

**Guía del Moderador para los Grupos de Enfoque para Evaluar los Esloganes y Conceptos de la Campaña de Alta Visibilidad para el Control de la Conducción en Estado de Embriaguez de 2011.**

Número de la OMB: 2127-0667

***NOTA PARA EL MODERADOR: Cuando todo el grupo esté reunido, lea lo siguiente:***

El propósito de este grupo de enfoque es recolectar información que nos ayudará a entender sus opiniones sobre un tema importante relacionado a la seguridad en las calles y carreteras.

Esta recolección de información es VOLUNTARIA y se usará para propósitos formativos con el fin de evaluar y desarrollar programas diseñados para reducir el número de muertes y lesiones relacionadas con choques automovilísticos. En promedio se calculan 80 minutos para recolectar la información, revisar las fuentes de información disponibles, recolectar y mantener la información, y completar la recolección de información. No vamos a reunir ningún tipo de información personal con la cual puedan ser identificados. Además, tengan en cuenta que una agencia federal no puede realizar o patrocinar una actividad para recolectar información, y la persona no está obligada a responder o ser objeto de sanciones por incumplir con una recolección de información sujeta a los requisitos de la Ley de Reducción de Trámites mientras la recolección no muestre un número de control válido de la Oficina de Administración y Presupuesto (OMB, por sus siglas en inglés). El número de control de la OMB para esta recolección de información es 2127-0667. Los comentarios sobre el estimado de tiempo o cualquier otro aspecto de esta recopilación de información, incluyendo sugerencias para reducir esta carga a: Recopilación de Información Liquidación Oficial, National Highway Traffic Administración de Seguridad, 1200 Nueva Jersey Ave., SE, de Washington, DC, 20590

***NOTA ADICIONAL PARA EL MODERADOR:***

- *Asegure a los participantes que su participación es confidencial y anónima.*
- *Informe a los participantes si hay observadores presentes o si desea hacer una video-grabación (en lugar de tomar notas).*

***Tema de discusión para entrar en conversación:***

**Opciones para la palabra “borracho” y “tú” o “usted”**

**En español todos usamos palabras diferentes para referirnos a la palabra “borracho” (o “drunk” en inglés); ¿pueden pensar en otras palabras en español que signifiquen lo mismo que “borracho”?**

*(El moderador debe presentar varias palabras en una tabla)*

- **¿Qué les gusta de cada palabra?**
- **¿Qué no les gusta de cada palabra?**
- **¿Cuál de estas palabras les parece más natural?** (Palabras que usted y sus amigos usarían)
- **De todas estas palabras ¿cuáles parecen encontradas en un diccionario inglés-español y escritas por un editor sin conocimientos del español?**
- **¿Cuál de todas le llamaría más la atención si la escuchara en la televisión o a sus alrededores?**

**Muy bien, ahora quiero hacer otra pregunta sobre el uso del español. ¿Si estuviera escuchando un anuncio por radio, televisión o internet, esperaría que el locutor le hablara de “usted” o de “tú”?**

**Si el locutor se dirige a usted de manera informal – “tú” –, ¿qué dice eso de su relación con el locutor, del respeto y de la manera como lo percibe él a usted?)**

**¿Y si el locutor se dirige a usted de manera formal – “usted”?**

**En unos minutos vamos a evaluar unos eslóganes de anuncios de publicidad sobre la conducción en estado de ebriedad. ¿Cómo reaccionaría si escuchara “tú” en este contexto? ¿Y si se usara “usted” en lugar de “tú”?**

*(El moderador puede informar a los participantes que ahora van a hablar de los eslóganes)*

### **Evaluación de los eslóganes**

***Transición para abordar la discusión de los eslóganes.*** Puede ser útil que los participantes sepan que un eslogan es una “fórmula breve y original para la publicidad”. Dígales que algunos eslóganes son muy conocidos, otros no. Muestre cada eslogan uno a la vez (utilice el cartel como complemento visual). Para empezar, muestre y discuta cada uno de los eslóganes existentes o antes usados (los primeros cuatro de la siguiente lista). Después muestre y discuta cada uno de los eslóganes de la campaña para sancionar la conducción en estado de ebriedad (numerados del 5 al 11 en la siguiente lista). Al mostrar y discutir los eslóganes del 5 al 11, ordénelos al azar y muéstrelos en diferente orden en cada uno de los cuatro grupos, de manera que ningún eslogan aparezca siempre al principio y otro siempre al final.

*Eslóganes para mostrar en el cartel y discutir, uno a la vez:*

1. **Abrochado o Multado**
2. **Manejar Borracho es un Crimen. Serás Arrestado**
3. **Manejar Entonado es Manejar Borracho**
4. **Los Amigos No Dejan que los Amigos Manejen Borrachos**

***INFORMACIÓN GENERAL PARA EL MODERADOR:*** la discusión de los cuatro eslóganes que aparecen arriba es para que los participantes se preparen mentalmente para expresar sus opiniones. Es probable que todos o algunos de los participantes estén familiarizados con los

*eslóganes que aparecen arriba, y será más fácil para ellos expresar una opinión al respecto. Sin embargo, los siete eslóganes que aparecen abajo nunca han sido usados, y los participantes no tienen la ventaja de haber visto publicidad u otros materiales publicitarios con estos eslóganes.*

- 1. Maneja Tomado y Terminarás Arrestado.**
- 2. Conductor Tomado, Terminará arrestado.**
- 3. Si manejas Borracho, la Policía te Arrestará.**
- 4. Si Manejas Bajo la Influencia del Alcohol, la Policía te Arrestará.**
- 5. Maneja Sobrio, Evita Ser Arrestado por la Policía.**
- 6. No te la Juegues Manejando Borracho. Serás Arrestado.**
- 7. La Policía Vigila. No Manejes Borracho.**

