



COALICIÓN COMUNITARIA

## CATÁLOGO DE MATERIALES DE COMUNICACIÓN EN DROGAS

### Proyectos Especiales – Centro de Documentación de CEDRO

Actualmente la información constituye uno de los instrumentos más poderosos para el desarrollo de las naciones en todas sus dimensiones, en el caso específico de las drogas, la información tiene un rol fundamental para combatirla.

El cambio fundamental en la tecnología (Internet, páginas web, catálogos virtuales, etc.), han permitido que los bibliotecólogos organicen y gestionen toda la información existente en comunicación y drogas, a nivel nacional e internacional.

En esta oportunidad, la Oficina Antinarcóticos de la Embajada de los Estados Unidos de Norteamérica-NAS, ha financiado para el 2008 el “Catálogo de materiales de comunicación en drogas”, y está a cargo del Centro de Documentación de CEDRO. Es un catálogo interactivo que incluye información en el tema de comunicación y drogas y otros temas afines.

### ¿Qué es el catálogo de comunicación en drogas?

Un catálogo es una lista o inventario de documentos presentados en diferentes soportes, de una colección, fondo o unidad de información que se caracterizan por reflejar en forma sucinta el contenido de dichos materiales a través de la descripción de cada material. Dicha información debe ser organizada y puesta a disponibilidad de la comunidad científica, profesional y comunidad en general, interesada en el tema preventivo.

El catálogo presenta documentación bibliográfica de prensa escrita, libros, material multimedia, informes y documentos presentados en reuniones, entre otros. La información que incluye es sobre temas especializados en drogas, comunicación, y temas afines.

Consideramos que es una herramienta destinada a los profesionales que trabajan en el ámbito de la prevención y la comunicación, y que permitirá a las instituciones facilitadoras y coaliciones organizadas a:

1. Tomar conciencia, no sólo de la información que se presenta, sino de los conceptos que agrupa en cada soporte que se presenta (prensa escrita, audiovisuales, campañas preventivas, libros, documentos, etc.)
2. Favorecer el intercambio y la difusión de la información presencial y virtual entre las instituciones facilitadoras, coaliciones, y público interesado en un ámbito nacional e internacional.

La Base de datos ha sido diseñada, siguiendo las normas de catalogación internacional y respetando los derechos de autor. El catálogo, en el primer trimestre, comprende los registros ingresados desde octubre a diciembre del 2007. La información que presenta se encuentra físicamente en el centro de documentación, donde el usuario podrá tener acceso al texto completo, desde el catálogo, a través del enlace virtual o realizando sus consultas virtuales (correo electrónico).

Cada trimestre se realizará la actualización del catálogo, ingresando todo el material que está adquiriendo el centro de documentación en el tema de comunicación, drogas, y temas afines. Asimismo, se ha incorporado material producidos por la institución Cedro y otras instituciones nacionales e internacionales que trabajan en el tema de prevención de drogas y comunicación. Todos los materiales han sido seleccionados por su calidad académica, de capacitación, información y comunicación, ya que el catálogo tiene la finalidad de servir como herramienta de apoyo para el proyecto de coaliciones y las campañas de mercadeo social. Cada trimestre se difundirá la información ingresada en el catálogo a través de una lista de distribución, y también será consultada en la página web del Proyecto de Coaliciones.

## CATÁLOGO BIBLIOGRÁFICO SOBRE COMUNICACIÓN SOCIAL

### CENDOC-CEDRO

#### **0001**

Esfuerzos de los medios de comunicación para combatir el abuso de drogas / OEA. CICAD. -- Washington, D. C. : CICAD, 1990.

Presenta spots con mensajes de prevención del uso de drogas de los siguientes países: Bolivia, Canadá, Colombia, República Dominicana, Ecuador, Jamaica, Perú y Estados Unidos. Luego se describen las actividades de los medios de comunicación con respecto al tema.

<DROGAS> <CAMPANAS PREVENTIVAS> <MEDIOS DE COMUNICACIÓN>  
<PUBLICIDAD>

Idioma: Español; Inglés

Ubicación: VHS/Audiovisuales

Duración: 22 minutos

<http://www.cicad.oas.org>

#### **0002**

Primera teleconferencia multinacional sobre el abuso de drogas: Cooperación entre sectores público y privado / OEA. CICAD. -- Washington, D.C. : Worldnet Dialogue, 1990.

El objetivo de la conferencia fue proponer ejemplos de cooperación entre los sectores público y privado, así como la coordinación con los medios de comunicación existentes en cada país de la región latinoamericana para prevenir el uso de drogas. Por parte del Perú intervienen los siguientes panelistas: Juan Zarate, Mateo Ballén, Mercedes Villanueva y Carmen Masías.

<DROGAS> <CAMPANAS PREVENTIVAS> <MEDIOS DE COMUNICACIÓN>

Idioma: Español

Ubicación: VHS/Audiovisuales

Duración: 180 minutos

<http://www.cicad.oas.org>

#### **0003**

Como usar las comunicaciones para evitar el abuso de drogas -- Meyer, Odze.

Informa sobre la influencia de los medios de comunicación en la prevención del abuso de drogas. Se detalla los planes de trabajo (pasos y estrategias) de las agencias de publicidad para organizar una campaña publicitaria en contra del uso de drogas.

<DROGAS> <CAMAPANAS DE PREVENCIÓN> <MEDIOS DE COMUNICACIÓN>  
<PUBLICIDAD>

Idioma: Español  
Ubicación: VHS/93  
Duración: 60 minutos

#### **0004**

Arriba mi barrio / Consejería Presidencial de Medellín. Área Metropolitana. -- Medellín : Teleantioquia, 199?.

Presenta el programa "Arriba mi Barrio", telerevista comunitaria cuyo objetivo es prevenir el consumo de drogas entre los jóvenes. El programa se divide en las siguientes secciones: "mi barrio en la línea" donde se tocan temas de interés para los jóvenes; "mi barrio de película" en esta parte se entrevistan a personajes conocidos vinculados al arte; "gente de mi barrio" , en esta sección se entrevistan a personas o personajes de la comunidad; y "desde mi barrio", donde se reportan las actividades comunitarias. Además se muestra como se planifica y produce el programa.

<DROGAS> <JOVENES> <PREVENCION> <MEDIOS DE COMUNICACION>

Idioma: Español  
Ubicación: VHS/Audiovisuales  
Duración: 102 minutos

#### **0005**

Esfuerzo de los medios de comunicación para combatir el abuso de drogas / Comisión Interamericana para Control del Abuso de la Droga-CICAD. -- Washington, D. C. , 1990.

Teleconferencia internacional realizada en mayo de 1990, sobre el tema de las drogas y los medios de comunicación. Se recibe la opinión de expertos de Estados Unidos, Perú y Bolivia.

<DROGAS> <MEDIOS DE COMUNICACIÓN>

Idioma: Inglés  
Ubicación: VHS/Audiovisuales  
Duración: 60 minutos

[www.cicad.oas.org/es](http://www.cicad.oas.org/es)

#### **0006**

Spots "Say no to drugs" / DEA ; FBI. -- Alexandria : [s.n.], 19??.

Serie de spots de la campaña "say no to drugs" de los Estados Unidos, cada spot dura entre 15 y 30 segundos.

<DROGAS> <CAMPANAS PREVENTIVAS> <ESTADOS UNIDOS> <DROGAS>

Idioma: Inglés  
Ubicación: VHS/123

Duración: 27 minutos

<http://www.dea.gov>

### 0007

Spots partnership / Asociación Pro América Libre de Drogas. -- Nueva York .

Presenta 29 spots de prevención del uso de drogas con un promedio de duración de 30 segundos cada uno. Los títulos son los siguientes: 1) ¿Cuándo alguien te ofrece droga, qué le dices?, (Where others ask) 1994, animación. 2) ¿Quiénes son tus amigos?, (Who are you friends?) 1994, animación. 3) Mantente libre de drogas, (The pledge) 1992. 4) Narices, animación. 5) Fiesta, 1994. 6) No son tus amigos, (Not your friend) 1992. 7) Imágenes de un ambiente en un hospital. 8) Mi hermano mayor, (Big Brother) 1989. 9) Mi hermano mayor, (Big Brother), 1989. 10) Es mi vida (It's my life), 1992. 11) Rito de aprobación (Rite of passage), 1993. 12) Libro del año, (Yearbook) 1991. 13) Hermanito, 1992. 14) Dejar pasar (Pass up), 1995. 15) Ahogándose (Drowning), 1995. 16) Inhalar, 1995. 17) Celebridades. 18) Jesse Corti, marihuana, 1989. 19) Amigos (Friends), 1989. 20) Las drogas y sus hijos: no sea el último en enterarse, (knew so little) 1990. 21) Lost it, crack, 1990. 22) ¿Conoce a su hijo?, (My boy) 1989. 23) Personajes. 24) Podría notar si su hijo consume drogas, (Questions)1996. 25) Rollins, marihuana, 1989. 26) Spoon feeding. 27) Temper, crack, 1990. 28) Productos químicos para inhalar, (Under your nose). 29) Unnatural acts, marihuana.

<DROGAS> <PREVENCIÓN> <CAMPANAS PREVENTIVAS>

Idioma: Español

Ubicación: VHS/88

Duración: 24 minutos

<http://www.drugfree.org>

### 0008

Campañas Nacionales: CEDRO / CEDRO. -- Lima : Programa Audiovisuales

Presenta las siguientes campañas publicitarias: 1) Frutas; 2) A la droga dile no; 3) Acepta vivir; 4) Busca buenos amigos; 5) Dile sí a la vida (1998); 6) Día del no fumador (5 spots). 7) Día de la Lucha Contra las Drogas" , 26 de junio (3 spots).

