

PROGRAMA DE CURSO

Unidad académica:	Departamento de Nutrición
Nombre del curso:	Comunicación y Educación en Alimentación y Nutrición
Código:	NU05028
Carrera:	Nutrición y Dietética
Tipo de curso:	Obligatorio
Área de formación:	Especializada
Nivel:	III nivel
Semestre:	V
Año:	2020
Requisitos:	Educación, conducta y salud.
Número de créditos:	3
Horas de trabajo:	81 hrs totales – 18 hrs presenciales (sincrónicas) 63 hrs no presenciales (asincrónicas)
Nº Estudiantes estimado:	60
Horario presencial sincrónico:	Lunes 12:00 a 13:00 o a convenir.
Horario presencial asincrónico:	Organizado por cada estudiante o grupo de trabajo.

Encargado de curso: Ricardo Cerda Rioseco. E-mail: rcerda@med.uchile.cl, Departamento de Nutrición, Facultad de Medicina, Universidad de Chile, Avenida Independencia 1027, Santiago.

Coordinadora de unidades de aprendizaje: Paulina Molina Carrasco. Email: paumolina@uchile.cl, Departamento de Nutrición, Facultad de Medicina, Universidad de Chile, Avenida Independencia 1027, Santiago

Docentes	Unidad Académica	Nº horas directas
Ricardo Cerda Rioseco	Departamento de Nutrición	40
Paulina Molina Carrasco	Departamento de Nutrición	40
Natalia Gómez San Carlos	Departamento de Nutrición	20
Luciano Rivera	Docente invitado	8
Macarena Peña y Lillo	Docente invitado	8

Propósito Formativo:

Se espera que el curso permita al estudiante, iniciar la aplicación de principios, enfoques, métodos, materiales y técnicas comunicacionales y educativas, destinadas a sensibilizar, empoderar, influenciar e informar a grupos objetivos mediante campañas y programas comunicacionales, que movilicen variables psicosociales que se traduzcan posteriormente, en cambios conductuales, hábitos y estilos de vida saludables en alimentación y nutrición de comunidades y audiencias objetivo, respetando principios éticos, bioéticos y científicos, con el fin de potenciar otras estrategias encaminadas a optimizar la salud.

Dado que el curso retoma y profundiza lo desarrollado en el curso de Educación, Conducta y Salud y cursos previos como Ciencias Sociales y Salud, se espera que el curso fortalezca la comprensión de la pluralidad y diversidad con que las personas construyen sus problemas de salud, la asignación de valor a sus estilos de vida, el reconocimiento de límites en el manejo de su tratamiento y la necesidad de abordarlos con enfoque interdisciplinarios; aspectos que se configuran como desafíos tanto en la selección de enfoques, como en el diseño de intervenciones en materia de información, comunicación y educación en salud.

Se espera que el curso, permita a los estudiantes en el futuro, integrar equipos interdisciplinarios que desarrollen planes, programas y proyectos destinados a empoderar y fomentar el desarrollo de estilos de vida saludables y el mejoramiento de la calidad de vida.

DOMINIO EDUCACIÓN**DEDU.C02**

Aplicar metodologías educativas y comunicacionales, sustentadas en enfoques teóricos que permitan aprendizajes significativos, orientados a movilizar las variables psicosociales condicionantes de la conducta de individuos y grupos de diferentes edades y contextos socioeconómicos y culturales, respetando principios éticos y bioéticos.

DEDU.C02. S01

Aplicar principios y métodos de la comunicación social y de cambio conductual, en el diagnóstico y planificación de intervenciones que promuevan una alimentación saludable, de acuerdo con las características de los grupos objetivos y audiencias destinatarias de programas en salud.

DEDU.C04

Elaborar material didáctico de diverso tipo de apoyo a intervenciones educativas individuales y grupales y, programas de comunicación en alimentación y nutrición, para diferentes edades, contextos sociales, económicos y culturales.

DEDU.C04.S01

Diseñando y validando materiales de programas de comunicación en alimentación y nutrición.

