

Apéndice B: Material de muestra de HACEY sobre la Información y enfoque de la PF

- » *Ejemplo de estrategia de promoción*
- » *Ejemplo de informe creativo*
- » *Ejemplo de guía de entrevistas*
- » *Ejemplo de guion gráfico*

Ejemplo de estrategia de promoción

Plan de promoción

Objetivos de promoción

Después de ver nuestros videos, nuestro público objetivo considerará los LARC como opciones anticonceptivas viables y actuará para tomar una decisión fundamentada (p. ej., buscará más información, hablará con su pareja o proveedor de atención médica).

Llamadas a la acción para el público objetivo

Nuestras publicaciones alentarán al público a:

1. Compartir los videos.
2. Dar "Me gusta" a los videos.
3. Escribir comentarios.
4. Suscribirse a nuestra cuenta en las redes sociales.
5. Asistir a un evento virtual o cara a cara.

Cronología de la promoción

Promoveremos nuestros videos durante tres meses, desde el 12 de septiembre hasta el 12 de diciembre de 2017.

- Fechas o eventos clave para tener en cuenta: 26 de septiembre (Día mundial de la anticoncepción)

Actividades de promoción deseadas

Canales y actividades prelanzamiento	Canales y actividades de lanzamiento	Canales y actividades de promoción en curso
Canales de redes sociales: <ul style="list-style-type: none">• Facebook, Twitter, Instagram, WhatsApp Canales y actividades en persona: <ul style="list-style-type: none">• N/A Actividades adicionales: <ul style="list-style-type: none">• N/A	Canales de redes sociales: <ul style="list-style-type: none">• Facebook, Twitter, Instagram, WhatsApp Canales y actividades en persona: <ul style="list-style-type: none">• Folletos en centro de salud Actividades adicionales: <ul style="list-style-type: none">• Publicaciones en blog	Canales de redes sociales: <ul style="list-style-type: none">• Facebook, Twitter, Instagram, WhatsApp Canales y actividades en persona: <ul style="list-style-type: none">• Folletos en centro de salud• Estudios de detección precoz públicos en centro para la juventud de la universidad Actividades adicionales: <ul style="list-style-type: none">• Evento en vivo en Facebook• Chat por Tweet• Publicaciones en blog

¿Hay estándares o procedimientos de desarrollo de marca que deban seguirse?

- Todos los que hagan publicaciones sobre este proyecto deben etiquetar los videos con #fpINFOcus.
- Los videos deben incluir el logotipo de HACEY, en la esquina superior izquierda o en la parte inferior central.
- Las publicaciones de las redes sociales del personal de HACEY serán enviados o revisados por el líder de redes sociales.

¿Cuáles son sus objetivos para la promoción? ¿Cómo medirá el éxito de su trabajo?

Objetivo

Para diciembre de 2017, nuestros videos proporcionarán a los jóvenes información fundamental sobre la planificación familiar a través de 1000 interacciones únicas.

Métricas

Para este proyecto, realizaremos un seguimiento de los siguientes indicadores:

- Vistas, compartidos y Me gusta en Facebook
- Vistas, impresiones de etiquetas y retuiteos en Twitter
- Vistas, Me gusta y compartidos en YouTube
- Vistas y Me gusta en Instagram

Nuestro equipo de redes sociales revisará nuestros informes de redes sociales todas las semanas y tomará nota de las preguntas y los temas más frecuentes mencionados en los comentarios. Se pedirá a todos los que compartan el video a través de WhatsApp que envíen capturas de pantalla de cualquier pregunta, comentario y reacción que hayan recibido. Esta información se utilizará para determinar si necesitamos adaptar nuestra estrategia de promoción o nuestros mensajes.

Ejemplo de informe creativo: HACEY exige anticonceptivos reversibles de larga duración

1. Público objetivo

Las mujeres jóvenes y sus parejas que:

- tengan entre 18 y 24 años de edad;
- estén interesados en la PF;
- tengan un smartphone o acceso a internet.

2. Llamada a la acción

“Después de ver los videos, el público entenderá que el implante o el DIU es una opción anticonceptiva que pueden usar y se sentirán motivados a buscar más información sobre los LARC a través de enfermeros de PF”.

3. Obstáculos:

- Creencias sociales y culturales conservadoras. Por ejemplo, los DIU son solo para mujeres casadas grandes que ya han tenido hijos.
- Información incorrecta sobre los LARC. Por ejemplo, rumores falsos de que causan esterilidad, infecciones o enfermedades.
- Falta de información sobre opciones anticonceptivas y cómo acceder a ellas.

