

La OIM aplica **Comunicación para el Desarrollo (C4D)** para dar mensajes que promuevan un cambio de comportamiento positivo en torno a la migración.

¿Qué es C4D?

Es un proceso participativo en el que las herramientas y actividades de comunicación se utilizan para apoyar el cambio social y de comportamiento de manera sostenida. Se utiliza para comprender el conocimiento, las actitudes y las prácticas de una audiencia específica en torno a un determinado tema para trabajar con ellos y desarrollar mensajes y herramientas que empoderen a las audiencias.

¿Por qué C4D?

Las iniciativas de desarrollo han demostrado que no es suficiente encontrar soluciones y esperar que las personas las adopten, aunque sean bienintencionadas. El cambio de comportamiento va más allá de proporcionar información para inspirar a las personas a cambiar la forma en que actúan. C4D, donde el público objetivo se encuentra en el corazón de la solución, permite una comprensión más profunda del problema y los factores relacionados que pueden aprovecharse para motivar el cambio.



5 PASOS PARA DESARROLLAR UN PROCESO DE C4D



1

ANÁLISIS

Conozca la audiencia

Para crear algo relevante e impactante, realice una investigación para comprender el contexto de un problema, identifique las audiencias objetivo, descubra sus conocimientos, actitudes y comportamientos hacia el problema resaltado, y descubra cómo acceden a la información.

TRANSFERENCIA:

Este proceso funciona mejor cuando cada paso es informado por representantes del público objetivo, después de todo, son los expertos en sus propias vidas, así como las partes interesadas clave. Haga que participen realizando reuniones comunitarias, entrevistas, discusiones de grupos focales, consultas y encuestas.



2

DISEÑO ESTRATÉGICO

Conozca cómo conectar con su audiencia

Establezca objetivos **inteligentes**, determine los mejores canales de comunicación para la difusión y diseñe una estrategia de comunicación donde una actividad pueda mover a las audiencias objetivo a lo largo del viaje de cambio de comportamiento.

Reúna toda la investigación y el diseño estratégico y desarrolle un brief creativo.



3

DESARROLLO Y PRUEBAS

¿esto funciona?

Esto es cuando los materiales y los mensajes se desarrollan, se prueban, se revisan y se vuelven a probar con el público objetivo para asegurarse de que se entiendan, sean relevantes y evocan emociones que puedan motivar un cambio de comportamiento positivo.



4

IMPLEMENTACIÓN

¡Distribuya el mensaje afuera!

Despliegue la actividad en los canales de comunicación identificados del Paso 2.

Movilice a las partes interesadas clave que han participado en los Pasos 1 a 3 para que formen parte de la difusión y pídales que expulsen los materiales a través de sus redes únicas.



5

MONITOREO Y EVALUACIÓN

¿Está funcionando? ¿Cuáles son los resultados?

La buena práctica implica la recolección de datos de rutina para medir el progreso y el impacto de una actividad.

El monitoreo capta las actividades del día a día para obtener información sobre si el público objetivo está participando en una actividad y lo que les está sucediendo durante la actividad.

La evaluación mide qué tan bien un programa logra los objetivos establecidos en el Paso 2.

¡No se olvide de permitir tiempo y presupuesto para el monitoreo y la investigación!