<DROGAS> <CAMPANAS PREVENTIVAS> <PERÚ>

Idioma: Español

Ubicación: DVD/29; 34

Duración: 11 minutos

<http://www.cedro.org.pe>

**0009**

National spots-spanish / Asociación Pro-América Libre de Drogas. -- Nueva York : ONDCP

Presenta seis spots publicitarios en contra del uso de drogas.

<DROGAS> <CAMPANAS PREVENTIVAS> <ESTADOS UNIDOS>

Idioma: Español

Ubicación: DVD/29

Duración: 4 minutos

<http://www.drugfree.org>

**0010**

Spots Alianza para un Perú sin Drogas / Alianza para un Perú sin Drogas. – Lima.

Presenta 12 spots de prevención del uso de drogas. Los títulos son los siguientes: 1) Que tus sueños se conviertan en pesadilla; 2) Niño ascensor; 3) Maradona; 4) Niño solitario; 5) Tu tienes el control; 6) Mamá; 7) Otro momento perdido en el auto; 8) Otro momento perdido en el tocador de baño; 9) Otro momento perdido durante el almuerzo; 10) Pasta básica; 11) Coca; 12) Pito.

<DROGAS> <CAMPANAS PREVENTIVAS> <PERÚ>

Idioma: Español

Ubicación: DVD/29

Duración: 7 minutos

<http://www.perusindrogas.org/>

**0011**

Spots FAD / Fundación de Ayuda Contra la Drogadicción. -- Madrid : FAD, 2001

Recopilación de spots campañas de prevención de drogas para T. V. 1989/2001.

<DROGAS> <CAMPANAS PREVENTIVAS>

Idioma: Español

Ubicación: DVD/29

Duración: 23 minutos

[www.fad.es](http://www.fad.es)

**0012**

Semillas / CEDRO. -- Lima : Programa Audiovisuales

Presenta mensaje preventivos de quince segundos de duración cada uno sobre el uso de drogas, cuidado del medio ambiente, valores, violencia, entre otros temas.

<DROGAS> <VALORES> <VIOLENCIA> <ECOLOGÍA> <CAMPANAS PREVENTIVAS>

Idioma: Español

Ubicación: CD/Audio/Audiovisuales

Duración: 120 minutos

<http://www.cedro.org.pe>

### **0013**

Módulos de prevención / Alianza para un Puerto Rico sin Drogas. -- San Juan , 1998

Presenta spots de prevención del uso de drogas en Puerto Rico.

<DROGAS> <CAMPANAS PERVENTIVAS> <PUERTO RICO>

Idioma: Español

Ubicación: VHS/Audiovisuales

Duración: 15 minutos

<http://www.alianzaprsindrogas.org>

### **0014**

Spots: una droga fatal / CEDRO. -- Lima : Audiovisuales, 2004

Presenta los siguientes spots: 1) Marihuana; 2) Pasta básica de cocaína; 3) Clorhidrato de cocaína.

<DROGAS> <CAMPANAS PREVENTIVAS> <PBC> <MARIHUANA> <COCAINA>

Idioma: Español

Ubicación: VHS/179; 180; 181

Duración: 3 minutos

<http://www.cedro.org.pe>

### **0015**

Infodrogas: programa interactivo sobre drogas para profesionales de la comunicación / FAD ; CEDRO. -- Lima : CEDRO, 2003

Presenta un curso interactivo de capacitación para profesionales de la comunicación en el campo de las drogodependencias. El curso de formación se organiza en ocho módulos temáticos: Drogas y Medios de Comunicación; Sustancias; Demanda y Consumo; Oferta; Prevención; Tratamiento; Normativa y Control Social. Cada módulo cuenta con un diccionario, un listado de bibliografía específica y un listado de direcciones de interés.

<DROGAS> <DEPENDENCIA> <MEDIOS DE COMUNICACION> <DICCIONARIO>  
<CAPACITACION>

Idioma: Español

Ubicación: CD-43; CD-107; CD-108

[www.drogomedia.com](http://www.drogomedia.com)

### 0017

Libre de drogas: CD interactivo / Arnao, Marciani, Jorge. -- Lima : CEDRO, 2007

Documento de formato interactivo (preguntas y juegos), dirigido a adolescentes y jóvenes con el propósito de informarlos en forma sencilla y entretenida sobre las drogas cocaínicas, desde su producción y comercialización hasta su consumo, dependencia y efectos sobre el organismo. Se ha dividido el texto en cinco apartados: 1.- "Conociendo casos", sobre posibles conductas adictivas y cuales pueden ser las acciones correctas para ayudar a corregirlas. 2.- La cadena de las drogas . 3.- Drogas y órganos (efectos y patologías). 4.-Juego de metas. 5.- Autocalificación. Se incluye información sobre otras sustancias como el alcohol, tabaco, marihuana, éxtasis e inhalables.

<DROGAS> <JOVENES> <COCAINA> <PBC> <ALCOHOL> <TABACO> <MARIHUANA>  
<EXTASIS> <INHALANTES>

Idioma: Es

Ubicación: CD-07

<http://www.cedro.org.pe>

### 0018

Hechos contra las drogas. Manual de imagen corporativa / Colombia. Dirección Nacional de Estupefacientes (DNE). -- Bogotá : DNE, 1997. -- 25 p.