*Para cada uno de los 11 eslóganes (uno a la vez), pregunte e indague lo siguiente:*

- **Cuando lee o escucha este eslogan, ¿qué imágenes se le vienen a la mente?**
- **¿Qué es lo primero que piensan?**
- **¿Qué les gusta de este eslogan?**
- **¿Qué no les gusta de este eslogan?**
- **¿Cómo replantearía su mensaje principal?**
- **Si un patrocinador de publicidad usara este eslogan en sus anuncios publicitarios para que los conductores (descripción del objetivo de la línea), ¿por qué sería buena idea utilizarlo?**

*Una vez que muestre y discuta los 11 eslóganes, reparta una hoja con los 7 eslóganes nuevos de la campaña que promueve el cumplimiento de la ley cuando se conduce en estado de embriaguez (como referencia, vea la próxima página de este documento).*

**De los 7 eslóganes que hemos visto, ¿cuál, en su opinión, es el mejor para convencer a la gente de que la policía está redoblando sus esfuerzos para detener a los conductores ebrios?**

*Dé instrucciones a los participantes para que marquen de manera independiente o dibujen un círculo alrededor de su eslogan favorito. Una vez que los participantes terminen de marcar sus hojas, haga una indagación general. Pregunte a cada participante las razones por las cuales escogió ese eslogan en particular.*

*(Esta hoja es para que cada participante escoja de manera independiente el eslogan que más le gusta.)*

De los siete eslóganes que aparecen abajo ¿cuál es el **mejor**, en su opinión, para convencer a las personas de que la policía está redoblando sus esfuerzos para detener a los conductores ebrios?

1. **Maneja Tomado y Terminarás Arrestado.**
2. **Conductor Tomado, Terminará arrestado.**
3. **Si manejas Borracho, la Policía te Arrestará.**
4. **Si Manejas Bajo la Influencia del Alcohol, la Policía te Arrestará.**
5. **Maneja Sobrio, Evita Ser Arrestado por la Policía.**
6. **No te la Juegues Manejando Borracho. Serás Arrestado.**
7. **La Policía Vigila. No Manejes Borracho.**

*Si uno o más eslóganes son escogidos por tres o más participantes, haga estas preguntas para cada eslogan escogido:*

- **¿Qué tan fácil cree usted que es de entender?**
- **¿Qué tan único y original es?**
- **¿Qué tan fácil es acordarse de él?**
- **¿Qué tan cierto/afirmativo es?**
- **¿Qué tan eficaz sería para que los conductores planeen por adelantado otras alternativas de transporte antes de salir a tomar?**

**Ahora supongamos que les han pedido crear un buen eslogan en español para convencer a las personas de que la policía está redoblando sus esfuerzos para detener a los conductores ebrios. ¿Qué diría su eslogan?**

*(El moderador puede informar a los participantes que ahora van a hablar de los conceptos)*

### **Evaluación de 4 anuncios**

**Ahora me gustaría cambiar el enfoque de esta discusión y me gustaría que viéramos algunas ideas para anuncios publicitarios sobre la conducción en estado de ebriedad. Pueden usar su imaginación todo lo que quieran y hasta podemos suponer que hay varios actores delante de nosotros, representando esta escena.**

1. No importa cómo lo llames
2. Conductor designado
3. Maneje sobrio
4. El juego

### **NOTA PARA EL MODERADOR**

*Muestre cada 1 de los 4 conceptos de publicidad por separado*

*Para cada anuncio de televisión, distribuya la primera de las cuatro hojas de notas (como referencia, vea la próxima página)*

*(Esta hoja es para que cada participante opine de manera independiente sobre cada anuncio una vez que el anuncio se muestre por primera vez.)*

Apuntes del anuncio “1” (las mismas hojas serán elaboradas y distribuidas para los anuncios 2,3 y 4).

Las cosas que más le gustan de este anuncio.

Las cosas que no le gustan de este anuncio.

Lo que más se le quedó en la mente de este anuncio.

**Califíquelo.** Si el mensaje principal es: “¡Atención! Los policías están redoblando sus esfuerzos para hacer valer las leyes que prohíben la conducción en estado de ebriedad.” Entonces déle una calificación de A, B, C, D o F (donde A es la nota más alta y F es la nota más baja):

**¿Quién le otorgó una “A”? ¿Una “B”? – etc., para todas las calificaciones.**

*Para cada una de las calificaciones más altas y más bajas, indague la razón.*

*Si un anuncio publicitario obtiene calificaciones altas de casi todos los participantes, pregunte lo siguiente a los participantes que le otorgaron una “B” o “C”: ¿Qué se necesitaría hacer con este anuncio para que usted le dé una calificación más alta?*

**Como es obvio, el mensaje principal del anuncio es advertir a las personas que no se debe manejar en estado de ebriedad y que la policía está redoblando sus esfuerzos para impedirlo. ¿Qué cosa o qué cosas transmiten este mensaje en este anuncio?**

**¿Cuáles son las cosas, mencione una o dos, que más le llaman la atención de este anuncio?**

**¿El anuncio le recuerda algo que haya visto o escuchado en el pasado?**

*Muestre el anuncio una vez más.*

**¿Qué otras opiniones o ideas tienen sobre este anuncio?**

**Suponga que el mensaje principal de este anuncio es que las personas que manejen en estado de ebriedad tienen más probabilidades de recibir una multa ahora que la policía está redoblando sus esfuerzos – ¿Qué tan claro es este mensaje en este anuncio?**

*Haga y pregunte lo mismo con los otros tres anuncios. