

Manual para evaluar los programas de comunicación sobre problemas de población

R. Gillespie

En esta colección:

1. *Manual sobre los medios de comunicación social en relación con la población y el desarrollo* por Frances J. Berrigan.
2. *Manual para evaluar los programas de comunicación sobre problemas de población* por Robert Gillespie.
3. *Investigación en materia de comunicación sobre población*, por Gloria D. Feliciano.
4. *Los espectáculos populares como medio de fomentar el desarrollo nacional*, por H. K. Ranganath.

Ha sido posible realizar esta publicación gracias al aporte financiero del Fondo de las Naciones Unidas para Actividades en Materia de Población (FNUAP). En 1979 el FNUAP cumplió su décimo aniversario.

Publicado en 1981 por
la Organización de las Naciones Unidas para
la Educación, la Ciencia y la Cultura
7 place de Fontenoy, 75700 Paris
Impreso por Imprimerie de la Manutention, Mayenne (Francia)

ISBN 92-3-301559-9

Edición francesa: 92-3-201559-5

Edición inglesa: 92-3-101559-1

© Unesco 1981

Prefacio

ESTE es el segundo de una serie de manuales sobre varios aspectos de la comunicación relativa a los problemas de población. Su objeto es el de contribuir a la formación del personal encargado de la comunicación y la educación que trabaja a varios niveles en los programas nacionales de población. Desde hace largo tiempo se dejaba sentir la necesidad de una obra de este tipo.

El presente volumen se basa en las recomendaciones de la Reunión de Expertos sobre la Evaluación de los Programas de Comunicación Relativos al Planeamiento de la Familia, convocada por la Unesco en Ciudad de Davao (Filipinas) en abril de 1974. Otros materiales relacionados con este manual son tres documentos técnicos y una película. Los documentos pertenecen a la serie de la Unesco "Población y comunicación: documentación técnica" y se titulan: *Papel de la comunicación en la planificación de la familia: estado actual de las investigaciones*; *La investigación sobre la comunicación en materia de población*; *Estudios de la evaluación sobre comunicación en materia de planificación de la familia*.

La película pertenece a la serie de la Unesco dedicada a la "Comunicación en materia de planificación de la familia" y lleva por título *Evaluación e investigación*.

Se recomienda la utilización del presente manual junto con los documentos técnicos y la película citados, en los programas de formación.

Las opiniones expuestas en esta publicación son las del autor y no representan necesariamente las de la Unesco.

ACERCA DEL AUTOR

La experiencia de Robert Gillespie en materia de comunicación relativa a la planificación de la familia fue adquirida trabajando en programas de comunicación de masas en Taiwán, Hong Kong, Bangladesh e Irán.

Después de trabajar con el Pathfinder Fund en 1962 y 1963, el señor Gillespie formó parte del Consejo de Población (Population Council) y prestó sus servicios principalmente en Irán y luego en Turquía y Taiwán. En la actualidad es presidente del Consejo de Comunicación en materia de Población (Board of Population Communications) y director de proyectos especiales del Population Crisis Committee. Ha sido consultor del Banco Mundial, del Fondo de las Naciones Unidas para las Actividades en materia de Población (FNUAP), de la Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura (Unesco), de la Organización Mundial de la Salud (OMS), de las Fundaciones Ford y Rockefeller, del United States Agency for International Development (ÚS-AID), del Organismo Sueco de Desarrollo Internacional (SIDA), y de muchos gobiernos asiáticos.

Índice

1.	Alcance y finalidad del manual	9
2.	Definición de atribuciones y de necesidades prioritarias en materia de comunicación	11
3.	Lo que usted debe saber sobre su país o provincia	16
4.	Cómo evaluar un programa de comunicación en curso	18
5.	Ensayo previo de la divisa, el mensaje y los materiales impresos	21
6.	Cómo evaluar la campaña de comunicación social	25
7.	Cómo evaluar la educación de la élite	29
8.	Cómo evaluar las actividades de los trabajadores sociales	34
9.	Cómo evaluar la educación dispensada por los servicios contraceptivos	38
10.	Desarrollo de un plan de acción para evaluar las comunicaciones	42
Anexo 1	— Cuestionario sobre la situación real y lista de control	47
Anexo 2	— Cuestionario básico para ensayo previo	55
Anexo 3	— Formulario para el ensayo previo de mensajes	58
Anexo 4	— Ensayo previo de carteles	62
Anexo 5	— Ensayo previo de anuncios radiofónicos	65

Anexo 6 — Encuesta previa	68
Anexo 7 — Encuesta de evaluación después de la campaña	92
Anexo 8 — Cuestionario destinado a la élite	98
Anexo 9 — Formulario para las anotaciones diarias del agente ejecutor	105
Anexo 10 — Formulario para las anotaciones mensuales del agente ejecutor	111
Anexo 11 — Los cupones	112

Alcance y finalidad del manual

ESTE manual se destina al personal encargado de la planificación de la familia que desempeña funciones administrativas, informativas (es decir, de "comunicación"), docentes y de evaluación. No hay manual que pueda adecuarse a los requerimientos de todos los programas de comunicación en materia de planificación de la familia: por tanto habría que leerlo, modificarlo en función de las necesidades locales, traducirlo y distribuirlo al personal nacional y provincial de comunicación y evaluación. Una vez definidas las prioridades en materia de comunicación y evaluación, debería elaborarse un plan de acción que especificara las muestras requeridas, el número de formularios o cuestionarios que hay que policopiar, la formación que deberá impartirse a los encuestadores, la estrategia de entrevistas en el terreno, los métodos de codificación y presentación de los datos, así como de tabulación y análisis de los resultados, y por último, las medidas que habrán de tomarse a la vista de las conclusiones.

El objeto del manual es ofrecer orientaciones sencillas para evaluar la comunicación, incluidos los formularios y cuestionarios que podría utilizarse, así como las tabulaciones. El manual se ha elaborado con los siguientes criterios:

1. Los formularios y cuestionarios pueden adaptarse con facilidad a casi todos los programas nacionales y provinciales de planificación de la familia.
2. Los esfuerzos hechos en materia de comunicación deben evaluarse en el contexto de una tecnología contraceptiva existente.
3. Las investigaciones y los estudios de evaluación han arrojado algunas orientaciones específicas en cuanto a qué hay que decirle a quién y cómo utilizar los trabajadores sociales.
4. El personal existente de evaluación, el personal de clínicas y las unidades móviles y los trabajadores sociales pueden realizar las entrevistas y las tabulaciones.
5. El tiempo que el personal dedica a la evaluación no debe redundar en menoscabo de las actividades en curso o previstas en materia de comunicación.

A los seis meses de recibir el manual, el personal encargado de transmitir esta clase de información debería saber con más seguridad lo que

hay que decir, a quién, cuándo, de qué manera y con qué resultados pre-visibles.

Los responsables podrán pensar que no disponen de personal suficiente para realizar o para supervisar debidamente un programa global de comunicación. Sin embargo, los trabajadores sociales y el personal sanitario suelen disponer del tiempo suficiente para acopiar y tabular los datos necesarios para una evaluación correcta.

En las clínicas hay períodos tranquilos que el personal puede utilizar para acopiar y tabular los datos que se precisan para una evaluación adecuada. En este manual se indica el número de horas/hombre que se requieren. A menudo los trabajadores sociales realizan visitas domiciliarias, en las que muy bien pueden formular muchas de las preguntas sobre el impacto de los medios de comunicación y otras cuestiones que ayudarían a determinar la eficacia de un programa y una eventual estrategia de comunicación. El personal sanitario de maternidades y clínicas infantiles podría ensayar previamente algunos de los mensajes sobre planificación de la familia y otras materias. Teniendo en cuenta el personal de que disponen casi todos los programas de planificación de la familia, no es necesario contratar personal adicional para alcanzar todos los objetivos de evaluación que se describen en este manual.

2 Definición de atribuciones y de necesidades prioritarias en materia de comunicación

Definición de atribuciones y funciones

PARA que se pueda evaluar adecuadamente un programa de comunicación social deben existir previamente descripciones concretas de las funciones y atribuciones de cada funcionario en los niveles nacional y provincial. Una vez definido claramente el trabajo que ha de realizar cada miembro del personal encargado de la comunicación y de la evaluación, se puede diseñar un plan de acción para evaluar la comunicación en el que se determinan las necesidades prioritarias y los objetivos. Una vez examinados y modificados los instrumentos que se sugieren en el presente manual, podrán adoptarse líneas de acción específicas.

Si es usted un administrador de programa:

1. ¿Ha recibido y revisado un plan de acción concreto para la evaluación de la comunicación?
2. ¿Ha redactado descripciones de las funciones profesionales de todo el personal de comunicación y evaluación?
3. ¿Ha realizado un estudio sobre la situación real para comprender mejor las estructuras de comunicación y evaluación?
4. ¿Ha fijado objetivos concretos para la comunicación informativa, por ejemplo, la proporción de parejas en edad de procrear que deberían conocer una divisa determinada sobre planificación de la familia?
5. ¿Ha elaborado un plan de acción para ayudar a los grupos selectos o élites a adquirir conciencia de los problemas demográficos?
6. ¿Sabe si las informaciones suministradas en las clínicas y centros de instrucción corresponden a las necesidades de las parejas que solicitan anticonceptivos o la esterilización?
7. ¿Ha asignado a los trabajadores sociales y a sus supervisores unos objetivos operacionales mínimos en cuanto al número de aceptantes?
8. ¿Ha establecido planes de información y educación para el personal de los ministerios de educación, agricultura, trabajo y sanidad?

Si es usted especialista en comunicación:

1. ¿Tiene un plan de acción relativo a la comunicación para cada mes del próximo año? ¿Incluye la estrategia un uso equilibrado de la comunicación personal, de los medios populares de información y de los medios de comunicación social?
2. ¿Ha hecho descripciones de las tareas que incumben al personal de comunicación?
3. ¿Ha realizado un estudio sobre la situación real, para conocer mejor las actividades de comunicación actualmente en curso en su sector?
4. ¿Ha trabajado con el personal de evaluación respecto a una divisa o tema de planificación de la familia?
5. ¿Ha establecido contacto con agencias publicitarias y firmas de estudios sobre mercados para determinar de qué manera pueden contribuir a promover la planificación de la familia?
6. ¿Ha establecido contacto con el ministerio responsable de la información y la radiodifusión, los administradores de emisoras de radio y los editores de periódicos para determinar de qué manera pueden formularse e incluirse en los programas de comunicación en curso anuncios sobre planificación de la familia (publicidad radiada y noticias)?
7. ¿Ha determinado la eficacia de los programas de educación clínica?
8. ¿Sustituye y da nueva formación a los trabajadores sociales o a los supervisores que no alcanzan unos objetivos mínimos en cuanto al número de aceptantes y de usuarios habituales?
9. ¿Proyecta la inclusión en su programa de comunicación de agentes de divulgación agrícola, maestros de escuela, autoridades locales, comadronas y otras personas de influencia?

Si es usted especialista en evaluación:

1. ¿Cuáles son sus planes para evaluar el programa de comunicación?
2. ¿Qué datos reunidos por los trabajadores sociales o por el personal sanitario podrían utilizarse para evaluar el programa en curso?
3. ¿Ha estudiado el trabajo de evaluación ya realizado en la esfera de la salud o por parte de organismos de publicidad?
¿De qué manera pueden aplicarse a la planificación de la familia las conclusiones de las evaluaciones ya realizadas sobre los programas de desarrollo y de comunicación en curso?
4. ¿Ha establecido contacto con agencias publicitarias y firmas de estudios sobre el mercado para determinar qué embalajes, divisas y técnicas de venta han tenido más éxito para vender los productos, qué estudios se han realizado sobre ensayo previo, frecuencia de escucha radiofónica e impacto de los medios de comunicación y qué orientaciones útiles hay para establecer una estrategia de comunicación para la planificación de la familia?
5. ¿Se distribuyen entre el personal de comunicación y el personal ad-

ministrativo informes mensuales y anuales sobre la eficacia del programa en curso?

6. ¿Cuáles son sus planes para el ensayo previo de los materiales de comunicación disponibles?
7. ¿Ha realizado un estudio previo de la situación en cuanto a conocimientos, actitudes y prácticas en materia de planificación de la familia? ¿Ha calculado en qué medida el público recibe el impacto de los medios de comunicación y de las formas personales de comunicación?
8. ¿Se sabe cada mes quiénes son los ejecutores del programa y los supervisores que alcanzan los objetivos fijados en lo tocante a aceptación y uso habitual de los medios de planificación de la familia? ¿Ha analizado las características y las maneras de actuar de los mejores trabajadores sociales encargados de la ejecución del programa?
9. ¿Ha comprobado lo que los miembros de las élites saben sobre población y sobre el programa de planificación de la familia, y cuál podría ser su participación específica en un programa de comunicación?
10. ¿Ha seguido con atención la participación de las organizaciones sociales, de los medios populares de comunicación y de los dirigentes de opinión en apoyo del programa de comunicación para la planificación de la familia?

Si está usted encargado de la formación de médicos, enfermeras, comadronas u otras personas que proporcionan servicios anticonceptivos:

1. ¿Se subraya en el programa de formación la importancia de que los contraceptivos sean recomendados de conformidad con las necesidades de las parejas?
2. ¿Ha evaluado usted el programa de formación desde el punto de vista de la información y los servicios que han de proporcionarse a los aceptantes de la planificación de la familia?
3. ¿Se recurre en el programa de formación para la planificación de la familia a la escenificación de situaciones y a otros medios para crear un ambiente de confianza entre los destinatarios y las personas que suministran los servicios?
4. ¿Ha desarrollado usted técnicas de evaluación para determinar cuánto tiempo esperan las mujeres en la clínica hasta ser atendidas, qué distancia recorren para llegar a la clínica, si se diagnostican adecuadamente las contraindicaciones y si son adecuadas las instrucciones sobre los métodos?
5. ¿De qué manera se obtiene información sobre las reacciones negativas de los usuarios a los contraceptivos y qué información se posee sobre los esfuerzos realizados para tranquilizar a las mujeres que padecen efectos secundarios a causa de los contraceptivos?

Si supervisa usted la labor de los trabajadores sociales que ejecutan el programa:

1. ¿Cómo ha evaluado la labor de sus trabajadores sociales en función de los objetivos mínimos en cuanto a número de aceptantes y de usuarios habituales?
2. ¿En qué condiciones sustituye a los ejecutores del programa que no han alcanzado los objetivos propuestos?
3. ¿Cuáles son los procedimientos de trabajo para las visitas a domicilio y las reuniones en grupo y cuáles son las características de los mejores trabajadores sociales en lo tocante a educación, edad y experiencia en la planificación de la familia?
4. ¿Ha determinado el mejor enfoque comunicativo para las visitas a domicilio y las reuniones en grupo?
5. ¿Qué formación durante el servicio proporciona usted a los trabajadores sociales que tiene a su cargo?
6. ¿Con qué frecuencia les visita y de qué manera evalúa usted su propia formación durante el servicio?
7. ¿Qué información retransmite a los funcionarios de comunicación o a los administradores del programa respecto a los problemas con que tropiezan los encargados de ejecutar el programa de comunicación y respecto a la forma de mejorar dicho programa?
8. ¿Ha evaluado los materiales de comunicación facilitados a los ejecutores del programa?
9. ¿Cómo ha apoyado el programa de comunicación social las actividades de los trabajadores sociales y cómo evalúan éstos la eficacia del programa de los medios de comunicación social?
10. ¿Cómo ayuda usted a los trabajadores sociales a obtener el apoyo de la comunidad? En concreto, ¿ha organizado reuniones entre ellos y las organizaciones locales tales como asociaciones de agricultores, grupos de maestros y padres de alumnos o consejos de aldea?
11. ¿Procura usted combinar el trabajo de los artistas folklóricos y los festivales populares con las actividades de comunicación de los trabajadores sociales?

Definición de las necesidades prioritarias en la evaluación de la comunicación

Para definir las necesidades prioritarias en lo tocante a la evaluación de la comunicación, el plan de acción debería basarse en los siguientes criterios:

1. ¿Existen datos, reunidos por los trabajadores sociales y en las clínicas que no se hayan tabulado y analizado? ¿Pueden utilizarse tales datos para determinar la eficacia del personal de ejecución del programa del personal clínico o de los esfuerzos de comunicación social? En

caso afirmativo, ¿podría elaborarse un plan para analizar los datos con el personal existente?

2. Si los trabajadores sociales encargados de la ejecución sobre el terreno no conocen los objetivos mínimos sobre el grado de aceptación del programa y no son sustituidos cuando no alcanzan dichos objetivos, debería darse prioridad a asignarles los objetivos.
3. Si el personal de comunicación o el de evaluación no ha realizado un estudio sobre la situación de los servicios y del personal que podrían utilizarse en un programa de comunicación, debería procederse a tal estudio de inmediato.
4. Si el personal sanitario o los trabajadores sociales no facilitan información completa y adecuada sobre métodos contraceptivos, con arreglo a las necesidades de las parejas, deberían estudiarse los motivos y remediarse esta situación a la mayor brevedad.
5. Si las consignas y los mensajes utilizados actualmente en los prospectos, carteles y otros materiales educativos no son correctos y no han sido ensayados previamente, deberían modificarse.
6. Si en las campañas informativas o en los programas en curso no se hace el debido uso de la infraestructura disponible de medios informativos y si el mensaje no llega al 80 % de las parejas de la provincia o del país a las cuales está destinado, debería revisarse de inmediato la estrategia actual de los medios de comunicación social.
7. Si los dirigentes de la provincia en la administración, la industria y el comercio no están al corriente de la política nacional de población ni de los problemas demográficos que pueden influir sobre sus actividades, debería emprenderse y evaluarse un programa de comunicación para despertar en ellos el interés por las cuestiones relativas a la población.

Las necesidades prioritarias siempre variarán de una provincia a otra o de un país a otro. En la actualidad lo más importante es examinar la estrategia del programa de comunicación en curso y definir un plan de acción para la comunicación y la evaluación, con miras a conseguir el mayor número de nuevos aceptantes y usuarios habituales de los métodos y así ayudar a las parejas a adoptar una base racional respecto al distanciamiento de los embarazos y al número de hijos deseados.

3 Lo que usted debe saber sobre su país o provincia

La investigación factual en materia de comunicación

GRAN parte de los especialistas en comunicación y de los encargados de la evaluación desconocen las facilidades materiales, el personal y los datos disponibles en el país. Antes de que sea posible elaborar un plan de acción adecuado para la comunicación y la evaluación debería buscarse una comprensión cabal de la infraestructura de los conductos o cauces por los que discurre la comunicación. Con este objeto se incluye un cuestionario en el anexo 1, el cual permitirá dilucidar las cuestiones siguientes:

1. ¿Cuál es la estructura y la función de los medios de comunicación social en los sectores público y privado?
2. ¿Cuáles son los grupos que constituyen la élite?
3. ¿De qué servicios sanitarios y médicos se dispone?
4. ¿Cuántos trabajadores sociales y supervisores sería posible movilizar?
5. ¿Con qué medios de comunicación popular se cuenta?
6. ¿De qué medios de producción se dispone para imprimir y elaborar materiales audiovisuales?

Investigación factual para la evaluación de la comunicación

En todas partes se desarrollan numerosos programas de publicidad y comunicación. Los medios de comunicación social y los vendedores informan al público sobre los productos que pueden adquirir. En las esferas de la salud, la agricultura y la educación, los gobiernos tratan de mejorar el nivel de vida de los individuos y las comunidades. Si se establece contacto con las personas que han dirigido esas campañas de comunicación se puede determinar de qué manera ellos las evaluaron y qué enfoques han sido más eficaces en materia de comunicación.

Los organismos de publicidad, los de investigación sobre el mercado y las organizaciones de ventas pueden informar sobre el tipo de publicidad y las técnicas de venta que han tenido más éxito. También pueden informar sobre el mayor o menor uso que debe hacerse de cada uno de los medios de comunicación disponibles en la zona y con qué efectos probables.

Seguramente varias agencias publicitarias han realizado encuestas sobre frecuencia de escucha radiofónica e impacto de los medios de comunicación. A partir de estas encuestas es posible determinar qué emisoras de radio, y a qué horas, deberían tener publicidad, y qué anuncios necesitan los medios de comunicación escritos para alcanzar determinadas audiencias. Si se dan a las agencias de publicidad las características del público destinatario y se les indica la índole de la información contraceptiva que se desea comunicar, tales agencias podrán sugerir formas de promover la planificación de la familia.

Al hablar con los anunciadores, conviene preguntar si se puede vincular la planificación de la familia con una campaña publicitaria ya iniciada. ¿Estarán dispuestos los anunciadores a asociar sus productos con la idea de una familia reducida? ¿Es posible combinar la venta de petróleo para el alumbrado, refrescos y otros productos con la venta de preservativos y píldoras anticonceptivas?

Numerosos programas sanitarios de lucha contra el paludismo, vacunación o nutrición han utilizado una combinación de medios de comunicación y de técnicas de educación en grupo. Averiguando qué estrategias ha aplicado el personal encargado de campañas de educación sanitaria, podrán obtenerse orientaciones sobre la combinación adecuada de medios de comunicación social y comunicación personal, así como sobre los tipos de mensajes y llamamientos que han tenido mayor éxito.

Los agentes de divulgación agrícola también saben algo sobre la manera de convencer a los agricultores para que adopten nuevos métodos. Hablando con el director de los servicios de divulgación agrícola pueden surgir algunas buenas ideas sobre la manera de integrar la planificación de la familia con el programa de educación agrícola y se podrá saber qué técnicas de divulgación educativa han tenido mayor éxito. Otra esfera de la educación en que se ha innovado es la de los programas de alfabetización funcional y de educación para adultos. Sería útil determinar en qué medida estos programas han cubierto las necesidades locales en materia de formación y orientación profesional. ¿Existe la posibilidad de combinar las informaciones sobre cuestiones de población, medios contraceptivos y tamaño de la familia en el marco de programas vigentes de alfabetización funcional, divulgación agrícola y educación sanitaria?

Es necesario promover la planificación de la familia de acuerdo con las necesidades sentidas por el individuo y por la comunidad. Convendrá averiguar si se han hecho estudios para medir lo que los padres aspiran a conseguir para sus hijos y para sí mismos, qué es lo que necesita la comunidad y cómo pueden relacionarse con estas necesidades los mensajes sobre problemas de población y planificación de la familia. El especialista en comunicación o encargado de la evaluación debería dedicar por lo menos dos meses a estudiar el proceso de comunicación vigente en su sector, tal como se ha esbozado anteriormente.

4 Cómo evaluar un programa de comunicación en curso

Autoevaluación de las actividades

¿TIENE usted actualmente un programa de comunicación que pueda ser evaluado? Existen varias maneras de evaluar lo hecho por usted:

1. ¿Ha alcanzado usted los resultados que se había propuesto cuando asumió las funciones de especialista en comunicación o de evaluador?
2. ¿Alcanzan las actividades de comunicación, o los datos para la evaluación, el nivel proyectado originalmente?
3. ¿Ha producido el personal a su cargo los resultados que usted le había fijado? ¿Los ha evaluado usted a la luz de sus atribuciones específicas de los objetivos mínimos y de los calendarios de trabajo?
4. ¿Ha analizado el rendimiento aplicando criterios de la relación costo beneficio? En caso afirmativo, cuánto le cuesta lograr resultados mensurables sobre la base de los siguientes índices: número de trabajadores sociales formados; cantidad de datos analizados, tabulados y reelaborados; materiales producidos y distribuidos, etc.
5. ¿Ha dedicado por lo menos la tercera parte de su tiempo a viajar por su provincia o país para determinar la eficacia del esfuerzo de comunicación? ¿Ha hablado con hombres y mujeres en edad de procrear así como con trabajadores sociales, personal sanitario y otro personal que participe en el programa?
6. ¿De qué índices de evaluación dispone para medir su programa y qué modificaciones ha introducido en él a la luz de los estudios o informes realizados sobre el terreno?

La mayoría del personal encargado de la comunicación y de la evaluación no alcanzaría calificaciones muy altas si se aplica a sí mismo estos criterios. Hay muy poco contacto entre la persona encargada del programa y el personal de ejecución. Pocas veces los responsables de la comunicación reciben opiniones negativas de los supervisores del trabajo de campo, del personal sanitario o del público.

Acopio y evaluación de los materiales de comunicación

Es conveniente coleccionar todos los carteles, prospectos y demás materiales producidos en el país sobre planificación de la familia. Sin necesidad de un nuevo ensayo previo es posible evaluar esos materiales utilizando los siguientes criterios:

1. ¿Son sinceros esos materiales? Al describir el dispositivo intrauterino, ¿se explican los posibles efectos secundarios tales como hemorragias, jaquecas y otros problemas? ¿Se explica que las mujeres que toman la píldora y no desean tener más hijos deben volver a la clínica una vez cada mes y tomar píldoras diariamente durante un tiempo que puede llegar hasta 10 ó 15 años? ¿Se explica que el 50 por ciento de las mujeres que utilizan el dispositivo intrauterino y hasta el 70 por ciento de las que se sirven de la píldora renuncian a estos medios después de 2 ó 3 años? ¿Se explica que las operaciones de esterilización son generalmente irreversibles y que los hombres deben utilizar un contraceptivo hasta 4 semanas después de la operación?
2. ¿Hay un símbolo o divisa que se reproduzca en todos los materiales de comunicación? ¿Se puede identificar y reproducir el símbolo con facilidad?
3. ¿Transmiten los carteles y materiales visuales un mensaje concreto? ¿Puede usted ser comprendido por una persona analfabeta? ¿Una persona que pasa frente al cartel sería capaz de captar todo el texto?
4. ¿Explican esos materiales el contraceptivo? ¿Se refieren a un tamaño determinado de la familia? ¿Se incluyen instrucciones fácilmente comprensibles sobre la manera de utilizar los contraceptivos? ¿Se explican las ventajas que presenta la familia de 2 ó 3 hijos para los niños y para los padres?
5. ¿Explican los materiales dónde pueden adquirirse los contraceptivos o cómo puede obtenerse más información?

Es preciso informarse sobre los inventarios de material impreso de que se dispone en los centros nacionales o provinciales y en los diversos puntos de distribución. Un buen inventario debe tener en cuenta el número de materiales que se necesitan durante un período determinado de tiempo. Los agentes ejecutores del programa o el encargado del almacén nunca deben dejar que los suministros descendan por debajo del cálculo de necesidades durante un período de 4 meses.

Si los materiales son sinceros, ofrecen una información suficiente y se utilizan eficazmente, habrá que decidir cuáles son más importantes. Por lo general las hojas o prospectos sencillos y baratos de una página son más fáciles de distribuir y tienen la misma eficacia que los tolletos. Conviene consultar a este respecto a los trabajadores sociales. Mediante una sencilla investigación sobre el terreno se puede determinar si alguien arranca los carteles fijados en las paredes, si los prospectos y tolletos se distribuyen y se leen, y si los trabajadores sociales utilizan los diagramas, láminas anatómicas y otros materiales que se les suministran. Al desa-

rollar un plan de acción hay que dar prioridad a los materiales más baratos que puedan llegar a conocimiento de un público más numeroso. Con fines de evaluación, puede hacerse que los ejecutores del programa pongan una cifra convenida en cada hoja o folleto que distribuyen. Contando las hojas que vuelven a la clínica al final de cada mes se pueden descubrir cuáles son los trabajadores sociales o las organizaciones locales que han distribuido mayor número de materiales a los aceptantes.

Estimación del programa en curso

Si alguna de las preguntas siguientes recibe una respuesta negativa, debería revisarse y eventualmente modificarse la estrategia seguida en la comunicación para la planificación de la familia:

1. ¿Ha investigado usted detenidamente la estructura y la función de las estrategias de comunicación en su país o provincia?
2. ¿Sirve el programa de medios de comunicación social como refuerzo y apoyo para los trabajadores sociales, el personal sanitario y otras personas encargadas de impartir conocimientos sobre planificación de la familia?
3. ¿Se reclutan los trabajadores sociales en las zonas mismas donde ha de trabajar? ¿Se les señalan objetivos mínimos en cuanto a público destinatario y se les asigna áreas determinadas? ¿Son su edad y su estado civil análogos a los de las parejas a las que sirven?
4. ¿Utiliza usted la experiencia obtenida en el sector privado para anunciar y distribuir los contraceptivos?
5. ¿Se integra el programa sobre la planificación de la familia con las actividades complementarias de comunicación al servicio del desarrollo?
6. Si existen festejos y diversiones populares importantes, ¿se utiliza este medio en la estrategia de comunicación?
7. ¿Corresponde el presupuesto y el personal utilizados en las campañas de comunicación social a la eficacia y al impacto de cada uno de los medios de información?
8. ¿Se percatan las clases dirigentes nacionales en los planos industrial, profesional y político de las implicaciones del rápido crecimiento de la población en lo que se refiere a sus respectivas actividades?
9. ¿Son los contraceptivos escogidos por hombres y mujeres los que mejor responden a sus deseos de hacer menos frecuentes o de impedir los embarazos?

5 Ensayo previo de la divisa, el mensaje y los materiales impresos

Elaboración de un símbolo o de una divisa

TODO programa de comunicación debe tener un símbolo y una divisa. La mayoría de los programas nacionales de planificación de la familia tienen un símbolo y algunos tienen una divisa para las actividades publicitarias. El símbolo y la divisa deben colocarse en todos los materiales impresos, y la divisa debe repetirse con cada mensaje radiado de planificación de la familia. Las cualidades de un buen símbolo pueden resumirse así: *a)* ser fácilmente reconocible; *b)* ser fácil de reproducir; *c)* ser sencillo en su diseño; *d)* referirse a algo en concreto.

En algunos países las divisas presentan una familia de un tamaño determinado, generalmente de 2 ó 3 hijos. Cualquiera sea la divisa, deberá especificar los medios contraceptivos y/o tamaño de la familia. Es preferible que sea rimada y vaya acompañada de un sonido que pueda reconocerse. Es muy útil que un instrumento musical de la región acompañe cada emisión radiofónica o cinematográfica de la divisa. Al incluir el símbolo y la divisa en todos los materiales de comunicación y en todos los puntos de distribución de contraceptivos, tales como clínicas y almacenes, se vincula la labor de comunicación con la prestación de servicios.

El ensayo previo puede ayudar muy eficazmente a determinar la mejor divisa y el mejor símbolo. Puede dar también una idea sobre los temas o mensajes suplementarios que conviene utilizar para describir los contraceptivos, las ventajas de la familia reducida y las formas de vencer la actual resistencia frente a los contraceptivos y su uso regular. Incluso después del ensayo previo no será un solo mensaje ni una sola divisa los que contengan todas las informaciones que se desearía comunicar.

Ensayo previo de los mensajes

El primer objetivo del ensayo previo consiste en definir la divisa y el material visual que se utilizará. Escribanse en una hoja de papel las divisas y los mensajes utilizados en el programa de comunicación en curso. Escribanse también los mensajes adicionales que se considere conveniente someter a ensayo previo. Estos mensajes o divisas no deben tener más de

una frase, a lo sumo dos frases breves. Pónganse esos mensajes en tarjetas de manera que puedan leerse desde una distancia de un metro. Divídanse los mensajes y temas en grupos de cuatro.

Escójase el grupo de muestreo con el que se desee ensayar los mensajes. En primer lugar es necesario definir cuál ha de ser el público destinatario. Por lo general, una muestra adecuada consiste en un grupo de hombres y mujeres de características similares a los aceptantes de la planificación de la familia que actualmente visiten los centros sanitarios. Un grupo de hombres y mujeres elegidos al azar de entre el personal de maternidades, clínicas infantiles u otros centros sanitarios generalmente servirá para los efectos del ensayo previo. Un criterio general acerca de la forma de escoger la muestra consiste en seleccionar hombres y mujeres entre 25 y 35 años de edad que tengan tres o cuatro hijos (la mayoría de los aceptantes llegan a la clínica cuando no desean tener más hijos y tienen ya cinco). Sin embargo, es también útil ensayar los mensajes para los que desean reducir la frecuencia de los embarazos. Si las divisas y los mensajes sugeridos aquí se ensayan con 100 hombres y 100 mujeres, serán precisos dos expertos que trabajen durante 15 horas para realizar las entrevistas y otras 15 a 20 horas para las tabulaciones. Con sólo 200 hombres y mujeres debe ser posible determinar con claridad las preferencias de los individuos y tener una idea de cuáles son los mejores mensajes y divisas. Una muestra de 200 personas es también suficiente para los carteles y los materiales visuales; para la publicidad radiofónica o los prospectos bastará con 100 personas.

El anexo 2 contiene un formulario introductorio y preguntas básicas que deben presentarse a todos los individuos con los que se hacen ensayos previos. El anexo 3 contiene una serie de mensajes que pueden ser objeto de ensayo previo y un diagrama que indica la forma de tabular los resultados. Una vez formuladas las preguntas básicas, se enseñan las tarjetas a cada mujer u hombre. Si el individuo es analfabeto, se le lee la divisa. Las tarjetas no deben mostrarse más de tres segundos y sólo cuatro tarjetas deben utilizarse a la vez. Una vez el individuo haya leído las cuatro tarjetas, o las haya oído leer, se le pregunta qué divisa le gusta más y cuál le gusta menos. Se anota la respuesta y el entrevistador pasa a las cuatro tarjetas siguientes y repite el mismo proceso. Cuando se someten a prueba 16 mensajes, se separan de los lotes los cuatro mensajes que más han gustado y los cuatro que menos han gustado. Se le pide entonces al individuo que indique, entre los cuatro mensajes, que sí le han gustado, cuál es el que más le ha gustado de todos; y, entre los cuatro mensajes que no le han gustado, el que menos le ha gustado de todos. Hecho esto, se invita al individuo a decir si en su opinión alguno de los mensajes no es verdadero y se anota la respuesta. Otro criterio importante es preguntar a los individuos: "¿qué información le gustaría a usted tener antes de aceptar un contraceptivo?" y "¿qué información influye más cuando se trata de decidir el número de hijos del matrimonio?". Esta prueba bastante sencilla del orden de preferencia de las divisas o mensajes puede ser muy útil para determinar el que se utilizará preferentemente.

Ensayo previo de los materiales visuales o del cartel

Toda campaña de comunicación social debe ofrecer una representación visual del mensaje previamente ensayado. El ensayo previo de estos materiales es muy similar al ya descrito. Se presenta a un grupo de mujeres una serie de carteles que contengan varios temas de planificación de la familia. El cuestionario adjunto para el ensayo previo de carteles (anexo 4) puede utilizarse con este objeto. Se enseñan y se retiran cuatro carteles cada tres segundos, y la mujer interrogada dice cuál de los cuatro le gusta más. Los carteles pueden evaluarse, además, por el color, la composición, el tipo de letras y determinados detalles descriptivos. La representación visual del programa de planificación de la familia debe referirse preferentemente a los contraceptivos y explicar dónde hay que ir para obtener más información y para adquirirlos.

Ensayo previo de la publicidad radiofónica

La publicidad radiofónica puede ensayarse mediante un magnetófono, aunque el procedimiento sea algo artificial. Se hace escuchar cada anuncio radiofónico y el individuo clasifica los anuncios utilizando una hoja clasificadora en la que hay cuatro cuadrados (véase el anexo 5). Respecto a cada anuncio la persona interrogada indica si es muy bueno, bueno, deficiente o malo. Puede también clasificar el anuncio según lo crea completamente verdadero, casi verdadero, parcialmente verdadero, o falso. Una vez escuchados los anuncios, se les pide a los individuos que digan cuál de ellos les ha gustado más y cuál menos. Debe haber siempre un número par de opciones para clasificar los anuncios radiofónicos o cualquier otro material. Por lo general, la mediana indica la tendencia de la clasificación.

Utilización de los resultados

Cada uno de los instrumentos de ensayo previo que figuran en el anexo lleva hojas de tabulación. Una vez tabulados los datos, los resultados pueden utilizarse con los siguientes fines:

1. Para determinar qué divisa se utilizará en todo el programa de comunicación de informaciones.
2. Para determinar las principales motivaciones de los que deseen tener pocos hijos.
3. Para determinar cuáles son, a juicio del público, las desventajas de los contraceptivos.
4. Para determinar qué mensajes pueden reforzar la divisa principal utilizada en la campaña.
5. Para decidir qué divisa visual deberá utilizarse en el programa de comunicación.
6. Para determinar los anuncios radiofónicos potencialmente más eficaces.

El ensayo previo no sólo debería ayudar a escoger los materiales visuales y programas que han de difundirse por los medios de comunicación social; los mensajes y carteles deberían reforzarse mediante la educación de los trabajadores sociales, de la comunidad, del personal de las clínicas y de las élites.

El programa de comunicación debe reunir las siguientes condiciones:

1. Debe haber una sola divisa y un solo mensaje visual en todos los materiales impresos, así como en la radio y la televisión, durante una campaña determinada.
2. La divisa y el cartel deben ser visibles para toda persona que se pasee por las calles principales de una gran ciudad.
3. Un rápido control realizado por los ejecutores del programa y el personal clínico debería indicar que entre el 80 y el 90 por ciento de todos los hombres y mujeres de la zona conocen la divisa tres meses después del comienzo de la campaña de comunicación.

El ensayo previo sugerido en el presente manual se puede realizar con facilidad, pero en cierta medida es artificial. El ideal sería que la publicidad radiofónica se sometiera a ensayo inmediatamente después de su emisión y los carteles inmediatamente después que alguien haya pasado frente a uno o varios de ellos en la calle. No obstante, realizar el ensayo previo en condiciones más reales es relativamente difícil.

6 Cómo evaluar la campaña de comunicación social

Evaluación del programa en curso

PRIMERAMENTE es preciso haber reunido los datos relativos a la infraestructura de los medios de comunicación, haber determinado qué tipos de campañas han resultado eficaces en el pasado y haber sometido a ensayo previo la divisa y el material visual. Se adjunta un formulario para una encuesta previa a la campaña (anexo 6) que puede dar orientaciones sobre qué medios de comunicación conviene utilizar preferentemente en caso de que no se hayan realizado ya estudios sobre el impacto de dichos medios. La encuesta contiene también algunas preguntas encaminadas a determinar la situación actual en cuanto a conocimientos actitudes y prácticas de planificación de la familia. En casi todas las provincias y países hay centros de estadística, universidades y organismos de planificación que realizan encuestas en los hogares. Por lo general las zonas pequeñas, como aldeas y barriadas, se ordenan en estratos según el número de habitantes, seleccionándose después al azar una muestra de esas zonas dentro de cada estrato. En cada zona se enumeran los hogares y/o casas y se selecciona al azar una muestra de los hogares. Conviene pedir a un experto en técnicas de muestreo que designe la muestra científica más adecuada para la región. Una muestra de 500 individuos es suficiente en el caso de los análisis más sencillos; para análisis más complejos la muestra debería ser por lo menos de 1 000, según las necesidades de estudio y la variación estimada del muestreo. Si no hay que llenar más de 500 cuestionarios, 10 encuestadores pueden realizar las entrevistas en un mes, suponiendo que dispongan de medios de transporte. Puede utilizarse el cuestionario adjunto. Las tabulaciones marginales pueden calcularse en tres semanas. Un técnico perforador de tarjetas puede, en diez horas, pasar la información a las fichas. Sólo dos preguntas exigen elaborar instrucciones sobre codificación. La codificación y ordenación sólo toma siete minutos por cuestionario. Los números correspondientes a la tarjeta y a la columna figuran al margen del cuestionario. Los códigos se pueden perforar directamente a partir del cuestionario.

Selección de los medios de comunicación social

Sin necesidad de estudios sobre el impacto de los medios de comunicación o de investigaciones factuales, es sabido que la radio es el medio más importante. En las poblaciones con una gran proporción de analfabetos, por ejemplo, de más de 70 por ciento, una orientación general a seguirse es la de que la mitad del costo y de los esfuerzos de una campaña de comunicación deben emplearse en publicidad radiofónica y en programas con medios combinados. La experiencia con los sistemas postales ha revelado que hasta los analfabetos se hacen leer su correspondencia. Incluso si sólo se registra el 50 por ciento de los nacimientos, casi todos los países pueden costear el envío de información sobre planificación de la familia a las mujeres que han tenido un hijo recientemente. Aunque el público que lee periódicos y revistas es más instruido que el grueso de la población destinataria, se ha comprobado que los anuncios, la publicidad y las noticias en la prensa son eficaces en la mayoría de las campañas. En casi todos los países se proyectan diapositivas y secuencias en las salas de cine y aunque el costo de producción sea elevado, se ha comprobado que el costo por persona del público al que llegan estos materiales es reducido a largo plazo. No hay razón para producir películas de 16 mm si no van a proyectarse en salas públicas. En caso de que unidades móviles puedan proyectar películas ante un público numeroso, el costo puede justificarse. Sin embargo, las unidades audiovisuales también son muy costosas y deben alcanzar a un público numeroso para que sean útiles. La vida útil de la mayoría de las unidades móviles puede ser de 7 años. Si se asigna a cada unidad un conductor, un educador sanitario y un trabajador social, y si éstos pasan 20 días al mes en el terreno, el costo será de 18 dólares de los Estados Unidos de América por día. Este cálculo se basa en los siguientes costos: 190 dólares mensuales en concepto de personal; 60 dólares mensuales en concepto de combustible y reparaciones y 10 000 dólares para el vehículo.

Instrumentos y procedimientos de evaluación

Los instrumentos de evaluación utilizados para medir las repercusiones de un programa de planificación de la familia tienen utilidad para fines de investigación y no deberían utilizarse a escala de un programa nacional.

La encuesta de evaluación después de la campaña (anexo 7) puede utilizarse para medir los cambios en los conocimientos, actitudes y prácticas relativos a la planificación de la familia y para calcular la eficacia de determinados medios. Puede utilizarse una muestra de 500 individuos elegidos de un modo análogo al de la encuesta básica, pero de un grupo diferente de hombres y mujeres. También sería similar el tiempo necesario para realizar la encuesta y tabular los resultados. Para obtener información inmediata sobre los efectos de la campaña en curso, el personal de eva-

luación puede recurrir a entrevistas con el hombre de la calle, diarios de conversaciones, tarjetas postales, cupones y respuestas telefónicas.

La entrevista con el hombre de la calle se utiliza tan sólo para interrogar a las personas que salen de la sala cinematográfica si recuerdan la secuencia publicitaria sobre planificación de la familia y, en caso afirmativo, qué recuerdan de ella. De manera análoga, a quienes han pasado frente a un cartel se les puede preguntar qué recuerdan. No se pretende hacer una evaluación minuciosa, sino tener un eco rápido de la eficacia de cada medio.

En todos los materiales impresos, entre ellos los anuncios en los diarios, puede colocarse un cupón. El cupón podría llevar una marca para indicar de qué medio procede e invitaría a los posibles lectores a llevar el cupón cuando recurran a los servicios ofrecidos. Sobre la base de los cupones devueltos de los envíos postales, los prospectos, los anuncios y otros materiales, el personal de evaluación podrá determinar qué medio fue más eficaz. Algunos cupones podrían llevar las direcciones o planos de situación de las clínicas locales o podrían enviarse a una dirección determinada para obtener preservativos o un folleto sobre contraceptivos. Para aumentar su eficacia, tal vez podría ponerse en los cupones una fecha límite de validez, con la indicación de que solamente durante un período limitado los servicios serían gratuitos o que las 100 primeras personas que devuelvan los cupones recibirán leche gratuita para sus hijos.

En los anuncios radiofónicos y en los materiales impresos puede indicarse un número de teléfono o un apartado de correos para los que deseen llamar o escribir pidiendo más información o material contraceptivo. La invitación a llamar por teléfono o a escribir puede utilizarse para obtener información negativa sobre la campaña, así como información sobre problemas concretos que requieren solución. La persona encargada de responder a las llamadas debe apuntar diariamente el número de éstas, el sexo del interlocutor, las preguntas formuladas y la información dada.

Una de las mejores maneras de medir la comunicación oral producida por los medios de comunicación social consiste en encargarles a algunas personas instruidas que escriban todo lo que oigan decir sobre la planificación de la familia en general y sobre la campaña en particular. Un diario de estas conversaciones ofrecería interesantes indicaciones acerca de las opiniones que el público tiene del programa, tanto positivas como negativas, así como sobre las reacciones que la campaña provoca. El autor del diario debe anotar en cada caso el sexo de los participantes en los diálogos y el ligar de la conversación.

Si en las clínicas o en los lugares de distribución de contraceptivos se pregunta a los visitantes cuáles son sus fuentes de información (esto es, en dónde han oído hablar de planificación de la familia y cuál de las fuentes de información tuvo más influencia), se podría determinar la evolución mensual para medir la eficacia de cada componente del programa. Por último, los análisis de la evolución pueden utilizarse de dos maneras. Primero, el número de nuevos aceptantes y de usuarios habituales puede registrarse

durante un período de 3 a 6 meses antes del comienzo de la campaña, durante ella y después de ella. El evaluador puede medir la eficacia del programa analizando en qué medida el nivel de aceptantes es superior o inferior a lo que habría cabido esperar antes y después de la campaña. Pueden realizarse comparaciones útiles mediante un gráfico de las nuevas visitas y de las visitas repetidas, durante los mismos períodos de tiempo, en provincias con poblaciones análogas y con servicios contraceptivos equivalentes, pero en las que no se realizó la campaña. A nivel nacional puede suscitarse un espíritu de emulación entre provincias o distritos manteniendo informados a los diversos funcionarios de comunicación social sobre el grado de aproximación a los objetivos alcanzado en las diversas provincias. Las comparaciones entre provincias o distritos deben tener en cuenta el volumen y la distribución de la población, la disponibilidad de servicios contraceptivos y la infraestructura de los medios de comunicación social.

Desarrollo de un programa permanente de comunicación y evaluación

Las campañas pueden ser útiles para determinar en qué forma han de dosificarse o seleccionarse los medios utilizados para los programas de comunicación. Una vez realizada la encuesta después de la campaña, debe hacerse un cálculo del costo por cada 1 000 personas alcanzadas mediante cada medio de comunicación. El presupuesto regular para el programa en curso debe tener en cuenta las características de la población destinataria, tales como edad, sexo, instrucción y residencia, así como la eficacia de cada medio de comunicación. Generalmente la radio es más eficaz que los materiales impresos, caso de los anuncios en los periódicos. Un sencillo análisis de costos, los consejos de los agentes de publicidad u otros especialistas en comunicación y el sentido común deberían conducir a un programa de comunicación bien equilibrado. La divisa y los materiales visuales deben combinarse con el símbolo en todos los medios de comunicación que se utilicen. Los mensajes ensayados previamente deberían reforzarse mediante su constante repetición en todos los medios de comunicación.

El personal de comunicación debe enviar cada mes un informe a la oficina nacional para indicar el número de anuncios radiofónicos, noticias, envíos postales y otros esfuerzos ordinarios de comunicación. El informe debe incluir un inventario de los materiales que en todo momento necesitan los trabajadores sociales o demás personas que distribuyen los materiales.

La divisa y el lema deben estar permanentemente visibles, incluso cuando no se trabaja en la campaña. Un objetivo mayor debe consistir en ilustrar la planificación de la familia mediante dibujos, banderines y/o carteles. El personal encargado de la comunicación y la evaluación puede prever un período de 2 ó 3 meses de escasa actividad antes de una campaña, tiempo que se necesita para su preparación.

7 Cómo evaluar la educación de la élite

Objetivos de la educación de la élite

LOS dirigentes nacionales pueden no estar al corriente de la política sobre población de su propio país, de los efectos del crecimiento y de la estructura de la población sobre sus propias actividades, así como de los progresos del programa de planificación de la familia. Una mejor comunicación con las élites debería servir para aumentar el apoyo a los programas de planificación de la familia y para sentar las bases racionales de una revisión de las leyes sobre aborto, esterilización y edad mínima para contraer matrimonio. Algunos de los problemas que dificultan la plena utilización de la tecnología de planificación de la familia pueden resumirse de la siguiente manera:

1. Los programas de planificación de la familia se sitúan generalmente en un nivel inferior del ministerio de Sanidad, pero con un apoyo adecuado podrían convertirse en organizaciones autónomas que utilizarán los recursos de todos los ministerios.
2. Muchos programas de planificación de la familia han adolecido de una dirección muy débil; un programa eficaz de comunicación para las élites podría desarrollar una mejor estructura de dirección.
3. Los servicios de contracepción se han visto obstaculizados por la utilización insuficiente del personal paramédico encargado de insertar el DIU (dispositivo intrauterino) y de prescribir las píldoras anticonceptivas, así como por la insuficiente distribución de preservativos y píldoras en las aldeas. Un programa de comunicación podría contribuir a promover la utilización del personal paramédico, la distribución de los centros de información y los sistemas de comercialización.
4. Si la legislación no permite el aborto bajo control médico cuando las mujeres no utilizan los contraceptivos que se les proporcionan, es difícil dar a éstas la posibilidad de tener únicamente los hijos deseados.
5. Entre el 60 y el 80 por ciento de todos los hombres y mujeres que acuden a las clínicas desean evitar los embarazos. Debería informarse a la élite sobre la necesidad de proporcionar servicios de esterilización.
6. Los programas de comunicación para la planificación de la familia se han visto frenados por el apoyo insuficiente de las instituciones de radiodifusión, edición y publicidad de los sectores privado y público.

7. Muchos países ponen trabas todavía a los anuncios de contraceptivos. Un programa de comunicación destinado a los grupos que constituyen la élite podría ayudar a aclarar los problemas y resolver las dificultades. Tal programa podría cubrir algunos de los puntos siguientes:

1. La mayor parte de los dirigentes, tanto en el sector público como en el privado, no se percatan de que la población se duplicará en casi todos los países en vías de desarrollo por muy intensivo y eficaz que sea el programa de planificación de la familia.
2. La mayoría de los ministerios y departamentos gubernamentales no saben en qué medida el crecimiento de la población afecta sus actividades y de qué manera podrían integrarse a sus actuales programas las cuestiones relacionadas con la población y con la planificación de la familia.
3. Existe un mito ampliamente difundido según el cual los esfuerzos en materia de población y de planificación de la familia provienen de los países desarrollados.
4. Pocos dirigentes nacionales se dan cuenta del hecho de que entre el 20 y 40 por ciento de todas las mujeres de sus países quedan embarazadas sin desearlo; y de que la planificación de la familia es un medio eficaz de mejorar la salud de las madres y de los hijos.
5. La élite no suele estar al corriente de las actividades en curso del programa nacional de planificación de la familia y no se le ha pedido que apoye las actividades del programa.
6. Por lo general, el problema de la población no se considera desde el punto de vista de las complejas interrelaciones entre los recursos disponibles en un país, el deterioro del medio ambiente, la acelerada migración hacia las ciudades, las limitaciones a los derechos de la mujer y una elevada tasa de mortalidad infantil.

La educación de la élite en lo tocante a planificación de la familia tiene principalmente por objeto estimular su percepción de la índole del problema demográfico e indicar medidas concretas que podrían tomarse tales como la modificación de las leyes y reglamentos o la participación directa en la ejecución del programa de planificación de la familia.

Identificación de los grupos que constituyen la élite

En los niveles provincial y nacional, los nombres y las direcciones de los componentes de la élite pueden encontrarse por lo general en un *Quién es quién*, en la gaceta oficial o en las listas de suscripción de las revistas o periódicos principales. Básicamente, los grupos profesionales que constituyen la élite son los siguientes:

1. Todos los ministros, secretarios y jefes de organismos de gobierno. A nivel provincial se incluyen los administradores de distrito, los agentes de divulgación agrícola, las autoridades municipales, el personal docente, etc.

2. Los magistrados.
3. Los legisladores.
4. Los grupos profesionales como médicos, abogados, arquitectos e ingenieros.
5. Los directores y presidentes de grandes compañías.
6. Los editores, directores de emisoras de radio y directores de agencias de publicidad.
7. Las figuras de prestigio nacional, que van desde las personalidades del teatro hasta los campeones deportivos.
8. Los jefes religiosos.
9. Los redactores de discursos al servicio de los políticos.

Desarrollo de una estrategia de comunicación

Una vez establecidos los nombres y direcciones de los componentes de la élite, puede formularse una estrategia de comunicación. El responsable de la planificación, el director de comunicación y el personal de evaluación deben determinar cuáles son las necesidades prioritarias de comunicación. ¿Es necesario introducir cambios en la política oficial relativa al programa de planificación de la familia o hacer que se adquiriera conciencia del problema demográfico y del programa de planificación de la familia? ¿Debe darse prioridad a ciertas élites en la estrategia de comunicación? ¿Cuál será el tema principal del esfuerzo de comunicación y qué actividades se espera de las élites? ¿Cuál es la mejor manera de dirigir y evaluar el programa de comunicación? ¿Debe haber un ensayo previo de los mensajes comunicados? ¿Cómo hacer para que el apoyo de las élites, incluido el jefe del Estado y otras personas de influencia se oriente hacia el programa de comunicación? ¿Cómo vincular el esfuerzo de comunicación con la estrategia de comunicación de los trabajadores sociales, la educación comunitaria, las unidades móviles y otras actividades de comunicación para la planificación de la familia? ¿Qué procedimientos de evaluación concebidos dentro del contexto de las encuestas previas de situación y de los instrumentos de ensayo previo pueden aplicarse a la evaluación de la comunicación con las élites?

Una estrategia de comunicación puede utilizar uno o varios de los procedimientos siguientes:

1. Declaraciones del jefe del Estado o de otras personas influyentes para explicar el problema demográfico o apoyar el programa de planificación de la familia.
2. Organización de jornadas para las élites y discusión y examen de las actividades demográficas y de planificación de la familia. Formulación de un programa sistemático para coordinar las actividades informativas sobre planificación de la familia con reuniones de grupos provinciales, sesiones del parlamento, reuniones ministeriales o concentraciones políticas provinciales.

3. Establecimiento de un programa mensual de envíos postales para las élites. Los mensajes pueden referirse a un problema o acontecimiento como la escasez de energía y alimento, los problemas del empleo o la necesidad de educación y de servicios sanitarios.
4. Identificación de los diarios y revistas más leídos por las élites e inserción de noticias o artículos para esas publicaciones.
5. Preparación de un cuestionario para sondear las actitudes de las élites frente a los problemas demográficos y presentación ulterior de los resultados a esas mismas élites.
6. Solicitar el envío de cartas por parte del público en pro de las leyes y políticas sobre población y planificación de la familia.
7. Invitar a los dirigentes a firmar declaraciones en las que se propugne la reforma de las leyes sobre el aborto y el establecimiento de mejores servicios de planificación de la familia.
8. Instar a personas célebres que hayan recurrido a los métodos de esterilización o al aborto a que apoyen públicamente tales métodos.

Evaluación y observación crítica del programa

El número de declaraciones públicas hechas y la transmisión de las mismas a los medios informativos, así como su distribución mediante envíos postales, constituye una medida cuantificable de un programa de educación para la élite. El personal debe estar al corriente de los trabajos parlamentarios, de las reuniones de los grupos profesionales y de la jurisprudencia sobre leyes y disposiciones relativas al programa de planificación de la familia. Los índices más importantes para evaluar el programa de comunicación pueden resumirse así:

1. ¿Se han promulgado leyes o se han modificado los reglamentos para regular el aborto, los servicios de esterilización, el uso del personal paramédico y la publicidad de contraceptivos?
2. ¿Se han promulgado y aplicado leyes sobre la edad mínima para contraer matrimonio y sobre el trabajo de los niños, la educación universal, los servicios de seguridad social y los derechos de las mujeres y los niños?
3. ¿Han tomado medidas los componentes de las élites para que se imparta formación en materia de población y de planificación de la familia dentro de los actuales programas de educación y comunicación? ¿Se le ha pedido al personal dependiente de las élites que suministre servicios contraceptivos o que reclute un determinado número de aceptantes?
4. ¿Se ha elaborado algún cuestionario para medir los conocimientos y actitudes actuales de los individuos que componen las élites frente al programa de población y planificación de la familia, en lo que se relaciona con las actividades específicas de tales individuos? ¿Se ha puesto interés en determinar lo que las élites podrían hacer en el programa de comunicación?