Se presentan ocho capítulos: La droga como problema complejo; Compromiso de Colombia; La comunicación y datos útiles para tener en cuenta al hacer comunicación sobre droga; Cómo tramitar proyectos de comunicación sobre droga; El por qué de los signos de identidad visual; Cómo usar el Logotipo.

<COMUNICACION> <DROGAS> <COLOMBIA>

Idioma: Español

Ubicación: 5277/DR

<http://www.dnecolombia.gov.co>

**0019**

Comunicación para la superación del problema de la droga. Políticas, objetivos y estrategias / Salamanca, Hernán. -- Santafé de Bogotá : Proyecto Enlace, 1993. -- 74 p.

El autor menciona que la Política Nacional de Comunicación para la Superación del problema de la droga, consecuente con los planteamientos políticos de la Dirección Nacional de Estupefacientes, enfoca, en el desarrollo social y humano la acción preventiva. En el documento se presenta un marco conceptual amplio que permitirá movilidad y flexibilidad en la toma de decisiones respecto a diseños comunicacionales. Se desarrollan los temas: 1) Marco conceptual de la comunicación para el desarrollo; 2) Modelos adoptados en Colombia para la superación del problema de la droga; 3) el problema de la droga y su relación con la comunicación.

<MODELOS DE PREVENCION> <COMUNICACION>

Idioma: Español

Ubicación: 3839/DR

<http://www.dnecolombia.gov.co>

**0020**

Manual de prevención del consumo de drogas: familia y comunidad / Padilla, Daphne ; Añaños, Norma. -- Lima : CAPLAB, 2003. -- 189 p.

El presente manual plantea tres ejes temáticos, el primero plantea que la familia es un elemento crucial de las intervenciones; el segundo eje facilita descubrir las potencialidades que la comunidad tiene para lograr su desarrollo, y finalmente, el tercero busca articular la experiencia de la familia y la comunidad en las acciones de prevención. Incluye 6 módulos: 1) Familia, que desarrolla temas relacionados a la familia y la prevención, tipos de prevención familiar, factores de riesgo y protección familiar; 2) Las actitudes, define que son las actitudes, como se forman las actitudes, tipos de actitudes, actitudes que ayudan a la prevención del consumo de drogas; 3) Comunicación, desarrolla el concepto de comunicación, comunicación humana, códigos de la comunicación humana, estilos de comunicación, mitos sobre la comunicación; 4) Expresión de sentimientos, desarrollando temas de expresión de sentimientos positivos y negativos, control de emociones, importancia de la expresión de sentimientos; 5) Organización y Participación Comunitaria, desarrolla temas de comunicación y prevención, ¿qué es la prevención comunitaria?, objetivos de la prevención comunitaria, participación comunitaria, importancia de la participación comunitaria; 6) Las Drogas, clasificación de drogas, tipos de consumidores.

<PREVENCION> <DROGAS> <COMUNIDAD> <RESILIENCIA> <FACTORES DE PROTECCION> <COMUNICACION>

Idioma: Español

Ubicación: 6598/DR

[www.caplab.org.pe](http://www.caplab.org.pe)

**0021**

Comunicación y drogas / Llanes, Jorge. -- México : Concepto, 1982. -- 159 p. -- (Sociedad y Drogas)

Analiza los temas: 1) Comunicación; 2) Información y drogas; 3) Educación sobre drogas; 4) La necesidad de un programa de educación sobre drogas; 5) Lineamientos para el uso de los medios colectivos en la información sobre drogas.

<DROGAS> <COMUNICACION> <INFORMACION>

Idioma: Español

Ubicación: 1538/DR

**0022**

Paquetes... preventivos / Bolivia. Sistema Educativo Antidrogas y de Movilización Social (SEAMOS). -- La Paz : Seamos, 1995. -- 10 p.

La institución SEAMOS realiza prevención del consumo de drogas, a través de programas educativos dirigidos a diversos grupos de la población y que se aplican mediante los "Paquetes Preventivos". Los paquetes se difunden mediante talleres de capacitación teórico-prácticos a multiplicadores, utilizando técnicas participativas como el trabajo de grupo, lectura bibliográfica, ejercicios prácticos, preparación de sesiones, discusiones en grupo, sociodramas, entre otros.

<MERCADEO SOCIAL> <DROGAS> <PREVENCION>

Idioma: Español

Ubicación: 3872/DR/S

<http://www.seamos.interconnection.org>

**0023**

Marketing social: aproximaciones teóricas desde la práctica / Calderón, Silvia; Ed. ; Aller, Luis; Ed. -- La Paz : Seamos, 1995. -- 236 p. -- (Drogas: Investigación para el Debate ; 15)

Estudia el mercadeo social, expone la teoría y la practica de esta disciplina. Brinda las herramientas para aplicar un programa de mercadeo a los programas educativos, como también un texto de consulta para que los que ya lo están utilizando puedan sacar de él mayor beneficio.

<PLANIFICACION ESTRATEGICA> <INVESTIGACION DE MERCADO> <MERCADEO SOCIAL>

Idioma: Español

Ubicación: 2623/DR; 2119/DR; 3938/DR

[www.seamos.interconnection.org](http://www.seamos.interconnection.org)

**0024**

Paquetes preventivos / Bolivia. Seamos. -- La Paz : Seamos, 1993. -- 45 p.

Esta publicación compila el trabajo de Seamos, que incluye ocho programas de educación preventiva, que serán de utilidad a las instituciones que trabajan con niños, niñas, estudiantes, jóvenes, maestros, educadores, padres y madres de familia, trabajadores, comunicadores y líderes. El presente material incluye los objetivos, contenidos y material promocional e informativo de cada paquete; las características de la capacitación y de la población participante; la dotación de material y la forma de acceder a cada programa.

<PREVENCION> <DROGAS> <MERCADEO SOCIAL>

Idioma: Español

Ubicación: 3442/DR/CAR

<http://www.seamos.interconnection.org>

**0025**

Marketing social: la gestión de las causas sociales / Moliner Tena, Miguel Ángel. Universidad de Jaene. España. -- Madrid : Esic, 1998. -- 254 p.

Analiza los fundamentos del marketing social, presenta los siguientes temas: 1) el marketing social hoy; 2) el diseño de las campañas sociales. La segunda parte presenta el componente de análisis en el diseño de una campaña social, analizando los temas: 1) la gestión de la información en una campaña social; 2) el comportamiento del público objetivo; 3) la segmentación y las estrategias básicas. La tercera parte analiza el componente de acción en el diseño de una campaña social, presentando los temas: 1) el marketing externo; 2) el marketing interactivo; 3) el marketing interno.

<MERCADEO SOCIAL> <GESTION DE LA INFORMACION> <CAMPANAS SOCIALES>

Idioma: Es

Ubicación: 6997/DR

**0026**

Marketing social: estrategias para combatir la conducta pública / Kotler, Philip ; Roberto, Eduardo. -- Madrid : Díaz de Santos, 1992. -- 467 p.

El libro examina el arte y la ciencia de promover el cambio social planificado y orientado. Destaca las campañas de éxito para el cambio social que se han lanzado por los gobiernos, por combinación de gobiernos y ciudadanos, y por los ciudadanos mismos. Presenta los cómo y los porqué de las que han fracasado, y las condiciones de las que han tenido éxito. Se analizan y comentan cuatro temas relevantes: 1) Comprensión del marketing social; 2) Análisis del entorno del marketing social; 3) Desarrollo de programas de marketing social; 4) Gestión del marketing social. Publicación de consulta para estudiantes de marketing así como para los directores de programas sociales en países tanto desarrollados como en desarrollo.

<MERCADEO SOCIAL> <CAMPANAS SOCIALES> <PROGRAMAS DE PREVENCION>  
<EVALUACION>

Idioma: Es  
Ubicación: 6998/DR

### 0027

Diagnóstico comunicativo de los valles cocaleros. Programa de Desarrollo Alternativo PDA USAID-DEVIDA / Perú. Comisión Nacional, para el Desarrollo y Vida sin Drogas (DEVIDA). -- Lima : DEVIDA, 2005. -- 233 p.

A inicios del 2004, DEVIDA realizó estudio cuantitativo y cualitativo para conocer el acceso de las poblaciones de las cuencas cocaleras a los medios de comunicación, su percepción sobre el concepto del desarrollo, desarrollo alternativo y la aplicación e implementación del PDA, así como la opinión de los actores sociales y líderes con poder político en el mismo tema. A partir de este diagnóstico se vienen diseñando estrategias comunicativas para facilitar la labor de los programas de Reducción Gradual y Concertada y Desarrollo Alternativo, mejorando así la apreciación que de ellos tienen las poblaciones. La publicación presenta tres capítulos: 1) Acceso y consumo de medios y espacios de comunicación; 2) Percepciones sobre desarrollo y temas afines; 3) El desarrollo visto desde los generadores de opinión pública. Como anexos presenta el estudio cuantitativo, el estudio cualitativo, y el directorio analítico de los medios de comunicación en los valles cocaleros.

<PERU> <MEDIOS DE COMUNICACION> <IMAGENES Y ACTITUDES>  
<INVESTIGACION CUALITATIVA>

Idioma: Español  
Ubicación: 6736/DR

<http://www.devida.gob.pe>

### 0028

Guía para realizar programas de formación de mediadores / España. Ministerio de Asuntos Sociales. Instituto de la Juventud. -- Madrid : Instituto de la Juventud, 1989. -- 181 p. -- (Drogodependencias)

La guía para mediadores juveniles presenta los siguientes temas: 1) La formación de mediadores; 2) la droga y el Código Penal; 3) Prevención de las drogodependencias; 4) La intervención de los recursos de juventud en los planes sobre drogas; 5) Consumo de drogas en España; 6) El papel de los medios de comunicación social; 7) Los programas de animación sociocultural; 8) El uso del audiovisual en pequeños grupos; 9) La evaluación de la formación.

<ESPANA> <DROGAS> <PREVENCION> <CONSUMO> <LEGISLACION> <MEDIOS DE COMUNICACION>

Idioma: Español  
Ubicación: 6955/DR

[www.injuve.mtas.es](http://www.injuve.mtas.es)

**0029**

Comunicación y participación comunitaria: herramientas de prevención del uso indebido de sustancias psicoactivas / Colombia. Proyecto Enlace-Ministerio de Comunicaciones. -- Santafé de Bogotá : Proyecto Enlace, 1998. -- 13 p.

Congreso-Curso. Iniciativas Globales sobre Reducción de la Demanda de Drogas: Diálogo las Américas - Asia. Global Initiatives on Drug Demand Reduction: The Americas-Asia Dialogue. (28-30 may. 1998 : Lima)

La ponencia menciona algunas herramientas comunicativas que hacen parte de una estrategia global que se ha venido desarrollando a través de sus seis años de experiencia del Proyecto Enlace, desde el ámbito nacional, regional y local. El énfasis de dicha estrategia se fundamenta en la construcción y consolidación de alternativas de participación conjunta que, atendiendo la demanda de poblaciones específicas, contribuya desde la comunicación a la superación del problema de la droga.

Idioma: Español

Ubicación: 5335.E/DR; 5344.ER/DR; 5345.IR/DR/CI

**0030**

Comunicación y desarrollo local. Cuaderno de Consulta / Castañeda, Marisol. -- Lima : Calandria, 2005. -- 127 p.

La presente publicación es el resultado de proyectos, experiencias, lecciones aprendidas que Calandria ha desarrollado en diferentes distritos y departamentos del país, acompañando procesos de empoderamiento ciudadano, promoción de presupuestos participativos y planes de desarrollo, así como de generación de espacios públicos de debate local. Instrumento de apoyo para el trabajo de promoción del desarrollo y fortalecimiento de la democracia que muchas instituciones de la sociedad civil y el Estado realiza.

<PROYECTOS DE DESARROLLO> <COMUNICACION> <PERU>

Idioma: Español

Ubicación: 6943/DR

[www.calandria.org.pe/publicaciones\\_productos/pp01.html](http://www.calandria.org.pe/publicaciones_productos/pp01.html)

**0031**

Campañas de marketing social en drogodependencias. Experiencias extranjeras / Expósito, Marisa. -- il. -- Bilbao : Gobierno Vasco, 1995. -- 160 p. -- (Drogodependencias)

El objetivo fundamental de esta investigación fue descubrir las diversas formas de la expresión gubernamental que en materia de drogodependencias se han desarrollado en otros países, sus constantes y sus peculiaridades, para que la manifestación de sus experiencias y de sus sugerencias, brinden la experiencia de avanzar un modelo de referencia susceptible de ser aplicado a programas

futuros. La investigación incluye las campañas más importantes que se han realizado en diferentes países de Europa y Norteamérica. La campañas que se presentan son "Campañas contra el Tabaco"; "Campañas contra el alcohol"; "Campañas específicas contra otras drogas"; "Campañas genéricas contra la droga". Al final del documento, se presenta una selección de spots de cada campaña mencionada.

<MERCADEO SOCIAL> <CAMPAÑAS DE PREVENCIÓN> <DROGAS> <CASOS>

Idioma: Español

Ubicación: 5414/DR

<http://www.gizarte.net/drogodependencias>

### **0032**

Publicidad y tabaco: retos para los comunicadores en salud / Perú. Ministerio de Salud. Oficina de Comunicaciones. -- p. 17

Congreso-Curso. Primer Curso Internacional sobre Prevención Integral del Tabaquismo. (14-18 may. 2001 : Lima)

El artículo resume que el arma más poderosa del tabaco es la publicidad, y que en muchos países las publicidades de tabaco dominan las estaciones de radio más populares entre los adolescentes. Se menciona también que la publicidad del tabaco explota la vulnerabilidad de los jóvenes al ofrecer el tabaco como un medio de lograr una imagen propia, positiva y como clave de aceptación de los compañeros. Al final se mencionan las prioridades desde la posición de la salud: 1) Protección para los niños, trabajando desde la escuela contenidos educativos, que involucren a la familia; 2) La promoción y educación en la salud y los programas de cesación deben ser asumidos por los trabajadores de la salud y las instituciones para dar el ejemplo al "ser libres de humo"; 3) Fiscalización de la publicidad tabacalera y la presión para que sea eliminada, sobre todo en las horas donde se presentan programas infantiles; 4) Crear un programa nacional de comunicación y educación antitabáquica, con la participación de las entidades del Estado y la sociedad civil a fin de hacer sostenible las iniciativas y estrategias de comunicación.

