



THE KEY COMMUNICATIONS
FOR SOCIAL INNOVATION



PLANTA DE GENERACIÓN
DE ENERGÍA SOCIAL

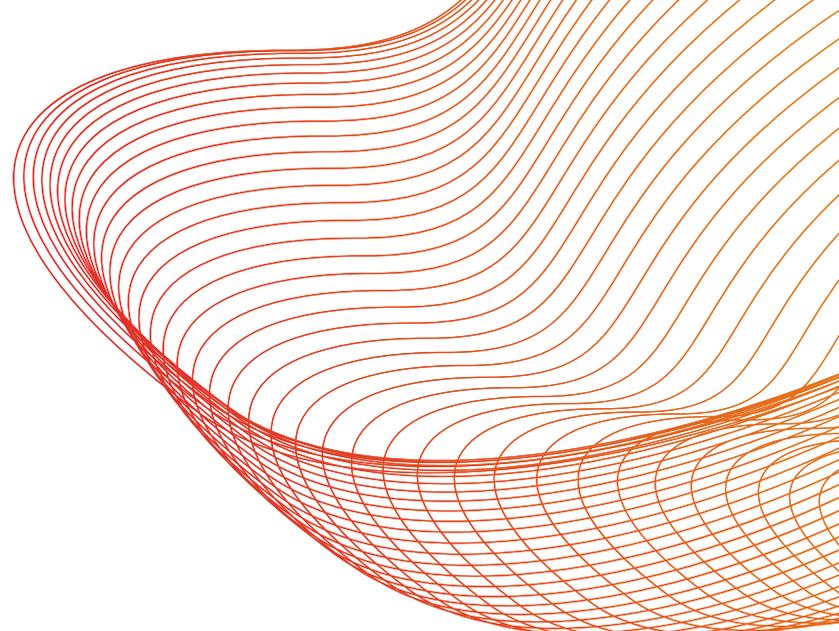
Modelo de investigación – acción
al servicio del Desarrollo Humano Sostenible

Comunicaciones para la Innovación Social

Markel R. Méndez H.



usma
universidad católica
santa maría la antigua



¿Quiénes son?

**Actores de interés.
Participantes clave.
Actores de influencia.
Partes interesadas.**





**¿Cuál es el cambio social
al que aspiramos?**

**¿Cuál es el cambio de
comportamiento que
esperamos impulsar?**



DISEÑO ESTRATÉGICO





COMUNICACIÓN

PARA EL CAMBIO DE COMPORTAMIENTO

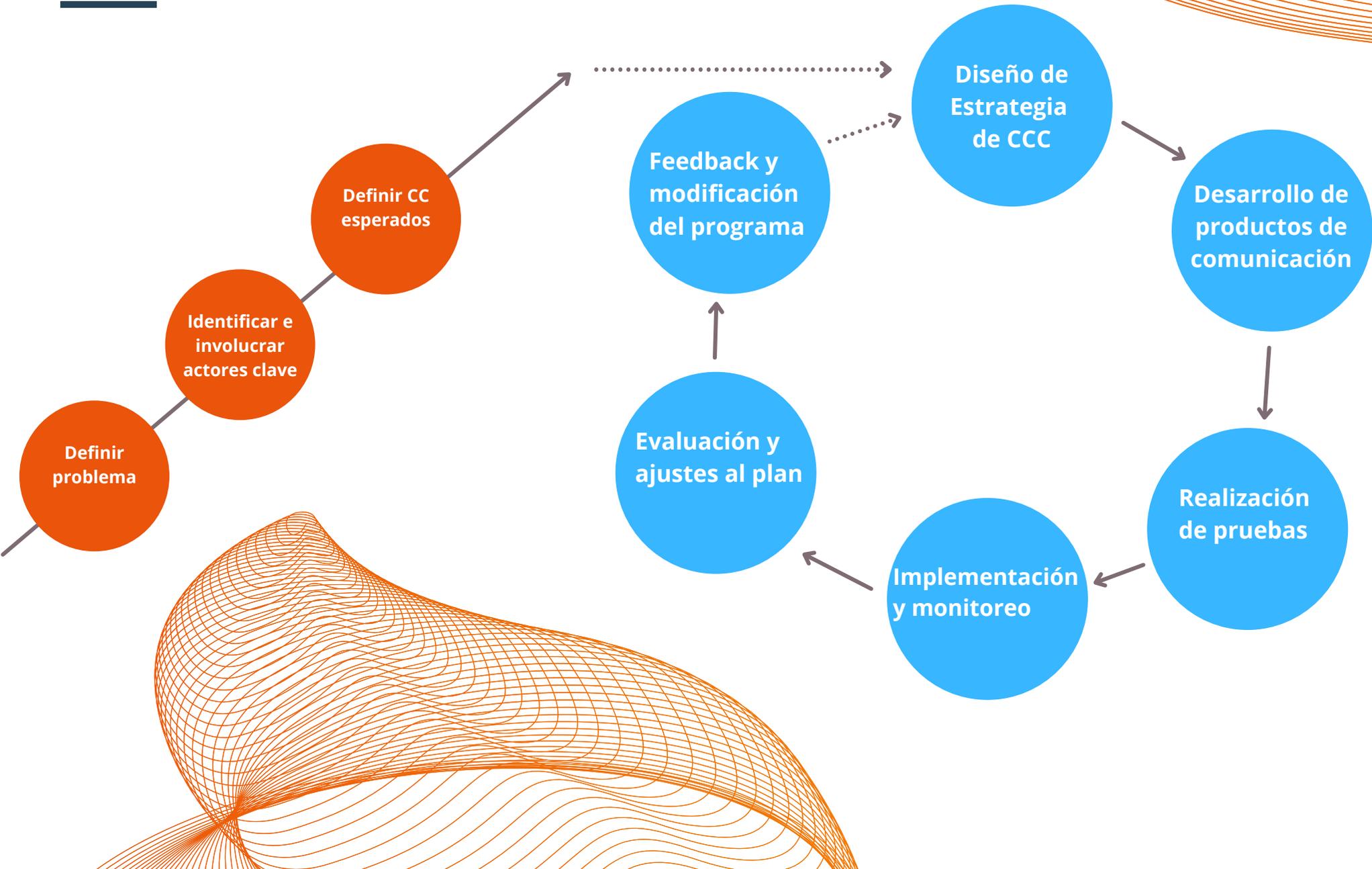
Transformación individual y social están imbricadas - entretejidas.

- Incrementar los conocimientos de los actores clave.
- Promover el diálogo comunitario.
- Impulsar un cambio de actitud.
- Reducir el estigma y la discriminación.
- Crear una demanda de información y de servicios.
- Fomentar las acciones de abogacía.
- Estimular la creación de servicios para la prevención la atención y el apoyo.
- Enseñar o reforzar actitudes y comportamientos.

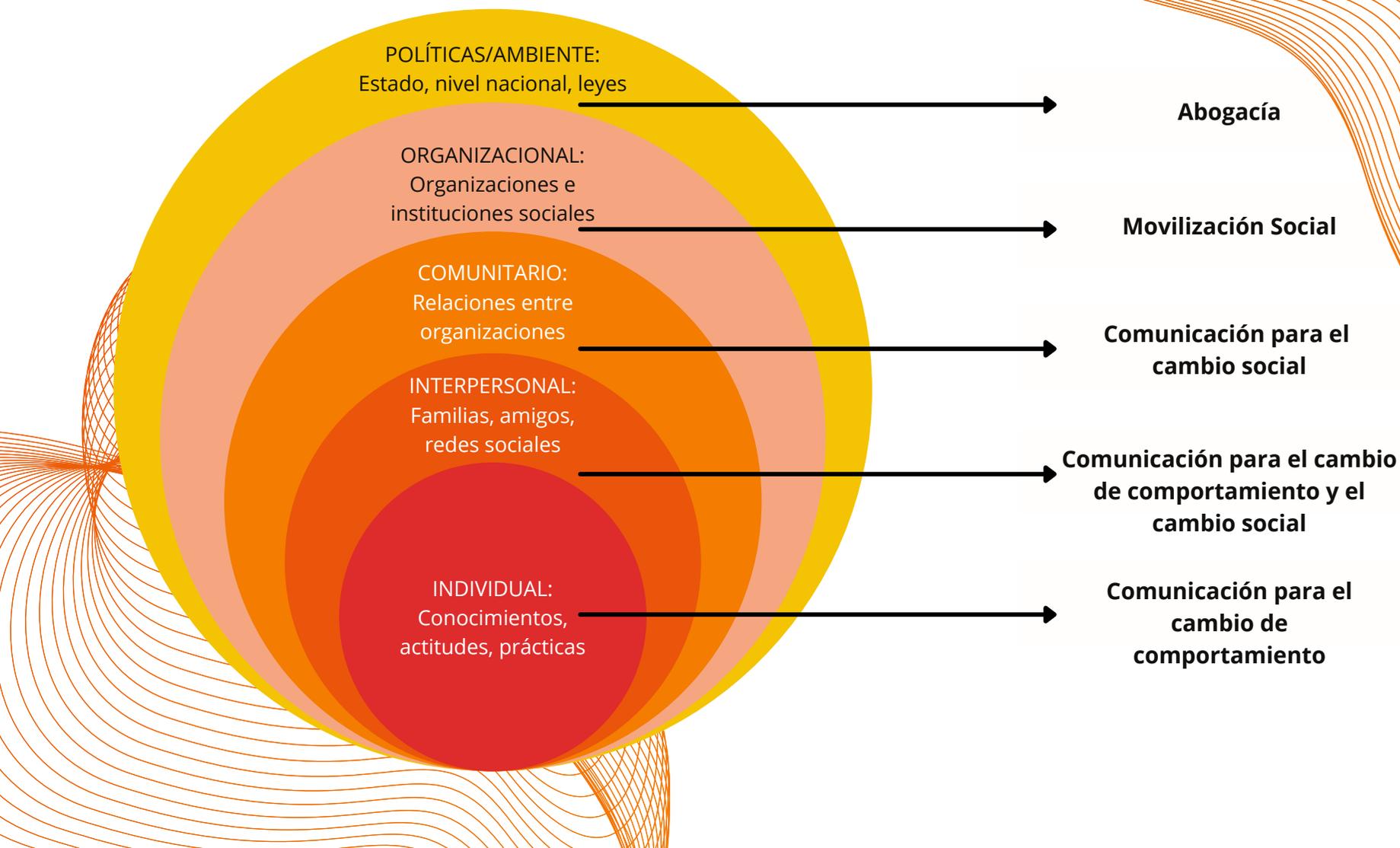


DISEÑO ESTRATÉGICO

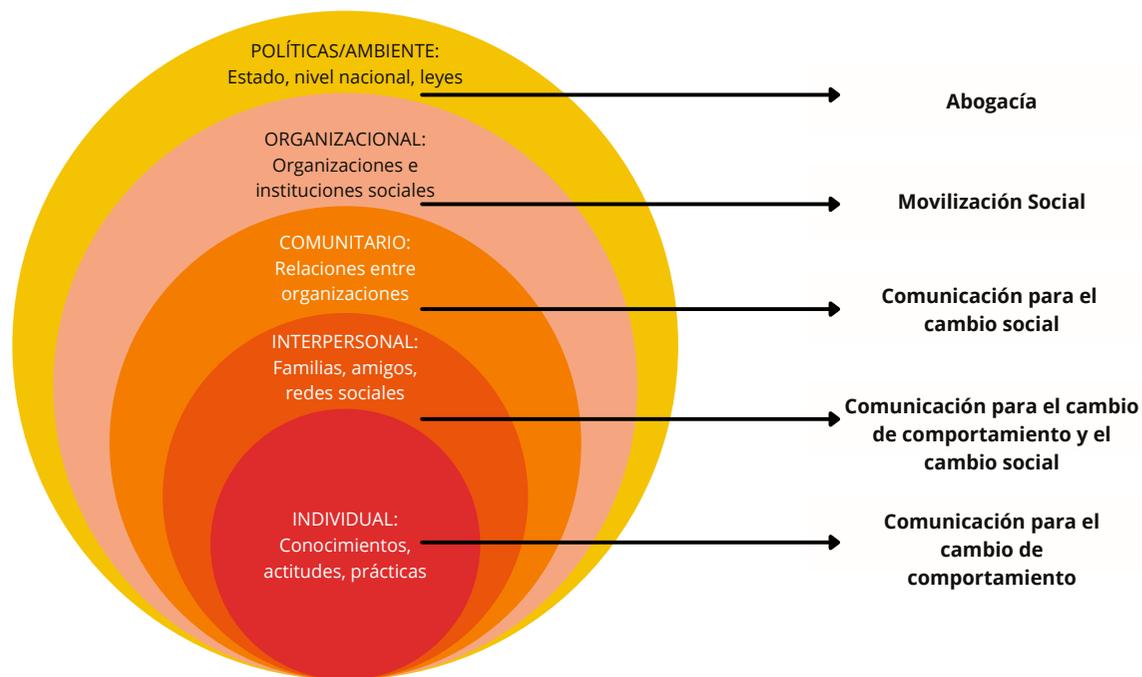
COMUNICACIÓN PARA EL CAMBIO DE COMPORTAMIENTO (CCC)