4. Beneficios

- Los LARC son sumamente eficaces para prevenir embarazos no deseados.
- Los LARC le permiten enfocarse en sus sueños.
- Los LARC no requieren mantenimiento diario o mensual.
- Los LARC son de larga duración pero reversibles cuando se extraen y pueden extraerse en cualquier momento.

5. Mensajes clave

- Debe informarse y empoderarse a los jóvenes para que se protejan de los embarazos no deseados de una forma que sea adecuada para su estilo de vida.
- Los LARC son seguros para las mujeres de todas las edades.

6. Tono

- Afable, confiado, fáctico, solidario y alentador.

7. Medios

- Serie de videos breves producidos en teléfonos celulares y compartidos por las redes sociales.

8. Consideraciones creativas

- Inglés o yoruba, según el manejo del idioma, subtítulos en inglés.

Ejemplos de guías de entrevistas

Tómese un momento para conversar antes de encender la cámara para establecer un vínculo entre usted y el entrevistado. Preséntese y hable sobre cosas triviales. Pida al participante que lea el formulario de consentimiento y responda las preguntas que pueda tener. Pruebe el equipo de grabación. Cuando todos estén listos, pulse Grabar y comience la entrevista.

PARA PAREJAS:

Gracias por tomarse el tiempo para hablar con nosotros. Estamos grabando una serie de videos con miembros de nuestra comunidad que hablan sobre sus experiencias con la PF. Nuestro objetivo es conectar a los jóvenes con información de salud correcta y motivarlos a informarse más sobre los LARC. Estamos muy contentos de que deseen participar y compartir su historia.

1. Para empezar, cuéntenos un poco sobre ustedes.
 - » INDAGUE: Por ejemplo, ¿cómo se conocieron?
 - » INDAGUE: Cuéntenme sobre sus hijos o su interés en tener hijos.
 - » INDAGUE: ¿Cómo se imaginan su futuro?

2. ¿Cómo se interesaron en su método de PF?
 - » INDAGUE: ¿Qué ocurría en sus vidas en ese momento?
 - » INDAGUE: ¿Cómo conocieron el método que usan?
 - » INDAGUE: ¿Qué hicieron después?

3. Describan cómo decidieron elegir (refiérase al método específico que usa la pareja).
 - » INDAGUE: ¿Qué factores les ayudaron a tomar la decisión?
 - » INDAGUE: ¿Otros métodos, factores relacionados con el estilo de vida, etc.?
 - » INDAGUE: Si lo hablaron en pareja, ¿cómo se desarrolló esa conversación?
 - » INDAGUE: Si lo hablaron con sus amigos, ¿cómo se desarrollaron esas conversaciones?

4. ¿Cómo fue recibir su (refiérase al método específico que usa la pareja)?
 - » INDAGUE: ¿Dónde lo obtuvieron?
 - » INDAGUE: ¿Cómo fue el día de la inserción?
 - » INDAGUE: ¿Cómo fue el procedimiento?

5. ¿Cómo se sienten con el implante ahora que ya ha pasado algo de tiempo?
 - » INDAGUE: ¿Qué les gusta acerca de (su método)?
 - » INDAGUE: ¿Hay algo que les habría gustado saber antes?
 - » INDAGUE: ¿Cómo ha marchado su relación desde que comenzaron a usar su método?

6. ¿Qué consejo le darían a otras personas que están interesadas en un DIU o un implante y desean saber más al respecto?

PARA INDIVIDUOS:

Gracias por tomarte el tiempo para hablar con nosotros. Estamos grabando una serie de videos con miembros de nuestra comunidad que hablan sobre sus experiencias con la PF. Nuestro objetivo es conectar a los jóvenes con información de salud correcta y motivarlos a informarse más sobre los anticonceptivos reversibles de larga duración o LARC. Estamos muy contentos de que desee participar y compartir su historia.

1. Para empezar, cuéntenos un poco sobre usted.
 - » INDAGUE: Cuénteme sobre su marido o novio.
 - » INDAGUE: Cuénteme sobre sus hijos o su interés en tener hijos.
 - » INDAGUE: ¿Cómo se imagina su futuro?

2. ¿Cómo se interesó en el método de PF que usa?
 - » INDAGUE: ¿Qué ocurría en su vida en ese momento?
 - » INDAGUE: ¿Cómo conoció el método que usa?
 - » INDAGUE: ¿Qué hizo después?