<PUBLICIDAD> <TABACO>

Idioma: Español

Ubicación: 1952/DR/S/1

### **0033**

Publicidad -- p. 5

Congreso-Curso. Primer Curso Internacional sobre Prevención Integral del Tabaquismo. (14-18 may. 2001 : Lima)

La ponencia presenta brevemente el concepto de publicidad, importancia, tipos de publicidad; que son los medios publicitarios; la propaganda y la publicidad; contra propaganda y los enfoques preventivos.

<PUBLICIDAD> <PREVENCION> <TABACO>

Idioma: Español

Ubicación: 1952/DR/S/2

**0034**

Planeamiento estratégico de la comunicación educativa: guía del planificador IEC / Perú. Ministerio de Salud. -- Lima : Proyecto Salud y Nutrición Básica, 1998. -- 139 p.

Presenta las herramientas metodológicas para diseñar y ejecutar planes de comunicación educativa. Este proceso considera las siguientes etapas: 1) El Diagnóstico, que es un proceso de investigación que permite recoger, seleccionar, sistematizar y analizar información sobre el público al cual se quiere llegar y el contexto o ambientes que intervienen. 2) La Estrategia, ¿Hacia dónde vamos y cómo lo lograremos?, recoge los resultados sistematizados del diagnóstico, para racionalizar los procesos y sistemas de comunicación educativa en función de la mayor efectividad sobre sus públicos. Asimismo, permite precisar al público primario y secundario, plantear los objetivos de comunicación, elaborar los mensajes, seleccionar los medios, determinar las funciones del equipo de trabajo, trazar el cronograma y el presupuesto. 3) La Intervención, ¿Qué hacemos?, es la puesta en marcha de la estrategia. En esta etapa es de vital importancia hacer los ajustes necesarios en cuanto a los mensajes y materiales que se piensa elaborar mediante la validación y la producción de los mismos. 4) La Evaluación, la cual nos permite medir los resultados que se van produciendo en relación con los objetivos planteados. El Monitoreo nos suministra la información necesaria sobre la marcha del proceso y de las actividades. 5) Técnicas de Investigación, presenta metodología básica sobre técnicas de investigación.

<PLANEAMIENTO ESTRATEGICO> <EDUCACION EN SALUD> <COMUNICACION EN SALUD> <MANUALES> <PERU>

Idioma: Es

Ubicación: 4702/N

**0035**

Psicología de la comunicación social / Montero, Víctor. -- 2 ed. -- Lima : Tetis Graf, 1994. -- 141 p.

Trata problemas epistemológicos, sobre el lenguaje y el pensamiento, la comunicación y el desarrollo, el aprendizaje y la personalidad, la motivación y actitudes, conciencia e ideología, comunicación y sociedad, los medios de comunicación, comunicación e identidad, rol de los medios de comunicación.

<COMUNICACION> <PSICOLOGIA SOCIAL> <MEDIOS DE COMUNICACION> <PERU>

Idioma: Es

Ubicación: 2254/N

**0036**

Un dos tres probando / Colombia. Ministerio de Comunicaciones. -- Santafé de Bogotá : COLCULTURA, ene. 1997. -- 44 p. -- (Revista ; 4).

Trata sobre la planificación del trabajo radial: como estudiar la audiencia, pautas sobre programación. La radio comunitaria y las radios juveniles en Colombia.

<MEDIOS DE COMUNICACION> <RADIO> <COMUNIDAD> <COLOMBIA>

Idioma: Es

Ubicación: 5292/N

**0037**

Manual de validación de materiales educativo-comunicacionales / Perú. Ministerio de Salud. Proyecto Salud y Nutrición Básica. -- Lima : Proyecto de Salud y Nutrición Básica, ene. 2001. -- 87 p.

Una vez elaborado un material educativo-comunicacional es necesario validarlo. Es decir, probar su valor y su impacto, antes de distribuirlo masivamente. Este proceso tiene por finalidad identificar sus aciertos y sus errores, mostrar sus logros y sus puntos débiles, para luego adecuarlos, perfeccionarlos y proceder a su promoción y difusión. El presente documento ofrece las pautas necesarias para validar folletos, afiches, rotafolios, fotonovelas y comics, cuñas radiales, programas radiales y spots televisivos.

<VALIDACION DE MATERIALES EDUCATIVOS> <GRUPOS FOCALES> <ENTREVISTA>  
<MANUALES>

Idioma: Es

Ubicación: 5823/N

**0038**

Técnicas de investigación en comunicación social: elaboración y registro de datos / Gaitán Moya, Juan ; Piñuel Raigada, José. -- Madrid : Síntesis, 1998. -- 332 p. -- (Experiencias de Investigación ; 5)

Describe las características, tipos, fases y componentes de las técnicas más frecuentes en el campo de la investigación de la comunicación en ciencias sociales. Explica cómo se elaboran, registran y preparan los datos en los procesos científicos de observación y experimentación, de entrevista, de grupo de discusión, de encuesta, de análisis de contenido. Para cada una de estas técnicas se especifican los usos y aplicaciones, así como las ventajas e inconvenientes, que supone su instrumentación respecto a distintos objetos de estudio relacionados con la comunicación personal, grupal de masas, institucional y corporativa.