Modelo Socioecológico



Modelo Socioecológico

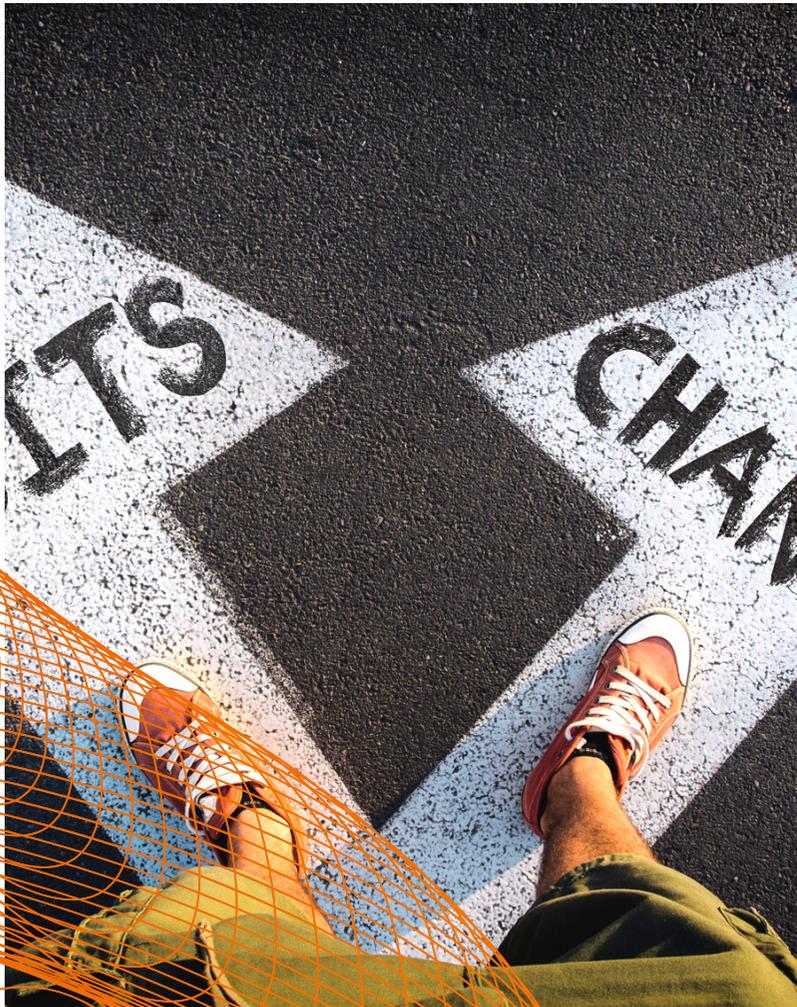


¿Cuál es el comportamiento o norma social actual?

