidad de modificar sus conocimientos, actitudes o prácticas siguiendo lo que promueve el mensaje.

### E. Selección y mezcla de medios

El mensaje es el conjunto de ideas que queremos transmitir. Los mensajes deben ser lo suficientemente claros, sencillos, directos y motivadores para que el público objetivo asuma la necesidad de modificar sus conocimientos, actitudes o prácticas siguiendo lo que promueve el mensaje.

### F. Plan de trabajo

En el plan se deberá tomar en cuenta las personas que estarán involucradas en cada actividad, sus funciones y responsabilidades (organigrama). Se listarán todas las actividades planteadas y las fechas en que se realizarán (cronograma) y los recursos que se necesitan para llevarlas a cabo (presupuesto).