<COMUNICACION> <CIENCIAS SOCIALES> <RECOLECCION DE DATOS> <METODOS DE INVESTIGACION> <ENTREVISTA> <GRUPOS FOCALES>

Idioma: Es

Ubicación: 5935/N

**0039**

Mapa de competencias de la comunicación para el desarrollo y el cambio social: conocimientos, habilidades y actitudes en acción / Irigoyen, María (ed) ; Tarnapol, Paula (ed) . -- Washington, D. C. : The Change Project-Agencia de los Estados Unidos para el Desarrollo Internacional, nov. 2002. -- 79 p.

Congreso-Curso. Competencias: Comunicación para el Desarrollo y el Cambio Social. (28 ene.- 01 feb. 2002 : Bellagio)

Presenta un "mapa funcional" de las competencias que requiere un profesional en el campo de la comunicación para el desarrollo y el cambio social. Se explica el concepto de competencias y se indican los pasos que han de seguirse para utilizar el mapa, para elaborar un programa de educación y capacitación y otros objetivos relacionados. Los anexos contienen información adicional acerca de las competencias.

<COMUNICACION> <HABILIDADES SOCIALES> <RECURSOS HUMANOS>  
<CONGRESOS>

Idioma: Es

Ubicación: 6012/N

**0040**

Estudio de base para el fortalecimiento de las capacidades nacionales en comunicación y promoción de la salud / Consorcio de Universidades. -- Lima : Consorcio de Universidades, ene. 2004. -- 214 p.

El concepto de comunicación en salud se ha convertido en un eje básico de la preocupación por el desarrollo de los países. El presente documento contiene seis capítulos denominados "Productos", cada uno dedicado a distintos aspectos de la "Promoción y Comunicación de la Salud". Los estudios son los siguientes: 1) Necesidades de capacitación en comunicación y promoción de la salud; 2) Estudio de necesidades de información para un centro de documentación en comunicación para la salud; 3) Estudio de capacidades existentes en instituciones de formación y capacitación, para entrenar a profesionales en comunicación y promoción de la salud; 4) Estudio sobre lecciones aprendidas en programas de promoción, comunicación, educación y participación comunitaria de la salud; 5) Estudio sobre recursos de comunicación; 6) Propuesta de fortalecimiento de las capacidades nacionales y regionales para desarrollar programas de comunicación y promoción de la salud en el Perú.

<PROMOCION DE LA SALUD> <COMUNICACION> <COMUNIDAD> <CENTROS DE DOCUMENTACION> <PERU>

Idioma: Es

Ubicación: 1485/N

**0041**

La nueva comunicación: Bateson, Birdwhistell, Goffman, Hall, Jackson, Schefflen, Watzlawick / Winkin, Y. (Ed.). -- 3 ed. -- Barcelona : Kairós, 1990. -- 378 p.

Ideas fuerza tales como: "doble vínculo", "interacción estratégica", "rituales cotidianos", "dimensión oculta" o "Escuela de Palo Alto" "presentación de si mismo", definen una corriente de las ciencias humanas: la comunicación, definida como una herramienta que inserta al individuo en el sistema cultural. La presente obra presenta una selección de textos sobre el tema y entrevistas a los autores estudiados. Capítulos: 1). El telégrafo y la orquesta; 2). Una universidad invisible; 3). Conexiones y aberturas: hacia una ciencia de la comunicación; 4) Comunicación (Bateson, Gregory); 5) Sistemas de la comunicación humana (Schefflen, Albert); 6) Investigación sobre la interacción: enfoque micro-analítico (Birdwhistell, R.); 7) Proxémica (Hall, E.); 8) El problema de la homeostasia familiar (Jackson, D.); 9) Estructura de la comunicación psicótica (Watzlawick, Paul); 10) Investigación sobre la vida institucional y pública: enfoque etnográfico (Sigman, S.); 11) Compromiso (Goffman, E.).

<COMUNICACIÓN> <MODELO CONCEPTUAL>

Idioma: Es

Ubicación: 6427/N

### **0042**

Psicología social / Brown, Roger. -- México, D. F. : Siglo Veintiuno, 1974. -- 799 p. -- (Psicología y Etología)

Tratado de psicología social que contiene los siguientes capítulos: 1) La conducta social de los animales. 2) Las relaciones fundamentales de la relación interpersonal. 3) La socialización del niño. 4) El desarrollo de la inteligencia. 5) El lenguaje: sistema y adquisición. 6) La adquisición de la moralidad. 7) Personalidad y sociedad. 8) La personalidad autoritaria y la organización de las actitudes. 9) Procesos psicológicos sociales. 10) Dinámica de grupo. 11) La conducta colectiva y la psicología de las multitudes.

<PSICOLOGIA SOCIAL> <SOCIALIZACION>

Idioma: Español

Ubicación: 4467/N