Resultados de Aprendizaje del Curso:

El estudiante será capaz de:

1. Analizar conceptos, modelos y procesos de comunicación social en salud que permitan planificar una campaña comunicacional orientada al cambio conductual para un problema en alimentación, nutrición y salud de una audiencia objetivo.
2. Diagnosticar un problema comunicacional de una audiencia objetivo mediante la aplicación de métodos y técnicas cuantitativas y/o cualitativas de recolección de datos y procesamiento de información, que permita el desarrollo de la línea base del plan de acción y táctico de una campaña.
3. Planificar un plan de acción y plan táctico de una campaña comunicacional, basados en un diagnóstico comunicacional en alimentación y nutricional que sea pertinente y coherente las visiones, perspectivas, motivaciones y conocimientos de la audiencia objetivo.
4. Diseñar un prototipo de material comunicacional que facilite la disminución de las brechas existentes de la audiencia con el problema comunicacional detectado.

PLAN DE TRABAJO

Unidades de Aprendizaje	Indicador de Aprendizaje	Acciones Asociadas
<p>Unidad 1</p> <p><i>¿Qué es una campaña comunicacional y de qué está hecha?</i></p>	<ul style="list-style-type: none"> • Discute en forma individual componentes comunes de campañas de alimentación y nutrición y salud hechas en Chile o el mundo existente en nuevos medios. • Diferencia las estrategias de información, comunicación y educación en alimentación y nutrición en políticas públicas en alimentación y nutrición. • Identifica las fases para la formulación de una campaña comunicacional a partir de modelos de planificación social. • Relaciona la interacción de los componentes y fases de una campaña comunicacional con criterios de calidad y principios de evaluación de esta. • Explica los conceptos de: Grupos objetivo y audiencia, canales de comunicación, vehículos de comunicación, medios de comunicación, información y mensaje en salud, ambiente comunicacional, objetivos comunicacionales, estrategias y actividades comunicacionales, concepto de campaña, mensajes, canales, piezas-vehículos. • Identifica los principales modelos y teorías de cambio de conducta, medios masivos y marketing, agenda setting, aplicados en comunicación social y salud. 	<p>Evaluación diagnóstica con retroalimentación de conceptos del curso. (Prueba online RC)</p> <p>Búsqueda de información en medios digitales de campañas. (Guía trabajo PM)</p> <p>Discusión asincrónica tutorada en foro. (Guía trabajo de foro PM)</p> <p>Lectura dirigida de texto general del curso. (Guía de Lectura de Documentos PM)</p> <p>Clase expositiva grabada. (RC)</p> <p>Lectura dirigida. (Guía lectura dirigida RC)</p> <p>Clase expositiva grabada. (MPyL)</p> <p>Elaboración de explicación a pregunta de unidad usando conceptos básicos y búsqueda de información. Lectura dirigida. (Guía lectura dirigida RC)</p> <p>Clase expositiva grabada (NG)</p> <p>Clase expositiva grabada (RC)</p> <p>Evaluación sumativa de la unidad. (Prueba Online RC)</p>
<p>Unidad 2</p> <p><i>¿Qué problemas comunicacionales tiene nuestra audiencia objetivo?</i></p>	<ul style="list-style-type: none"> • Identifica un problema alimentario y/o nutricional de una audiencia objetivo susceptible a diagnosticar mediante encuestas online. • Diseña fases de un diagnóstico de audiencia y ambiente comunicacional de población objetivo. • Selecciona variables conductuales y comunicaciones, métodos, técnicas e instrumentos de recolección de información comunitaria cuantitativa y cualitativa. • Elabora instrumento para evaluar variables seleccionadas para audiencia. • Aplica instrumento online a audiencia objetivo con formularios electrónicos. • Recopila datos de audiencia y del ambiente comunicacional de audiencia objetivo. • Analiza información de la audiencia y ambiente comunicacional de audiencia objetivo. • Discute cuáles son los principales problemas del ambiente comunicativo del grupo objetivo. • Distingue posibles estrategias a ser desarrolladas en comunicación en materia de salud nutricional. 	<p>Clase expositiva grabada. (RC)</p> <p>Lectura dirigida texto general del curso. (Guía lectura dirigida PM)</p> <p>Clase expositiva grabada (RC)</p> <p>Guía de trabajo grupal selección variables (PM)</p> <p>Guía de trabajo grupal diseño instrumento (PM)</p> <p>Diseño encuesta online audiencia objetivo. (Grupos)</p> <p>Tutoría grupal (Todos)</p> <p>Foro Grupal (Todos)</p> <p>Recopilación de información por redes sociales y en bola de nieve. (Guía de trabajo RC)</p> <p>Elaboración de informe diagnóstico comunicacional. (Grupo)</p> <p>Determinación de brechas y estrategias a desarrollar. (Grupo)</p>