En el anexo 8 hay un cuestionario cuyo propósito es el de obtener información básica sobre los conocimientos de las élites respecto al programa y cuyas preguntas pueden proporcionar indicaciones sobre su posible manera de participar en él. Si la élite adopta una determinada línea de acción, el personal de evaluación de la comunicación dispondrá de una base para medir sus actividades.

8 Cómo evaluar las actividades de los trabajadores sociales

Objetivos de las actividades de comunicación

LA mayoría de los programas de planificación de la familia disponen de un equipo de trabajadores sociales que se dedican plenamente a la ejecución del programa, por medio de visitas domiciliarias y reuniones de grupos. En la mayoría de los países este personal es femenino, ya que son las mujeres las que utilizan las principales formas de contracepción: el DIU y las píldoras anticonceptivas. La experiencia acumulada enseña que existen indicaciones muy precisas para seleccionar a los trabajadores sociales, darles instrucciones, organizar sus actividades y evaluar su eficacia. El responsable de la comunicación debe formular las siguientes preguntas, y el evaluador debe establecer una estrategia para obtener respuestas:

1. ¿En qué proporción el personal de ejecución debe componerse de varones y cómo deben colaborar éstos con las mujeres en las actividades de comunicación?
2. ¿Qué parte de su tiempo debe dedicar un trabajador social al puesto sanitario o la clínica, a las visitas domiciliarias, a las reuniones de grupos o a las visitas ulteriores?
3. ¿Cómo puede hacer un trabajador social para que las parejas acepten el método más eficaz para su situación particular?
4. ¿Cuál sería el apoyo más eficaz de los medios de comunicación social a los trabajadores sociales y qué clase de prospectos, folletos y materiales audiovisuales se les deben suministrar?
5. ¿Cómo hay que transmitirle al personal de comunicación y administración la evaluación de la eficacia del trabajador social y de los problemas con que tropieza, de modo que se traduzca en la adopción de medidas concretas por parte de dicho personal?

Orientaciones para la evaluación

La experiencia permite formular algunas orientaciones muy precisas para evaluar el programa de comunicación ejecutado por los trabajadores sociales. Al seleccionar a éstos, debe procurarse que reúnan las mismas

características desde el punto de vista de la edad, la educación y la extracción social que el público con el cual tratarán de comunicarse. Se les debe asignar un determinado grupo de población que, según la densidad de ésta, en la generalidad de los casos variará entre 15 000 y 20 000 habitantes. Puede esperarse de ellos que en un medio urbano visiten, en un plazo de un año a dieciocho meses, a todas las mujeres en edad de procrear. Normalmente, un trabajador o una trabajadora social puede realizar diariamente 10 visitas domiciliarias y dirigir cada semana reuniones con grupos de 15 a 20 personas. Por lo general, cabe esperar que un trabajador social consiga cada mes de 3 a 8 nuevas aceptantes del dispositivo intrauterino, de 5 a 10 aceptantes de píldoras anticonceptivas o de preservativos y 1 ó 2 esterilizaciones cada mes, aunque esto depende del grado de disponibilidad de los métodos. Cualesquiera que sean los métodos, conviene fijarle al trabajador social unos objetivos mínimos tanto respecto al número de nuevos aceptantes como al de usuarios habituales. Ello puede hacerse otorgándole 15 puntos por una esterilización, 7 por un nuevo DIU, 5 por una píldora anticonceptiva, 3 por un preservativo y 1 por cada visita renovada. Con objeto de aumentar el número de usuarios habituales el trabajador o la trabajadora social debería establecer 4 ó 5 centros de distribución de preservativos o píldoras en su zona. Debe disponer, además, de algún tipo de material educativo, como folletos sobre contraceptivos. La utilidad de la proyección de películas fijas y otros medios audiovisuales están aún por determinar.

Evaluación de las actividades de comunicación de los trabajadores sociales

A menudo se confía la ejecución del programa a personal temporario, de manera que pueda ser sustituido si no alcanza sus objetivos mínimos. La asignación de objetivos mínimos para evaluar la labor de un trabajador social variará según la disponibilidad y aceptabilidad de los contraceptivos, el volumen la distribución de la población, el número de hombres y de mujeres que ya practican o desean practicar la contracepción y el tiempo de vigencia del programa. El director de evaluación puede determinar el número de casos en que ha intervenido cada trabajador social, así como el número de visitas realizadas por los interesados en busca de contraceptivos, y fijar luego un objetivo mínimo con base en lo que el 70 o el 80 por ciento de los trabajadores sociales existentes hayan conseguido de hecho en un momento dado.

Casi todos los trabajadores sociales disponen de un formulario para visitas domiciliarias diarias en el que anotan el nombre y la dirección de las personas visitadas, junto con informaciones como número de hijos vivos, edad de la esposa, prácticas actuales de planificación de la familia e interés en la aceptación de un contraceptivo. En el anexo 9 puede verse un formulario típico de visitas diarias, mientras el anexo 10 es un formu-

lario para el registro mensual que puede utilizarse al evaluar las actividades de los trabajadores sociales.

El sistema más exacto para el cómputo del número de aceptantes conseguido por cada trabajador o trabajadora social es el basado en el empleo de cupones. Los cupones adjuntos (anexo 11) se componen de cuatro partes. La primera parte se utiliza para inscribir el nombre y la dirección de la persona que practica un método determinado. La segunda parte se utiliza para registrar los resultados inmediatos. Entre tres y seis meses después de entregado el cupón, un trabajador social puede determinar si la persona ha aceptado el método, en caso afirmativo si está satisfecha y en caso negativo por qué no lo está; puede determinar también qué clase de información o qué modificaciones es preciso introducir en el programa de actividades para vencer su resistencia. Esta segunda parte del cupón se le envía al personal de evaluación al final de cada mes. En la tercera parte se inscribe el nombre del hombre o la mujer, el número de hijos vivos, el nivel de instrucción y la dirección. La persona que desea practicar la planificación de la familia le lleva las secciones tercera y cuarta al médico o a quien proporcione los servicios contraceptivos. En el momento de la visita clínica, el médico llena la información relativa al tipo de contraceptivo suministrado y, si hay que pagarle al médico o al intermediario, se utiliza la cuarta sección como recibo. Cuando se pagan estos honorarios, se recogen las secciones tercera y cuarta, utilizándose la sección central con fines de evaluación, mientras la sección cuarta se destina a la oficina de contabilidad. Como cada cupón lleva un número que identifica al trabajador social que expidió el cupón, es fácil saber cada mes quién ha presentado a cada aceptante. Si se les informa a los trabajadores sociales los resultados logrados por cada uno, se fomentará el deseo de emulación entre ellos en su esfuerzo por alcanzar los objetivos mínimos que se les haya asignado.

No es fácil evaluar la calidad de las visitas domiciliarias individuales o de las reuniones en grupo. Algunos de los aspectos cualitativos del proceso de evaluación de las comunicaciones pueden resumirse de la manera siguiente:

1. ¿Sabe el trabajador o la trabajadora social presentar los métodos de tal manera que respondan a las necesidades de las parejas deseadas de retrasar o evitar los embarazos?
2. ¿Hay compenetración entre el marido y la mujer al tomar una decisión sobre el contraceptivo?
3. ¿En qué medida consiguen los trabajadores sociales el apoyo de la comunidad en sus esfuerzos por comunicar informaciones sobre planificación de la familia?
4. ¿Consiguen los trabajadores sociales que se adquiera conciencia de los problemas de población en cuanto influyen en la salud, la educación y otros aspectos del desarrollo local?
5. ¿Consiguen los trabajadores sociales convencer a los padres que existe una relación entre sus aspiraciones y el número de sus hijos?

6. ¿Cómo pueden ser sinceros los trabajadores sociales al explicar los efectos secundarios que acarrearán los métodos y al mismo tiempo promover la aceptación y la disciplina necesarias para utilizarlos?
7. ¿Qué técnicas de promoción, tales como la oferta durante un tiempo limitado o la invitación a presentarse en fechas determinadas, pueden utilizarse para incitar a una acción inmediata?
8. ¿Cómo hacen los trabajadores sociales para diagnosticar y vencer resistencias de orden cultural a la planificación de la familia derivadas, por ejemplo, de la función y la condición de la mujer, la existencia de temas tabú, la oposición de los miembros de la familia, la preferencia a tener dos hijos varones por lo menos, la necesidad real de hijos a causa de los elevados índices de mortalidad infantil y las necesidades de asegurarse un apoyo en la vejez y una mano de obra familiar?
9. ¿Cómo pueden los trabajadores sociales transmitirles a los supervisores y administradores el tipo de problema que acarreará la adopción de medidas concretas?
10. ¿Cómo pueden las actividades de los trabajadores sociales, realizadas para evaluar las comunicaciones, combinarse con otras necesidades de evaluación tales como las encuestas básicas sobre el impacto de los medios, la educación clínica, la educación de la comunidad y el ensayo previo de los materiales?

Si los trabajadores sociales utilizan adecuadamente los adjuntos formularios de visitas diarias domiciliarias y de actividades mensuales, así como los cupones y cuestionarios, el personal de evaluación y comunicación sabrá en un plazo de cinco a siete meses cuáles de las actividades realizadas sobre el terreno habrán tenido más éxito, qué trabajadores sociales deben ser sustituidos y cómo hay que proceder para la evaluación continua de los mismos.

9 Cómo evaluar la educación dispensada por los servicios contraceptivos

CUANDO un hombre o una mujer se presenta para adquirir un contraceptivo, hay una actividad adicional de comunicación. Esta comunicación variará según las circunstancias siguientes:

1. Las disposiciones jurídicas o reglamentarias que permitan al personal médico y paramédico realizar esterilizaciones, abortos, colocar el dispositivo intrauterino o prescribir píldoras anticonceptivas.
2. La eficacia de los medios de comunicación social, del programa ejecutado por los trabajadores sociales y otros procedimientos de educación de la comunidad.
3. El número de personas que usen contraceptivos en la comunidad y su satisfacción o insatisfacción con estos métodos.
4. Las variaciones en la motivación de una mujer que utilice los diversos servicios contraceptivos según factores como la edad del último hijo, el número de hijos vivos, el fallecimiento de hijos anteriores, el número de hijos varones vivos y sus edades, si le da o no el pecho a sus hijos y si la decisión cuenta con la aprobación del marido, además de otros factores económicos, sociales y culturales.
5. El deseo de utilizar el método para espaciar o evitar los embarazos.
6. La formación y la experiencia del personal de los centros, de los médicos y el personal paramédico.
7. El tiempo y el trabajo que han invertido los responsables de educar a las mujeres y a los hombres.
8. Las características del lugar: consultorio de un médico particular, sala de un hospital, hogar, educación en grupo en un centro sanitario, farmacia, tienda o comercio, barbería, etc.
9. Los materiales educativos complementarios existentes en la farmacia o en el consultorio del médico, tales como anuncios en el mostrador, hojas explicativas, carteles, diagramas y modelos anatómicos.
10. La remuneración del personal médico, auxiliar y de servicios al igual que la regularidad en los pagos.
11. Los requisitos necesarios, tales como el consentimiento del marido o de la mujer para la esterilización, la edad de la mujer y la edad del hijo más joven.
12. La experiencia anterior en la práctica y el uso de contraceptivos por la persona aceptante.

Formulación de una estrategia de comunicación

Al concebir una estrategia de comunicación para el personal que proporciona los servicios, es preciso tener en cuenta los factores siguientes:

1. ¿Qué métodos contraceptivos se propugnan en la actualidad? ¿Corresponden esos métodos a las necesidades de los usuarios de retrasar o evitar los embarazos?
2. ¿Qué personas pueden utilizarse para comunicar y trabajar conjuntamente con los encargados de suministrar los servicios, tales como los médicos que dirigieron los programas iniciales de formación, los agentes que explican los medicamentos a los médicos, los trabajadores sociales de planificación familiar, los supervisores de comadronas y enfermeras o, en el caso de los canales de distribución comercial, los mayoristas?
3. ¿Qué medios de comunicación pueden utilizarse, tales como revistas médicas y envíos postales directos?
4. ¿Qué normas médicas deben observarse al facilitar los servicios contraceptivos, por ejemplo, respecto a las contraindicaciones del dispositivo intrauterino y de la píldora?

Pueden seguirse las siguientes orientaciones al comunicarse las informaciones:

1. La vasectomía debe ofrecerse a los hombres que no desean tener más hijos y cuyo hijo menor tenga de tres a cinco años.
2. La vasectomía es generalmente preferible a la ligadura de trompas, excepto cuando ésta puede hacerse como parte de un procedimiento postoperatorio.
3. El uso del dispositivo intrauterino es más eficaz que las píldoras anticonceptivas y que los preservativos para evitar los embarazos.
4. Después de descartar a las mujeres que presenten contraindicaciones, las píldoras anticonceptivas pueden ser prescritas por el personal médico o paramédico. Si pueden obtenerse gratuitamente y con facilidad, las píldoras son eficaces para las mujeres que desean retrasar su primer embarazo o espaciar los siguientes. La mayoría de las mujeres que contraen matrimonio a una edad joven tienen tres o cuatro hijos antes de llegar a los 30 años. Las píldoras no han sido efectivas para impedir definitivamente los embarazos ya que deben tomarse por un largo período de tiempo.
5. Las mujeres que están amamantando pueden empezar a tomar píldoras anticonceptivas en dosis reducidas desde seis semanas después del parto, sin que se produzca un descenso importante en la afluencia de leche.
6. Si una mujer menstruante desea evitar un embarazo, deberá utilizar un contraceptivo.
7. Cuando la regulación menstrual, o aborto precoz, es aceptable y accesible como remedio para el fracaso de los contraceptivos, éstos pueden recomendarse en todas sus formas.

Muchas personas han oído rumores sobre los contraceptivos y abrigan

temores que es necesario vencer mediante la educación clínica. Los programas de comunicación deben tratar de superar ciertos malentendidos frecuentes y poner en claro que:

1. La vasectomía no produce impotencia. El líquido eyaculado no contiene semen, pero este hecho pasa inadvertido.
2. Las mujeres a las que se hace la ligadura de trompas siguen teniendo la menstruación.
3. La regulación menstrual, o aborto precoz, suele requerir de tres a cinco minutos y es segura y eficaz.
4. Aunque por lo general hay hemorragias asociadas tanto a la píldora como al dispositivo intrauterino, este hecho no se considera peligroso para la salud de la mujer. Si el problema persiste, puede interrumpirse el método.
5. Todas las formas de limitación de la fecundidad, incluido el aborto, entrañan menos peligros para la salud de la madre que el hecho mismo de tener hijos.

Las parejas rara vez reciben explicaciones sinceras sobre los métodos disponibles, sobre sus ventajas y desventajas. No se dice a las mujeres que entre el 10 y 15 por ciento de las aceptantes del DIU quedarán embarazadas y que por lo general entre el 50 y 70 por ciento de las mujeres deja de utilizar el DIU al cabo de cuatro o cinco años. De las mujeres que aceptan la píldora anticonceptiva, aproximadamente la mitad dejarán de usarla dentro del año, mientras el 60 o el 80 por ciento de las restantes lo harán al cabo de dos años.

Métodos de evaluación

Una de las mejores técnicas para evaluar los procedimientos de educación en materia de contraceptivos consiste en enviar observadores y observadoras a las clínicas. Estas personas deben haber recibido instrucciones especiales para evaluar los servicios. Si el personal que proporciona los servicios sabe que es objeto de evaluación, pero no sabe quiénes son esas personas, es probable que ofrezca mejores servicios de información y trate mejor a las personas que recibe. Cada mes una mujer o un hombre se presentaría en la clínica o en el consultorio del médico y reuniría la información siguiente:

1. Tiempo de espera en la clínica.
2. Preguntas que se le han hecho para anotarlas en el expediente.
3. Contraindicaciones que se le han indicado.
4. Qué se le explicó sobre dispositivos intrauterinos, píldora y otros métodos.
5. En qué método se insistió más.
6. Qué efectos secundarios se mencionaron.
7. Personas presentes en la clínica y lo que hacía cada una de ellas durante la visita.

8. Si se prescribieron píldoras, cuántos ciclos se dieron de una sola vez.
9. Qué instrucciones se dieron sobre la manera de tomar las píldoras.
10. En caso de inserción de un dispositivo intrauterino, si explicó el médico cómo comprobar la presencia de las cuerdecillas.
11. Juicio que merece la clínica en cuanto a cortesía y exactitud de la información proporcionada.
12. Precio pagado por las píldoras y por la visita.

La persona enviada como observador a la clínica puede formular alabanzas o críticas. Esta técnica es también eficaz para determinar si los médicos a quienes se paga por el número de los servicios prestados están dando falsos informes.

El evaluador debe determinar respecto a cada una de las clínicas, médicos particulares y centros sanitarios si los hombres y mujeres que acuden a la consulta están escogiendo un método que les ayuda a evitar embarazos no deseados. El centro de servicios puede ser evaluado con arreglo al número de personas aceptantes, en proporción con la población total interesada en la región y sobre la base del tipo de método elegido, así como del número de visitas que los interesados realiza cada mes. En la actualidad algunos programas nacionales registran un número de nuevas aceptantes superior al de mujeres en edad de procrear existentes. Como las cifras de nuevos aceptantes no son instrumento exacto de evaluación para medir el éxito del programa, excepto en el caso de la esterilización, el personal de evaluación debe considerar el número total de personas despachadas con suministros cada mes y estudiar después la eficacia en el uso de esos métodos. Para medir la verdadera eficacia del programa el personal de evaluación debe definir qué es un nuevo aceptante para evitar que la misma persona sea contada dos o tres veces.

El personal que imparte educación clínica puede ayudar también en el ensayo previo de los mensajes y materiales y en el cálculo de la eficacia de las técnicas de educación de los trabajadores sociales. El personal sanitario y el personal de las clínicas de planificación de la familia disponen de muchas horas que pueden dedicar a fines de evaluación, por ejemplo, realizando encuestas y tabulando respuestas. En las clínicas se lleva generalmente un registro de las respuesta a las preguntas sobre las fuentes de información. Debe darse prioridad al análisis de estas respuestas.

10 Desarrollo de un plan de acción para evaluar las comunicaciones

UNA vez realizado un estudio fáctual con objeto de comprender la infraestructura y el proceso de la comunicación en la provincia o el país, el conjunto del personal administrativo, de comunicación, de formación y de evaluación debería dedicar por lo menos cinco días a formular un plan de acción anual. El orden del día para la primera sesión debería cubrir las necesidades prioritarias, la definición de objetivos para evaluar la comunicación, la descripción de las atribuciones correspondientes a cada puesto y las necesidades prioritarias de comunicación. El segundo día debería dedicarse a examinar los problemas relativos al logro de los objetivos y al cálculo del personal, el presupuesto y el tiempo para alcanzarlos. El plan de acción debe determinar el marco geográfico de la comunicación, los principales problemas del programa, los criterios utilizados para establecer prioridades, los objetivos y la estrategia, la organización y la administración, la descripción de las funciones profesionales concretas de todo el personal participante, los grupos destinatarios, los mensajes posibles, las consignaciones presupuestarias y las actividades principales de cada mes. Una vez aprobado el plan, el director del programa de comunicación hará circular mensualmente los objetivos concretos de cada mes y la tarea que ha de realizar cada funcionario durante dicho mes. Debe fijarse un plazo para la realización de cada tarea.

Muchos planes de acción no se han ejecutado por ser demasiado ambiciosos. Un plan sencillo que pueda ponerse en práctica es mejor que uno complejo e irrealizable. Puesto que la política gubernamental, la importancia dada a los programas de planificación de la familia, las infraestructuras de comunicación, la preparación, la dedicación del personal y las disponibilidades de tiempo y dinero varían de un lugar a otro, no hay forma de proporcionar orientaciones detalladas para una estrategia de comunicación.

Una posible sucesión de los acontecimientos podría ser la siguiente:

1. Para el estudio de la situación real, dos meses.
2. Para medir y mejorar la eficacia de los trabajadores sociales, asignar objetivos mínimos y mejorar la recuperación de informaciones desde el terreno hacia el centro, dos o tres meses.
3. Para establecer una lista de los grupos que componen la élite e iniciar un sistema de envíos postales, un mes.

4. Para realizar encuestas previas sobre planificación de la familia y sobre el impacto de los medios de información, para organizar una campaña informativa dirigida al público y para conseguir la identificación visual de los símbolos y el conocimiento de las divisas, dos o tres meses.
5. Para medir la eficacia del personal clínico en la comunicación con los interesados, fomentar los métodos adecuados a la situación de las mujeres y estudiar la calidad de los servicios enviando observadores a las clínicas, un mes.
6. Se integrará, además, sistemáticamente la planificación de la familia en actividades de la comunidad tales como educación de adultos, entretenimientos populares, clases de alfabetización, fábricas, cooperativas agrícolas y grupos constituidos por iniciativa de los trabajadores sociales, por ejemplo, clubs de madres.

Aun cuando haya escasas actividades de comunicación o evaluación durante el siguiente año, deberían alcanzarse los siguientes objetivos:

1. Los mensajes transmitidos por los medios informativos deben ser sinceros.
2. Los trabajadores sociales y el personal clínico deben insistir en los métodos adecuados a las necesidades de las parejas.
3. Deben utilizarse un solo símbolo y una sola divisa en los esfuerzos de comunicación.
4. Debe hacerse saber a la élite que la población de la provincia o del país se duplicará, por muy intensas que sean las actividades de planificación de la familia; y que entre el 25 y el 40 por ciento de todas las mujeres quedan embarazadas sin descarlo.

Al formular un plan de acción, el personal encargado de la comunicación y de la evaluación debería tener en cuenta dos objetivos importantes. Primero, la estrategia de comunicación debería ayudar a las parejas a aclarar sus ideas respecto al tamaño de las familias, de modo que cada pareja tenga un concepto de lo que significa espaciar los embarazos y una meta en cuanto al número de hijos. En segundo lugar, las parejas deberían saber cómo usar los métodos pertinentes de planificación de la familia.

Anexos

1

Cuestionario sobre la situación real y lista de control

Para poder desarrollar un plan de acción para el programa de comunicación es preciso adquirir una comprensión correcta de la política demográfica; de los obstáculos administrativos con que se enfrenta la comunicación de mensajes; de los esfuerzos privados y públicos para comunicarse con algunos grupos determinados; y de las técnicas de evaluación actualmente empleadas para medir los resultados. No será posible responder a todas las preguntas, pero la mayoría de los datos obtenidos son útiles para desarrollar una estrategia.

1.1. Situación y la política de planificación de la familia

La situación de los mensajes relacionados con la planificación de la familia, se ve afectada por diversos obstáculos, especialmente restricciones de orden administrativo. Cuando se trata de la planificación de la familia en sí misma, no es fácil llevar el programa a un nivel lo suficientemente alto como para poder servirse de la experiencia para pública de comunicaciones, ni poseer la flexibilidad necesaria que caracteriza a las organizaciones privadas de publicidad o comercialización. En términos generales no se puede recurrir al personal médico y paramédico que trabaja en el lugar porque a éste le está prohibido recibir remuneración por sus servicios, al tiempo que la prohibición de conformar depósitos de píldoras y de preservativos impide establecer amplias redes de distribución. Por último, la prohibición al aborto y/o a la esterilización. Mas allá de la planificación de la familia en sí misma, hay otros asuntos importantes a tener en cuenta al realizar la recolección de los datos útiles para nuestros propósitos, tales como el estado familiar, la enseñanza obligatoria, los derechos jurídicos de las mujeres, el trabajo femenino, los objetivos prioritarios del gobierno en cuestiones de medio ambiente, la salud de las madres y los niños, la planificación para contraer matrimonio, la crisis energética, el déficit de alimentos, la inflación y los ingresos monetarios, etc.

1.2. Situación de la planificación de la familia en sí misma

¿Puede el personal encargado de la comunicación en materia de planificación de la familia trabajar directamente con el Ministerio de Información y Radiodifusión para establecer un plan de empleo de la radio, la televisión y otros medios de información del sector público?

¿Pueden celebrarse contratos con emisoras privadas de radio, agencias de publicidad y cauces comerciales para desarrollar campañas?

¿Pueden establecerse cauces comerciales o puntos de distribución de preservativos y anticonceptivos?

¿Pueden pagarse honorarios a los médicos de establecimientos públicos y privados y al personal paramédico unos honorarios fijos por cada DIU (dispositivo intra-uterino), esterilización o prescripción?

¿Pueden recurrir al aborto bajo control médico las mujeres que no utilizan los métodos que se les ofrecen?

6. ¿Hay restricciones para la práctica de la vasectomía y de la ligadura de trompas?
7. ¿Hay restricciones para la prescripción de píldoras anticonceptivas o para la inserción del DIU por personal paramédico?
8. ¿Hay impuestos aduaneros excesivos sobre la importación de contraceptivos?
9. ¿Pueden anunciarse los contraceptivos en los periódicos o en la radio?
10. ¿Hay libertad para contratar a un personal remunerado encargado de reclutar nuevos aceptantes?

B. La política de planificación de la familia en el contexto nacional

1. ¿Puede integrarse el mensaje de planificación de la familia al conjunto del proceso de desarrollo?
2. ¿Que problemas presenta la concesión de igualdad de derechos y oportunidades a las mujeres?
3. ¿Cuáles son los planteamientos locales de los problemas del medio ambiente?
4. Indíquense las medidas de política general que afectan al desarrollo, y en consecuencia a la fecundidad, la mortalidad y la migración que se relacionen con las siguientes cuestiones: (a) subsidios para el desarrollo por sector; (b) desigual repartición de la renta; (c) programas de educación sanitaria y seguridad social; (d) programas de actividades con predominio del trabajo sobre el capital; (e) cooperativas agrícolas y reforma agraria; (f) participación pública en los programas; (g) impuesto progresivo sobre la renta.
5. ¿Existen recompensas y disuasiones a la fecundidad, y en concreto se les otorgan ventajas a las parejas que reducen la frecuencia de los embarazos o los evitan?

C. Actividades de comunicación encaminadas a modificar la política demográfica

1. ¿Existen planes para realizar una encuesta sobre la élite y su actitud respecto a la planificación de la familia? (véase el Anexo 9).
2. ¿Ha hecho el jefe del Estado una declaración en favor de la planificación de la familia?
3. ¿Qué declaraciones han hecho los diversos ministros y los responsables de la organización encargada de la planificación u otros dirigentes?
4. ¿Hay economistas y sociólogos prestigiosos que hayan escrito artículos y documentos sobre los problemas demográficos y la planificación de la familia para su publicación a escala nacional?
5. ¿Ha habido o hay planes para convocar seminarios sobre población destinados a directores de periódicos, personal de la radiodifusión y otras personas que trabajan en los medios de comunicación?
6. ¿Se envía a las autoridades nacionales y provinciales y a los profesionales un boletín sobre población y planificación de la familia?
7. ¿Se han organizado oficinas de información?
8. ¿Se han publicado encuestas sobre conocimientos, actitudes y prácticas en torno a problemas como el de los hijos no deseados y el apoyo público a la planificación de la familia? (véase el Anexo 6).
9. ¿Se procura sistemáticamente enviar noticias sobre cuestionarios demográficos a los periódicos, las emisoras de radio y las revistas?
10. ¿Hay planes para la celebración de seminarios o simposios nacionales o regionales sobre planificación de la familia?

II. La comunicación al servicio del desarrollo

1. ¿Qué actividades de comunicación se llevan a cabo en favor del desarrollo agrícola, educativo e industrial?
2. ¿Qué campañas sanitarias se proyectan, y cómo puede relacionarse la planificación demográfica y familiar con el programa de educación sanitaria en su conjunto?
3. ¿Qué estudios sobre las aspiraciones de los padres han sido realizados por organismos universitarios o gubernamentales, y cuál es su relación con los motivos para la planificación de la familia?
4. ¿Se usan los medios de comunicación social en apoyo de los programas de desarrollo? ¿Qué conexiones puede haber entre tales medios y programas y los que presentan un contenido relativo a la planificación de la familia y a las cuestiones demográficas?
5. ¿Qué campañas de apoyo al desarrollo han tenido más éxito y que enseñanzas puede sacar el personal de planificación de la familia de los resultados de esas campañas?

6. ¿Qué técnicas se han utilizado para el ensayo previo y la evaluación, y cuáles han sido los resultados de los estudios?
7. ¿Qué mensajes de planificación de la familia pueden incorporarse a las actividades de comunicación al servicio del desarrollo?
8. ¿Qué materiales audiovisuales se van a utilizar en las actividades de comunicación al servicio del desarrollo? ¿Pueden contener algún mensaje sobre planificación de la familia?
9. ¿Publicarán instrucciones los ministros o jefes de departamentos, o harán declaraciones en apoyo de la planificación demográfica y familiar?
10. ¿Es posible incluir la planificación de la familia en los programas de formación de personal docente, de agentes de divulgación agrícola y de otros funcionarios?
11. ¿Es posible dar a los funcionarios folletos sobre los contraceptivos o cupones?
12. ¿Costearán los ministerios las inserciones del DIU y las consultas sobre esterilización, y permitirán que los funcionarios actúen como depositarios de preservativos y píldoras anticonceptivas?
13. ¿Pueden los supervisores de los funcionarios ayudar a inspeccionar las actividades de comunicación para la planificación de la familia?
14. ¿Pueden los funcionarios recoger sobre el terreno informaciones sobre la eficacia del programa de comunicación para la planificación de la familia con objeto de retransmitirlas a los responsables del tal programa?
15. ¿Estarían dispuestos los funcionarios a evaluar las actividades de comunicación de los agentes ejecutores o del personal clínico, a ensayar previamente los mensajes o a realizar encuestas previas de situación?

11. Servicios de contracepción

1. ¿Cuántos médicos hay en el país?
2. ¿Cuántos de esos médicos proporcionan contraceptivos a su clientela?
3. ¿Cuántos miembros del personal paramédico han recibido formación para insertar el DIU o para distribuir píldoras contraceptivas?
4. ¿Cuántos puntos de distribución de contraceptivos existen aproximadamente?
5. ¿Cuál es el porcentaje aproximado de niños que nacen en hospitales, centros sanitarios, bajo la vigilancia de comadronas capacitadas y tituladas, de comadronas no capacitadas o de otras personas?
6. Si las personas que prestan asistencia en los partos no están siempre capacitadas para ofrecer contraceptivos, ¿hay planes para capacitarlas durante el próximo año?
7. ¿Qué métodos de contracepción ofrecen actualmente los servicios oficiales (si los hay) y los organismos privados?

Métodos	Servicios oficiales	Organismo privado
DIU		
Píldoras		
Esterilización		
Preservativos		
Otros		

- b. ¿Cuánto paga el cliente?

	DIU	Un ciclo de píldoras	Preservativos	Vasectomía	Ligadura de trompas	Otros (especificar)
Servicios patrocinados por el gobierno						
Servicios de la asociación de planificación de la familia						
Servicios privados						
Otros						

9. ¿Puede un usuario (hombre o mujer) obtener la esterilización si la solicita a los servicios sanitarios oficiales? ¿A un médico privado?
10. ¿Puede una mujer obtener el aborto después de quedar embarazada a pesar de usar un método contraceptivo? En caso afirmativo ¿cuánto debe pagar?
11. ¿Podrían los centros oficiales de planificación de la familia recibir nuevos aceptantes de los métodos contraceptivos? En caso afirmativo, ¿qué porcentaje de aumento podrían absorber los centros actualmente existentes?
12. ¿Qué porcentaje de la población rural recibirá servicios contraceptivos durante el próximo año?

IV. Objetivos

1. Aceptaciones registradas el año anterior y objetivos para el próximo año:

Aceptaciones / Objetivos para el próximo año

	Programas oficiales	Programa de la asociación de planificación de la familia	Otros (especificar médicos privados, comercios)	Programas oficiales	Programa de la asociación de planificación de la familia	Otros (especificar)
<u>Método contraceptivo</u>						
<u>DIU</u>						
<u>Píldoras</u>						
<u>Vasectomía</u>						
<u>Ligadura de trompas</u>						
<u>Preservativo</u>						
<u>Espuma</u>						
<u>Diafragma</u>						
<u>Otros (especificar)</u>						

V. Radio

1. Indíquese el número de emisoras de radio oficiales y privadas.
2. ¿Cuántos receptores de radio hay?
3. Porcentaje aproximado de personas que poseen receptores de radio en las zonas urbanas y en las zonas rurales.
4. ¿Facilitará el gobierno espacio radial gratuito para la difusión de programas sobre la planificación de la familia?
5. ¿Facilitarán las emisoras privadas espacio radial gratuito para la difusión de programas sobre la planificación de la familia?
6. Tiempo que dedicarán las emisoras oficiales:
 - a. ¿cuántos anuncios de 60 segundos sobre planificación de la familia podrán difundirse cada mes?
 - b. ¿cuántos anuncios de 5 minutos cada mes?
7. ¿Puede encargarse a los guionistas de las emisoras de radio que introduzcan la planificación de la familia en el contenido de sus programas?
8. ¿Transmitirán las emisoras de radio noticias sobre planificación de la familia y cuestiones demográficas?
9. ¿Cuáles son los trámites para obtener tiempo libre en la radio?
10. ¿Admiten las emisoras oficiales anuncios comerciales? En caso afirmativo, ¿cuánto cuesta un anuncio de 30 segundos durante las horas de mayor escucha, o en otras horas?
11. ¿Qué emisoras privadas aceptarían anuncios de 30 segundos sobre planificación de la familia y a qué precio?

<u>Emisora</u>	<u>Aceptarían</u>		<u>Precio del anuncio de 30 segundos</u>	
	<u>Sí</u>	<u>No</u>	<u>Mayor escucha</u>	<u>Otras horas</u>
1				
2				
3				
4				
5				

17. ¿Estarían dispuestos los administradores de emisoras privadas a conceder tiempo gratuito?
18. ¿Se han realizado encuestas para determinar en qué horas es mayor la escucha radiofónica?
- ¿cuándo es que las mujeres escuchan la radio más a menudo?
 - ¿qué porcentaje de todas las mujeres casadas escuchan la radio por lo menos una vez al día?

VI. Periódicos

- ¿Cuántos diarios se publican en el país?
- ¿Cuál es la circulación total estimada?
- ¿Qué tipo de material relacionado con la planificación de la familia utilizaría el periódico?

	<u>Periódico N°1</u>	<u>Periódico N°2</u>	<u>Periódico N°3</u>
	<u>Nombre</u>	<u>Nombre</u>	<u>Nombre</u>
Reportajes			
Cartas al director			
Dibujos humorísticos			
Historietas de dibujos			
Otros (especificar)			

4. Respecto a los tres periódicos de mas circulación, ¿puede obtenerse la siguiente información del director o del administrador?

	<u>Nombres de los 3 periódicos principales</u>		
	<u>N°1</u>	<u>N°2</u>	<u>N°3</u>
<u>Cifra de circulación</u>			
<u>Promedio de páginas</u>			
<u>¿Diario o semanario?</u>			
<u>¿Cree, el director que debe facilitarse la contracepción a las mujeres?</u>			
<u>¿Qué tipo de noticias se publicarían?</u>			
a. Sobre la influencia del crecimiento demográfico en el plan de desarrollo			
b. Sobre el tiempo preciso para que se duplique la población			
c. Sobre la influencia del crecimiento demográfico en la educación			
d. Sobre la marcha del programa de planificación de la familia			
<u>e. Información sobre contraceptivos</u>			
f. Direcciones de clínicas de planificación de la familia			
<u>g. Otras noticias (especificar)</u>			

¿Cuánto costaría a la semana un espacio de una columna x 15 cm.		
¿Donaría semanalmente el director esa columna de 15 cm. para un anuncio?		

VII. Revistas ilustradas

1. ¿Cuántas revistas ilustradas se publican en el país?
2. ¿Cuál es su circulación total estimada?
3. ¿Cuáles son las revistas más leídas por los dirigentes nacionales y los responsables de las decisiones políticas?

	<u>Nombre de las revistas</u>					
	Nº1	Nº2	Nº3	Nº4	Nº5	Nº6
<u>Circulación</u>		*				
¿Le interesaría al director tener artículos sobre población?						
¿Publicaría la revista un artículo sobre el programa de planificación de la familia o sobre los contraceptivos?						
Precio de la publicidad para un cuarto de página						
Para media página						
Para una página entera						

4. ¿Cuáles son las tres revistas más leídas por las mujeres en edad de procrear?

	<u>Nombre de las revistas</u>		
	Nº1	Nº2	Nº3
¿Publicarían artículos sobre la necesidad de programas de planificación de la familia?			
¿Publicarían artículos descriptivos de los métodos contraceptivos?			
¿Cuánto cuesta media página de publicidad por número?			

VIII. Envíos postales

1. ¿Cuántas oficinas de correos hay en el país?
2. ¿Se extienden los servicios postales a las zonas rurales?
3. ¿Cuántos días tarda normalmente en llegar una carta desde la capital hasta su destinatario en una aldea remota?
4. ¿Quién es responsable de repartir el correo en las aldeas rurales?
5. ¿Cuál es la tarifa más barata para el envío de cartas en régimen de franqueo concertado?
6. ¿Las autoridades eximirían de franqueo a las cartas sobre planificación de la familia?
7. ¿Se lleva en las zonas urbanas un registro civil para datos de nacimientos, fallecimientos y matrimonios?
8. ¿Permitiría el encargado del registro de nacimientos que un funcionario de su oficina enviara cartas?
9. ¿Permitiría el encargado del registro de nacimientos que alguien copiara los nombres y las direcciones de su libro de registro con objeto de hacer envíos postales?
10. Cuando una mujer analfabeta en una zona rural recibe una carta, ¿quién se la leerá normalmente?

10. Películas

1. ¿Cuántas salas cinematográficas hay en el país?
2. ¿Cuál es su capacidad total estimada?
3. ¿Se proyectan diapositivas o filmas publicitarias antes o después de un programa?
4. ¿Se aceptaría la proyección de filmas o diapositivas sobre planificación de la familia antes o después del programa?
5. ¿Cuánto costaría la proyección de diapositivas tres veces al día durante un mes en una sala de tamaño medio?
6. ¿De cuántos proyectores se dispone para mostrar películas sobre planificación de la familia?
7. ¿Se utilizan actualmente esos proyectores para divulgar películas sobre planificación de la familia?

11. Espectáculos locales

1. ¿Cuáles son los espectáculos típicos locales que podrían utilizarse para fomentar la planificación de la familia?
2. ¿Hay compañías de títeres, comediantes, músicos o artistas de teatro que pudieran incorporar mensajes sobre la planificación de la familia a sus espectáculos?
3. ¿Estarían dispuestos a introducir la planificación de la familia como parte de su espectáculo?
4. ¿En caso afirmativo, ¿cuál sería el precio?

12. Agencias de publicidad

1. ¿Qué tipo de servicio podrían proporcionar las agencias de publicidad?
2. ¿Qué campañas de publicidad han tenido más éxito?
3. ¿Han realizado las agencias de publicidad encuestas sobre el impacto de los diversos medios?
4. ¿Qué asesoramiento pueden dar las agencias sobre la combinación de distintos medios?
5. ¿Qué actividades de ensayo previo y evaluación han desarrollado esas agencias?
6. ¿Ayudarían las agencias de publicidad a preparar y realizar programas de información sobre planificación de la familia si se dispusiera de fondos, ya sean los provenientes de fuentes gubernamentales o de otras fuentes?
7. ¿Incluirían las agencias mensajes sobre planificación de la familia y población, en su material de publicidad?

13. Material impreso

1. Pídale a dos impresores que dispongan de maquinaria offset, presupuestos previos para lo siguiente:

Nombre de los impresores

Nº1

Nº2

Un millón de hojas de una página (21 x 28 cm.)
sobre contraceptivos. Un solo color y sin dibujos

10.000 carteles (48 x 64 cm.) Dos colores

10.000 carteles (28 x 40 cm.) Un solo color

10.000 mensajes impresos en papel de cartas
con sus sobres

Manual (21 x 29 cm.) de 40 páginas, en rústica

2. ¿Dispone de una máquina copiadora la oficina o la asociación de planificación de la familia?
3. ¿Dispone de una máquina multilit la oficina o la asociación de planificación de la familia?
4. ¿Dispone de un mimeógrafo la oficina o la asociación de planificación de la familia?
5. ¿Cuál es el costo de 10.000 copias según sean reproducidas en multilit o en mimeógrafo?

XIII. Comunicación de persona a persona

1. ¿Cuál es actualmente el número de agentes de planificación de la familia que trabajan a tiempo completo?
2. ¿Cuántos agentes se tiene intención de contratar durante el próximo año?
3. ¿Cuánto durará el periodo de formación?
4. ¿Cuántos supervisores serán contratados durante el próximo año?
5. ¿Cuánto durará su periodo de formación?
6. ¿Se fijará para cada agente ejecutor que trabaje a tiempo completo un número mínimo de nuevos aceptantes por mes? ¿Cuál será ese número? ¿Habrá objetivos mínimos en cuanto al uso habitual? ¿Dependerán los objetivos mínimos de la eficacia de los métodos?
7. ¿Se pedirá a los agentes que establezcan puntos de distribución para preservativos?
8. ¿Cuántos puntos de distribución se encargará de abastecer cada agente?
9. ¿Cuál será el sueldo mensual de un agente que trabaje la jornada completa?
10. ¿Se subvencionará el viaje a las comadronas y a los aceptantes del programa de planificación familiar o se les pagará algún dinero como incentivo para reclutar nuevos aceptantes?

2 Cuestionario básico para ensayo previo

El ambiente del lugar donde se realice la entrevista para el ensayo previo, sea un puesto de sanidad o cualquier otro lugar, debe ser tranquilo y reposado. No deben utilizarse las mismas personas para distintos tipos de ensayos previos. Para comprobar la objetividad del entrevistador, utilícense colores diferentes en las hojas de tabulación, de manera que cada color represente un entrevistador determinado. Gracias a este sistema podrá verse inmediatamente si el entrevistador tiene una inclinación determinada. También es posible hacer el ensayo previo con el propio entrevistador o entrevistadora antes de que él o ella empiece a aplicarlo. La falta de objetividad se diagnostica cuando aparecen respuestas análogas en el entrevistador y en el entrevistado.

Compruébese que cada persona sometida al ensayo responde a todas las preguntas básicas. Para responder a éstas se requieren únicamente diez minutos. Si se relacionan los tipos de respuestas con las características del entrevistado se calculará mejor la manera de orientar los mensajes hacia un público determinado.

Todos los datos de cada ensayo previo pueden trasladarse directamente, desde el cuestionario a una tarjeta. O sea que el perforador de tarjetas puede realizar directamente su trabajo a partir del cuestionario. Un perforado invertirá unas dos horas en colocar en tarjetas todos los datos correspondientes a todos los ensayos previos. Para hacer pasar todas las tabulaciones marginales a un contador y clasificador, con las correspondientes referencias reciprocas, se necesitarán unas ocho horas. Para distribuir los mensajes por grupos, en un contador y en un clasificador, es preciso aislar primero los grupos y proceder después a la distribución de los mensajes.

Cuestionario básico para ensayo previo

Nombre del entrevistador

_____ 1	_____ 4
_____ 2	_____ 5
_____ 3	_____ 6

Sexo del entrevistado:

Hombre	_____ 1
Mujer	_____ 2

Me llamo _____. Quisiera que me concediera usted unos minutos. Estamos poniendo en práctica un programa de informaciones en relación con la salud de las madres, y le pedimos su ayuda.

Col. 1

Ensayo previo	_____ 1
Tarjeta n°	_____ 2
Entrevistador	_____ 3
Identificación del entrevistado	_____ 4
	_____ 5
	_____ 6
Sexo	_____ 7

1. ¿Qué edad tiene usted?
(1) 15 a 19 años (6) 40 a 44 años
(2) 20 a 24 años (7) 45 años o más
(3) 25 a 29 años (8) No sabe
(4) 30 a 34 años (9) No responde
(5) 35 a 39 años
2. ¿Es usted soltero(a), casado(a), viudo(a), divorciado(a) separado(a)?
(1) Soltero(a) (4) Divorciado(a)
(2) Casado(a) (5) Situación indeterminada
(3) Viudo(a)
3. ¿Qué hace su marido (o usted mismo) para ganarse la vida
(1) Agricultor (6) Comerciante
(2) Carrera profesional (7) Desempleado
(3) Trabajador (8) Militar
(4) Funcionario del gobierno (9) Otros
(5) Vendedor callejero
4. ¿Cuántos hijos ha tenido usted
(1) Ninguno (6) Cinco
(2) Uno (7) Seis
(3) Dos (8) Siete o más
(4) Tres (9) No sabe o no responde
(5) Cuatro
5. ¿Cuántos hijos vivos tiene usted?
(1) Ninguno (6) Cinco
(2) Uno (7) Seis
(3) Dos (8) Siete o más
(4) Tres (9) No sabe o no responde
(5) Cuatro
6. ¿Cuántos años ha ido usted a la escuela?
(1) Ninguno (6) 9 a 10 años
(2) 1 a 2 años (7) 11 a 12 años
(3) 3 a 4 años (8) 13 años o más
(4) 5 a 6 años (9) No sabe o no responde
(5) 7 a 8 años
7. ¿Usted aprueba o desaprueba que las parejas hagan algo para impedir o retrasar los embarazos?
(1) Aprueba (3) No sabe
(2) Desaprueba (4) No responde
8. ¿Si pudiera usted empezar la vida matrimonial, cuantos hijos desearía usted tener?
(1) Ninguno (6) Cinco
(2) Uno (7) Seis o más
(3) Dos (8) "Los que Dios quiera"
(4) Tres (9) No sabe o no responde
(5) Cuatro
9. Antes del último embarazo, ¿deseaba usted tener entonces otro hijo?
(1) Sí (3) No sabe
(2) No (4) No responde

8

9

10

11

12

13

14

15

16

10. ¿Ha utilizado usted alguna vez un método de planificación de la familia para espaciar o impedir los embarazos?

- (1) Sí (3) No sabe
(2) No (4) No responde

17

En caso afirmativo, qué métodos ha utilizado usted?

Ninguno	<u>1</u>	<u>2</u>	<u>3</u>	<u>18</u>
Píldoras	<u>1</u>	<u>2</u>	<u>3</u>	<u>19</u>
Preservativos	<u>1</u>	<u>2</u>	<u>3</u>	<u>20</u>
Retirada	<u>1</u>	<u>2</u>	<u>3</u>	<u>21</u>
DIU	<u>1</u>	<u>2</u>	<u>3</u>	<u>22</u>
Esterilización	<u>1</u>	<u>2</u>	<u>3</u>	<u>23</u>
Continencia	<u>1</u>	<u>2</u>	<u>3</u>	<u>24</u>
Otros	<u>1</u>	<u>2</u>	<u>3</u>	<u>25</u>

11. ¿Utiliza usted actualmente un método?

- (1) Sí (2) No (3) No sabe o no responde

26

12. En caso afirmativo, ¿qué método utiliza usted actualmente?

- (1) Ninguno (6) Retirada
(2) Píldoras (7) DIU
(3) Preservativos (8) Continencia
(4) Vasectomía (9) No sabe o no responde
(5) Ligadura de trompas

27

3 Formulario para el ensayo previo de mensajes

Puede utilizarse un contador y clasificador para todas las tabulaciones combinadas y marginales. Deben ponerse los datos básicos en cada tarjeta de ensayo previo. Por esta razón la columna empieza con el número 27. La mayoría de las tarjetas tipo tienen 80 columnas.

Aunque los programas de comunicación pueden tener varios mensajes que refuercen un tema central, debe haber solamente una divisa. Puede forjarse la divisa probando varios mensajes. Escribanse todas las divisas o mensajes con trazos gruesos en tarjetas de 10 x 30 cm. Será preciso leer los mensajes a los analfabetos. Léanse los mensajes de cuatro en cuatro y anótese cada vez el mensaje preferido. Los mensajes aquí presentados son meramente ilustrativos. Una vez seleccionados entre cada uno de los cuatro grupos aquellos mensajes que gustan "menos" o "más", pueden ordenarse con arreglo a varios criterios. Para evitar que influya el orden de presentación de los mensajes, cámbiese dicho orden con cada uno de los entrevistados.

Respecto a las preguntas 10 a 15, será preciso tomar la frecuencia de las respuestas y signarles cifras clave. Cuando se tengan las instrucciones sobre claves se podrán poner las claves adecuadas. Recuérdese que todas las columnas deben tener un solo sistema de clave.

1. Voy a leerle a usted una serie de frases. Quisiera que me diga cuál le gusta más y cuál le gusta menos.

GRUPO 1

MENOS

- | | |
|--|---|
| <div style="text-align: right; margin-bottom: 10px;"><u>29</u></div> | <p>1-1 Para controlar la natalidad de manera segura y barata, utilice el esterilete o las píldoras</p> <p>1-2 Para evitar otro embarazo, tome una píldora diaria</p> <p>1-3 El esterilete o las píldoras son inofensivos</p> <p>1-4 Protéjase contra el embarazo tomando las píldoras</p> <p>1-5 Sus amigas y vecinas utilizan el esterilete y las píldoras ¿porqué no usted?</p> |
|--|---|

MÁS

<u>31</u>	<table border="0"> <tr> <td style="text-align: right;">Menos</td> <td style="text-align: right; border-bottom: 1px solid black;">1</td> <td style="border-left: 1px solid black; text-align: right; border-bottom: 1px solid black;">29</td> </tr> <tr> <td></td> <td style="text-align: right;">28</td> <td style="border-left: 1px solid black;"></td> </tr> </table>	Menos	1	29		28	
Menos	1	29					
	28						
	<table border="0"> <tr> <td style="text-align: right;">Más</td> <td style="text-align: right; border-bottom: 1px solid black;">1</td> <td style="border-left: 1px solid black; text-align: right; border-bottom: 1px solid black;">31</td> </tr> <tr> <td></td> <td style="text-align: right;">30</td> <td style="border-left: 1px solid black;"></td> </tr> </table>	Más	1	31		30	
Más	1	31					
	30						

GRUPO 2

MENOS

- 2-1 Para tener hijos únicamente cuando los desea, visite la estación sanitaria más próxima
- 2-2 ¿Quiere usted quedar embarazada ahora?
- 2-3 Cuantas más bocas tenga que alimentar, menos educación podrá dar a cada hijo. Cuantos más hijos haya en el hogar, menos espacio habrá para cada uno
- 2-4 Los hijos planeados gozan de mejor salud, mejor situación social, más seguridad, mejor alimentación, mejor educación y mejor empleo
- 2-5 Usted puede tener los hijos cuando así lo desee

MAS

Menos $\frac{2}{32}$ $\frac{33}{33}$

Más $\frac{2}{34}$ $\frac{35}{35}$

GRUPO 3

MENOS

- 3-1 Maridos, informad a vuestras mujeres sobre la planificación de la familia
- 3-2 Una familia planificada es una familia feliz
- 3-3 Ofrezca mejor alimentación, mejor vivienda y mejor educación a sus hijos practicando la planificación de la familia
- 3-4 La planificación de la familia es segura e inofensiva
- 3-5 Los padres que desean tener hijos más tarde recurren a la planificación de la familia

MAS

Menos $\frac{3}{36}$ $\frac{37}{37}$

Más $\frac{3}{38}$ $\frac{39}{39}$

GRUPO 4

MENOS

- 4-1 No es preciso que tenga usted 5 o 6 hijos por temor de que 3 o 4 no sobrevivan
- 4-2 Dos o tres hijos pueden ser un mejor apoyo para su vejez, que cinco o seis
- 4-3 Dos hijos es mejor
- 4-4 Por la prosperidad del país, tenga solo dos o tres hijos
- 4-5 Dos o tres hijos es lo mejor

MAS

Menos $\frac{4}{40}$ $\frac{41}{41}$

Más $\frac{4}{42}$ $\frac{43}{43}$

2. De las cuatro frases que más le han gustado, ¿cuál cree usted que es la mejor?

Grupo 1 2 3 4

Mensaje 1 2 3 4 5

3. De las cuatro frases que menos le han gustado, ¿cuál es la peor?

Grupo 1 2 3 4

Mensaje 1 2 3 4 5

4. Voy a poner ahora ante usted todos los mensajes (o voy a leerlos todos de nuevo). ¿Cuál de ellos le explica mejor a una persona como usted, lo que más desearía saber antes de aceptar un método de planificación de la familia?

Grupo 1 2 3 4

Mensaje 1 2 3 4 5

$\frac{44}{44}$ $\frac{45}{45}$

$\frac{46}{46}$ $\frac{47}{47}$

$\frac{48}{48}$ $\frac{49}{49}$

5. ¿Hay un mensaje que a su parecer no sea verdad?

Sí____(1) No____(2)

En caso afirmativo, ¿cuál es ese mensaje?

Grupo 1 2 3 4

Mensaje 1 2 3 4 5

6. ¿Hay un mensaje que no haya entendido usted?

Sí____(1) No____(2)

Grupo 1 2 3 4

Mensaje 1 2 3 4 5

7. ¿Cree usted que un mensaje para la planificación de la familia debe hacer referencia a un número concreto de hijos, por ejemplo 2 o 3?

Sí____(1) No____(2) No sabe o no responde____(3)

8. ¿Cree usted que el mensaje debe mencionar las píldoras, el DIU, u otros contraceptivos?

Sí____(1) No____(2) No sabe o no responde____(3)

9. ¿Cuál cree usted que es el aspecto más importante de un contraceptivo? Que sea:

- | | |
|-------------------|----------------------|
| (1) Inofensivo | (5) Ninguno de estos |
| (2) Revisable | (6) Todos ellos |
| (3) Seguro | (7) No sabe |
| (4) Fácil de usar | (8) No responde |

10. Indique alguna de las razones por las cuales ciertas parejas tienen 7 hijos

11. Indique alguna de las razones por las cuales ciertas parejas tienen 2 o 3 hijos solamente

12. ¿Sabe usted por qué razones las mujeres no utilizan el DIU?

50

51

52

53

54

55

56

57

58

59

60

61

Ponga la clave 9, para "no responde"

62

63

64

Ponga la clave 9, para "no responde"

65

66

67

Ponga la clave 9, para "no responde"

13. ¿Sabe usted por qué razones las mujeres no utilizan la píldora?

68

69

70

Ponga la clave 9,
para "no responde"

14. ¿Sabe usted por qué razones los hombres no aceptan la vasectomía?

71

72

73

Ponga la clave 9,
para "no responde"

15. ¿Sabe usted por qué razones las mujeres no aceptan la ligadura de trompas?

74

75

76

Ponga la clave 9,
para "no responde"

16. Póngase una cifra clave para identificar el ensayo previo del mensaje

1

77

4 Ensayo previo de carteles

Pónganse todos los datos básicos en la tarjeta perforada de ensayo previo del cartel. Divídanse los carteles en grupos de 4 ó 5. Asegúrese de que el entrevistado vea el cartel únicamente durante cuatro segundos. Después de enseñar una serie de carteles, determínese cuál de ellos ha gustado más y cuál menos. Las descripciones de carteles que aquí se hacen tienen un propósito meramente ilustrativo. Respecto a las preguntas 16 a 21, el que hace la encuesta deberá establecer sus propias cifras clave a base de la frecuencia de las respuestas.

GRUPO 1

MENOS

- 29 1. Cartel de píldoras anticonceptivas
2. Cartel de dispositivo intrauterino
3. Cartel que representa un preservativo
4. Cartel que representa la esterilización
5. Cartel que representa todos los métodos

MAS

Menos	1	
	28	29
Más		
	30	31

GRUPO 2

MENOS

- 33 1. Mujeres acudiendo a la clínica
2. Médico explicando el esterilite a unas mujeres
3. Autoridad religiosa en un debate sobre planificación de la familia
4. El jefe del Estado apoyando la planificación de la familia

MAS

Menos	2	
	32	33
Más		
	34	35

GRUPO 3

MENOS

- 37 1. Contrastes entre familias numerosas y familias reducidas
2. Cartel de 2 o 3 hijos solamente
3. Familia con 2 o 3 hijos
4. Cartel representativo de las calamidades de una familia numerosa

MAS

Menos	3	
	36	37
Más		
	38	39

GRUPO 4

MENOS

- 41 1. Representación de una familia con pocos hijos
2. Fotografía de una familia reducida
3. Pintura de una familia reducida

MAS

Menos	4	
	40	41
Más		
	42	43
	44	45

2. De los cuatro que más le gustan, ¿cuál cree usted que es el mejor?

Grupo	1	2	3	4
Cartel	1	2	3	4 5

3. De los cuatro que menos le gustan, ¿cuál es el peor?
Grupo 1 2 3 4
Cartel 1 2 3 4 5
4. ¿Cree usted que el cartel debe representar un número determinado de hijos?
Sí _____ (1) No sabe _____ (3)
No _____ (2) No responde _____ (4)
5. ¿Cree usted que a hombres y mujeres les gustaría ver en un cartel como son los contraceptivos?
Sí _____ (1) No sabe _____ (3)
No _____ (2) No responde _____ (4)
6. Quién debería explicar los contraceptivos?
(1) Marido (6) Agente de planificación de la familia
(2) Esposa (7) Otros
(3) Médico (8) No sabe
(4) Enfermero o enfermera (9) No responde
(5) Autoridad religiosa
7. ¿Qué color de estos carteles le gusta a usted más?
(1) Rojo (6) Negro
(2) Azul (7) Otros
(3) Verde (8) Le es indiferente
(4) Naranja (9) No sabe o no responde
(5) Amarillo
8. ¿Qué color le gusta menos?
(1) Rojo (6) Negro
(2) Azul (7) Otros
(3) Verde (8) Le es indiferente
(4) Naranja (9) No sabe o no responde
(5) Amarillo
9. ¿Debe explicar el cartel dónde se puede obtener más información o adquirir los anticonceptivos?
Sí _____ (1) No sabe _____ (3)
No _____ (2) No responde _____ (4)
10. ¿Cree usted que alguno de estos carteles no representa una situación real?
Sí _____ (1) No sabe _____ (3)
No _____ (2) No responde _____ (4)
En caso afirmativo, ¿Cuales son esos carteles?
- Grupo 1 2 3 4
Cartel 1 2 3 4 5
11. ¿Qué cartel cree usted que suministra el tipo de información que una mujer desearía tener antes de ir a una clínica de planificación de la familia?
Grupo 1 2 3 4
Cartel 1 2 3 4 5
12. ¿Qué tipo de letras le gustan más?
Grupo 1 2 3 4
Cartel 1 2 3 4 5

46 47

48

49

50

51

52

53

54

55

56

57

58

59

60

13. Al describir los contraceptivos, ¿qué palabra es más importante?

- | | |
|----------------|--|
| (1) Inofensivo | (4) Puede abandonarse en cualquier momento |
| (2) Seguro | (5) Fácil de usar |
| (3) Gratuito | |

14. ¿De qué cartel hablaría usted más fácilmente con un amigo o una amiga, vecino o vecina?

Grupo	1	2	3	4	
Cartel	1	2	3	4	5

15. ¿Por qué razones hay parejas que tienen 6 ó 7 hijos?

16. ¿Por qué razones hay parejas que tienen 2 ó 3 hijos?

17. ¿Sabe usted por qué razones las mujeres no utilizan el dispositivo intrauterino?

18. ¿Sabe usted por qué razones las mujeres no utilizan la píldora?

19. ¿Sabe usted por qué razones los hombres no aceptan la vasectomía?

20. ¿Sabe usted por qué razones las mujeres no aceptan la ligadura de trompas?

Cifra clave de identificación del ensayo previo de carteles

61

62

63

64

65

66

67

68

69

70

71

72

73

74

75

76

77

78

79

 2
80

5 Ensayo previo de anuncios radiofónicos

Para facilitar la tabulación sugerimos que se sometan a ensayo previo nueve anuncios radiofónicos de 30 segundos de duración. Los anuncios radiados se escuchan generalmente en medio de voces de niños y ruidos caseros. Aunque el ambiente en un centro sanitario es algo artificial, los anuncios pueden someterse a ensayo previo utilizando una grabación sonora de los mismos y mezclándolos con noticias, música, o incluso estática. En estas circunstancias es difícil hacer comparaciones o clasificaciones. Recomendamos por consiguiente que se coloquen los anuncios en un magnetófono en orden variable, separándolos simplemente con una señal sonora. Si se altera el orden de presentación de los anuncios para evitar parcialidades póngase cuidado en anotar el número de identificación de cada anuncio. Deben hacerse escuchar 3 anuncios cada vez y preguntar entonces las preferencias.

La prueba de clasificación puede hacerse dando a una mujer una hoja de papel para que designe cada anuncio con las palabras "muy bueno", "bueno", "deficiente" y "malo", así como "muy verdadero", "verdadero", "parcialmente verdadero" y "falso". También se puede preguntar simplemente a la mujer, mientras se le hace escuchar cada anuncio, cuál es su juicio sobre el mismo con arreglo a dichos criterios.

A título de ejemplo describiremos los anuncios de la siguiente manera:

1. Anuncio de la píldora.
2. Anuncio del DIU.
3. Anuncio de la esterilización.
4. Anuncio del preservativo.
5. Anuncio descriptivo de todos los métodos.
6. Anuncio sobre una familia de 2 ó 3 hijos.
7. Anuncio sobre los problemas de población a nivel nacional o provincial.
8. Anuncio destinado a los grupos que constituyen la élite.
9. Anuncio destinado a los maridos.

Si los anuncios no se separan mediante un símbolo sonoro, deberá hacerse mediante una divisa. Sugerimos que los anuncios se hagan escuchar por grupos de tres para preguntar las preferencias y para que los entrevistados los clasifiquen por su veracidad y por su calidad.

1. Voy ha hacerle escuchar algunos anuncios en el magnetófono;
Quisiera saber los que menos y los que más le gustan.

Tres primeros anuncios:	El que menos gusta _____	28
	El que más gusta _____	29
Tres segundos anuncios:	El que menos gusta _____	30
	El que más gusta _____	31

Tres terceros anuncios El que menos gusta _____ 32
El que más gusta _____ 33

Especifíquese el anuncio mediante una cifra clave. Póngase la clave "0" si no hay respuesta

- 2 Ahora le haré escuchar cada anuncio para que usted me diga si le parece muy bueno, bueno, deficiente o malo. También quisiera que me diga si el mismo anuncio es muy verdadero, verdadero, parcialmente verdadero o falso.

Anuncio 1: (1) muy bueno _____ (2) bueno _____
(3) deficiente _____ (4) malo _____ 34
(1) muy verdadero _____ (2) verdadero _____
(3) parcialmente verdadero _____ (4) falso _____ 35

Anuncio 2: (1) muy bueno _____ (2) bueno _____
(3) deficiente _____ (4) malo _____ 36
(1) muy verdadero _____ (2) verdadero _____
(3) parcialmente verdadero _____ (4) falso _____ 37

Anuncio 3: (1) muy bueno _____ (2) bueno _____
(3) deficiente _____ (4) malo _____ 38
(1) muy verdadero _____ (2) verdadero _____
(3) parcialmente verdadero _____ (4) falso _____ 39

Anuncio 4: (1) muy bueno _____ (2) bueno _____
(3) deficiente _____ (4) malo _____ 40
(1) muy verdadero _____ (2) verdadero _____
(3) parcialmente verdadero _____ (4) falso _____ 41

Anuncio 5: (1) muy bueno _____ (2) bueno _____
(3) deficiente _____ (4) malo _____ 42
(1) muy verdadero _____ (2) verdadero _____
(3) parcialmente verdadero _____ (4) falso _____ 43

Anuncio 6: (1) muy bueno _____ (2) bueno _____
(3) deficiente _____ (4) malo _____ 44
(1) muy verdadero _____ (2) verdadero _____
(3) parcialmente verdadero _____ (4) falso _____ 45

Anuncio 7: (1) muy bueno _____ (2) bueno _____
(3) deficiente _____ (4) malo _____ 46
(1) muy verdadero _____ (2) verdadero _____
(3) parcialmente verdadero _____ (4) falso _____ 47

Anuncio 8: (1) muy bueno _____ (2) bueno _____
(3) deficiente _____ (4) malo _____ 48
(1) muy verdadero _____ (2) verdadero _____
(3) parcialmente verdadero _____ (4) falso _____ 49

Anuncio 9: (1) muy bueno _____ (2) bueno _____
(3) deficiente _____ (4) malo _____ 50
(1) muy verdadero _____ (2) verdadero _____
(3) parcialmente verdadero _____ (4) falso _____ 51

Ponga la clave 5 para "no responde"
Ponga la clave 6 para "no sabe"

3. Ahora de todos los anuncios, ¿cuál le ha gustado menos y cuál más?

Menos _____

Más _____

52

53

4. Si tuviera usted que hacer un anuncio para llevar el mayor número posible de hombres y mujeres a la clínica de planificación de la familia, ¿Cuál escogería?

54

5. La voz que se escucha en el anuncio, ¿debe ser la de un hombre o la de una mujer?

(1) Hombre

(3) Es indiferente

(2) Mujer

(4) No sabe o no responde

55

6. ¿Debería hacer el anuncio un médico, una enfermera, un locutor de radio o alguna otra persona?

(1) Médico

(3) Locutor

(2) Enfermera

(4) Otros

56

Clave para el ensayo previo de anuncios radiofónicos

3

37

6 Encuesta previa

Se requieren unos 26 minutos para formular las 168 preguntas de la encuesta previa y obtener sus respuestas. Los resultados de la encuesta proporcionarán datos básicos sobre los conocimientos, las actitudes y las prácticas sobre cuestiones de población y planificación de la familia. Las respuestas a las preguntas referentes a crecimiento demográfico, último embarazo deseado y apoyo a la planificación de la familia pueden utilizarse en los cuestionarios destinados a la élite y como base para formular mensajes dirigidos a la élite. Las preguntas sobre el impacto y la influencia de los medios de información contribuirán a formular una estrategia de la comunicación social. Hay preguntas cuyo objeto es dar más eficacia a los servicios de contracepción y seleccionar el mejor tipo de agente ejecutor del programa. Las preguntas sobre acceso a los servicios y utilización serán útiles para la educación de la comunidad y para los sistemas de distribución de contraceptivos.

Una vez llenos todos los cuestionarios, deberá colocarse un número de identificación en cada uno de ellos. Tómense éstos al azar y numérense "0001", "0002" y así sucesivamente. Colóquese el número en todas las tarjetas junto con una cifra clave de encuesta e identificación. Hay algunas preguntas que quedan abiertas, esto es, que admiten respuestas no previstas. Para establecer los códigos o claves, clasifíquense todas las respuestas de 100 cuestionarios en ocho grandes categorías. Asígnese a las respuestas más frecuentes una clave y utilícense las mismas claves para todos los cuestionarios.

Se requieren unos 5 entrevistadores que trabajen durante 2 meses para llenar 500 cuestionarios.

En la mayoría de los países se realizan algunas actividades en materia de comunicación social. Puede ser útil añadir algunas de las 38 preguntas contenidas en la encuesta de evaluación después de la campaña (anexo 7).

Apellido y nombre del entrevistado

Col.

Primer apellido

Segundo apellido

Nombre

1. Conocimientos

actitudes $\frac{4}{1}$

prácticas $\frac{1}{1}$

2. Dirección del entrevistado:

Calle o plaza _____

Número _____

Localidad _____

Provincia _____

Breves indicaciones para localizar la casa del sujeto en caso de actividades ulteriores: puntos de referencia, características del lugar, etc.

3. Intentos de entrevista:

Nº	Fecha	Tiempo	nombre del entrevistador	resultado	Observaciones
1	_____	_____	_____	_____	_____
2	_____	_____	_____	_____	_____
3	_____	_____	_____	_____	_____
4	_____	_____	_____	_____	_____

4. Resultado final de la entrevista:

- | | |
|--|-------------------------|
| (1) Entrevista realizada | (5) Se negó a responder |
| (2) Sujeto no localizado | (6) Nunca está en casa |
| (3) Desconocido | (7) Otros resultados |
| (4) Se trasladó, nueva dirección desconocida | |

5. Fecha de la entrevista realizada:

Indíquese la fecha de la entrevista si la hubo:
(Si no hubo entrevista póngase la clave "999")

Mes _____

Año _____

6. Número del entrevistador: _____

(véase el código aparte)

7. Distrito o provincia

- | | | |
|------------|------------|------------|
| (11) _____ | (16) _____ | (21) _____ |
| (12) _____ | (17) _____ | (22) _____ |
| (13) _____ | (18) _____ | (23) _____ |
| (14) _____ | (19) _____ | (24) _____ |
| (15) _____ | (20) _____ | (25) _____ |

2. Tarjeta $\frac{4}{2}$

3. Número de identificación del entrevistado

3	4	5	6
---	---	---	---

7

Mes	Año
8	10

11	12
----	----

13	14
----	----

8. Número de habitantes:

- | | |
|---------------------|---------------|
| (1) 20.000 o más | (6) 500 a 999 |
| (2) 10.000 a 19.999 | (7) 200 a 499 |
| (3) 5.000 a 9.999 | (8) 100 a 199 |
| (4) 2.500 a 4.999 | (9) 1 a 99 |
| (5) 1.000 a 2.499 | |

15

Sexo del entrevistado:

- | | |
|------------|-----------|
| (1) Hombre | (2) Mujer |
|------------|-----------|

16

Me llamo _____. Trabajo para _____
 Estamos recogiendo información sobre alguno de nuestros programas y quisiera hacerle algunas preguntas. ¿Puede concederme de 25 a 35 minutos?

9. ¿Qué edad tiene usted?

- | | |
|-------------|---------------------------|
| (1) 15 a 19 | (5) 35 a 39 |
| (2) 20 a 24 | (6) 40 a 44 |
| (3) 25 a 29 | (7) 45 o más |
| (4) 30 a 34 | (8) No responde o no sabe |

17

10. ¿Es usted soltero(a), casado(a), viudo(a), divorciado(a) o separado(a)?

- | | |
|---------------------------|------------------------------------|
| (1) Soltero(a) | (DESE POR TERMINADA LA ENTREVISTA) |
| (2) Casado(a) | |
| (3) Viudo(a) | |
| (4) Divorciado(a) | |
| (5) Estado no determinado | |

18

11. ¿Como se gana la vida su marido?

Profesión o empleo

- | | | |
|--------------------------|------------------|---------------------|
| (01) Agricultor | (06) Comerciante | (11) _____ |
| (02) Carrera profesional | (07) Desempleado | (12) _____ |
| (03) Trabajador | (08) Militar | (13) _____ |
| (04) Funcionario público | (09) Oficinista | (14) sin determinar |
| (05) Vendedor callejero | (10) Artesano | (15) no sabe |

19 20

12. ¿Ha ido usted a la escuela?

En caso afirmativo, ¿durante cuántos años?

- | | |
|----------------|--------------------|
| (1) Ninguno | (6) 9 y 10 años |
| (2) 1 y 2 años | (7) 11 y 12 años |
| (3) 3 y 4 años | (8) 13 y más años |
| (4) 5 y 6 años | (9) Sin determinar |
| (5) 7 y 8 años | |

21

13. ¿Cuántos hijos ha tenido usted? No olvide los fallecidos al poco tiempo de nacer.

_____ (Si no ha tenido hijos pase a la pregunta 15)
 Numero

- | | |
|-----------|-------------|
| (01) Uno | (04) Cuatro |
| (02) Dos | (05) Cinco |
| (03) Tres | (06) Seis |

22 23

- | |
|-------------------------|
| (97) No ha tenido hijos |
| (98) No sabe |
| (99) Sin determinar |

- | | |
|------------|-----------------|
| (07) Siete | (14) Catorce |
| (08) Ocho | (15) Quince |
| (09) Nueve | (16) Dieciseis |
| (10) Diez | (17) Diecisiete |
| (11) Once | (18) Dieciocho |
| (12) Doce | (19) Diecinueve |
| (13) Trece | (20) Veinte |

14. ¿Cuántos hijos tiene usted ahora vivos?

Número

- | | |
|-------------|-----------------|
| (01) Uno | (11) Once |
| (02) Dos | (12) Doce |
| (03) Tres | (13) Trece |
| (04) Cuatro | (14) Catorce |
| (05) Cinco | (15) Quince |
| (06) Seis | (16) Dieciseis |
| (07) Siete | (17) Diecisiete |
| (08) Ocho | (18) Dieciocho |
| (09) Nueve | (19) Diecinueve |
| (10) Diez | (20) Veinte |

15. ¿Está usted ahora esperando un hijo? En otras palabras, ¿está usted embarazada?

- | | |
|--------|-----------------|
| (1) Sí | (3) No sabe |
| (2) No | (4) No responde |

16. ¿Tuvo usted un hijo el año pasado?

- | | |
|--------|-----------------|
| (1) Sí | (3) No sabe |
| (2) No | (4) No responde |

17. ¿Desea usted tener mas hijos?

- | | |
|--------|-----------------|
| (1) Sí | (3) No sabe |
| (2) No | (4) No responde |

18. ¿Cuántos hijos más desea usted tener?

- | | |
|-------------|------------------------------|
| (1) Ninguno | (6) Cinco |
| (2) Uno | (7) Seis |
| (3) Dos | (8) Los que Dios quiera |
| (4) Tres | (9) Sin determinar o no sabe |
| (5) Cuatro | |

19. Suponga ahora que pudiera volver a empezar su vida matrimonial y tener solamente el número de hijos que quisiera; ¿cuántos hijos desearía tener? (¿cuántos hijos estima usted que debe tener la familia ideal?)

- | | |
|-------------|----------------|
| (01) Uno | (10) Diez |
| (02) Dos | (11) Once |
| (03) Tres | (12) Doce |
| (04) Cuatro | (13) Trece |
| (05) Cinco | (14) Catorce |
| (06) Seis | (15) Quince |
| (07) Siete | (16) Dieciseis |
| (08) Ocho | (17) Ninguno |
| (09) Nueve | |

24 25

- (97) No ha tenido hijos
(98) No sabe
(99) Sin determinar

26

27

28

29

30 31

- (97) Los que Dios quiera
(98) Sin determinar
(99) No sabe

20. ¿Teme usted que mueran algunos de sus hijos (o pudieran morir si los tuviera) antes de llegar a la edad adulta?

- (1) Sí (3) No sabe
(2) No (4) No responde

32

21. Antes de que empezara su último embarazo, ¿deseaba usted tener otro hijo?

- (1) Sí (3) No sabe
(2) No (4) No responde

33

22. ¿Conoce usted algunos de los métodos utilizados por las parejas casadas, para retrasar o impedir los embarazos?

- (1) Sí (3) No sabe
(2) No (4) No responde

34

23. ¿De qué métodos ha oído usted hablar? (Pregúntese sobre cada método; póngase un círculo en torno a "Sí" en caso positivo y en torno a "No" en caso negativo)

Píldoras	(1) Sí	(2) No	(3) No responde	(4) No sabe
DIU	(1) Sí	(2) No	(3) No responde	(4) No sabe
Preservativo	(1) Sí	(2) No	(3) No responde	(4) No sabe
Esterilización masculina	(1) Sí	(2) No	(3) No responde	(4) No sabe
Esterilización femenina	(1) Sí	(2) No	(3) No responde	(4) No sabe
Retirada	(1) Sí	(2) No	(3) No responde	(4) No sabe
Continencia	(1) Sí	(2) No	(3) No responde	(4) No sabe

Asígnese una clave para cada método, y "7" para "no conoce ningún método"

35

36

37

38

39

40

41

24. ¿Ha utilizado usted o su marido alguna vez un método para tener menos hijos o tenerlos con menos frecuencia?

- (1) Sí (3) No sabe
(2) No (4) No responde

42

25. ¿Qué métodos han utilizado ustedes? (Pregúntese sobre cada método y póngase un círculo en torno a "Sí" si se ha usado alguna vez y en torno a "No" si no se ha usado)

Píldora	(1) Sí	(2) No	(3) No responde	(4) No sabe
DIU	(1) Sí	(2) No	(3) No responde	(4) No sabe
Preservativo	(1) Sí	(2) No	(3) No responde	(4) No sabe
Retirada	(1) Sí	(2) No	(3) No responde	(4) No sabe
Esterilización masculina	(1) Sí	(2) No	(3) No responde	(4) No sabe
Esterilización femenina	(1) Sí	(2) No	(3) No responde	(4) No sabe
Continencia	(1) Sí	(2) No	(3) No responde	(4) No sabe
Otros	(1) Sí	(2) No	(3) No responde	(4) No sabe

Si no ha usado ningún método póngase la clave "7"

43

44

45

46

47

48

49

50

26. Si alguien deseara adquirir un contraceptivo o someterse a una operación para evitar los embarazos, ¿sabe usted a donde podría ir? Si lo sabe diga el lugar. (Apúntese cada lugar mencionado; no se lea la lista)

Para cada lugar
indíquese:
(0) Mencionado
(1) No mencionado
(2) Mención insegura

Centro Sanitario

Médico privado

Punto de distribución

Agente de ejecución del programa

Personal sanitario

Farmacia

Enfermera o comadrona

Otros (especificar)

51

52

53

54

55

56

57

58

27. ¿Está usted tomando actualmente las píldoras anticonceptivas?

(1) Sí

(3) No sabe

(2) No

(4) Respuesta insegura

59

28. ¿Me puede usted enseñar las píldoras?

(0) Tiene un paquete

(1) No tiene un paquete

(8) No responde

60

(7) No toma
píldoras
actualmente

29. ¿Dónde ha adquirido las píldoras?

(1) Centro sanitario

(4) Comadrona

(2) Farmacia

(5) Otras fuentes

(3) Médico privado

61

30. ¿Ha quedado usted alguna vez embarazada mientras tomaba las píldoras?

(1) Sí

(3) No sabe

(2) No

(4) No responde

62

31. ¿Cuál sería la mejor manera de adquirir píldoras? ¿De quién le gustaría a usted recibirlas?

(1) Centro sanitario

(6) Punto de distribución

(2) Médico privado

(7) De nadie

(3) Clínica de planificación
de la familia

(8) No las quiere
(9) No responde

(4) Farmacia

(5) Comercio

63

32. Si yo pudiera darle las píldoras ahora, ¿empezaría usted a tomarlas?

(1) Sí

(3) No sabe

(2) No

(4) No responde

64

33. Algunas veces el hombre se retira antes de llegar al orgasmo. ¿Utiliza usted actualmente este método?

(1) Sí

(3) No sabe

(2) No (pase a la preg. 36)

(4) Respuesta insegura

65

34. ¿Ha quedado usted embarazada mientras utilizaba este método? 66
- (1) Sí (3) No sabe
(2) No (4) No responde
35. En caso afirmativo, ¿cuántas veces ha quedado usted embarazada mientras utilizaba ese método? 67
- (1) Una vez (6) Seis veces
(2) Dos veces (7) Nunca
(3) Tres veces (8) No sabe
(4) Cuatro veces (9) No responde
(5) Cinco veces
36. Existe un pequeño adminículo de plástico que se introduce en el útero e impide el embarazo. Se llama "dispositivo intrauterino" o "esterilete" ¿Utiliza usted ahora ese método? 68
- (1) Sí (pase a la preg. 41) (3) No sabe
(2) No (4) No responde
37. Algunas mujeres se someten a una operación para evitar los embarazos. ¿Le han hecho a usted una de esas operaciones? 69
- (1) Sí (pase a la preg. 41) (3) No sabe
(2) No (4) No responde
38. Algunos hombres se someten a una operación para no tener hijos. La operación solo dura diez minutos. La operación impide que el semen se una a otras sustancias durante el acto sexual. Es completamente segura, inofensiva y barata. No hay cambios físicos en el hombre. ¿Se ha sometido usted a esta operación? 70
- (1) Sí (pase a la preg. 41) (3) No sabe
(2) No (4) No responde
39. Algunos maridos utilizan una funda de goma llamada preservativo para impedir el embarazo de la mujer. ¿Utiliza usted actualmente este método? 71
- (1) Sí (3) No sabe
(2) No (pase a la preg. 41) (4) Respuesta insegura
40. En caso afirmativo, ¿dónde adquiere usted los preservativos? 72
- (1) Agente del programa (5) Comercio
(2) Centro sanitario (6) Vendedor callejero
(3) Centro de planificación (7) Otros
familiar (8) No responde
(4) Farmacia
41. ¿Cuanto tiempo les ha dado usted el pecho a sus hijos? 73
- (1) 0 a 3 meses (6) 2 a 2 ½ años
(2) 3 a 8 meses (7) 2 ½ a 3 años
(3) 8 a 12 meses (8) 3 a 4 años
(4) 1 a 1½ año (9) No sabe o no responde
(5) 1½ a 2 años
42. ¿Quedó usted embarazada mientras daba de mamar? 74
- (1) Sí (3) No sabe
(2) No (4) No responde

43. ¿ Cuántas veces quedó usted embarazada mientras daba de mamar?

- | | |
|----------------|-----------------------|
| (1) Nunca | (5) Cuatro veces |
| (2) Una vez | (6) Cinco o más veces |
| (3) Dos veces | (7) No sabe |
| (4) Tres veces | (8) No responde |

75

44. De todos los métodos que hemos hablado, ¿cuál cree usted que es el mejor para las parejas que no desean tener más hijos?

- | | |
|------------------------------|--------------|
| (1) Esterilización masculina | (6) Retirada |
| (2) Esterilización femenina | (7) Otros |
| (3) Píldora | (8) Ninguno |
| (4) DIU | (9) No sabe |
| (5) Preservativo | |

76

45. Algunas mujeres recurren a una comadrona, un médico, o hacen algo ellas mismas para interrumpir un embarazo no deseado. ¿Lo ha hecho usted alguna vez?

- | | |
|--------|-----------------|
| (1) Sí | (3) No sabe |
| (2) No | (4) No responde |

77

46. Si yo pudiera darle ahora una píldora que le impidiera quedar embarazada por todo el tiempo que usted quisiera, ¿la tomaría usted?

- | | |
|--------|-----------------|
| (1) Sí | (3) No sabe |
| (2) No | (4) No responde |

78

47. (Si la interrogada ha ido a una clínica de planificación de la familia) ¿Le parece a usted que el trato en la clínica era satisfactorio o deficiente?

- | | |
|-------------------|-----------------|
| (1) Satisfactorio | (3) No sabe |
| (2) Deficiente | (4) No responde |

79

Conocimientos $\frac{4}{1}$
Actitudes
Práctica

Tarjeta N°. $\frac{2}{2}$

Nº de identificación del interrogado

3 4 5 6
Para cada fuente anótese:

- (1) Mencionada
(2) No mencionada
(7) No usa ahora ningún método
(8) Respuesta insegura

7

8

9

10

11

Partera no titulada

Agente del programa

Clínica de planificación de la familia

Médico

Enfermera

Maestro o maestra de escuela

Personal sanitario

Centro sanitario

Amigos o vecinos

Marido

Pariente

Clases de alfabetización

Agente agrícola

Autoridad local

Comadrona

Radio

Cine

Periódico

Otros

12

13

14

15

16

17

18

19

20

21

22

23

24

25

49. ¿Qué fuente de información tuvo más influencia para decirle a usted a utilizar su actual método de espaciar o evitar los embarazos? (Enséñese o léase la lista)

- | | |
|---|---------------------------------------|
| (01) Personal de la clínica de planif. familiar | (12) Autoridades locales |
| (02) Médico | (13) Comadrona |
| (03) Enfermera | (14) Radio |
| (04) Maestro(a) de escuela | (15) Cine |
| (05) Central sanitaria | (16) Diario o revista |
| (06) Puesto sanitario | (17) Agente local |
| (07) Amigo(a), vecino(a) | (18) Partera sin título |
| (08) Marido | (19) Otros |
| (09) Pariente | (20) No sabe |
| (10) Agente de alfabetización | (21) No responde |
| (11) Agente agrícola | (22) No usa actualmente ningún método |

26

27

50. ¿Quién quisiera usted que le diera información sobre planificación de la familia?

- | | |
|--|-----------------|
| (1) Médico | (6) Farmacia |
| (2) Puesto sanitario | (7) Comadrona |
| (3) Marido o esposa | (8) No sabe |
| (4) Nadie | (9) No responde |
| (5) Personal de la clínica de planif. familiar | |

28

51. ¿Quién debería ser responsable de espaciar o evitar los embarazos?

- | | |
|---------------|-----------------|
| (1) El marido | (4) No sabe |
| (2) La mujer | (5) Nadie |
| (3) Ambos | (6) No responde |

29

52. Si pudiéramos establecer un puesto de distribución de preservativos y píldoras cerca de aquí, ¿dónde le gustaría adquirirlos?

- | | |
|----------------------|--------------|
| (1) No responde | (5) Alcaldía |
| (2) Puesto sanitario | (6) Comercio |
| (3) Médico privado | (7) Otros |
| (4) Escuela | (8) No sabe |

30

53. ¿Preferiría usted, en general, recoger los contraceptivos en un puesto sanitario o en el despacho de un médico?

- | | |
|---------------------------------|-----------------|
| (1) En el despacho de un médico | (3) No sabe |
| (2) En un puesto sanitario | (4) No responde |

31

54. ¿Deberían distribuirse los contraceptivos gratis, o deberían venderse

- | | |
|--------------|-----------------|
| (1) Gratis | (3) No sabe |
| (2) Vendidos | (4) No responde |

32

55. ¿Cree usted que su marido(o su mujer) estaría de acuerdo en que usted utilizara un método para evitar los embarazos, o no estaría de acuerdo?

- | | |
|------------------|-----------------|
| (1) Aprobaría | (3) No sabe |
| (2) Desaprobaría | (4) No responde |

33

56. ¿Cree usted que la población crece rápidamente, despacio, o casi no crece?

- | | |
|-----------------|-------------------|
| (1) Rápidamente | (3) Casi no crece |
| (2) Despacio | (4) No sabe |

34

57. ¿Es conveniente que la población aumente más despacio, más de prisa, o aproximadamente al mismo ritmo que ahora?

- | | |
|--------------------|-----------------|
| (1) Más despacio | (4) No sabe |
| (2) Más de prisa | (5) No responde |
| (3) Al mismo ritmo | |

35

58. ¿Ha oído o leído usted que el problema de la población se está agravando o que la población está aumentando muy deprisa?

- | | |
|--------|-----------------|
| (1) Sí | (3) No sabe |
| (2) No | (4) No responde |

36

59. ¿Está usted de acuerdo con esta afirmación: "Todos deberían limitar su número de hijos a dos o tres?"

- | | |
|-----------------------|-----------------------|
| (1) Muy de acuerdo | (4) No sabe |
| (2) De acuerdo | (5) No responde |
| (3) Muy en desacuerdo | (6) Le es indiferente |

37

60. ¿Qué ventajas tiene una familia numerosa?

- | | |
|-----------|---------------------|
| (1) _____ | (6) _____ |
| (2) _____ | (7) Ninguna ventaja |
| (3) _____ | (8) No sabe |
| (4) _____ | (9) No responde |
| (5) _____ | |

38

61. ¿Qué ventajas tiene una familia de pocos hijos?

- | | |
|-----------|-----------------|
| (1) _____ | (6) _____ |
| (2) _____ | (7) Ninguna |
| (3) _____ | (8) No sabe |
| (4) _____ | (9) No responde |
| (5) _____ | |

39

62. ¿Cree usted que el gobierno debería facilitar a las mujeres información sobre la manera de tener hijos solamente cuando lo desean?

- (1) Sí (3) No sabe
(2) No (4) No responde

40

63. ¿Pertenece usted a algún club u organización?

- (1) Sí (3) No sabe
(2) No (4) No responde

41

64. En caso afirmativo ¿a qué organización?

- (1) Agrícola (6) De padres y maestros
(2) Club femenino (7) Otras
(3) Grupo cultural (8) No sabe
(4) Sindicato (9) No responde
(5) Religiosa

42

65. ¿Cuál de estos lugares a visitado usted en el último mes?

Escuelas (1) Sí (2) No (3) No sabe (4) No responde

Comercio (1) Sí (2) No (3) No sabe (4) No responde

Puesto sanitario o clínica (1) Sí (2) No (3) No sabe (4) No responde

Centro religioso (1) Sí (2) No (3) No sabe (4) No responde

Alcaldía (1) Sí (2) No (3) No sabe (4) No responde

Club (1) Sí (2) No (3) No sabe (4) No responde

43

44

45

46

47

48

66. ¿En cual de estos lugares preferiría usted que se distribuyeran contraceptivos?

- (1) Escuela (6) Club femenino
(2) Comercio (7) Ninguno de estos
(3) Centro sanitario (8) No sabe
(4) Centro religioso (9) No responde
(5) Ayuntamiento

49

67. ¿Ha recibido usted la visita de un vendedor?

- (1) Sí (3) No sabe
(2) No (4) No responde

50

68. ¿Qué opinión le merece más respeto entre las personas que usted conoce?

- (1) Marido (6) Suegra
(2) Médico (7) Amiga
(3) Padre y madre (8) Cabeza de familia
(4) Ninguno (9) No sabe o no responde
(5) Hermano

51

69. Entre las personas cuyas palabras escucha o lee, ¿a quién respeta usted más?

- (1) Marido (6) _____
(2) Personalidad religiosa (7) _____
(3) Médico de familia (8) _____
(4) Autoridad local (9) No responde
(5) No sabe

52

70. ¿Cuales son aproximadamente sus ingresos mensuales?

- | | |
|-----------------------|-----------------|
| (1) No tiene ingresos | (6) _____ |
| (2) _____ | (7) _____ |
| (3) _____ | (8) No sabe |
| (4) _____ | (9) No responde |
| (5) _____ | |

53

71. ¿Va alguno de sus hijos a la escuela secundaria?

- | | |
|--------|------------------------|
| (1) Sí | (3) Respuesta insegura |
| (2) No | (4) No sabe |

54

72. ¿Inscribió usted en el registro el nacimiento de su último hijo?

- | | |
|--------|------------------------|
| (1) Sí | (3) Respuesta insegura |
| (2) No | (4) No sabe |

55

73. ¿Va alguno de sus hijos a la escuela primaria?

- | | |
|--------|------------------------|
| (1) Sí | (3) Respuesta insegura |
| (2) No | (4) No sabe |

56

74. ¿Qué nivel de estudios desea usted para sus hijos?

- | | |
|------------------------------|--------------------------------|
| (1) Universitario | (6) Escuela elemental (6 años) |
| (2) Lo que ellos quieran | (7) Bachillerato |
| (3) Escuela profesional | (8) Leer y escribir |
| (4) Cuanto más, mejor | (9) Nada |
| (5) Todo lo que pueda darles | |

57

75. ¿Escucha usted la radio?

- | | |
|-----------------------------|-----------------|
| (1) Sí | (3) No sabe |
| (2) No (pase a la preg. 86) | (4) No responde |

58

76. ¿Dónde escucha usted la radio?

- | | |
|----------------------|-------------------|
| (1) En casa | (4) No la escucha |
| (2) En los comercios | (5) No sabe |
| (3) En otros lugares | (6) No responde |

59

77. ¿Qué programas escucha usted?

- | | | | | |
|--------------|--------|--------|-------------|-----------------|
| Noticias | (1) Sí | (2) No | (3) No sabe | (4) No responde |
| Seriales | (1) Sí | (2) No | (3) No sabe | (4) No responde |
| Música | | | | |
| popular | (1) Sí | (2) No | (3) No sabe | (4) No responde |
| Música de | | | | |
| otros países | (1) Sí | (2) No | (3) No sabe | (4) No responde |
| Programas | | | | |
| educativos | (1) Sí | (2) No | (3) No sabe | (4) No responde |

60

61

62

63

64

65

78. ¿Cual es su programa favorito de radio?

- | | |
|-----------------------------|----------------------------|
| (1) Música | (6) Folletones |
| (2) Noticias | (7) Música de otros países |
| (3) Seriales | (8) No sabe |
| (4) Programas para la mujer | (9) No responde |
| (5) Programas educativos | |

79. ¿Qué emisora escucha usted más a menudo?

- | | |
|-----------|-----------------|
| (1) _____ | (6) _____ |
| (2) _____ | (7) _____ |
| (3) _____ | (8) No sabe |
| (4) _____ | (9) No responde |
| (5) _____ | |

80. ¿Posee usted un receptor de radio?

- | | |
|--------|-----------------|
| (1) Sí | (3) No sabe |
| (2) No | (4) No responde |

81. ¿Escuchó usted la radio ayer?

- | | |
|--------|-----------------|
| (1) Sí | (3) No sabe |
| (2) No | (4) No responde |

82. ¿A qué hora escuchó usted la radio ayer?

- | | |
|------------------|------------------|
| (01) 5:00-5:30 | (19) 2:00-2:30 |
| (02) 5:30-6:00 | (20) 2:30-3:00 |
| (03) 6:00-6:30 | (21) 3:00-3:30 |
| (04) 6:30-7:00 | (22) 3:30-4:00 |
| (05) 7:00-7:30 | (23) 4:00-4:30 |
| (06) 7:30-8:00 | (24) 4:30-5:00 |
| (07) 8:00-8:30 | (25) 5:00-5:30 |
| (08) 8:30-9:00 | (26) 5:30-6:00 |
| (09) 9:00-9:30 | (27) 6:00-6:30 |
| (10) 9:30-10:00 | (28) 6:30-7:00 |
| (11) 10:00-10:30 | (29) 7:00-7:30 |
| (12) 10:30-11:00 | (30) 7:30-8:00 |
| (13) 11:00-11:30 | (31) 8:00-8:30 |
| (14) 11:30-12:00 | (32) 8:30-9:00 |
| (15) 12:00-12:30 | (33) 9:00-9:30 |
| (16) 12:30-1:00 | (34) 9:30-10:00 |
| | (35) 10:00-10:30 |
| | (36) 10:30-11:00 |
| | (37) 11:00-11:30 |
| | (38) 11:30-12:00 |
| | (39) 12:00-12:30 |
| | (40) 12:30-1:00 |

Tarde

- | |
|----------------|
| (17) 1:00-1:30 |
| (18) 1:30-2:00 |

83. ¿En qué época del año escucha usted más la radio?

- | | |
|---------------|--------------------|
| (1) Verano | (5) En todas igual |
| (2) Otoño | (6) No la escucha |
| (3) Invierno | (7) No sabe |
| (4) Primavera | (8) No responde |

84. ¿Ha escuchado usted algo por la radio sobre planificación de la familia?

- | | |
|--------|-----------------|
| (1) Sí | (3) No sabe |
| (2) No | (4) No responde |

66

67

68

1 ^a	<u>69</u>	<u>70</u>
2 ^a	<u>71</u>	<u>72</u>
3 ^a	<u>73</u>	<u>74</u>
4 ^a	<u>75</u>	<u>76</u>
5 ^a	<u>77</u>	<u>78</u>

Anótese cinco períodos de tiempo:

- (41) Media hora por la mañana
 (42) Todo el día
 (43) Media hora por la tarde
 (44) No la escucha
 (45) No responde
 (46) No sabe

Conocimientos	
Actitudes	<u>4</u>
Práctica	<u>1</u>
Tarjeta N°	<u>3</u>
	<u>2</u>

N° de identificación del interrogado

3 4 5 6

7

8

85. ¿La gente, escucha la radio en grupos?

- | | |
|--------|-----------------|
| (1) Sí | (3) No sabe |
| (2) No | (4) No responde |

 9

86. ¿Qué programas se escuchan en grupo?

- | | |
|------------------------------|----------------------------|
| (01) No responde | (12) Cuestiones domésticas |
| (02) No sabe | (13) Sanidad |
| (03) Ninguno | (14) Flores |
| (04) Música popular | (15) Religión |
| (05) Noticias | (16) Educación |
| (06) Seriales | (17) Agricultura |
| (07) Programas para la mujer | (18) Otros programas |
| (08) Educativos | (19) Alfabetización |
| (09) Folletones | (20) _____ |
| (10) Teatro | (21) _____ |
| (11) Música de otros países | |

 10

 11

87. ¿Puede usted leer un periódico?

- | | |
|-----------------------------|-----------------|
| (1) Sí | (3) No sabe |
| (2) No (pase a la preg. 95) | (4) No responde |

 12

88. En caso afirmativo, ¿lo lee usted?

- | | |
|--------|-----------------|
| (1) Sí | (3) No sabe |
| (2) No | (4) No responde |

 13

89. En caso afirmativo, ¿con qué frecuencia?

- | | |
|--------------------------|-----------------|
| (1) Una vez a la semana | (4) Cada día |
| (2) Una vez al mes o más | (5) No sabe |
| (3) Pocas veces | (6) No responde |

 14

90. ¿Qué clase de periódico lee usted?

- | | |
|-----------------|-----------------|
| (1) No sabe | (5) _____ |
| (2) No responde | (6) _____ |
| (3) _____ | (7) No lee |
| (4) _____ | (8) Otros _____ |

 15

91. ¿Qué sección es la que más lee?

- | | |
|-------------------------|----------------------|
| (1) Noticias | (6) No sabe |
| (2) Deportes | (7) Ninguna |
| (3) Editorial | (8) Solo los títulos |
| (4) Todas las secciones | (9) Otras |
| (5) Ecos de sociedad | |

 16

92. ¿Ha leído usted algo sobre contraceptivos en el periódico?

- | | |
|--------|-----------------|
| (1) Sí | (3) No sabe |
| (2) No | (4) No responde |

 17

93. ¿Lee su marido (o su mujer) un periódico?

- | | |
|--------|-----------------|
| (1) Sí | (3) No sabe |
| (2) No | (4) No responde |

 18

94. ¿Qué periódico lee su marido (o su mujer)?

- | | |
|-----------------|-----------|
| (1) No responde | (3) _____ |
| (2) _____ | (4) _____ |

 19

- (5) No sabe (8) _____
 (6) Otros (9) _____
 (7) No lee

95. ¿Ha leído usted algo sobre planificación de la familia en el periódico?

- (1) Sí (3) No sabe
 (2) No (4) No responde

20

96. ¿Ve usted la televisión?

- (1) Sí (3) No sabe
 (2) No (pase a la preg. 102) (4) No responde

21

97. ¿Con qué frecuencia ve la televisión?

- (1) Una vez a la semana (6) Tres horas al día
 (2) Una vez al mes (7) Más de tres horas al día
 (3) Pocas veces (8) No sabe
 (4) Una hora al día (9) No responde
 (5) Dos horas al día

22

98. ¿Posee usted un receptor de televisión?

- (1) Sí (3) No sabe
 (2) No (4) No responde

23

99. ¿Dónde ve usted la televisión?

- (1) En casa de parientes (6) No sabe
 (2) En casa de vecinos (7) La ha visto solo pocas veces
 (3) En el lugar de trabajo (8) Otros _____
 (4) En el bar o el café (9) No responde
 (5) No la ve

24

100. ¿Cuáles son sus programas favoritos?

- (01) Noticias (08) Programas sanitarios
 (02) Películas (09) Otros _____
 (03) Teatro (10) _____
 (04) No sabe (11) _____
 (05) Música de otros países (12) _____
 (06) Fútbol (13) _____
 (07) Deportes (14) _____

25

26

101. ¿Quién es su personaje favorito en la televisión?

- (1) No sabe (6) _____
 (2) _____ (7) _____
 (3) _____ (8) Nadie
 (4) _____ (9) No responde
 (5) _____

27

102. ¿A qué hora vio usted ayer la televisión?

- (1) No sabe (6) Por la noche
 (2) Por la mañana (después de las 7 p.m.)
 (de 8 a 11 a.m.) (7) Por la mañana y a mediodía
 (3) A mediodía (de 11 a 1 p.m.;) (8) Por la tarde y por la noche
 (4) De sobremesa (de 1 a 5 p.m.) (9) No la vio ayer
 (5) Por la tarde (de 5 a 7 p.m.)

28

103. ¿Recibe usted el correo en su casa?

- | | |
|--------|-----------------|
| (1) Sí | (3) No sabe |
| (2) No | (4) No responde |

 29

104. Si no, ¿cómo recibe usted el correo?

- | | |
|----------------------------------|-------------------------------|
| (1) Por el marido | (6) De modo distinto cada vez |
| (2) Por un miembro de la familia | (7) No sabe |
| (3) En una tienda o comercio | (8) _____ |
| (4) Por el cartero | (9) No responde |
| (5) Por amigos o vecinos | |

 30

105. ¿Con qué frecuencia recibe usted el correo?

- | | |
|---------------------|-----------------|
| (1) Cada día | (6) Nunca |
| (2) Cada semana | (7) _____ |
| (3) Cada mes | (8) No sabe |
| (4) Cada dos meses | (9) No responde |
| (5) Cada seis meses | |

 31

106. ¿Recibe usted publicidad comercial por correo?

- | | |
|--------|-----------------|
| (1) Sí | (3) No sabe |
| (2) No | (4) No responde |

 32

107. (Para analfabetos) ¿Quién le lee a usted la correspondencia?

- | | |
|-----------------------|-----------------------------|
| (1) No sabe | (6) Personas que saben leer |
| (2) El marido | (7) Suegra o suegro |
| (3) Los vecinos | (8) Otros |
| (4) Los hijos | (9) No responde |
| (5) Hermano / hermana | |

 33

108. Si recibiera usted una carta sobre planificación de la familia, ¿la leería usted (o haría que se la leyeran)?

- | | |
|--------|-----------------|
| (1) Sí | (3) No sabe |
| (2) No | (4) No responde |

 34

109. ¿Tiene usted teléfono?

- | | |
|--------|-----------------|
| (1) Sí | (3) No sabe |
| (2) No | (4) No responde |

 35

110. ¿Qué teléfono utiliza usted?

- | | |
|--------------------|----------------------|
| (1) Ninguno | (6) Teléfono público |
| (2) De un amigo | (7) Otros _____ |
| (3) De un vecino | (8) No sabe |
| (4) De un pariente | (9) No responde |
| (5) De un comercio | |

 36

111. Si le damos a usted un número al que puede telefonar para pedir información sobre planificación de la familia, ¿lo utilizaría usted?

- | | |
|--------|-----------------|
| (1) Sí | (3) No sabe |
| (2) No | (4) No responde |

 37

112. ¿Lee usted revistas ilustradas?

- | | |
|------------------------------|-----------------|
| (1) Sí | (3) No sabe |
| (2) No (pase a la preg. 117) | (4) No responde |

38

113. En caso afirmativo, ¿cuáles?

- | | |
|------------------------|-----------------|
| (1) Revistas femeninas | (6) _____ |
| (2) _____ | (7) No responde |
| (3) _____ | (8) No lee |
| (4) _____ | (9) No sabe |
| (5) _____ | |

39

114. ¿Lee su marido (o su mujer) revistas ilustradas?

- | | |
|--------|-----------------|
| (1) Sí | (3) No sabe |
| (2) No | (4) No responde |

40

115. En caso afirmativo, ¿cuáles?

- | | |
|-----------|-----------------|
| (1) _____ | (6) _____ |
| (2) _____ | (7) No responde |
| (3) _____ | (8) No lee |
| (4) _____ | (9) No sabe |
| (5) _____ | |

41

116. ¿Ha leído usted alguna vez una revista para mujeres?

- | | |
|--------|-----------------|
| (1) Sí | (3) No sabe |
| (2) No | (4) No responde |

42

117. ¿Cuál?

- | | |
|-----------|-----------------|
| (1) _____ | (6) _____ |
| (2) _____ | (7) No lee |
| (3) _____ | (8) No sabe |
| (4) _____ | (9) No responde |
| (5) _____ | |

43

118. ¿Va usted al cine?

- | | |
|------------------------------|-----------------|
| (1) Sí | (3) No sabe |
| (2) No (pase a la preg. 123) | (4) No responde |

44

119. En caso afirmativo, ¿con qué frecuencia?

- | | |
|-------------------------|-----------------|
| (1) Una vez a la semana | (5) _____ |
| (2) Una vez al mes | (6) No sabe |
| (3) Algunas veces | (7) No responde |
| (4) Una vez al año | |

45

120. ¿Va su marido (o su mujer) al cine?

- | | |
|-------------------|-----------------|
| (1) Sí | (4) No sabe |
| (2) No | (5) No responde |
| (3) Algunas veces | |

46

121. ¿En caso afirmativo, ¿con qué frecuencia?

- | | |
|-------------------------|-----------------|
| (1) Una vez a la semana | (5) _____ |
| (2) Una vez al mes | (6) No sabe |
| (3) Algunas veces | (7) No responde |
| (4) Una vez al año | |

47

122. ¿A que sala cinematográfica va con más frecuencia?

- | | |
|-----------|-------------------|
| (1) _____ | (6) _____ |
| (2) _____ | (7) _____ |
| (3) _____ | (8) No va al cine |
| (4) _____ | (9) No responde |
| (5) _____ | |

48

123. ¿Qué anuncios proyectados antes de empezar el programa recuerda usted?

- | | |
|-----------|-----------------|
| (1) _____ | (6) _____ |
| (2) _____ | (7) Ninguno |
| (3) _____ | (8) No sabe |
| (4) _____ | (9) No responde |
| (5) _____ | |

49

124. ¿Cuándo estuvo usted por última vez en una feria o una fiesta?

- | | |
|------------------------------|----------------------|
| (1) No sabe | (6) De 3 a 6 meses |
| (2) Hace menos de siete días | (7) De 6 a 12 meses |
| (3) De 7 a 15 días | (8) De 12 a 18 meses |
| (4) De 15 días a un mes | (9) No responde |
| (5) De uno a tres meses | |

50

125. ¿A qué clase de fiesta fué usted?

- | | |
|------------------------|-------------------------|
| (1) No sabe | (6) Desfile |
| (2) _____ | (7) Celebración oficial |
| (3) Boda | (8) Otra _____ |
| (4) Natalicio | (9) No responde |
| (5) Ceremonia nacional | |

51

126. ¿Hay banda de música local o espectáculos locales en su lugar de residencia?

- | | |
|--------|-----------------|
| (1) Sí | (3) No sabe |
| (2) No | (4) No responde |

52

127. ¿A qué clase de espectáculo popular va usted?

- | | |
|---------------|-----------------|
| (1) Títeres | (6) _____ |
| (2) Teatro | (7) _____ |
| (3) Concierto | (8) No sabe |
| (4) Canciones | (9) No responde |
| (5) Bailes | |

53

128. ¿Dónde tuvo usted su último hijo: en una clínica, en casa, en un hospital o en otro lugar?

- | | |
|----------------------|----------------------|
| (1) Clínica | (6) Hospital privado |
| (2) Hospital público | (7) No responden |
| (3) Puesto sanitario | (8) No sabe |
| (4) En casa | (9) Otro _____ |
| (5) Otro _____ | |

54

129. ¿Quién la asistió en su último parto?

- | | |
|----------------------------------|-----------------|
| (1) Médico público | (6) Madre |
| (2) Partera sin título | (7) Amiga |
| (3) Comadrona titulada | (8) No sabe |
| (4) Médico privado | (9) No responde |
| (5) Personal de centro sanitario | |

55

130. ¿Cuándo fué su última visita a un centro sanitario?

- | | |
|-----------------------|----------------------------|
| (1) La semana pasada | (6) Hace 5 meses, o más |
| (2) El mes pasado | (7) No responde |
| (3) Hace dos meses | (8) No sabe |
| (4) Hace tres meses | (9) Nunca visitó un centro |
| (5) Hace cuatro meses | |

56

131. ¿Cuánto tarda usted en trasladarse a un centro sanitario?

- | | |
|---------------------------|----------------------|
| (1) 0 a 5 minutos | (6) Dos a tres horas |
| (2) 5 a 15 minutos | (7) Tres horas o más |
| (3) 15 a 30 minutos | (8) No sabe |
| (4) 30 minutos a una hora | |
| (5) Una a dos horas | |

57

132. ¿A quién recurre usted cuando necesita tratamiento médico?

- | | |
|----------------------|-----------------|
| (1) Médico privado | (5) Otros |
| (2) Centro sanitario | (6) Farmacia |
| (3) Enfermera | (7) No sabe |
| (4) Comadrona | (8) No responde |

58

133. ¿Cuánto tarda usted en llegar a la persona que le da tratamiento médico?

- | | |
|---------------------------|------------------------|
| (1) No sabe | (6) Una a dos horas |
| (2) 0 a 5 minutos | (7) Dos a cuatro horas |
| (3) 5 a 15 minutos | (8) Cuatro horas o más |
| (4) 15 a 30 minutos | (9) No responde |
| (5) 30 minutos a una hora | |

59

Deseamos contratar a mujeres que faciliten información a las parejas casadas, sobre planificación de la familia. ¿Quiere usted decirnos qué características deberían reunir para este trabajo?

134. ¿Qué edad debe tener?

- | | |
|------------------|--------------------|
| (1) 15 a 18 años | (6) 34 a 38 años |
| (2) 19 a 21 años | (7) 39 a 42 años |
| (3) 22 a 25 años | (8) 42 años, o más |
| (4) 26 a 29 años | (9) No sabe |
| (5) 30 a 33 años | |

60

135. ¿Debe ser casada?

- | | |
|-----------------|--------------------|
| (1) No responde | (4) Es indiferente |
| (2) Sí | (5) No sabe |
| (3) No | |

61

136. ¿Debe utilizar contraceptivos?

- | | |
|--------------|--------------------|
| (1) Sí | (4) No responde |
| (2) No | (5) Es indiferente |
| (3) No opina | |

62

137. (Si vive en un lugar de menos de 10.000 habitantes)
¿Va usted alguna vez a las otras ciudades de la provincia?

- | | |
|-----------------------------|-----------------|
| (1) Sí | (3) No sabe |
| (2) No (pase a la preg.139) | (4) No responde |

63

138. ¿Qué ciudades ha visitado usted este año?

- | | |
|-----------|-----------------|
| (1) _____ | (6) _____ |
| (2) _____ | (7) _____ |
| (3) _____ | (8) No sabe |
| (4) _____ | (9) No responde |
| (5) _____ | |

64

139. Indique otras ciudades que haya visitado usted durante el último año.

- | | |
|-----------|-----------------|
| (1) _____ | (6) _____ |
| (2) _____ | (7) _____ |
| (3) _____ | (8) No sabe |
| (4) _____ | (9) No responde |
| (5) _____ | |

65

140. ¿Cree usted que el gobierno debería permitir que los médicos procedan a la interrupción de embarazos no deseados?

- | | |
|--------|-----------------|
| (1) Sí | (3) No sabe |
| (2) No | (4) No responde |

66

141. Si usted quedara embarazada sin desearlo, ¿recurriría al médico para que le practicara un aborto?

- | | |
|--------|-----------------|
| (1) Sí | (3) No sabe |
| (2) No | (4) No responde |

67

142. Para que el gobierno pueda hacer planes para mejorar los servicios públicos, necesita saber cuándo los ciudadanos se proponen tener hijos. Para planificar adecuados servicios escolares, sanitarios y de transportes, el gobierno necesita saber cuándo se propone usted tener su próximo hijo. ¿Notificaría usted al encargado del registro civil que tiene la intención de tener otro hijo?

- | | |
|-------------------|-----------------|
| (1) Informaría | (3) No sabe |
| (2) No informaría | (4) No responde |

68

143. ¿Paga usted actualmente impuestos?

- | | |
|--------|-----------------|
| (1) Sí | (3) No sabe |
| (2) No | (4) No responde |

69

144. Los padres de seis o siete hijos necesitan más servicios públicos (escuelas, servicios sanitarios, etc.) que los de dos o tres. ¿Cree usted que quienes tienen muchos hijos deberían pagar más impuestos que los que tienen pocos?

- | | |
|---------------------------|--------------------|
| (1) Deberían pagar más | (4) Es indiferente |
| (2) No deberían pagar más | (5) No responde |
| (3) No sabe | |

70

145. ¿Está usted acogida a los beneficios de una organización de seguridad social?

- | | |
|--------|-----------------|
| (1) Sí | (3) No sabe |
| (2) No | (4) No responde |

71

146. Los trabajadores afiliados a la seguridad social reciben un subsidio mensual por cada hijo. ¿Aprobaría o desaprobaría usted que se dejara de pagar el subsidio después del tercer hijo?

- | | |
|------------------|-----------------|
| (1) Aprobaría | (3) No sabe |
| (2) Desaprobaría | (4) No responde |

72

147. ¿Aprobaría usted que los trabajadores recibieran un subsidio mensual por el primer hijo, uno menor por el segundo, y uno aún menor por cada nuevo hijo?

- | | |
|------------------|-----------------|
| (1) Aprobaría | (3) No sabe |
| (2) Desaprobaría | (4) No responde |

73

148. ¿Debería darse a los padres de menos hijos, más servicios de seguridad social que a los de más hijos?

- | | |
|--------|-----------------|
| (1) Sí | (3) No sabe |
| (2) No | (4) No responde |

74

149. Si la seguridad social le garantizara a usted la subsistencia en la vejez, ¿se limitaría usted (o se habría limitado) a tener dos o tres hijos?

- | | |
|--------|-----------------|
| (1) Sí | (3) No sabe |
| (2) No | (4) No responde |

75

150. ¿Aprobaría o desaprobaría usted un programa de recompensas a las parejas que dejaran de tener hijos?

- | | |
|------------------|-----------------|
| (1) Aprobaría | (3) No sabe |
| (2) Desaprobaría | (4) No responde |

76

151. ¿Cree usted que la educación debe ser obligatoria?

- | | |
|--------|-----------------|
| (1) Sí | (3) No sabe |
| (2) No | (4) No responde |

77

152. ¿Hasta qué nivel?

- | | |
|------------------------|---------------------|
| (1) No sabe | (5) Leer y escribir |
| (2) Escuela primaria | (6) Otro _____ |
| (3) Escuela secundaria | (7) _____ |
| (4) Enseñanza superior | (8) No responde |

78

153. Podrían desarrollarse planes para conceder beneficios especiales a los padres que reducen la frecuencia de los embarazos. Se les podría ofrecer educación gratuita para sus hijos, ayuda económica en la vejez, o dinero para pagar trabajadores que hagan el trabajo que ellos esperarían de sus hijos. ¿Cuál de estos beneficios cree usted que preferirían sus amigos y vecinos?

- | | |
|--|-------------------------------------|
| (0) Educación gratuita | (4) Todos ellos |
| (1) Ayuda en la vejez | (5) Una combinación de dos de ellos |
| (2) Pagar a trabajadores que hagan el trabajo de los hijos | (8) No sabe |
| (3) Ninguno | (9) No responde |

79

154. ¿Cuál de esos beneficios preferiría usted para sí mismo y para su familia?

- | | |
|--|-------------------------------------|
| (0) Educación gratuita | (4) Todos ellos |
| (1) Ayuda en la vejez | (5) Una combinación de dos de ellos |
| (2) Pagar a trabajadores que hagan el trabajo de los hijos | (8) No sabe |
| (3) Ninguno | (9) No responde |

80

155. ¿Quiere usted tener hijos para que le ayuden en su trabajo o le ayuden a elevar sus ingresos

- (1) Sí (3) No sabe
(2) No (4) Respuesta insegura

156. ¿Si en lugar de facilitársele a cada pareja que disminuyera la frecuencia de los embarazos por medio de la educación gratuita para sus hijos, la asistencia en la vejez o la ayuda en el trabajo, mas bién se concedieran beneficios para todos los miembros de la comunidad tales como contratar a otro maestro de escuela, adquirir un tractor, o contratar a más trabajadores, ¿preferiría usted los beneficios individuales de las parejas al beneficio de la comunidad en su conjunto?

- (0) Individuales (3) Ninguno
(1) Comunidad (8) No sabe
(2) Ambos (9) No responde

157. ¿Firmaría usted una declaración diciendo que no desea tener más hijos?

- (1) Sí (3) No sabe
(2) No (4) No responde

158. Si tuviera usted la seguridad de que su próximo hijo sería del sexo deseado, ¿dejaría de tener hijos?

- (1) Sí (3) No sabe
(2) No (4) No responde

159. ¿Espera (o esperaría) usted que sus hijos le ayuden en la vejez o cuando deje usted de trabajar y se retire?

- (1) Sí (3) No sabe
(2) No (4) No responde

160. ¿Qué sería mejor: contar con la ayuda de los hijos o con la de la seguridad social organizada?

- (1) Mí (nuestra) propia ayuda (5) Hijos
(2) Seguridad social (6) Ambas cosas
(3) No sabe (7) No responde
(4) Otras ayudas

161. ¿Aprobaría o desaprobaría usted una ley que cambiara la edad mínima del matrimonio de ____ a ____ años para las mujeres y de ____ a ____ años para los hombres?

- (1) Aprobaría (3) No sabe
(2) Desaprobaría (4) No responde

162. ¿Aprobaría o desaprobaría usted que se diera a los estudiantes información sobre las cuestiones de población?

- (1) Aprobaría (3) No sabe
(2) Desaprobaría (4) No responde

163. ¿Aprobaría usted que se diera a los estudiantes de nivel secundario información sobre planificación de la familia?

- (1) Aprobaría (3) No sabe
(2) Desaprobaría (4) No responde

Conocimientos

Actitudes $\frac{4}{1}$

Práctica $\frac{1}{4}$

Tarjeta $\frac{4}{2}$

Nº de identificación del interrogado

$\frac{3}{7}$ $\frac{4}{7}$ $\frac{5}{7}$ $\frac{6}{7}$

$\frac{8}{7}$

$\frac{9}{7}$

$\frac{10}{7}$

$\frac{11}{7}$

$\frac{12}{7}$

$\frac{13}{7}$

$\frac{14}{7}$

$\frac{15}{7}$

164. ¿Aprobaría usted que se diera a los estudiantes información sobre la educación sexual?

- (1) Aprobaría (3) No sabe
(2) Desaprobaría (4) No responde

16

165. ¿Aprobaría usted que se diera a los estudiantes información sobre los contraceptivos?

- (1) Aprobaría (3) No sabe
(2) Desaprobaría (4) No responde

17

166. ¿Cree usted que los padres deberían tener obligaciones básicas respecto a cada nuevo hijo? Tales obligaciones consistirían en asegurar unos niveles mínimos en cuanto a vivienda, vestido y alimentación. Si el gobierno promulgara una ley para exigir a los padres que aseguraran unos niveles mínimos antes de tener un nuevo hijo, ¿la aprobaría usted o la desaprobaría?

- (1) Aprobaría (3) No sabe
(2) Desaprobaría (4) No responde

18

167. ¿Cuáles de las siguientes medidas aprobaría usted y cuáles desaprobaría para incitar a la gente a tener pocos hijos

Desarrollar los servicios sanitarios para que todos los hijos sobrevivan:

- (1) Aprobaría (3) No sabe
(2) Desaprobaría (4) No contesta

19

Proporcionar seguridad social en la vejez

- (1) Aprobaría (3) No sabe
(2) Desaprobaría (4) No responde

20

Informar sobre las ventajas de las familias de pocos hijos

- (1) Aprobaría (3) No sabe
(2) Desaprobaría (4) No responde

21

Aumentar los impuestos de las parejas con muchos hijos

- (1) Aprobaría (3) No sabe
(2) Desaprobaría (4) No responde

22

• Dar una prima a las parejas con dos o tres hijos

- (1) Aprobaría (3) No sabe
(2) Desaprobaría (4) No responde

23

Facilitar el aborto en caso de embarazo no deseado

- (1) Aprobaría (3) No sabe
(2) Desaprobaría (4) No responde

24

Conceder más ventajas a los trabajadores y campesinos que limitan el número de sus hijos:

- (1) Aprobaría (3) No sabe
(2) Desaprobaría (4) No responde

25

168. ¿Cuáles de las siguientes afirmaciones cree usted que son verdaderas y cuáles falsas?

Los padres tienen hijos porque los aman:

- | | |
|---------------|-----------------|
| (1) Verdadero | (3) No sabe |
| (2) Falso | (4) No responde |

26

Los embarazos no deseados se deben a que el placer sexual es más fuerte que el temor al embarazo:

- | | |
|---------------|-----------------|
| (1) Verdadero | (3) No sabe |
| (2) Falso | (4) No responde |

27

La mayoría de las parejas no desean un número determinado de hijos:

- | | |
|---------------|-----------------|
| (1) Verdadero | (3) No sabe |
| (2) Falso | (4) No responde |

28

La gente se siente incómoda al hablar de contraceptivos o de planificación de la familia:

- | | |
|---------------|-----------------|
| (1) Verdadero | (3) No sabe |
| (2) Falso | (4) No responde |

29

La gente no sabe como hacer para dejar de tener hijos:

- | | |
|---------------|-----------------|
| (1) Verdadero | (3) No sabe |
| (2) Falso | (4) No responde |

30

Los maridos no aprueban la planificación de la familia:

- | | |
|---------------|-----------------|
| (1) Verdadero | (3) No sabe |
| (2) Falso | (4) No responde |

31

Las familias numerosas son más prósperas que las de pocos hijos:

- | | |
|---------------|-----------------|
| (1) Verdadero | (3) No sabe |
| (2) Falso | (4) No responde |

32

Las legislaciones más modernas no aprueban la planificación de la familia:

- | | |
|---------------|-----------------|
| (1) Verdadero | (3) No sabe |
| (2) Falso | (4) No responde |

33

7 Encuesta de evaluación después de la campaña

1. Nombre y apellidos del entrevistado:

Primer apellido Segundo apellido Nombre

2. Dirección del entrevistado:

Calle o plaza N°

Localidad Provincia

3. Intentos de entrevista:

Intento N° Fecha Tiempo Nombre del Entrevistador Resultado

1

2

3

4

4. Resultado final de la entrevista:

(1) Entrevista realizada (5) Se negó a la entrevista
(2) Sujeto no localizado (6) Nunca está en casa
(3) Desconocido (7) Otros resultados
(4) Se trasladó, nueva dirección desconocida

5. Fecha de la entrevista realizada

Indíquese la fecha de la entrevista si la hubo

Mes Año
(Si no hubo entrevista utilícese la clave "999")

6. Número de identificación del entrevistador:

7. Clave del distrito

Conocimientos
Actitudes 5
Práctica 1
Tarjeta N° 5
N° de identificación 2
3 4 5 6

7

Mes Año
8 9 10

11

12

8. Número de habitantes

- | | |
|---------------------|---------------|
| (1) Más de 20.000 | (6) 500 a 999 |
| (2) 10.000 a 19.999 | (7) 200 a 499 |
| (3) 5.000 a 9.999 | (8) 100 a 199 |
| (4) 2.500 a 4.999 | (9) 1 a 99 |
| (5) 1.000 a 2.499 | |

13

9. Sexo del sujeto

- | | |
|------------|-----------|
| (1) Hombre | (2) Mujer |
|------------|-----------|

14

Las siguientes series de preguntas, formuladas en la encuesta previa, deben figurar también en la encuesta posterior:

Preguntas demográficas
 Condición socioeconómica
 Conocimiento de contraceptivos
 Actitudes frente a la planificación de la familia
 Práctica de la planificación de la familia
 Cuestiones ajenas a la planificación de la familia
 Contacto con los agentes ejecutores, las autoridades locales y el programa de planificación de la familia

Para estas preguntas se necesitarán tres tarjetas. Las preguntas de evaluación ulterior sugeridas comienzan con la clave 4. Una vez hechas todas las preguntas pertinentes de la encuesta, háganse también preguntas relativas a actividades concretas de comunicación.

Conocimientos	
Actitudes	<u>5</u>
Práctica	<u>1</u>
Tarjeta nº	<u>5</u>
	<u>2</u>
Nº de identificación del entrevistado	

1. ¿Ha oído usted esta divisa " _____ "

- | | |
|------------------------------|-----------------|
| (1) Sí | (3) No sabe |
| (2) No (pase a la preg. nº6) | (4) No responde |

3 4 5 67

2. Donde ha oído o visto usted la divisa " _____ "

- | | | | | |
|--------------|--------|--------|-------------|-----------------|
| Radio | (1) Sí | (2) No | (3) No sabe | (4) No responde |
| Periódico | (1) Sí | (2) No | (3) No sabe | (4) No responde |
| Insignia | (1) Sí | (2) No | (3) No sabe | (4) No responde |
| Cartel | (1) Sí | (2) No | (3) No sabe | (4) No responde |
| Envío postal | (1) Sí | (2) No | (3) No sabe | (4) No responde |
| Cine | (1) Sí | (2) No | (3) No sabe | (4) No responde |
| Revista | (1) Sí | (2) No | (3) No sabe | (4) No responde |
| Altavoz | (1) Sí | (2) No | (3) No sabe | (4) No responde |

89101112131415

3. ¿Ha oído o visto usted la divisa " _____ " en casa de sus amigos o vecinos?

- | | |
|--------|-----------------|
| (1) Sí | (3) No sabe |
| (2) No | (4) No responde |

16

4. ¿Ha oído usted la divisa " _____ " en boca de sus hijos

- | | |
|--------|-----------------|
| (1) Sí | (3) No sabe |
| (2) No | (4) No responde |

17

5. ¿Ha oído usted la divisa en una clínica sanitaria? 18
- (1) Sí (3) No sabe
(2) No (4) No responde
6. ¿Reconoce usted el símbolo? (enséñese el símbolo) 19
- (1) Sí (3) No sabe
(2) No (pase a la preg. 8) (4) No responde
7. ¿Dónde ha visto usted este símbolo? 20
- (1) Clínica de planificación de la familia (6) Centro sanitario
(2) Insignia (7) Otros lugares _____
(3) Periódico (8) No sabe
(4) Cartel (9) No responde
(5) Hospital
8. ¿Ha ido usted al cine en los últimos tres meses? 21
- (1) Sí (3) No sabe
(2) No (pase a la preg. 11) (4) No responde
9. En caso afirmativo, ¿ha visto usted algo sobre planificación de la familia en el cine? 22
- (1) Sí (3) No sabe
(2) No (4) No responde
10. ¿Qué recuerda usted de la película que vió sobre planificación de la familia? 23
- (1) No responde (5) Aparecían familias con muchos y con pocos hijos
(2) Trata de contraceptivos (6) No sabe
(3) Podemos dar mejor educación a los hijos si son (7) Otras respuestas _____
(4) No recuerda nada
11. ¿Oyó usted hablar de la planificación de la familia por la radio? 24
- (1) Sí (3) No sabe
(2) No (pase a la preg. 13) (4) No responde
12. ¿Qué recuerda usted de lo que oyó por la radio sobre planificación de la familia? 25
- (1) No responde (6) Otras respuestas _____
(2) Divisa _____ (7) _____
(3) No recuerda (8) _____
(4) Explicación de como impedir el embarazo (9) No sabe
(5) Dos o tres hijos pueden prestar apoyo en la vejez
13. ¿Ha visto usted esta imagen? (enséñese un cartel) 26
- (1) Sí (3) No sabe
(2) No (pase a la preg. 18) (4) No responde
14. ¿Ha visto usted esta insignia? 27
- (1) Sí (3) No sabe
(2) No (4) No responde

15. ¿La ha visto usted en el cartel?

- (1) Sí (3) No sabe
(2) No (4) No responde

28

16. ¿La ha visto usted en el periódico?

- (1) Sí (3) No sabe
(2) No (4) No responde

29

17. ¿Lee usted un periódico?

- (1) Sí (3) No sabe
(2) No (4) No responde

30

18. ¿Ha leído usted algo sobre planificación de la familia o el problema demográfico en el periódico durante los últimos tres o cuatro meses?

- (1) Sí (3) No sabe
(2) No (pase a la preg. 20) (4) No responde

31

19. ¿Qué recuerda usted haber leído sobre crecimiento demográfico o planificación de la familia?

- (1) Nada (6) _____
(2) No recuerda (7) _____
(3) _____ (8) No sabe
(4) _____ (9) No responde
(5) _____

32

20. ¿Ha visto usted una exposición sobre cuestiones demográficas y planificación de la familia?

- (1) Sí (3) No sabe
(2) No (pase a la preg. 22) (4) No responde

33

21. ¿Qué recuerda usted haber leído o visto en la exposición?

- (1) _____ (6) _____
(2) _____ (7) _____
(3) _____ (8) No sabe
(4) _____ (9) No recuerda
(5) _____

34

22. ¿Ha recibido usted algo por correo sobre planificación de la familia?

- (1) Sí (3) No sabe
(2) No (4) No responde

35

23. ¿Le ha hablado usted a alguien, durante los últimos cuatro o cinco meses sobre la planificación de la familia?

- (1) Sí (3) No sabe
(2) No (pase a la preg. 25) (4) No responde

36

24. ¿Qué ha dicho usted sobre esta cuestión?

- (1) _____ (6) _____
(2) _____ (7) _____
(3) _____ (8) No sabe
(4) _____ (9) No responde
(5) _____

37

25. ¿Ha mencionado alguien el tema de la planificación de la familia hablando con usted? ¿Qué le han dicho a usted sobre planificación de la familia o el crecimiento demográfico?

(1) _____	(6) _____
(2) _____	(7) _____
(3) _____	(8) No sabe
(4) _____	(9) No responde
(5) _____	

38

26. ¿Calcula usted que ha hablado con alguien sobre la planificación de la familia cada día, una vez a la semana, una vez al mes o nunca

(1) Cada día	(4) Nunca
(2) Cada semana	(5) No sabe
(3) Una vez al mes	(6) No responde

39

27. ¿Le han hablado a usted de planificación de la familia, un maestro o maestra de escuela, una autoridad local, una comadrona, unos directores, unos funcionarios de alfabetización o sanitarios o alguna otra persona?

(1) Sí	(3) No sabe
(2) No	(4) No responde

40

28. ¿Quién le ha hablado de planificación de la familia? (Anótese cada fuente mencionada por el entrevistado; no debe leerse a éste la siguiente lista)

Respecto a cada persona, indíquese en clave:

(1) Mencionado (2) No mencionado (3) Nadie habló de planificación de la familia (4) Respuesta insegura

- | | |
|---|----|
| _____ a. Maestro o maestra de escuela | 41 |
| _____ b. Capataz | 42 |
| _____ c. Autoridad local | 43 |
| _____ d. Funcionarios sanitarios | 44 |
| _____ e. Funcionarios de alfabetización | 45 |
| _____ f. Comadrona | 46 |
| _____ g. Punto de distribución | 47 |
| _____ h. Personal de una unidad móvil | 48 |
| _____ i. Médico | 49 |
| _____ j. Enfermera | 50 |
| _____ k. Ejecutores del programa sobre el terreno | 51 |
| _____ l. Otros (especificar) _____ | 52 |

29. Le ha visitado a usted, durante el último año, algún agente que le haya hablado sobre planificación de la familia en su propio domicilio?

(1) Sí	(3) No sabe
(2) No (pase a la preg.31)	(4) No responde

53

30. En caso afirmativo, ¿qué recuerda usted de la visita? ¿Qué dijo el agente? ¿Le dió a usted un prospecto u otros materiales educativos?

- | | |
|-----------|----------------------|
| (1) _____ | (6) _____ |
| (2) _____ | (7) No recuerda nada |
| (3) _____ | (8) No sabe |
| (4) _____ | (9) No responde |
| (5) _____ | |

54

31. ¿Ha asistido usted alguna vez a una reunión en la que se hablara de planificación de la familia?

- | | |
|-----------------------------|-----------------|
| (1) Sí | (3) No sabe |
| (2) No (pase a la preg. 33) | (4) No responde |

55

32. ¿Donde se celebró la reunión?

- | | |
|--|---------------------------------|
| (1) En casa de un amigo | (6) Otro lugar _____ |
| (2) En la escuela | (7) No sabe |
| (3) En un centro sanitario | (8) No responde |
| (4) En la clínica de planificación de la familia | (9) Nunca asistió a una reunión |
| (5) Otro lugar _____ | |

56

33. ¿Ha estado usted durante los últimos _____ meses en una clínica de planificación de la familia o en algún lugar donde se faciliten contraceptivos o esterilizaciones?

- | | |
|-----------------------------|-----------------|
| (1) Sí | (3) No sabe |
| (2) No (pase a la preg. 35) | (4) No responde |

57

34. En caso afirmativo, ¿qué método de contracepción aceptó usted?

- | | |
|------------------|-------------------------|
| (1) Píldora | (4) Vesectomía |
| (2) Preservativo | (5) Ligadura de trompas |
| (3) DIU | |

58

35. ¿Cree usted que la información dada sobre los contraceptivos fue exacta y veraz?

- | | |
|--------|-----------------|
| (1) Sí | (3) No sabe |
| (2) No | (4) No responde |

59

36. ¿Considera usted que el personal de la clínica era amable y servicial?

- | | |
|--------|-----------------|
| (1) Sí | (3) No sabe |
| (2) No | (4) No responde |

60

37. ¿Han recurrido alguna vez a los temas de planificación de la familia los grupos locales de teatro, títeres u otros espectáculos?

- | | |
|--------|-----------------|
| (1) Sí | (3) No sabe |
| (2) No | (4) No responde |

61

38. En caso afirmativo, ¿en qué tipo de espectáculos?

- | | |
|----------------------|-----------------|
| (1) Títeres o guiñol | (6) _____ |
| (2) Músicos locales | (7) _____ |
| (3) Grupos de teatro | (8) No sabe |
| (4) _____ | (9) No responde |
| (5) _____ | |

62

Formulando una serie de preguntas a la élite, el personal encargado de la comunicación puede determinar su conocimiento sobre el problema de la población y la planificación de la familia. Se puede estimar igualmente el grado de participación futura en el programa. La élite debe recibir alguna información sobre población y planificación de la familia antes de someterle el cuestionario. Se deberían enviar panfletos que describan el problema de población, incluyendo indicaciones sobre las encuestas relativas al conocimiento, actitudes y práctica de la planificación de la familia. Un esbozo general sobre el panfleto debería comprender las siguientes secciones:

El problema de la población: (a) la tasa de nacimientos, de decesos y de crecimiento de la población; (b) número previsible de años en que la población se duplicará; (c) si la tasa de nacimientos se redujera a 50 por ciento en los próximos 10 años, número aproximado de años para que la población se duplique; (d) aun en el caso de que se introdujeran programas intensivos de planificación de la familia, ésta se duplicará a la larga; (e) el número aproximado de años en los cuales se doblará la población si en los próximos 10 años las tasas de crecimiento se limitaran al reemplazo de generaciones.

Planificación de la familia: (a) el porcentaje de mujeres que afirma no haber deseado el último embarazo; (b) la dimensión ideal de la familia; (c) la descripción de las características de las mujeres que generalmente no desean tener más hijos: edad, número de hijos vivos, etcétera; (d) la proporción de abandonos de los diferentes métodos: píldoras, preservativos y retirada prematura; (e) las principales ideas erradas sobre la vasectomía: pérdida del deseo sexual, aumento de peso, omisión de la eyaculación y cambio de la voz.

Aspectos jurídicos: restricciones en contra de (a) la propaganda en favor del uso de anti-conceptivos; (b) la utilización de personal paramédico; (c) el aborto; (d) la vasectomía y la ligadura de las trompas; (e) la edad para contraer matrimonio; (f) los derechos de la mujer; (g) el trabajo de los niños; (h) las disposiciones sobre registro civil (nacimientos y decesos); (i) la educación obligatoria.

Aspectos políticos: (a) objetivos o políticas en materia de nacimiento, deceso e inmigración; (b) uso o no de incentivos; (c) prioridad relativa acordada a la planificación de la familia en los programas de desarrollo y (d) declaraciones del jefe del Estado y del gobierno. Cada una de estas secciones pueden ser objeto de un panfleto separado.

El cuestionario puede utilizarse de manera diferente. Puede enviarse por correo; el personal de comunicación o de evaluación puede formular directamente las preguntas; los jefes de los ministerios o de departamentos pueden enviar el cuestionario a los subsecretarios o a los administradores provinciales; los reporteros de los periódicos pueden interrogar sobre estos tópicos durante las conferencias de prensa o las entrevistas.

El resultado de los cuestionarios permitirá evaluar el conocimiento que poseen los grupos que constituyen la élite sobre los problemas de la población y suministrar, asimismo, directivas para elaborar una estrategia de la comunicación.

Las preguntas que le hago comportan dos partes. La primera para darme cuenta de su conocimiento y de sus actitudes sobre las cuestiones de población y de planificación de la familia. La información obtenida será confidencial. La segunda parte está destinada a determinar su cooperación posible en el programa de planificación de la familia. Parto de la hipótesis que Ud. ha leído el panfleto que le enviamos.

1. ¿Aprueba usted o desaprueba un programa que proporcione a los padres la oportunidad de tener hijos cuando lo deseen?

(1) Aprueba (3) No sabe
(2) Desaprueba (4) No responde

2. ¿Cree usted que la población de _____ está creciendo muy rápido, muy lentamente o en proporción satisfactoria?

(1) Muy rápido (4) No sabe
(2) Muy lentamente (5) No responde
(3) Correctamente

3. La población de _____ doblará aún cuando se ponga en práctica con éxito un programa de planificación de la familia. ¿Piensa usted que es bueno o que es malo para _____?

(1) Bueno (3) No sabe
(2) Malo (4) No responde

4. Para las mujeres que están criando 5 o 6 hijos, ¿cree usted que el gobierno debería establecer una política mediante la cual las parejas que lo desean solo tengan 2 o 3 niños?

(1) Sí (3) No sabe
(2) No (4) No responde

5. ¿Cuántos habitantes considera usted como cifra ideal para _____?

(Exprese las respuestas en millones; use la clave "0" para 11 y 12 si es necesario)

6. ¿En cuantos años cree usted que la población llegará a esta cifra?

(Si no responde coloque la clave "99" y si no sabe "88")

7. En presencia del _____ por ciento de mujeres que afirman que su último embarazo fue indeseado, ¿cree usted que debería darse la oportunidad de interrumpir los embarazos no deseados mediante la intervención de médicos técnicamente calificados?

(1) Sí (3) No sabe
(2) No (4) No responde

Cuestionario para la élite $\frac{6}{1}$

Tarjeta $\frac{1}{2}$

Identidad:

3 4 5 6

7

8

9

10

11 12 13

14 15

16

8. Actualmente el _____ por ciento de las mujeres que utilizan métodos anticonceptivos los abandonan al cabo de 4 años. Tienen _____ años de edad y _____ hijos. ¿Cree usted que a estas mujeres o a sus esposos se les debe ofrecer contraceptivos permanentes

17

- (1) Sí (3) No sabe
(2) No (4) No responde

9. ¿Cree usted que las mujeres que quedan embarazadas después del fracaso de un anticonceptivo, deben tener el derecho de interrumpir el curso del proceso?

18

- (1) Sí (3) No sabe
(2) No (4) No responde

10. Algunas personas han afirmado que las tasas de natalidad y de mortalidad declinarán solamente en presencia de un progreso económico y social rápido. En alguno de los países más avanzados, las parejas se acercan a una dimensión de la familia que corresponde a la del reemplazo de generaciones, la tasa de mortalidad infantil es baja, los padres reciben ayuda, los hijos no trabajan para sus padres, la enseñanza, es obligatoria hasta el nivel secundario y las disparidades sobre los ingresos no son tan grandes. ¿Cuál de estos programas piensa usted que debería tener prioridad?

