

Técnicas para compartir información

TECNICAS	TENER SIEMPRE EN CUENTA	QUE PUEDE FUNCIONAR	QUE PUEDE NO FUNCIONAR
MATERIALES IMPRESOS CON INFORMACION PARA EL PUBLICO			
<ul style="list-style-type: none"> *volantes *boletines *folletos 	<ul style="list-style-type: none"> *Que sean cortos y simples *Que sean interesantes a la vista pero sin ese "toque" comercial *Asegúrese de explicar bien el rol del público y de cómo las opiniones públicas han afectado decisiones sobre otros proyectos. El formato de preguntas y respuestas funciona bien 	<ul style="list-style-type: none"> *Pueden llegar a una gran cantidad de público Permite revisiones técnicas y legales *Facilita la documentación de la participación pública 	<ul style="list-style-type: none"> *Tan buenos como sean la red de distribución *Limitada capacidad para comunicar conceptos complejos o complicados *No hay garantías de que el material vaya a ser leído
LUGARES PUBLICOS PARA DIFUSION			
<p>Bibliotecas, oficinas municipales, centros de distribución, escuelas y otros lugares públicos son buenos lugares para colocar información relativa a los proyectos</p>	<ul style="list-style-type: none"> *Asegúrese de que el personal a cargo en el lugar sepa donde están los materiales *Mantener una lista de materiales a reponer Controle el uso con una planilla para firmar 	<ul style="list-style-type: none"> *La información relevante queda accesible al público en general sin incurrir en los costos y las complicaciones del seguimiento de envíos personalizados *Se establecen lugares visibles de distribución de información relativa al proyecto 	<ul style="list-style-type: none"> *Los lugares de reposición pueden no ser muy utilizados por el público
INFORMACION TECNICA			
<p>Documentos técnicos informando acerca de los resultados de una investigación</p>	<ul style="list-style-type: none"> *Los informes tienen mayor credibilidad si son preparados por grupos independientes 	<ul style="list-style-type: none"> *Permiten explicar en profundidad las decisiones del proyecto 	<ul style="list-style-type: none"> *Puede tener mas detalles que los deseados por muchos de los participantes
ANUNCIOS; AVISOS			
<p>Anuncios pagos en periódicos y revistas</p>	<ul style="list-style-type: none"> *Encontrar los mejores días y secciones del periódico para llegar al público deseado *Evitar las secciones de noticias poco leídas 	<p>Llegada potencial a amplio sector de público</p>	<ul style="list-style-type: none"> *Caro, especialmente en zonas urbanas *Permite hacer llegar un cantidad limitada de información
ENCARTES EN PERIÓDICOS			
<p>Hoja informativa encartada en el periódico local</p>	<ul style="list-style-type: none"> *El diseño debe destacarse para ser identificado entre todos los encartes *Probar en un día en que haya pocos encartes 	<ul style="list-style-type: none"> *Permite una amplia distribución en la comunidad *Al ser presentada en el contexto del diario local, es más probable que sea leída y tomada seriamente *Da oportunidad de incluir formulario para comentarios del público 	<ul style="list-style-type: none"> *Caro, especialmente en zonas urbanas

TECNICAS	TENER SIEMPRE EN CUENTA	QUE PUEDE FUNCIONAR	QUE PUEDE NO FUNCIONAR
ARTICULO PERIODISTICO			
*Artículos enfocados en temas generales relativos al proyecto	*Haga presentaciones visuales previas o programe algún evento interesante que ayude a “vender” la historia *Tome en cuenta que los reporteros siempre buscan un punto de vista especial para sus notas	*Puede elevar la percepción acerca de la importancia del proyecto *Tiene mas posibilidades de ser leído y tomado seriamente por el público	*No hay control acerca de que información se publica y como es presentada
VOLANTE ADJUNTO			
*Volante informativo que se incluye con la factura mensual de electricidad u otros servicios públicos	*Diseñe el volante de tal modo que sea atractivo a la vista y motive a leerlo	*Amplia distribución en el área cubierta por el servicio *Uso económico de listas de correo existentes	*Solo canaliza información limitada *Puede ocasionar confusión acerca de quien envía el mensaje
COMUNICADO DE PRENSA			