<p>Unidad 3</p> <p>Diseño de campañas: Plan de acción y plan táctico.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Evalúa impacto, pertinencia y procesos de planificación de campañas comunicacionales realizadas a audiencias similares. • Analiza conceptos y mensajes de campañas utilizadas en Chile o en la región. • Analiza las etapas/proceso del plan de acción y plan táctico de campañas comunicacionales de Schiavo, R (2014). • Formula plan de acción de la campaña comunicacional. • Formula plan táctico de la campaña comunicacional. • Describe estrategias que necesiten materiales comunicacionales para su desarrollo. 	<p>Lectura dirigida de guía para planificar la campaña. (Guía de trabajo NG)</p> <p>Informe análisis de campañas. (Grupo)</p> <p>Clases expositiva grabada. (RC)</p> <p>Discusión de grupo y tutoría. (Todos)</p> <p>Trabajo autónomo y grupal. (Grupo)</p> <p>Entrega plan de acción y táctico (Grupo)</p>
<p>Unidad 4</p> <p>Diseño de material comunicacional</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Contrasta tipos de material comunicacional en términos de costo, uso y destinatarios. • Describe las características básicas de un material factible de ser utilizado en un programa de comunicación en salud. • Selecciona formato, mensajes y canales de uso de un material que permita mejorar la comunicación en salud entre los usuarios de una comunidad específica a partir de los resultados de un diagnóstico. • Genera mensajes del material comunicacional para una campaña. • Produce prototipo de material comunicacional. 	<p>Clase grabada (LR)</p> <p>Diseño de prototipo material comunicacional. (Guía trabajo RC)</p> <p>Entrega avance material comunicacional. (Guía de trabajo PM)</p> <p>Tutoría online. (LR, Tutores)</p> <p>Ajuste material (Todos)</p> <p>Entrega final de prototipo. (Grupo)</p>

Estrategias Metodológicas

Para el año 2020 el curso tendrá una modalidad a distancia a través de la plataforma U-Cursos. El curso tendrá funcionamiento sincrónico (22% (18 sesiones de 1h cada una) y asincrónico (85% (18 sesiones de 3,5 h cada una, considerando tiempo autónomo no presencial necesario para completar los créditos del curso).

La primera unidad del curso no contempla actividades sincrónicas (a excepción de la sesión inicial que es complementaria al programa del curso) para que los estudiantes se ambienten en la plataforma, aprendizajes esperados y al trabajo a distancia. A contar de la segunda unidad se implementarán actividades sincrónicas.

En las sesiones sincrónicas, los profesores estarán conectados en horarios definidos en la plataforma para contestar preguntas, subir guías de trabajo, clases grabadas, textos, resolver preguntas en los foros, tutoría grupos, entre otras cosas.

En las sesiones asincrónicas, los estudiantes distribuirán su tiempo de manera libre para realizar trabajo grupal o individual de lectura, participación en foros de discusión, búsqueda de información, escucha activa de clases grabadas, elaboración de apuntes personales, estudio personal, análisis de encuestas, contacto a grupos de interés de modo virtual, etc.

El curso utiliza el ciclo del aprendizaje basado en experiencias, como guía metodológica del curso. Se espera que los estudiantes actúen, reflexionen, conceptualicen y apliquen los conocimientos aprendidos. Para esto, el curso contará en cada unidad, con clases expositivas grabadas, guías de trabajo individual y grupal, foros de discusión, presentación de prototipos de materiales, elaboración de informes, donde tendrán tutoría con profesores del Departamento de Nutrición y profesores invitados. El curso necesitará del trabajo autónomo del estudiante en lectura de documentos, elaboración de materiales, guías, encuestas, informes.

Procedimientos Evaluativos

Unidad I: Conceptos, modelos y procesos para planificar una campaña. (20%)

- Prueba de conocimientos: (20%)

Unidad II: Diagnóstico Comunicacional de una campaña. (25%)

- Instrumento de recolección de datos para el diagnóstico comunicacional: (12,5%)
- Informe diagnóstico comunicacional grupal: (12,5%)

Unidad III: Diseño de campañas: Plan de acción y plan táctico. (25%)

- Informe análisis de campañas comunicacionales: (5%)
- Informe final de campaña (plan de acción y táctico): (20%)

Unidad IV: Diseño de material comunicacional. (20%)

- Prototipo de material comunicacional: (20%)

Co-evaluación: 10%

Presentación a examen:

La suma de las ponderaciones de los procedimientos evaluativos mencionados corresponderá al 100% de la nota de presentación a examen.

Se eximirá a los estudiantes con nota igual o superior a 5.0 y que no presenten notas rojas en cualquiera de las evaluaciones.

Para los estudiantes que deban rendir examen se considerará un 70% para las notas parciales y un 30% para la nota de examen.

Recursos

- Computador, acceso a internet.

Bibliografía

1. Schiavo,R. (2014). Health Communication: From Theory to practice. Second edition. Jossey -Bass Public Health. San Francisco. USA.
2. Harrington, NG. (2015). Health Communication: Theory, Method and Application. Routledge ed. New York. USA.
3. OPS (2006). Comunicación para el desarrollo de entornos saludables. Cap. 5. Medios y materiales para la comunicación en la construcción de entornos saludables. Herramientas de la serie PALTEX. Washington D.C.USA.
4. WHO/HSE/GCR/ (2012) Communication for Behavioral impact. A toolkit for behavioral and social communication in outbreak response. Luxembourg.
5. The Basic of Social Marketing, Turning point, 2015
6. Publicidad Social: Enfoques y Métodos de Análisis. Capítulo del libro: La publicidad en el Tercer Sector. Tendencias y perspectivas de la comunicación solidaria. Antón Álvarez Ruiz, 2003
7. Social Marketing for public health, Hong Cheng, Philip Kotler and Nancy R. Lee, 2002
8. Diseño y Comunicación. Teoría y enfoques críticos. Norberto Chavez, 1997
9. Comunicación total 5ª edición, Angel Luis Cervera Fantoni, 2015

REQUISITOS DE APROBACIÓN

Reglamentación de la Facultad

Art. 24* El rendimiento académico de los estudiantes será calificado en la escala de notas de 1,0 a 7. La nota mínima de aprobación de cada una de las actividades curriculares para todos los efectos será 4,0, con aproximación.

Las calificaciones parciales, las de presentación a actividad final y la nota de actividad final se colocarán con centésima. La nota final de la actividad curricular se colocará con un decimal para las notas aprobatorias, en cuyo caso el 0,05 o mayor se aproximará al dígito superior y el menor a 0,05 al dígito inferior.

Art. 26* La calificación de la actividad curricular se hará sobre la base de los logros que evidencie el estudiante en las competencias establecidas en ellos.

La calificación final de los diversos cursos y actividades curriculares se obtendrá a partir de la ponderación de las calificaciones de cada unidad de aprendizaje y de la actividad final del curso si la hubiera.

La nota de aprobación mínima es de 4,0 y cada programa de curso deberá explicitar los requisitos y condiciones de aprobación previa aceptación del Consejo de Escuela.

*Reglamento general de planes de formación conducentes a licenciaturas y títulos profesionales otorgados por la Facultad de Medicina, D.U. 003625, de 27 de enero del 2009

REGLAMENTO DE ASISTENCIA

Las clases teóricas son de asistencia libre; sin embargo, se recomienda a los estudiantes asistir regularmente. (DECRETO EXCENTO N° 005768 DEL 12 DE SEPTIEMBRE 1994). Se aceptará como límite 15 minutos de atraso. Luego se no aceptará el ingreso la sala y se considerará como inasistencia.

Las actividades obligatorias requieren de un 100% de asistencia. Dado que la metodología utilizada en el curso será aprender a partir de la experiencia desarrollada en actividades prácticas con la comunidad y el trabajo grupal tutorado en sala de clases, la mayoría de las actividades serán de carácter obligatorio. Serán consideradas actividades obligatorias; las evaluaciones y las actividades prácticas que se realizan en un laboratorio, en un campo clínico o con la comunidad, además de actividades de seminarios y talleres.

En este curso el estudiante podrá faltar a una actividad obligatoria, que no sea evaluación, sin presentar justificación hasta un máximo de 10%. Lo que corresponde a 2 clases del semestre. Si un alumno o alumna requiere, por razones de fuerza mayor, retirarse antes del término de una actividad obligatoria sólo podrá hacerlo presentando la correspondiente justificación médica o social siguiendo el conducto regular, no obstante estas no podrán exceder el 20% (3 clases), según lo contempla el Art.18 del Reglamento General de Estudios de las Carreras de la Facultad de Medicina.

En el caso que la inasistencia se produjese a una actividad de evaluación, la presentación de justificación de inasistencia a la secretaria docente debe realizarse en un plazo máximo de cinco días hábiles a contar de la fecha de la inasistencia. El estudiante deberá avisar por la vía más expedita posible (telefónica - electrónica) dentro de las 24 horas siguientes.

Si no se realiza esta justificación en los plazos estipulados, el estudiante debe ser calificado con la nota mínima (1.0) en esa actividad de evaluación.

Resolución N° 14 66 "Norma operativa sobre inasistencia a actividades curriculares obligatorias para los estudiantes de pregrado de las Carreras de la Facultad de Medicina

Unidad	Semana	Día y horario	Modalidad	Horas	Actividad	Responsables	
I	1	Lunes 13/04 12:00-13:30	S	1,5	Presentación programa del curso	RC, PM, NG Estudiantes	
		Jueves 16/04	A	1	Evaluación diagnóstica individual con retroalimentación <i>Entrega de guía para búsqueda de información sobre campañas comunicacionales en salud</i>	Estudiantes	
		-	A	2	Trabajo en búsqueda de información de campañas comunicacionales en salud	Estudiantes	
	2	Lunes 20/04	A	1,5	Discusión de resultados de búsqueda de campañas en foro de U-cursos	Todos	
		Jueves 23/04	A	1,5	Lectura dirigida de documentos "Diseño de Campaña Comunicacional" "Glosario CEAN 2020"	Estudiantes	
		-	A	1,5	Lectura dirigida	Estudiantes	
	3	Lunes 27/04	A	1	Clase expositiva grabada 1 : <i>Comunicación como estrategia de nutrición comunitaria.</i>	RC	
			A	0,5	Lectura dirigida	Estudiantes	
		Jueves 30/04	A	1	Clase expositiva grabada 2 : <i>Dinámica del modelo de planificación de campañas.</i> <i>Entrega de guía para explicación a preguntas de la unidad</i>	MPyL	
		-	A	2	Elaboración y entrega de trabajo con explicación a preguntas de la unidad (conceptos básicos, búsqueda de información)	Estudiantes	
	4	Lunes 04/05	A	1	Clase expositiva grabada 3 y 4: <i>Teorías comunicación social y cambio conductual.</i>	NG, RC	
		-	A	1,5	Respuesta a foro de preguntas sobre sesiones previas (Unidad 1)	Profesores	
		Jueves 07/05	A	2	PRUEBA	Estudiantes	
	II	5	Lunes 11/05 12:00-13:30	S	1	Inicio tutoría grupal <i>Entrega de guía de inicio trabajo grupal para identificación de un problema AN susceptible de diagnosticar online.</i>	Todos
				A	0,5	Clase expositiva grabada 5: <i>El problema comunicacional se construye con datos.</i>	RC
Jueves 14/05			A	1	Lectura dirigida texto general del curso.	Estudiantes	
			A	0,5	Clase expositiva grabada 6: <i>Selección de variables.</i> <i>Entrega de guía de trabajo grupal para selección de variable y diseño de instrumentos de recolección de información</i>	RC	
-			A	1,5	Trabajo grupal selección de variables	Estudiantes	
6		Lunes 18/05 12:00-13:30	S	1,5	Tutoría grupal diseño de instrumento	Todos	
		Jueves 21/05	-	-	FERIADO	-	