¿Cuál es el cambio que esperamos lograr?

¿Cuál es la barrera clave para ese cambio de comportamiento?

MODELO TRANSTEÓRICO



PROCHASKA Y DICLEMENTE, 1984

Los cambios de comportamiento se producen por etapas.

CINCO FASES

1. Precontemplación.
2. Contemplación.
3. Preparación.
4. Acción.
5. Mantenimiento.

PROCESO EXPERIENCIAL Y CONDUCTUAL

- Experiencial: Sensibilización - Alivio dramático - Reevaluación ambiental - Liberación Social - Autoevaluación.
- Conductual: Control de estímulos - Relación de ayuda - Contracondicionamiento - Gestión del refuerzo - Autoliberación.

TEORÍA DEL COMPORTAMIENTO PLANIFICADO



THEORY OF PLANNED BEHAVIOR (TPB) - ICEK AJZEN (1985, 1991)

Predice el comportamiento deliberado, el cual puede ser planeado.

ELEMENTOS

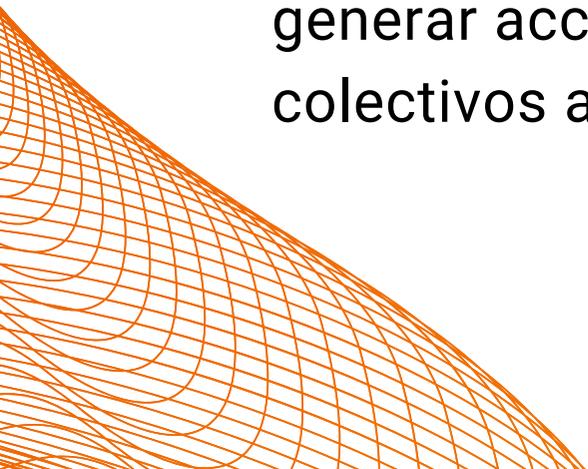
1. Intención.
2. Actitud.
3. Norma subjetiva.
4. Control percibido del comportamiento.
5. Conducta.

COMUNICACIÓN

PARA EL CAMBIO SOCIAL

Más recurrente a escala comunitaria.

- Se centra en la participación a través del diálogo y el debate, y el empoderamiento de los grupos sociales.
- Apunta a la activación social para generar acciones y cambios colectivos a largo plazo.



NORMAS SOCIALES

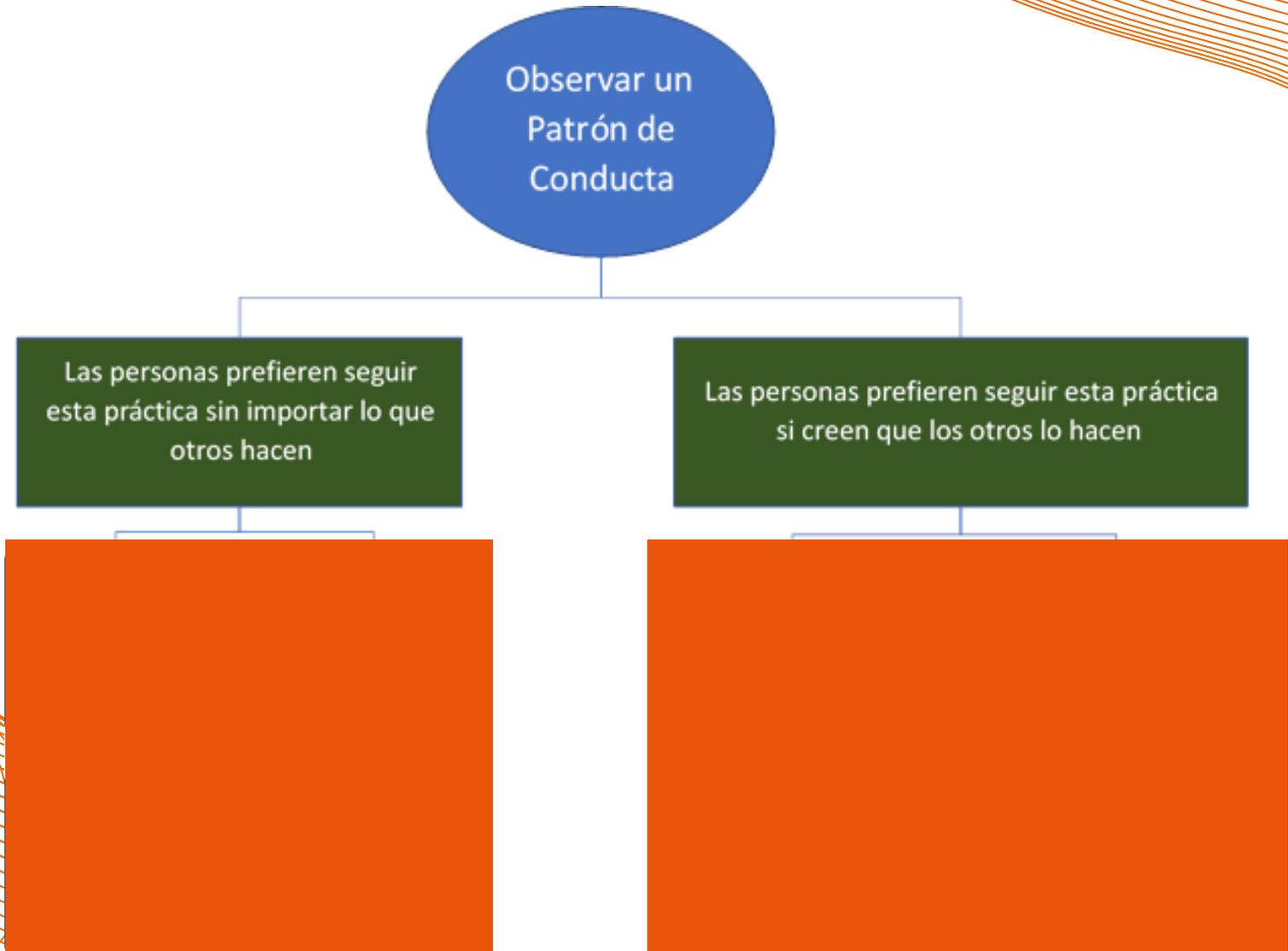
Observar un
Patrón de
Conducta

```
graph TD; A([Observar un Patrón de Conducta]) --- B[INDEPENDIENTE]; A --- C[DEPENDIENTE]
```