	*Comunicados de prensa enviados por fax o e-mail *Fomente una buena relación entre el consejo editorial y los periodistas	*Informa a los medios acerca de los aspectos más importantes en el proyecto *El lenguaje de los comunicados es normalmente usado posteriormente en los artículos *Oportunidad para revisiones técnicas y legales	*Bajo porcentaje de respuesta de los medios *No hay control sobre la publicación de la nota, la fecha o el lugar en donde se aparecerá
CONFERENCIAS DE PRENSA			
	*Asegúrese de que todos los oradores tienen entrenamiento en relaciones con los medios	*Oportunidad para reunir a todos los medios en un solo lugar	*Limitado a eventos noticiosos relevantes
TELEVISION			
*Programa de televisión, para presentar información y auscultar la respuesta de la audiencia	*Las opciones de TV cable están creciendo y pueden ser baratas *Verifique las opciones de video por internet	*Puede utilizarse para múltiples áreas geográficas *Muchas personas se tomarán el tiempo para ver no así para leer	*Costo alto *Es difícil medir el impacto en la audiencia
CENTROS DE INFORMACIÓN Y OFICINAS LOCALES			
*Oficinas establecidas con horarios prefijados para distribuir información y realizar consultas	*Tener el staff adecuado para atender grupos *Use folletos y audiovisuales para publicitar y acceder a una audiencia mayor *Considere proveer un puesto de acceso a internet *Elija un lugar accesible y visitado	*Brinda oportunidad para cobertura positiva de la prensa *Excelente oportunidad para educar a escolares *Permite diseminar información en un lugar con características educacionales importantes. La información es fácilmente accesible al público *Proporciona posibilidades de comunicación para involucrar al público	*Relativamente caro, especialmente si se usa para un proyecto específico *Accesible solamente a aquellos que viven en las cercanías, salvo que se utilice un modulo móvil

TECNICAS	TENER SIEMPRE EN CUENTA	QUE PUEDE FUNCIONAR	QUE PUEDE NO FUNCIONAR
PANEL DE EXPERTOS			
Reunión pública diseñada en formato televisivo. Un panel de periodistas entrevista expertos con diferentes perspectivas	<ul style="list-style-type: none"> *De oportunidad al público para su participación luego del panel *Tenga un moderador neutral *Establezca acuerdos básicos con antelación *Dentro de lo posible, motive a organizaciones locales para apoyar en lugar de provocar controversias 	<ul style="list-style-type: none"> *Motiva la información precisa a los medios *Permite una discusión equilibrada de puntos clave *Permite aclarar información científica 	<ul style="list-style-type: none"> *Requiere una preparación y organización importante *Puede aumentar la preocupación del público al mejorar la visualización de los temas en cuestión
BREVES RESUMENES INFORMATIVOS			
Aproveche reuniones regulares de clubes o de organizaciones sociales o cívicas para informar y educar. Estos grupos normalmente necesitan ponentes para charlas. También es una buena técnica para usar con funcionarios electos.	<ul style="list-style-type: none"> *Sea breve y conciso *Lleve siempre materiales visuales 	<ul style="list-style-type: none"> *Se mantiene el control de la información y la forma de presentarla *Oportunidad de llegar a una variada cantidad de individuos que de otra manera no se hubieran interesado en el tema *Oportunidad para ampliar la base de datos *La misma presentación puede ser utilizada para diferentes grupos *Ayuda a crear buena voluntad por parte de la comunidad 	<ul style="list-style-type: none"> *Los actores relevantes en el tema pueden no estar presentes en las reuniones *El tópico puede ser demasiado técnico como para atraer la atención de la audiencia
CENTROS DE INFORMACION			
Identifique contactos designados para atender al público y los medios	<ul style="list-style-type: none"> *En lo posible anote una persona, no un cargo *Mejor si la persona es de la localidad *Imagine las contestaciones telefónicas por anticipado *Asegúrese de que los mensajes grabados se mantienen al día 	<ul style="list-style-type: none"> *Las personas al llamar se encuentran con información directa *Se controla el flujo de información *Se da una imagen de accesibilidad 	<ul style="list-style-type: none"> *El contacto designado debe estar preparado y comprometido a dar respuestas rápidas y precisas *Puede filtrar el mensaje público del personal técnico o que toma decisiones *Puede no servir para contestar las preguntas más difíciles
CENTROS DE INFORMACION TECNICA			
Mediante los cuales se pueda además, tener acceso a conocimientos técnicos por parte de individuos u organizaciones	<ul style="list-style-type: none"> *La fuente de información técnica debe percibirse creíble por parte de la audiencia 	<ul style="list-style-type: none"> *Crea credibilidad y ayuda a atender preocupaciones del público acerca de la equidad *Puede resultar una técnica de resolución de conflictos efectiva cuando se discuten datos reales 	<ul style="list-style-type: none"> *Las oportunidades de brindar asistencia técnica son limitadas *La opinión de los expertos puede contradecir la información del proyecto

TECNICAS	TENER SIEMPRE EN CUENTA	QUE PUEDE FUNCIONAR	QUE PUEDE NO FUNCIONAR
INFORMACIÓN TELEFONICA			
Tenga aparte una línea telefónica de acceso público a información de proyecto pregrabada o donde se pueda ubicar a miembros del equipo del proyecto para contestar preguntas y obtener información de insumo	<ul style="list-style-type: none"> *Asegúrese de que el contacto tenga el conocimiento suficiente para contestar la mayoría de las preguntas relativas al proyecto *En lo posible liste una persona no un cargo *Es mejor que la persona de contacto sea de la localidad 	<ul style="list-style-type: none"> *La persona recibe información directa e inmediata *Se controla el flujo de información *Brinda imagen de accesibilidad *Fácilmente se puede poner al día la información sobre las actividades del proyecto 	*El contacto designado debe estar preparado y comprometido a dar respuestas rápidas y precisas
ENTREVISTAS			
Entrevistas personales con personas afectadas directamente para obtener información con vistas a desarrollar y afinar la intervención pública y programas de construcción de consenso	<ul style="list-style-type: none"> *En lo posible, las entrevistas deberían ser conducidas en persona, especialmente cuando se consideran candidatos para comités de ciudadanos 	<ul style="list-style-type: none"> *Brinda la oportunidad de intercambiar información con mayor profundidad en un ambiente menos hostil *Permite obtener retroalimentación de todos los involucrados directamente *Puede utilizarse para evaluar miembros potenciales para los comités de ciudadanos 	*Agendar muchas entrevistas puede consumir mucho tiempo
ENCUESTAS PERSONALES			
Encuestas personales en un formulario standard o con metodología de opción múltiple	<ul style="list-style-type: none"> *Asegúrese de que el uso final de los resultados queda bien aclarado antes de diseñar la técnica 	<ul style="list-style-type: none"> *Provee información rastreadable *Alcanza a un amplio número de público representativo 	*Caro
HOJAS DE RESPUESTA			
Formularios para respuesta postal usualmente incluidos junto con volantes y otros envíos postales del proyecto, para obtener información acerca de las inquietudes y preferencias del público	<ul style="list-style-type: none"> *Utilice postales con franqueo prepago *Incluya una sección de inscripción para las listas de envíos postales *El documento se vuelve una parte del registro de participación del público 	<ul style="list-style-type: none"> *Permite obtener información de aquellos que difícilmente asistan a reuniones *Provee un mecanismo para ampliar las listas de envíos postales 	<ul style="list-style-type: none"> *No genera resultados estadísticamente válidos *Tan bueno como la lista de correo, no más *Los resultados son fácilmente manipulables
ENCUESTAS Y CUESTIONARIOS ENVIADOS POR CORREO			
Encuestas enviadas al azar a una muestra de público a fin de obtener información específica para conseguir validez estadística	<ul style="list-style-type: none"> *Asegúrese de que realmente necesita resultados válidos antes de hacer cualquier inversión *El cuestionario/encuesta debería ser elaborado y administrado profesionalmente para evitar desviaciones *Muy adecuado para encuestas generales 	<ul style="list-style-type: none"> *Permite obtener información de aquellos que difícilmente asistan a reuniones *Provee información de un corte transversal de la población, no solamente de activistas *Los resultados probados estadísticamente ayudan a persuadir a los políticos y al público en general 	<ul style="list-style-type: none"> *El porcentaje de respuesta es usualmente bajo *Obtener los resultados válidos estadísticamente puede llevar mucho trabajo y ser caro *El nivel de detalle es limitado

TECNICAS	TENER SIEMPRE EN CUENTA	QUE PUEDE FUNCIONAR	QUE PUEDE NO FUNCIONAR
ENCUESTAS TELEFÓNICAS			
Muestreo al azar realizado telefónicamente entre la población para obtener información específica que pueda ser utilizada con validez estadística	<ul style="list-style-type: none"> *Asegúrese de que realmente necesita resultados estadísticamente válidos antes de hacer cualquier inversión *El cuestionario/encuesta debería ser elaborado y administrado profesionalmente para evitar desviaciones *Muy adecuado para encuestas generales 	<ul style="list-style-type: none"> *Permite obtener información de aquellos que difícilmente asistan a reuniones *Provee información de un corte transversal de la población, no solamente de aquellos que figuran en listas de correo *Mayor porcentaje de respuesta que en las encuestas enviadas por correo 	<ul style="list-style-type: none"> *Más caro y más laborioso que las encuestas por correo
ENCUESTAS POR INTERNET			
Encuestas mediante respuestas a través de páginas web	<ul style="list-style-type: none"> *Sea muy preciso al diseñar el sitio web; los lugares para "chateo" y/o discusión pueden generar más información que se puede revisar 	<ul style="list-style-type: none"> *Permite obtener información de aquellos que difícilmente asistan a reuniones *Provee información de un corte transversal de la población, no solamente de aquellos que figuran en listas de correo *Mayor porcentaje de respuesta que en otras formas de comunicación 	<ul style="list-style-type: none"> *Generalmente no proporciona resultados estadísticamente válidos *Puede ser muy laborioso revisar todas las respuestas *Los resultados pueden ser fácilmente manipulados
ENCUESTAS POR COMPUTADORA			
Encuestas realizadas a través de redes de computadoras	<ul style="list-style-type: none"> *Adecuadas para búsqueda de opinión 	<ul style="list-style-type: none"> *Provee resultados de análisis instantáneos *Puede utilizarse en diversidad de áreas *La novedad de la técnica mejora el porcentaje de respuesta 	<ul style="list-style-type: none"> *Muy caro *Limita el detalle de lo investigado
FACILITADORES COMUNITARIOS			
Utilice individuos calificados de organizaciones comunitarias para dar a conocer el proyecto a nivel local	<ul style="list-style-type: none"> *Defina claramente de antemano los roles, responsabilidades y límites *Seleccione y entrene cuidadosamente a facilitadores 	<ul style="list-style-type: none"> *Promueve el compromiso comunitario *Capitaliza las redes ya existentes *Realza la credibilidad del proyecto 	<ul style="list-style-type: none"> *Puedes ser difícil controlar el flujo de la información *Puede crear falsas expectativas
GRUPOS DE DISCUSION (focus groups)			
Foro con miembros de la audiencia-meta elegidos al azar para examinar el mensaje comunicacional. Puede también utilizarse para obtener información de insumo para planificar decisiones	<ul style="list-style-type: none"> *Realice al menos dos sesiones por cada tipo de audiencia *Utilice un facilitador capacitado en grupos de discusión para conducir las sesiones 	<ul style="list-style-type: none"> *Provee la oportunidad de probar los mensajes clave antes de implementar el programa *Funciona mejor para audiencia-meta selecta 	<ul style="list-style-type: none"> *Relativamente caro si se lleva a cabo en lugares especiales para discusiones de grupo
ENCUESTAS DELIBERATIVAS			
Mide la opinión informada acerca de un tema	<ul style="list-style-type: none"> *No espere ni motive a los participantes a desarrollar opiniones compartidas *Use un facilitador experimentado en esta técnica 	<ul style="list-style-type: none"> *Puede decir a quienes toman decisiones, lo que el público pensaría si tuviera más tiempo e información *Exposición a más argumentos y puntos de vista 	<ul style="list-style-type: none"> *Utilización intensiva de recursos *Reuniones de 2-3 días

Técnicas para reunir a las personas

TECNICAS	TENER SIEMPRE EN CUENTA	QUE PUEDE FUNCIONAR	QUE PUEDE NO FUNCIONAR
JUEGOS DE SIMULACION			
Ejercicios para simular decisiones del proyecto	<ul style="list-style-type: none"> *Pruebe el "juego" antes de utilizarlo *Sea claro en cuanto a como se utilizaran los resultados 	<ul style="list-style-type: none"> *Puede ser diseñado como un técnica efectiva para aprendizaje y entrenamiento, especialmente para funcionarios locales 	<ul style="list-style-type: none"> *Requiere un tiempo y una preparación sustanciales para su implementación *Puede ser caro
GIRAS			
Organice giras para personas clave afectadas directamente, funcionarios electos, miembros de grupos de consulta y medios de prensa	<ul style="list-style-type: none"> *Sepa cuantos participantes pueden ser incluidos y prevea para posibles desbordes en la capacidad *Planifique una sesión de preguntas y respuestas *Considere proveer refrigerios *Las demostraciones funcionan mejor que las presentaciones 	<ul style="list-style-type: none"> *Oportunidad para desarrollar encuentros con los actores relevantes *Reduce reacciones adversas al hacer familiares las opciones 	<ul style="list-style-type: none"> *El número de participantes está limitado por la logística *Potencialmente atractivo para quienes desean protestar
SALA DE EXPOSICION Y DIALOGO (open house)			
Para que el público la recorra a su propio ritmo. Las instalaciones deberían tener varios stands, cada uno cubriendo un tema diferente. Miembros del equipo guían a los participantes a través de las exhibiciones	<ul style="list-style-type: none"> *Alguien debe explicar el procedimiento a la entrada *Haga que cada participante llene una hoja de comentarios para documentar su participación *Prepárese para encontrarse con una multitud en cualquier momento. Prepare un plan de contingencia *Motive a la gente a dibujar en los mapas para participar activamente *Prepare los stands de tal forma que puedan ser vistos por varias (6-10) personas a la vez 	<ul style="list-style-type: none"> *Aliente la comunicación en pequeños grupos o en parejas *Habilidad para acudir a otros miembros del equipo para responder preguntas difíciles *Poca probabilidad de recibir cobertura de los medios *Construye credibilidad 	<ul style="list-style-type: none"> *Se dificulta documentar la información del público *Se pueden presentar agitadores en cada módulo de exposición *Requiere de más personal que las reuniones
FERIAS COMUNITARIAS			
Evento central con múltiples actividades para informar del proyecto y despertar el interés	<ul style="list-style-type: none"> *Todos los temas - ya sean grandes o pequeños - deben ser considerados *Asegúrese de disponer de suficientes recursos y personal 	<ul style="list-style-type: none"> *Enfoca la atención pública en un solo elemento *Proclive a ser cubierto por los medios *Permite compartir información a varios niveles diferentes 	<ul style="list-style-type: none"> *El público debe ser motivado para asistir *Usualmente resulta caro hacerlo bien *Puede dañar la imagen si no se hace bien
REUNIONES VECINALES			
Pequeñas reuniones en el barrio generalmente en casa de algún vecino	<ul style="list-style-type: none"> *Asegúrese de que el personal es sumamente amable y apreciativo 	<ul style="list-style-type: none"> *El ambiente relajado ayuda a crear un diálogo más efectivo 	<ul style="list-style-type: none"> *Require personal para la organización

TECNICAS	TENER SIEMPRE EN CUENTA	QUE PUEDE FUNCIONAR	QUE PUEDE NO FUNCIONAR
REUNION CON GRUPOS YA EXISTENTES			
Pequeñas reuniones con grupos ya existentes o en conjunción con otro evento	<ul style="list-style-type: none"> *Tenga bien claro quienes serán los interlocutores *Cree oportunidades para reuniones personales 	<ul style="list-style-type: none"> *Oportunidad para colocarse en la agenda *Brinda oportunidad para un intercambio de información más profundo en un ambiente menos hostil 	<ul style="list-style-type: none"> *Puede ser muy selectivo y dejar fuera grupos importantes
TALLER FACILITADO POR COMPUTADORA			
Encuentro con cualquier número de participantes que utilizan tecnología de computadora interactiva para registrar opiniones	<ul style="list-style-type: none"> *Conozca la audiencia, especialmente las categorías demográficas *Diseñe las preguntas para obtener resultados útiles *Utilice un facilitador capacitado en la técnica 	<ul style="list-style-type: none"> *Los resultados gráficos inmediatos apresuran una discusión focalizada *Se visualizan fácilmente las áreas de acuerdo o desacuerdo *Se respetan los puntos de vista minoritarios *Las respuestas son privadas *Nivela el "campo de juego" 	<ul style="list-style-type: none"> *El diseño está limitado por el software *Riesgo de poner mucho énfasis en los números *Posibilidad de fallas técnicas *Es caro
