



# **Comunicación contra las drogas**

**Evaluación de campañas en América**



**Ediciones CIESPAL**

Colección "Encuentros"

Volumen No. 5

**Primera Edición:**

Diciembre de 1992

Derechos reservados

conforme a la ley

Esta publicación y el seminario al cual se refiere, se realizaron en CIESPAL con los auspicios de OEA/CICAD

**Coordinación:**

Ann Chisman / Fabiola Montealegre, CICAD

Edgar Jaramillo S.

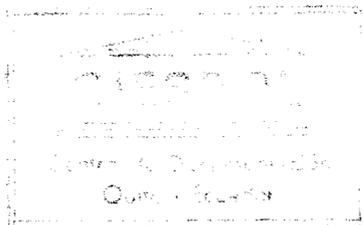
**Edición y supervisión:** Departamento de Publicaciones

**Portada:** John Maldonado / Alberto Serret / **abrapalabra**

**Impresión:** Editorial "Quipus"

Av. Diego de Almagro y Andrade Marín

Quito - Ecuador



## INDICE

<b>INTRODUCCION</b> .....	9
<b>SESION INAUGURAL</b> .....	31
Discurso del Dr. Asdrúbal de la Torre, Director General de CIESPAL .....	33
Discurso de la Dra. Anna Chisman, Especialista de la CICAD .....	37
Discurso del Dr. Gustavo Medina, Procurador General del Estado .....	39
<b>CAMPAÑAS DE COMUNICACION CONTRA EL ABUSO DE DROGAS</b>	
Trabajo interdisciplinario .....	43
Evaluación de campañas antidrogas .....	57
<i>Delicia Ferrando</i> "No a las drogas" .....	69
<i>María del Carmen Maldonado</i>	

Una buena investigación es la base de toda campaña de mercadeo social .....	73
<i>Rachel Ladouceur</i>	

<b>Foro</b> .....	107
-------------------	-----

## **CAMPAÑAS EDUCATIVAS Y DE PROMOCION DE LA SALUD**

Conjunción de esfuerzos .....	113
<i>Eduardo Ascarrunz</i>	
Campañas de publicidad en los medios de comunicación .....	121
<i>Asha Kambon</i>	
Evaluación de impacto .....	135
<i>Héctor Lisandro Vásquez</i>	
Comunicación para la salud infantil .....	139
<i>Eduardo Contreras Budge</i>	
Evaluación de un proyecto de supervivencia infantil .....	149
<i>Judith A. McDivitt</i>	
Campañas de responsabilidad sexual en la juventud latinoamericana .....	173
<i>Max Tello Charun</i>	

### **Foro**

## **CAMPAÑAS DE COMUNICACION COMUNITARIAS PARTICIPATIVAS**

Prevención de la farmacodependencia .....	223
<i>Martha Mayagoitia</i>	
Hacia una cultura de la prevención integral .....	231
<i>María Cecilia Castro</i>	
Educación para la naturaleza, Edunat III .....	239
<i>Marco Encalada</i>	
Campañas basadas en la comunidad .....	247
<i>Tania A. García</i>	
¿Qué es la prevención integral? .....	217
<i>Carlos Carvajal</i>	

Hacia una política de comunicación social para la generación de una cultura nacional de la prevención .....	275
<i>Tobías Ramírez</i>	
<b>Foro</b> .....	287

**CONTEXTOS CULTURALES Y OTROS ASPECTOS  
FUNDAMENTALES A CONSIDERARSE EN LAS  
CAMPAÑAS DE COMUNICACION**

Intervenciones de:

<i>Teresa Quiroz</i> .....	291
<i>Luis Rivera</i> .....	295
<i>Antonio Pasquali</i> .....	297
<i>Juan Díaz Bordenave</i> .....	301
<b>Foro</b> .....	305

**PONENCIAS PRINCIPALES**

Evaluación de campañas de comunicación educativa: problemas, oportunidades y desafíos .....	315
<i>Eduardo Contreras</i>	
<b>Foro</b> .....	345
Evaluación cuantitativa de campañas antidrogas .....	349
<i>Julio Bejarano</i>	
<b>Foro</b> .....	377
Alianza por una Florida libre de drogas. La experiencia de Estados Unidos .....	379
<i>Steve Holub</i>	
La investigación en la formulación de políticas .....	387
<i>Horacio Walker</i>	

**INFORMES**

Grupo de Trabajo No. 1 .....	409
Grupo de trabajo No. 2 .....	411
Recomendaciones .....	412

**ANEXO**

Lista de participantes .....	423
------------------------------	-----



## EVALUACION DE IMPACTO

*Héctor Lisandro Vásquez\**  
*IHADFA, Honduras*

La evaluación del impacto de la campaña preventiva de Semana Santa-91 se realizó en la región nordatlántica (Tela y La Ceiba) y sur (Cedeño, Cedeñito y Punta Ratón) de Honduras, entre el 25 y el 30 de marzo de 1991.

La planificación y la supervisión de esta evaluación estuvieron a cargo de OCSYP-IHADFA, Instituto Hondureño para la Prevención del Alcoholismo, Drogadicción y Farmacodependencia, con el apoyo de la UDA de Choluteca.

Los datos se obtuvieron mediante dos técnicas de evaluación: la observación directa y la realización de encuestas individuales.

---

*\*Héctor Lizandro Vásquez Durán, Honduras. Licenciado en Periodismo. Relacionador Público y Planificador de Campañas de Prevención de Drogas. Instituto Hondureño para la Prevención de Alcoholismo, Drogadicción y Farmacodependencia.*

En total se realizaron 91 encuestas, distribuidas de la siguiente manera:

26 encuestas entre personas de 17 a 22 años de edad

18 entre personas de 23 a 28 años de edad

25 entre personas de 29 a 34 años de edad

12 entre entre personas de 35 a 40 años de edad y

10 entre personas de 46 a 52 años de edad.

Del total, 61 personas provenían de la región nordatlántica y 30 de la del sur, mientras que 55 fueron realizadas a varones y 36 a mujeres.

## RESULTADOS

Se indican a continuación algunos de los resultados obtenidos de la evaluación de la campaña de Semana Santa-91.

En la región nordatlántica, a la pregunta de "¿Qué materiales o mensajes preventivos vio o escuchó en la temporada de Semana Santa?", las respuestas fueron las siguientes: en La Ceiba , el 25 por ciento de los encuestados señaló haber escuchado cuñas de Radio San Pedro y Radio Norte. El 23 por ciento, mensajes preventivos de Vica Televisión, canal 6 y Televisión, producidos por el IHADFA, Tránsito y SECOP. El 19 por ciento respondió "otros", refiriéndose a folletos distribuidos por Tránsito en carreteras y playas y a rótulos instalados por TAHSA, el 17 por ciento mencionó los afiches del IHADFA, el 9 por ciento las mantas y el 7 por ciento, suplementos de prensa.

En Tela, el 26 por ciento afirmó haber escuchado mensajes preventivos de Radio Norte, Radio San Pedro, HRN, Radio Tela y Radio Miramar, todos elaborados por IHADFA, Tránsito y SECOP. Un 28 por ciento contestó "otros", mencionando los rótulos preventivos de Tránsito, TAHSA, Auto Partes Torres, SECOP y la Cruz Roja. El 16 por ciento, recordó las mantas con mensajes del IHADFA, el 13 por ciento cuñas de televisión, el 11 por ciento afiches, el 3 por ciento gorras y otro 3 por ciento viseras.

En la región sur, en Cedeño, el 19 por ciento afirmó haber visto y leído afiches del IHADFA, el 17 por ciento folletos producidos por la Cruz Roja, el Control de Alimentos de este sector y un volante de la Fuerza de

Seguridad Pública. Un 12 por ciento escuchó las cuñas del IHADFA por Radio Valle y Radio América. El 9 por ciento hizo referencia a las viseras, un 7 por ciento a las gorras, otro 7 por ciento a cuñas de Televisión, un 7 por ciento más a los suplementos de prensa y un 3 por ciento contestó “ninguno”.

En Cedeño se encontró que un 21 por ciento había recordado las viseras, un 20 por ciento los afiches, un 19 por ciento las gorras, un 12 por ciento las mantas, todos éstos materiales del IHADFA. El 8 por ciento respondió haber escuchado cuñas radiales y otro 8 por ciento anuncios de televisión (IHADFA). Un 6 por ciento mencionó “otros” ( volante ), un 3 por ciento suplementos de prensa y otro 3 por ciento contestó “ninguno”.

Para esta misma pregunta, en Punta Ratón el 23 por ciento de los encuestados contestó haber visto las viseras, otro 23 por ciento los afiches, un 15 por ciento las gorras, un 13 por ciento las mantas, el 12 por ciento escuchó cuñas radiales del IHADFA, un 7 por ciento mensajes de televisión y un 7 por ciento más respondió “ninguno”.

Para la pregunta de “¿Cuáles fueron los materiales que más les gustaron?”, el 30 por ciento de los encuestados de La Ceiba y el 40 por ciento de la Tela indicaron su preferencia por las cuñas radiales, los afiches y los mensajes de televisión. En la zona sur, en Cedeño el 29 por ciento mencionó los afiches y el 16 por ciento las viseras y gorros. En Cedeño el 37 por ciento señaló las viseras, los afiches, los gorros y los anuncios de televisión. En Punta Ratón, el 45 por ciento mencionó las gorras, las viseras, los afiches y las cuñas radiales.

El 100 por ciento, tanto de la región nortatlántica como de la del sur, respondió “ninguno” a la pregunta de “¿Qué aspectos de los materiales ofendieron a la población?”

Igualmente, el 100 por ciento de los encuestados afirmó que los materiales preventivos fueron bien ubicados y distribuidos.

A la pregunta de “¿Qué materiales podrían ser mejor aprovechados por la población hondureña?” el 26 por ciento de la región nortatlántica se inclinó por la radio y la televisión e insistió que debería realizarse más publicidad en esas temporadas. El 23 por ciento recomendó la producción de folletos a todo color, el 16 por ciento la instalación de vallas en la carretera a cargo del IHADFA y un 18 por ciento el desplazamiento de

personal de apoyo promocional suficiente en sitios de mayor concentración de veraneantes.

El 23 por ciento de las personas abordadas en la región sur recomendó que se realicen torneos musicales y deportivos preventivos en las playas y balnearios. Un 19 por ciento, que se elaboren folletos educativos a todo color, así como toallas (11 por ciento) y el 16 por ciento recomendó que las campañas se divulguen por medio de carros parlantes.