3. Describa cómo decidió elegir (refiérase al método específico que usa el individuo).
 - » INDAGUE: ¿Qué factores le ayudaron a tomar la decisión?
 - » INDAGUE: ¿Otros métodos, factores relacionados con el estilo de vida, etc.?
 - » INDAGUE: Si lo habló con su pareja, ¿cómo fue la conversación?

4. ¿Cómo fue recibir su (refiérase al método específico que usa el individuo)?
 - » INDAGUE: ¿Cómo obtuvo (su método)?
 - » INDAGUE: ¿Cómo fue el día de la inserción?
 - » INDAGUE: ¿Cómo fue el procedimiento?

5. ¿Cómo se siente con su (refiérase al método específico que usa el individuo) ahora que ya ha pasado algo de tiempo?
 - » INDAGUE: ¿Qué le gusta acerca de (su método)?
 - » INDAGUE: ¿Hay algo que le habría gustado saber antes?

6. ¿Qué consejo les daría a otras personas que están interesadas en un DIU o un implante y desean saber más al respecto?

PARA PROMOTORES DE SALUD JUVENIL:

Gracias por tomarse el tiempo para hablar con nosotros. Estamos grabando una serie de videos con miembros de nuestra comunidad que hablan sobre sus experiencias con la PF. Nuestro objetivo es conectar a los jóvenes con información de salud correcta y motivarlos a informarse más sobre los anticonceptivos reversibles de larga duración o LARC. Estamos muy contentos de que desee participar y compartir su historia.

1. Para empezar, cuéntenos un poco sobre usted.
 - » INDAGUE: Por ejemplo, ¿cuánto tiempo hace que es promotor de salud juvenil de SRH?

2. ¿Cómo se interesó en este tipo de trabajo?
 - » INDAGUE: ¿Qué veía en su comunidad en ese momento?
 - » INDAGUE: ¿Qué sueños tiene para su comunidad?
 - » INDAGUE: ¿Qué lo motiva a seguir trabajando en SRH?

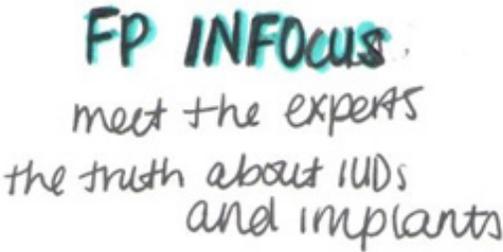
3. ¿Cómo se informa la gente de esta comunidad sobre la PF? ¿Cómo se enteran sobre el DIU o implante?

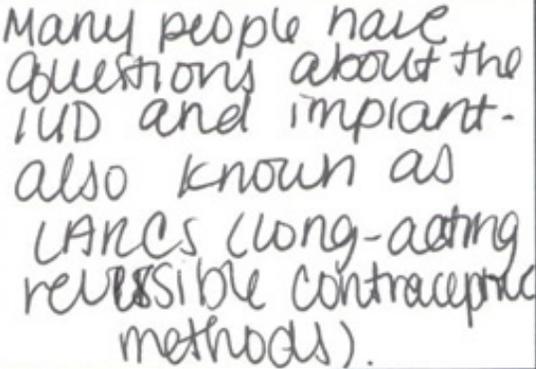
4. Cuénteme sobre alguna conversación que haya tenido hace poco con algún joven sobre un DIU o un implante.
 - » INDAGUE: ¿Cuáles son algunas de las inquietudes y consideraciones que los jóvenes le plantean cuando hablan sobre el DIU o el implante, si es que hay alguna?
 - » INDAGUE: ¿Cómo responde usted?
 - * INDAGUE: ¿Beneficios? ¿Soluciones a retos? ¿Recursos?

5. ¿Qué consejo les daría a otras personas que están interesadas en un DIU o un implante y desean saber más al respecto?

Ejemplo de guion gráfico

1	SHOT #	ACTION	still slide.
		DIALOGUE	HACEY logo
		FX opening	MUSIC

2	SHOT #	ACTION	still slide
		DIALOGUE	title (unspoken)
		FX opening	MUSIC

3	SHOT #	ACTION	still slide.
		DIALOGUE	see slide language (unspoken)
		FX opening	MUSIC

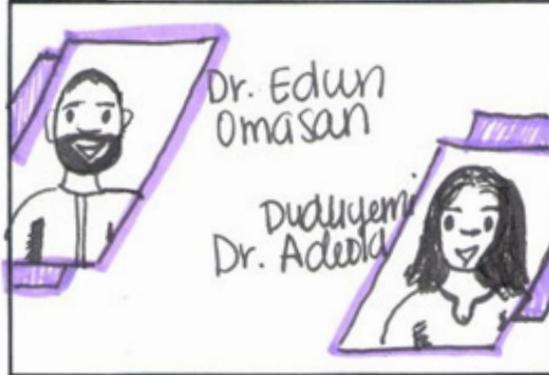
Fuente: Universidad de Texas en Dallas. (2017). Guiones gráficos. Tomado de: <https://www.utdallas.edu/atec/midori/Handouts/storyboard.htm> (en inglés).

4 SHOT #
We asked family planning doctors from Lagos to answer questions that young people posted on Twitter/WhatsApp.

ACTION
still slide

DIALOGUE
see slide language (unspoken)

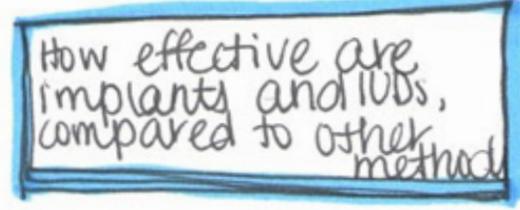
FX opening music

5 SHOT #


ACTION
reveal names and photos

DIALOGUE

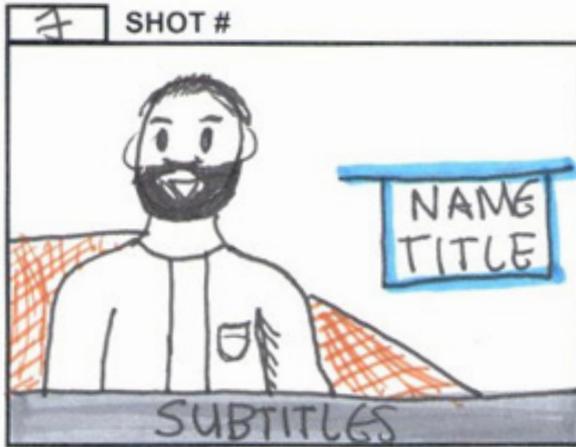
FX opening music

6 SHOT #
Twitter screenshot, Q1


ACTION
still slide with question 1

DIALOGUE

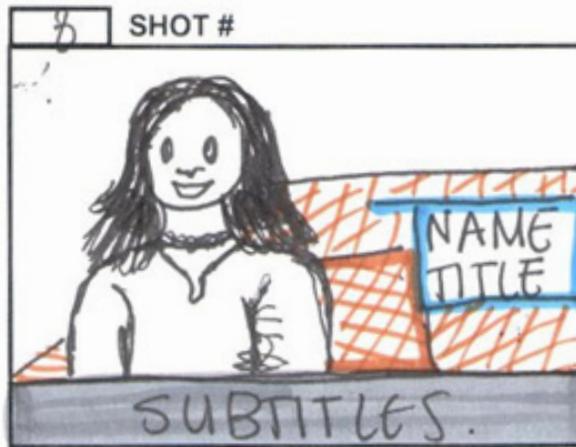
FX subtle music



ACTION
 Show doctor, sitting
 reveal name/title

DIALOGUE
 response to Q1

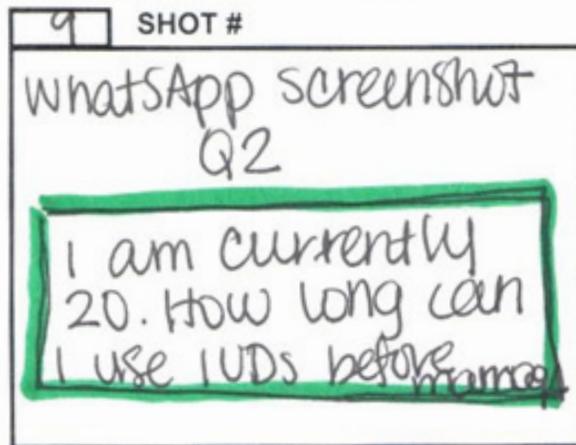
FX
 subtle music



ACTION
 Show doctor, sitting
 reveal name/title

DIALOGUE
 response to Q1

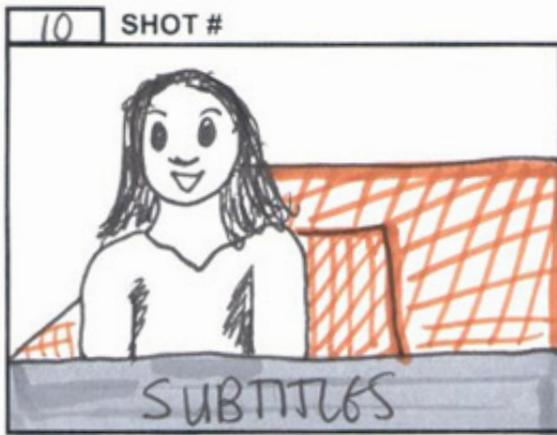
FX
 subtle music



ACTION
 Still slide with
 question 2

DIALOGUE

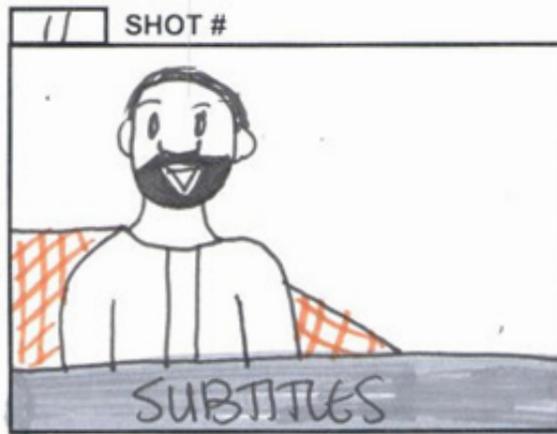
FX
 subtle music



ACTION
show doctor, sitting

DIALOGUE
response to Q2

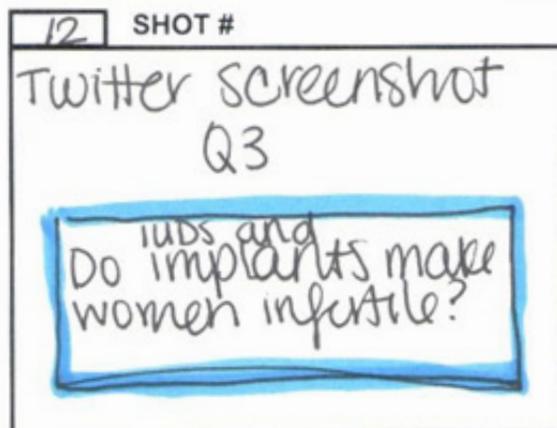
FX
subtle music



ACTION
show doctor, sitting

DIALOGUE
response to Q2

FX
subtle music



ACTION
still slide with
question 3

DIALOGUE

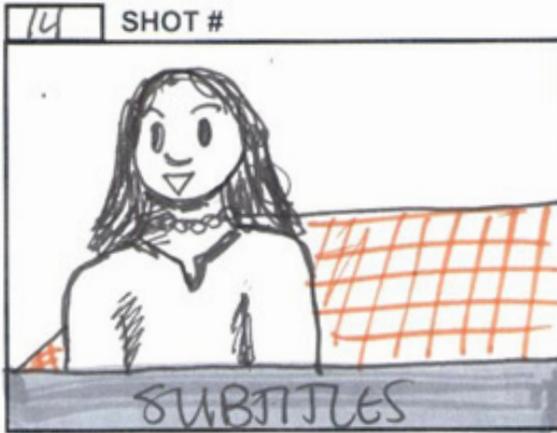
FX
subtle
music



ACTION
Show doctor, sitting

DIALOGUE
response to Q3

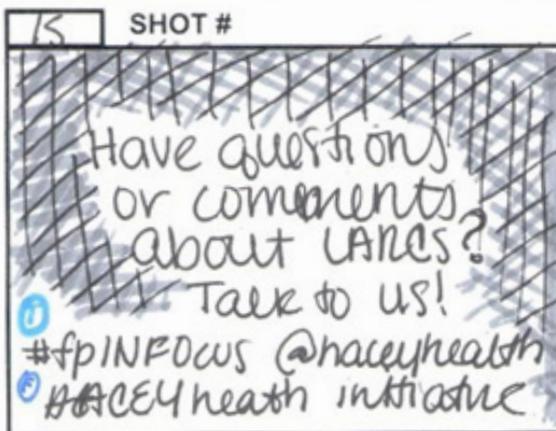
FX
subtle music



ACTION
Show doctor, sitting

DIALOGUE
response to Q3

FX



ACTION
end slide, still slide

DIALOGUE
unspoken closing text

FX
opening music