(Lea los temas)

- a. Suministrar servicios de planificación de la familia

19

- (1) Gran prioridad (3) No sabe
(2) Poca prioridad (4) No responde

- b. Suministrar pensiones

20

- (1) Gran prioridad (3) No sabe
(2) Poca prioridad (4) No responde

- c. Prohibir el trabajo de los niños

21

- (1) Gran prioridad (3) No sabe
(2) Poca prioridad (4) No responde

- d. Educación obligatoria

22

- (1) Gran prioridad (3) No sabe
(2) Poca prioridad (4) No responde

- e. Promulgación de leyes relativas a impuestos sobre la renta y sobre salario mínimo. Establecimiento de políticas de repartición de beneficios y otros destinados a disminuir las desigualdades

23

- (1) Gran prioridad (3) No sabe
(2) Poca prioridad (4) No responde

11. Algunos de los problemas relacionados con el aumento de la población en los planes de desarrollo, residen en que la prioridad dada a los programas no tienen que ver directamente con el bienestar económico y social del público. ¿Quisiéramos saber qué tipos de estrategias para el desarrollo, usted cree que deben tener prioridad.

a. Incentivos al capital o al trabajo industrial.

- (1) Incentivo al capital (3) No sabe
 (2) Incentivo al trabajo industrial (4) No responde

24

b. Educación primaria o universitaria

- (1) Educación primaria (3) No sabe
 (2) Educación universitaria (4) No responde

25

c. Formar médicos como especialistas o incorporar personal paramédico en los servicios rurales.

- (1) Formar médicos (3) No sabe
 (2) Incorporar personal paramédico (4) No responde

26

d. Destinar los soldados a las actividades militares o al desarrollo de los programas.

- (1) Actividades militares (3) No sabe
 (2) Desarrollo de los programas (4) No responde

27

12. La edad legal para contraer matrimonio es de _____ años para los hombres y de _____ años para las mujeres. ¿Aprobaría o desaprobaría usted que estas edades se modificaran a _____ años para los hombres y _____ años para las mujeres?

- (1) Aprobaría (3) No sabe
 (2) Desaprobaría (4) No responde

28

13. ¿Durante cuántos años la educación debería ser obligatoria?

- (1) 1 año (6) 6 años (11) 11 años
 (2) 2 años (7) 7 años (12) 12 años
 (3) 3 años (8) 8 años (77) Ninguno
 (4) 4 años (9) 9 años (88) No sabe
 (5) 5 años (10) 10 años (99) No responde

29 30

14. Existen ciertas costumbres y leyes que restringen los derechos de las mujeres y de los niños. Corrientemente muchos niños trabajan en factorías y fincas cuando deberían estar en la escuela. Las mujeres sufren a veces de restricciones en su trabajo, en los derechos sucesorales, en el apoyo legal en caso de divorcio o en la custodia de los hijos. ¿Qué programas o políticas cree usted que deberían instituirse para proteger los derechos de las mujeres y los niños, y para suministrarles mejores oportunidades?

- (1) _____
 (2) _____
 (3) _____

31 32 33

15. ¿Cree usted que se debe pedir a los padres que tengan solamente los hijos deseados? El gobierno podría planificar mejor los servicios sanitarios, de educación y otros, si los padres tuvieran solo los hijos deseados. Antes de concebir un hijo los padres deberían ser llamados a indicar en un registro su intención. ¿Aprobaría o desaprobaría tal ley?

- (1) Aprobaría (3) No sabe
 (2) Desaprobaría (4) No responde

34

16. Los padres que tienen 6 o 7 hijos requieren de parte del gobierno más servicios, tales como escuelas, que aquellos que tienen 2 o 3 hijos. ¿Cree usted que los padres deberían pagar un impuesto proporcional a los servicios que reciben y a su nivel de ingresos?

- | | |
|---|--------------------|
| (1) Impuesto proporcional a los servicios | (4) En ningún caso |
| (2) Impuesto proporcional a los ingresos | (5) No sabe |
| (3) Ambos | (6) No responde |

35

17. Algunos gobiernos ofrecen alojamiento y facilidades sanitarias con carácter de prioridad a las parejas de pocos hijos. ¿Aprueba o desaprueba usted tal proceder?

- | | |
|----------------|-----------------|
| (1) Aprueba | (3) No sabe |
| (2) Desaprueba | (4) No responde |

36

18. Si se recompensara a los padres y a una comunidad por haber tenido éxito en el control de la fertilidad mediante pensiones durante la vejez, mejores servicios sanitarios y más educación, ¿aprobaría o desaprobaría usted tales ventajas?

- | | |
|------------------|-----------------|
| (1) Aprobaría | (3) No sabe |
| (2) Desaprobaría | (4) No responde |

37

19. Si en cada comunidad los padres tuvieran que votar sobre la dimensión apropiada de la población y en consecuencia de la familia, y tuvieran la responsabilidad de participar en la obtención de este objetivo, ¿aprobaría o desaprobaría usted tal objetivo?

- | | |
|------------------|-----------------|
| (1) Aprobaría | (3) No sabe |
| (2) Desaprobaría | (4) No responde |

38

20. ¿Cree usted que los padres deben ser considerados individualmente como responsables frente a la comunidad de tener la cantidad de hijos que se decida en el cuadro de tal programa?

- | | |
|-------------------------------|-----------------|
| (1) Deberían ser responsables | (4) No sabe |
| (2) No deberían | (5) No responde |
| (3) Depende | |

39

21. ¿Cuántos hijos vivos tiene usted?

- | | |
|-------------|---------------------|
| (1) 1 hijo | (9) 9 hijos |
| (2) 2 hijos | (10) 10 hijos |
| (3) 3 hijos | (11) 11 hijos |
| (4) 4 hijos | (12) 12 hijos |
| (5) 5 hijos | (13) 13 hijos |
| (6) 6 hijos | (14) 14 hijos o más |
| (7) 7 hijos | (15) Ninguno |
| (8) 8 hijos | (16) No contesta |

40

41

22. ¿Utiliza usted actualmente algún método de planificación de la familia

- | | |
|--------|-----------------|
| (1) Sí | (3) No sabe |
| (2) No | (4) No responde |

42

23. (En caso afirmativo) ¿Qué método utiliza usted actualmente?

- | | |
|------------------------------|------------------------|
| (1) Píldora | (6) Ninguno |
| (2) Dispositivo intrauterino | (7) Retirada prematura |
| (3) Preservativo | (8) No sabe |
| (4) Vasectomía | (9) No responde |
| (5) Ligadura de trompas | |

 43

Ahora, quisiera hacerle algunas preguntas sobre como piensa usted que puede cooperar o participar en el programa de planificación de la familia.

24. ¿Podría usted darme una declaración para ser reproducida en nuestras publicaciones, en una propaganda periodística o en un anuncio radial? ¿Qué declaración podría hacer ahora relativa al problema de la población en _____ o sobre el programa de planificación de la familia?

 44

- | | |
|---------------------------|-----------------------------|
| (1) Declaración formulada | (2) Ausencia de declaración |
|---------------------------|-----------------------------|

_____	_____
_____	_____
_____	_____

25. ¿Tiene usted la intención de redactar una circular o directiva dirigida a quienes son responsables frente a usted de participar en el programa de planificación de la familia?

 45

- | | |
|--------|-----------------|
| (1) Sí | (3) No sabe |
| (2) No | (4) No responde |

26. ¿En cuál de las siguientes direcciones debe orientarse el programa de planificación de la familia y de formación, que se lleva a cabo actualmente?

a. Incorporar las cuestiones de población y de planificación de la familia en el programa de formación del personal en servicio.

 46

- | | |
|--------|-----------------|
| (1) Sí | (3) No sabe |
| (2) No | (4) No responde |

b. Los supervisores deberían encargarse de distribuir panfletos y de desarrollar los centros de distribución de preservativos y píldoras.

 47

- | | |
|--------|-----------------|
| (1) Sí | (3) No sabe |
| (2) No | (4) No responde |

c. ¿Existe un lugar en su establecimiento donde un médico podría venir a practicar vasectomías, ligadura de trompas o interrupción de embarazos

 48

- | | |
|--------|-----------------|
| (1) Sí | (3) No sabe |
| (2) No | (4) No responde |

d. ¿Podría usted utilizar carteles para promover los servicios?

 49

- | | |
|--------|-----------------|
| (1) Sí | (3) No sabe |
| (2) No | (4) No responde |

e. ¿Podría usted desarrollar un sistema de servicio para la distribución de los panfletos?

- (1) Sí (3) No sabe
(2) No (4) No responde

50

f. ¿Tiene usted una publicación interna en la cual podría incluirse información sobre métodos anticonceptivos e indicación del lugar donde pueden obtenerse?

- (1) Sí (3) No sabe
(2) No (4) No responde

51

27. ¿De qué manera podría usted premiar a las parejas o a las comunidades que han tenido éxito en el control de embarazos no deseados, o qué tipo de persuasión puede establecerse bajo su autoridad?

- (1) _____
(2) _____
(3) _____

52

9 Formulario para las anotaciones diarias del agente ejecutor

El registro diario de las visitas domiciliarias persigue los siguientes fines: (a) llevar el cómputo de los nacimientos y de la mortalidad infantil; (b) determinar la frecuencia de los embarazos y su resultado; (c) determinar la utilización actual y los intentos de utilización de contraceptivos; (d) tomar nota de un plan familiar en que se especifique el número de hijos deseados y el momento en que se desean.

Un agente ejecutor (o ejecutora) con un sector de 20 000 habitantes tendrá unos 5 000 hogares con 3 600 mujeres en el grupo de edad que va de los 15 años a los 45. Si realiza 10 visitas domiciliarias al día durante 300 días, ese agente podrá entrevistarse con la mayoría de las mujeres durante el primer año. El análisis de un formulario de visitas domiciliarias sólo es útil si se identifica cada familia y se registran los cambios producidos en ella. Debe procederse anualmente a un análisis de la edad y la proporción entre mujeres y hombres visitados, embarazos, métodos contraceptivos utilizados y número ideal de hijos que se desean.

El agente debe disponer de 12 cuadernos de hojas intercambiables, uno por cada mes del año. En cada cuaderno debe haber 60 formularios de visitas domiciliarias. En cada formulario pueden anotarse los datos correspondientes a 5 familias visitadas 5 veces. Si una familia se traslada fuera del sector u otra familia se establece en él, se insertará en el cuaderno un formulario de visita domiciliaria para anotar los datos pertinentes de la nueva familia. Con 60 formularios, puede obtenerse información para un total de 300 familias cada mes. Esta cifra es altamente improbable. Si el agente invierte más de un año en visitar a todas las familias, se le podrán dar más cuadernos.

Al terminar el mes se transmiten los datos reunidos a la unidad de evaluación. Los datos se ponen en tarjetas perforadas por familias. Las tabulaciones por familias pueden registrar los cambios en las prácticas contraceptivas, embarazos y fecundidad. El cuaderno se devuelve al agente al final del mes siguiente, al mismo tiempo que el agente entrega el cuaderno siguiente. Este intercambio de cuadernos podría realizarse el día que se paga el sueldo o en las reuniones mensuales con el supervisor.

El agente deberá anotar, para cada hogar, el nombre del cabeza de familia, el nombre de la esposa y la dirección completa. En la parte alta del formulario el agente pondrá su número de identificación y el número de identificación asignado a la ciudad en que trabaja.

Se atribuye a cada familia un número de identificación a partir del "0001", "0002", etc. El agente pone las claves adecuadas para cada visita.

Las instrucciones de codificación deben estar impresas y colocarse en cada cuaderno.

Finalidad de la visitaColumna 12

Primera visita	1
Visita ulterior al (o la) aceptante	2
Visita a una mujer que ha tenido recientemente un hijo	3
Visita ulterior a un poseedor (o poseedora) de cupón	4
Suministro de preservativos	5
Suministro de píldoras	6
Otros fines	7

Edad de la esposa - Columnas 13 y 14

Anótese la edad en el espacio correspondiente. Escríbase "99" para "No responde" y "88" para "No sabe"

Número de hijos - Columnas 15 y 16

<u>Clave</u>	<u>Clave</u>	<u>Clave</u>
(01) Uno	(09) Nueve	(17) Diecisiete
(02) Dos	(10) Diez	(18) Dieciocho
(03) Tres	(11) Once	(19) Diecinueve
(04) Cuatro	(12) Doce	(20) Veinte
(05) Cinco	(13) Trece	(88) Ninguno
(06) Seis	(14) Catorce	(99) No responde
(07) Siete	(15) Quince	
(08) Ocho	(16) Dieciseis	

Actualmente embarazada - Columna 17

(1) Sí	(3) No sabe
(2) No	(4) No responde

Uso actual de contraceptivos - Columna 18

(1) Píldora	(6) Ligadura de trompas
(2) DIU	(7) Ninguno en la actualidad
(3) Preservativo	(8) Otros
(4) Retirada	(9) No responde
(5) Vasectomía	

Número de hijos deseados - Columna 19

(Anótese cuantos hijos más, dicen desear el marido y la mujer)

(1) Un hijo más	(6) Ninguno
(2) Dos hijos más	(7) Los que Dios quiera
(3) Tres hijos más	(8) No sabe
(4) Cuatro hijos más	(9) No responde
(5) Cinco o más hijos	

Mes y año en que desean tener su próximo hijo

Columna
20, 21 y 22

<u>Mes</u>	<u>Año</u>
(01) Enero	(08) Agosto
(02) Febrero	(09) Septiembre
(03) Marzo	(10) Octubre
(04) Abril	(11) Noviembre
(05) Mayo	(12) Diciembre
(06) Junio	(13) No sabe
(07) Julio	(14) No responde
	(1) 1981
	(2) 1982
	(3) 1983
	(4) 1984
	(5) 1985
	(6) 1986
	(7) 1987
	(8) 1988
	(9) 1989

Cupón entregado - Columna 23

- | | |
|-------------|--------------------|
| (1) DIU | (3) Esterilización |
| (2) Píldora | (4) Ninguno |

Contraceptivos entregados - Columna 24

- | | |
|-----------------------------------|--------------------------------|
| (1) Primer ciclo de píldoras | (4) Ya utilizava preservativos |
| (2) Ya utilizaba píldoras | (5) Ninguno |
| (3) Primer preservativo entregado | |

Para el mes y el año de la visita (columna 25, 26 y 27) utilícese las mismas claves de las columnas 20, 21 y 22

Segunda visita relativa al embarazo - Columna 28

- (1) No ha quedado embarazada desde la última visita
- (2) Sigue embarazada desde la última visita
- (3) El embarazo terminó con el nacimiento de un niño muerto
- (4) El embarazo terminó con parto feliz
- (5) El embarazo terminó por aborto espontáneo
- (6) El embarazo terminó por aborto provocado
- (7) No sabe
- (8) No responde

Número de hijos - Columna 29

Mismas claves de las columnas 15 y 16

Uso actual de contraceptivos - Columna 30

Mismas claves de la columna 18

Cupones entregados - Columna 31

Mismas claves de la columna 23

Contraceptivos entregados - Columna 32

Mismas claves de la columna 24

Finalidad de la visita - Columna 38

- (1) Segunda visita
- (2) Visita ulterior a aceptante
- (3) Visita a madre que ha dado recientemente a luz
- (4) Visita ulterior a poseedor de cupón
- (5) Suministro de preservativos
- (6) Suministro de píldoras
- (7) Otros fines

Primera visita: Mes 25 26 Año 27

[illegible]

Lugar Nº de identificación del lugar 5 6 7

Cuarta visita			Quinta visita		
Mes	Año		Mes	Año	
	52	53		61	62
	54			63	
Embarazo					
Hijo nacido					
Uso actual de contraceptivo					
Cupón entregado					
Contraceptivo entregado					
Objeto de la visita					
Embarazo					
Hijo nacido					
Uso actual del contraceptivo					
Cupón entregado					
Contraceptivo entregado					
Objeto de la visita					

10 Formulario para las anotaciones mensuales del agente ejecutor

Al final de cada mes, el ejecutor del programa sobre el terreno anotará:

1. El total de visitas domiciliarias	_____	
2. El total de los cupones entregados	_____ (Píldoras)	
	_____ (DIU)	
	_____ (Esterilización)	
	<u>Nº de personas</u>	<u>Nº de preservativos</u>
3. Los nuevos aceptantes de preservativos	_____	_____
Los usuarios habituales de preservativos	_____	_____
	<u>Nº de personas</u>	<u>Nº de ciclos</u>
4. Los suministros de píldoras	_____	_____
5. El número de las reuniones de grupo y de asistentes:		<u>Nº de cupones entregados</u>
<u>Organización y lugar</u>	<u>Nº de asistentes</u>	
(1)	_____	
(2)	_____	
(3)	_____	
(4)	_____	
(5)	_____	
6. El número de visitas ulteriores	<u>A domicilio</u>	<u>Fuera del domicilio</u>
DIU	_____	_____
Esterilizaciones	_____	_____
Píldoras	_____	_____
	<u>Nº de funcionarios</u>	<u>Nº de píldoras, preservativos y cupones entregados</u>
	_____	_____
7. Las visitas a funcionarios:		
Píldoras entregadas	_____	_____
Preservativos entregados	_____	_____
Cupones: Píldoras	_____	_____
DIU	_____	_____
Esterilizaciones	_____	_____

11 Los cupones

Los cupones adjuntos se refieren al DIU y a la esterilización. Puede hacerse cada mes un análisis de la sección central de la manera siguiente:

<u>Edad</u>	<u>Número de hijos</u>										<u>Promedio de hijos</u>
	<u>1</u>	<u>2</u>	<u>3</u>	<u>4</u>	<u>5</u>	<u>6</u>	<u>7</u>	<u>8</u>	<u>9</u>	<u>10+</u>	<u>No responde</u>
15 a 19											
20 a 24											
25 a 29											
30 a 34											
35 a 39											
40 a 44											
45+											
No responde											

	<u>Mes</u>	
	<u>Nº</u>	<u>%</u>
Estudios: Ninguno		
Escuela primaria		
Escuela secundaria		
Más allá de la escuela secundaria		
No sabe		
No responde		
¿Desea la mujer tener más hijos?		
Sí		
No		
No sabe		
No responde		
Total		
Método contraceptivo anterior:		
Sí		
No		

Por método:

Píldoras	_____	_____
DIU	_____	_____
Preservativos	_____	_____
Retirada	_____	_____
Otros	_____	_____
No sabe	_____	_____
No responde	_____	_____
Total	_____	_____

Afiliación:

Organización privada	_____	_____
Departamento de Sanidad	_____	_____
Hospital universitario	_____	_____
Equipo móvil	_____	_____
Seguridad social	_____	_____
Otros _____	_____	_____
_____	_____	_____
_____	_____	_____

DIVISA "

"

DIU (imprímanse 200.000 prospectos y cupones en cuadernos de 50)

1. Por todas partes se habla de DIU, dispositivo intrauterino o "esterilete". Es un contraceptivo que ha sido probado y ha demostrado su eficacia.
2. Hay solamente uno o dos embarazos por cada 100 mujeres que utilizan el DIU.
3. El DIU está hecho de plástico blando y flexible.
4. Es gratuito en todas las clínicas mencionadas en este cupón.
5. Una doctora especializada puede insertar el DIU en pocos segundos. Como no hace daño alguno, no se administra ningún anestésico ni inyección a la mujer.
6. Cuando la mujer quiere tener un hijo, la doctora extrae simplemente el DIU en pocos segundos y sin ocasionar dolor.
7. El mejor momento para insertar el DIU es dos días después de la menstruación. No obstante, puede insertarse en cualquier momento.
8. Algunas mujeres sangrarán ligeramente por poco tiempo, pero esto no es, de ninguna manera, nocivo para su salud. En pocos casos la mujer sangrará más de dos semanas. En tal caso debe volver a la doctora. Si sufre calambres, generalmente desaparecerán. El organismo de la mujer tiene que acostumbrarse al cuerpo extraño. El DIU tiene dos cuerdecillas que pueden tocarse con la yema del dedo. La mujer debe comprobar que el DIU está en su lugar tocando las cuerdecillas en el cuello del útero al menos una vez a la semana.
9. En muy pocos casos, la mujer puede expulsar el DIU con la primera o la segunda regla después de la inserción. Evidentemente, en tal caso cesa la protección. La mujer debe volver a la doctora lo más pronto posible para que le inserte de nuevo el DIU.
10. Usted podría enseñar este cupón a una amiga, vecina o pariente; ellas lo agradecerían mucho.
11. ¿Cuándo recibe la doctora para la inserción del DIU? Usted puede verla el _____ (fecha) a las _____ (hora)
12. Las clínicas son las siguientes

<u>Clínica</u>	<u>Dirección</u>	<u>Medios de transporte</u>	<u>Horas de consulta</u>
----------------	------------------	-----------------------------	--------------------------
13. Puede solicitarse más información telefoneando a los números _____ y _____, o escribiendo a _____.

PARTE I

Nombre de la persona a quien se da el cupón _____

Dirección _____

Fecha del cupón _____

Número del cupón _____

PARTE II

Devuélvase después de la visita ulterior de control _____ (fecha)

A. El cliente aceptó

Fecha de la visita de control _____

1. ¿Ha habido cambios en el cliente, buenos o malos?

Explíquese _____

2. ¿Tuvo en cuenta el operado de vasectomía el esperma remanente?

Sí _____ No _____

B. El cliente no aceptó

¿Por qué razones no aceptó? _____

Nº del cupón _____

PARTE III

Cupón de esterilización

Nombre del cliente _____

Dirección _____

Edad _____ Nº de hijos _____ Varones _____

Hembras _____ Edad del cónyuge _____

Estudios: Ninguno _____ Primaria _____

Secundaria _____ Otros _____

Quiere tener más hijos?

Sí _____ No _____

Ha utilizado antes contraceptivos?

Sí _____ No _____

En el primer caso: DIU _____ Píldora _____

Preservativo _____ Otros _____

Fecha de la operación _____

Tipo de operación _____

Nombre de la clínica _____

Nombre del médico _____

Dirección _____

Claves

Presentador _____

Provincia _____

Distrito _____

Clínica _____

Aceptante _____

Nº del cupón _____

PARTE IV

Este cupón da derecho a _____ (nombre)

a una esterilización gratuita.

Fecha límite _____

1. Con el consentimiento de mi cónyuge he decidido someterme a la esterilización para no tener mas hijos.

Firma del aceptante

2. Yo (nombre del médico) _____

he realizado una vasectomía (ligadura de trompas) y he recibido la cantidad de _____ como honorarios.

Firma del médico

3. Yo (nombre del asistente) _____

he asistido en la operación

Firma del asistente

4. Yo (nombre del agente presentador) _____

he dado información y he recibido la cantidad de _____ por viaje y dietas.

Firma del presentador

5. Fecha _____

Firma del funcionario pagador:

Nº del cupón _____

Divisa " _____ "

Lo que hay que saber sobre la esterilización

La esterilización femenina es una operación de efectos permanentes, que impide que los óvulos de la mujer entren en contacto con el esperma del hombre, para lo cual se cortan o se ligan las trompas donde se inicia la vida del feto. La esterilización masculina es una operación de efectos permanentes que impide que el esperma se sume a las sustancias emitidas durante el acto sexual.

La mayoría de las parejas que practican la planificación de la familia, no desean espaciar los nacimientos si no evitarlos. Miles de hombres y mujeres se han sometido a la esterilización. La esterilización es el único medio contraceptivo eficaz a cien por cien, junto con las píldoras contraceptivas. Pero el 70 % de las usuarias de píldoras las abandonan al cabo de un año, y el 50 % de las que recurren al DIU renuncian a él después de dos años. La operación es gratuita. Una vez realizada ésta, la pareja no tiene que preocuparse más. No hay que pagar nada ni usar nada constantemente. La operación es inofensiva, sencilla y segura.

Para tener derecho a la esterilización, es preciso tener más de 30 años. La mujer debe tener menos de 45, tener dos hijos y estar decidida a no tener más.

La esterilización femenina es una operación en la que se invierten 30 minutos, en un hospital. La mujer debe permanecer hospitalizada de 2 a 3 días. La operación se realiza a menudo cuatro días después de un parto.

La operación masculina no produce la impotencia. Se sigue emitiendo las sustancias, pero estas no contienen semen, que generalmente constituye menos de la décima parte del líquido emitido. La esterilización masculina no es una castración. No se suprime el órgano. No hay cambio alguno en la voz, el peso o el apetito. El único cambio consiste en que el padre no tiene ya que temer embarazos no deseados. La operación puede hacerse en 15 minutos en un consultorio médico. El hombre puede regresar a su casa el mismo día; al cabo de dos días vuelve, para que el médico le retire los puntos de sutura. Antes de practicar la intervención, el médico suministra un anestésico local, luego hace un corte de la anchura de un dedo en la parte trasera del escroto. Después ata los conductos que canalizan el semen. Prácticamente no hay dolor.

El hombre debe utilizar preservativos en los primeros 15 actos sexuales después de la operación, ya que el esperma puede estar todavía en los conductos. La esterilización masculina es más fácil; dura menos tiempo, cuesta menos y es más rápida que la esterilización femenina. La esterilización femenina es una operación más frecuente por que se realiza después de un parto.

PARTE I

Nombre de la mujer _____

Dirección _____

Localidad _____

Fecha del cupón _____

Nº del cupón _____

PARTE II

Devuélvase después de la visita ulterior de control. (fecha) _____

1. La mujer aceptó el DIU

DIU retenido _____ Retirado _____

Embarazada _____

¿Qué usa ahora? Nada _____

Otros medios _____

2. La mujer no aceptó el DIU

¿Por qué no se insertó el DIU?

3. ¿Como puede mejorarse el programa?

Ciudad _____

Nombre del agente que coloca el cupón _____

Número del cupón _____

PARTE III CUPON DEL DIU

1. A rellenar por un agente sanitario

Nombre de la mujer _____

Dirección _____

Edad _____ Nº de hijos:

Varones _____ Hembras _____

Estudios: Ninguno _____ Primaria _____

Secundaria _____ Otros _____

¿Quiere tener más hijos?

Sí _____ No _____

¿Ha utilizado antes contraceptivos?

Sí _____ No _____. En el primer caso

¿de qué tipo _____

2. A rellenar por el médico

Fecha de inserción _____

Tipo de DIU _____

1a. inserción _____ Reinserción _____

Nombre del médico _____

Categoría de personal de inserción:

Obst/Ginec. _____ Méd. gral. _____

Cirujano _____ Enfermero(a) _____

Claves

Presentador _____

Provincia _____

Distrito _____

Clínica _____

Aceptante _____

Nº de cupón _____

PARTE IV

1. A rellenar por el agente local

Este cupón da derecho a la Sra. _____

_____ a una visita clínica y

una inserción de DIU, gratuitas, si

se usa antes del _____ (fecha)

Firmas del médico, la aceptante y el

presentador.

Yo (nombre del médico o enfermera)

he insertado un DIU y he recibido

_____ como honorarios.

Firma

Yo (nombre de la aceptante)

he aceptado la inserción de un DIU

Firma

Yo (nombre del agente presentador)

he facilitado información y he reci-

bido la cantidad de _____

por viajes y dietas

Firma

Fecha _____

Firma del funcionario pagador

Nº del cupón _____

Materiales de formación en materia de población y comunicación

Manuales

Los medios de comunicación social en relación con la población y el desarrollo
La evaluación de programas de comunicación sobre problemas de población
Investigación en materia de población y comunicación
Empleo integrado de los medios populares y de comunicación social en materia de población

Película sobre la comunicación en materia
de planificación de la familia

Los medios de comunicación de masas y el trabajo sobre el terreno
Medios populares de comunicación
Medios de comunicación a bajo costo
Investigación y evaluación

Población y comunicación: documentación técnica

Los medios de comunicación social, la planificación de la familia y el desarrollo
Papel de la comunicación en la planificación de la familia: estado actual de las investigaciones
La investigación sobre la comunicación en materia de población
Estudios de evaluación sobre comunicación en materia de planificación de la familia
Medios populares y de comunicación social en materia de población

Para más detalles sobre los materiales de formación dirigirse a la
División de Población
Sector de Ciencias Sociales
Unesco
7 Place de Fontenoy, 75700 Paris