AUDIENCIA PUBLICA			
Reunión formal con presentaciones programadas	<ul style="list-style-type: none"> *En lo posible evítelas 	<ul style="list-style-type: none"> *Da oportunidad al público para hablar sin posibilidad de contestarle 	<ul style="list-style-type: none"> *No alienta diálogos constructivos *Puede perpetuar un sentimiento de polarización
SESIONES DE DISEÑO			
Sesiones intensivas donde los participantes rediseñan las características del proyecto	<ul style="list-style-type: none"> *Buena manera de alentar ideas creativas *Sea claro acerca de la utilización de los resultados 	<ul style="list-style-type: none"> *Promueve la solución de problemas en conjunto y el pensamiento creativo 	<ul style="list-style-type: none"> *Los participantes pueden no ser vistos como representativos por el público en general
TECNICAS DE CONSTRUCCION DE CONSENSO			
Técnicas para construir consenso acerca de decisiones del proyecto como criterios y selección de alternativas. Usualmente utilizadas en reuniones de un consejo consultivo	<ul style="list-style-type: none"> *Utilice metodología simple *Permita que haya el tiempo suficiente para arribar al consenso *Tome en consideración algunos de los sistemas computarizados disponibles *Defina niveles de consenso; p.ej. un grupo no tiene por que estar de acuerdo por completo sobre una decisión, sino más bien tener acuerdo suficiente para que la discusión siga adelante 	<ul style="list-style-type: none"> *Alienta la negociación entre intereses diversos *Provee de un sistema de decisiones estructurado y rastreado 	<ul style="list-style-type: none"> *No es apropiado para grupos sin interés en negociar *Actores inteligentes pueden manipular los resultados *No produce una solución con validez estadística *Puede no llegarse al consenso

TECNICAS	TENER SIEMPRE EN CUENTA	QUE PUEDE FUNCIONAR	QUE PUEDE NO FUNCIONAR
COMITES ASESORES; CONSEJOS CONSULTIVOS			
Un grupo representativo de actores relevantes reunido para brindar información de insumo al proceso de planificación	<ul style="list-style-type: none"> *Defina los roles y las responsabilidades de antemano *Brinde toda la información disponible *Utilice un proceso transparente y confiable *Entreviste en persona a los posibles candidatos antes de la selección *Utilice facilitación externa 	<ul style="list-style-type: none"> *Permite hacer un análisis detallado de los temas del proyecto *Los participantes consiguen entender mejor otras perspectivas, propiciando la obtención de acuerdos 	<ul style="list-style-type: none"> *El público en general puede no adherir a las recomendaciones del comité *Los miembros pueden no obtener consenso *El auspiciante sponsor – mejor “patroncinador”? debe aceptar la necesidad de negociar *Insume mucho trabajo y tiempo
GRUPO DE TRABAJO; GRUPO DE TAREAS			
Un grupo de expertos o representativo de los actores relevantes formado para desarrollar un tema específico o una recomendación acerca de la política general	<ul style="list-style-type: none"> *suma liderazgos importantes por adelantado *Asegúrese de que los miembros tienen credibilidad ante el público 	<ul style="list-style-type: none"> *Los hallazgos de un grupo de trabajo independiente o que integre intereses diversos tendrán mayor credibilidad *Brinda una buena oportunidad para crear consenso 	<ul style="list-style-type: none"> *El grupo puede no llegar a tener consenso o los resultados pueden ser demasiado generales para ser significativos *Insume mucho tiempo y trabajo
PANELES			
Un grupo reunido para debatir o proveer información en asuntos específicos	<ul style="list-style-type: none"> *Muy apropiado para mostrar diferentes novedades al público *Los panelistas deben tener credibilidad frente al público 	<ul style="list-style-type: none"> *Brinda la oportunidad de aclarar desinformación *Puede mejorar la credibilidad si están representadas todas las opiniones *Puede conseguir la atención de los medios que se desea 	<ul style="list-style-type: none"> *Puede conseguir la atención de los medios que no se desea