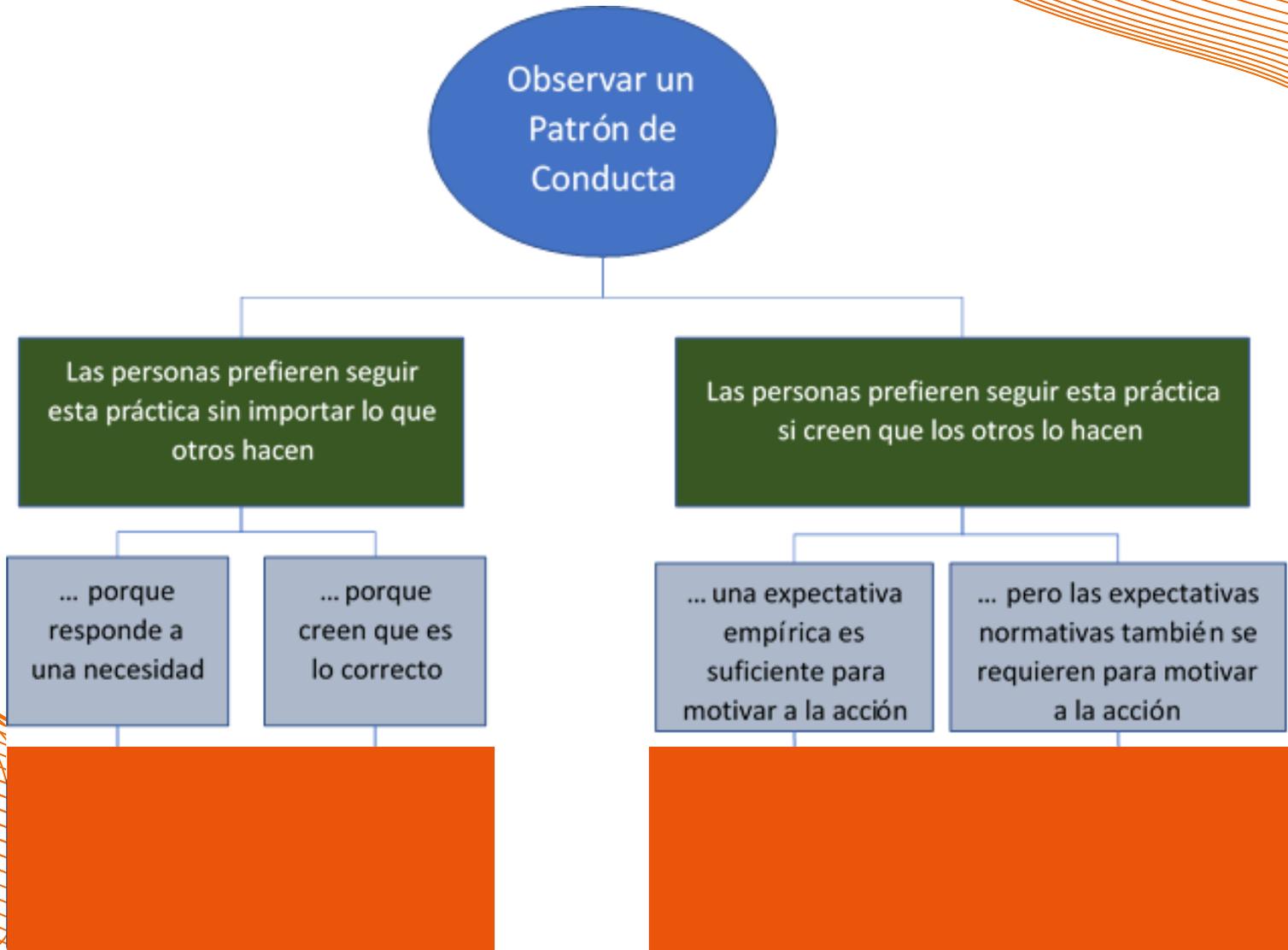
INDEPENDIENTE

DEPENDIENTE

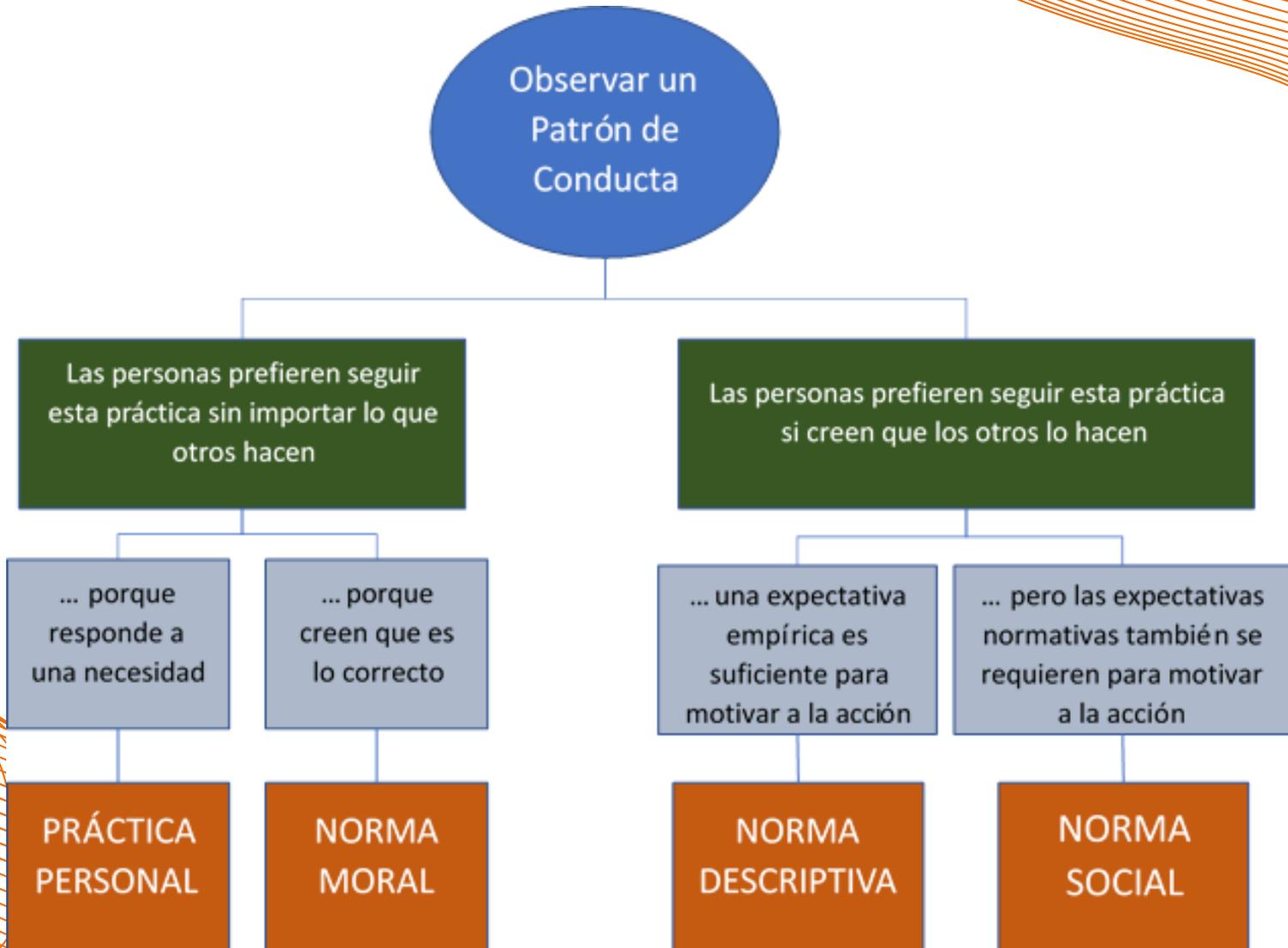
NORMAS SOCIALES



NORMAS SOCIALES



NORMAS SOCIALES



NORMAS SOCIALES

Tipo de conducta	Dependiente o Independiente	Expectativas Sociales	Explicación
Práctica Personal <i>Lo hago porque responde a mis necesidades o satisface un deseo</i>	Independiente	No importan las expectativas sociales (empíricas o normativas)	Responde a una necesidad
Norma Moral <i>Lo hago porque es lo correcto</i>	Independiente	No importan las expectativas sociales (empíricas o normativas)	Creencia personal normativa
Norma Descriptiva <i>Lo hago porque lo hacen otras personas</i>	Interdependiente	Las expectativas empíricas importan, las normativas no	Acciones coordinadas con lo que otras personas hacen
Normas Sociales <i>Lo hago porque es lo que los otros esperan de mí</i>	Interdependiente	Las expectativas empíricas y normativas importan	Responde a las expectativas de mi red de referencia. Se evitan sanciones