		-	A	3	Trabajo grupal diseño instrumento	Estudiantes
7		Lunes 25/05 12:00-13:00	S	1	Tutoría grupal diseño instrumentos	Todos
		Jueves 28/05	A	1,5	Diseño encuesta online audiencia objetivo	Estudiantes
		-	A	2	Diseño encuesta online audiencia objetivo <i>Entrega de guía de trabajo grupal para recopilación y análisis de información por redes sociales y en bola de nieve</i>	Estudiantes
		Lunes 01/06 12:00-13:30	S	1,5	Foro por Grupo de tutoría	Todos
8		Jueves 04/06	A	1,5	Recopilación de información por redes sociales y en bola de nieve.	Estudiantes
		-	A	1,5		
		Lunes 08/06 12:00-13:00	S	1	Tutoría grupal recopilación de información	Todos
9		Jueves 11/06	A	1,5	Recopilación de información por redes sociales y en bola de nieve.	Estudiantes
		-	A	2		Estudiantes
		Lunes 15/06	A	1,5	Recopilación y análisis de información por redes sociales y en bola de nieve.	Estudiantes
10		Jueves 18/06	A	1,5	Recopilación y análisis de información por redes sociales y en bola de nieve.	Estudiantes
		-	A	1,5		
		Lunes 22/06 12:00-13:30	S	1,5	Tutoría elaboración de informe diagnóstico comunicacional. <i>Entrega de guía de trabajo grupal para elaboración de informe de diagnóstico comunicacional.</i>	Todos
11		Jueves 25/06	A	1,5	Trabajo grupal informe diagnóstico comunicacional y determinación de brechas	Estudiantes
		Viernes 26/06	A	1,5	Entrega informe diagnóstico comunicacional	Estudiantes
		Lunes 29/06	-	-	FERIADO	-
12		Jueves 25/06	A	1,5	Lectura dirigida de guía para búsqueda de información de campañas. <i>Entrega de guía de trabajo grupal para búsqueda de información de campañas comunicacionales y elaboración de informe.</i>	NG Estudiantes
		-	A	3	Trabajo grupal búsqueda información campañas	Estudiantes
		Lunes 06/07 12:00-13:30	S	1,5	Tutoría y trabajo grupal búsqueda de información de campañas comunicacionales	Todos
13		Jueves 09/07	A	1,5	Trabajo grupal búsqueda de información de campañas comunicacionales	Estudiantes
		-	A	1,5		
		Lunes 13/07	A	1,5	Trabajo en Informe análisis de campañas	Estudiantes
14		Jueves 16/07	-	-	FERIADO	-
		Viernes 17/07	A	3	Entrega de Informe análisis de campañas	Estudiantes
15		Lunes 20/07	A	1	Clases expositiva grabada 7: <i>Plan Acción y Plan Táctico.</i>	RC

					<i>Entrega de guía de trabajo grupal para planificación de la campaña comunicacional: plan de acción y plan táctico.</i>	
		Jueves 23/07 8:30-10:00	S	1,5	Tutoría plan de acción y táctico	Todos
		-	A	2	Trabajo grupal plan de acción y plan táctico	Estudiantes
IV	16	Lunes 27/07	A	1,5	Entrega plan de acción y táctico grupal	Estudiantes
					Clase expositiva grabada 8 "Diseño de material comunicacional"	LR
		Jueves 30/07	A	1,5	Lectura guía de trabajo diseño de material <i>Entrega de guía de trabajo grupal para diseño de prototipo de material comunicacional.</i>	RC
		-	A	1,5	Trabajo en diseño de prototipo de material comunicacional.	Estudiantes
	17	Lunes 03/08 12:00 a 13:00	S	1	Tutoría diseño de prototipo de material comunicacional.	Todos
		Jueves 06/08	A	3	Trabajo diseño de prototipo de material comunicacional.	Estudiantes
		Viernes 07/08	A	0,5	Entrega final de prototipo de material comunicacional.	Estudiantes
	18	Lunes 10/08	S	2,5	Examen de primera oportunidad	Todos
		Jueves 13/08	S	2	Examen de segunda oportunidad	Todos

Nomenclatura: A: Asincrónico/S: Sincrónico.

RC: Ricardo Cerda - PM: Paulina Molina - NG: Natalia Gómez - MPL: Macarena Peña y Lillo - LR: Luciano Rivero.