JURADO CIUDADANO			
Pequeño grupo de ciudadanos, reunidos para saber acerca de un asunto, oír testigos, y hacer recomendaciones. Siempre sin obligaciones ni estatura legal	<ul style="list-style-type: none"> *Se requiere un moderador capacitado *Sea claro acerca de cómo serán usados los resultados 	<ul style="list-style-type: none"> *Gran oportunidad para desarrollar un entendimiento profundo de los temas *El público puede sentirse identificada *Identifica fallas graves y mide la reacción pública 	<ul style="list-style-type: none"> *Uso intensivo de recursos
REPRESENTACION; SOCIO-DRAMA			
Los participantes actúan papeles en situaciones definidas previamente seguidas de una evaluación de lo actuado	<ul style="list-style-type: none"> *Escoja los roles con cuidado. Asegúrese de que todos los intereses están representados *La gente puede necesitar de aliento para desarrollar su papel a plenitud 	<ul style="list-style-type: none"> *Permita que las personas tomen posiciones que no impliquen riesgo y vean la situación desde otras perspectivas *Los participantes entienden mejor los puntos en cuestión 	<ul style="list-style-type: none"> *Las personas puede no ser capaces de ver otras perspectivas

TECNICAS	TENER SIEMPRE EN CUENTA	QUE PUEDE FUNCIONAR	QUE PUEDE NO FUNCIONAR
CIRCULO SAMOANO			
Reunión sin líderes que estimula la participación activa	<ul style="list-style-type: none"> *Arregle el salón con una mesa central rodeada de círculos concéntricos *Se necesitan micrófonos *Se requiere de varias personas para captar lo discutido 	<ul style="list-style-type: none"> *Puede usarse con grupos de 10 hasta 500 *Funciona mejor para asuntos controvertidos 	<ul style="list-style-type: none"> *El diálogo puede estancarse o volverse monopolístico
TECNICA DE "ESPACIO ABIERTO"			
Los participantes ofrecen varios temas y otros participan de acuerdo a su interés	<ul style="list-style-type: none"> *Importante tener un enfoque o visión clara para generar temas *Se necesita de lugares con flexibilidad para acomodar grupos de diversos tamaños *Las reglas básicas y los procedimientos deben explicitarse cuidadosamente para tener éxito 	<ul style="list-style-type: none"> *Brinda la estructura para ofrecer a la gente la oportunidad y responsabilidad de obtener un resultado o una experiencia valiosa *Incluye un resumen inmediato de la discusión 	<ul style="list-style-type: none"> *Los temas más importantes podrían perderse durante la dinámica *Puede ser difícil tener un informe preciso de los resultados
TALLERES			
Una reunión pública informal que puede incluir presentaciones y muestras, pero que termina con grupos de trabajo interactivos	<ul style="list-style-type: none"> *Sepa como usará los insumos de información del público antes del taller *Realice entrenamientos previos con pequeños grupos de facilitadores. Cada uno debería recibir una lista de instrucciones, especialmente cuando los procedimientos conllevan sopesar o jerarquizar datos o criterios 	<ul style="list-style-type: none"> *Excelente para discutir acerca de criterios o para análisis de alternativas *Alienta la comunicación en grupos pequeños o persona a persona *Habilidad para recurrir a otros miembros del equipo para contestar preguntas difíciles *Construye credibilidad. *Maximiza la retroalimentación obtenida de los participantes *Alienta al público a adueñarse de la solución del problema 	<ul style="list-style-type: none"> *Participantes hostiles pueden resistirse a lo que perciben como una estrategia de "divide y vencerás" al armar grupos pequeños *Se necesitan varios facilitadores para grupos pequeños
CONFERENCIA ESCENARIOS DEL FUTURO			
Hace un enfoque sobre el futuro de una organización una red de personas o una comunidad	<ul style="list-style-type: none"> *Consiga un facilitador experimentado en esta técnica 	<ul style="list-style-type: none"> *Puede involucrar a cientos de personas simultáneamente en decisiones fundamentales del proyecto *Puede llevar a cambios sustanciales que atraviesen una organización entera 	<ul style="list-style-type: none"> *Un desafío logístico *Puede resultar difícil obtener un compromiso completo de los actores relevantes *reunión de 2-3 días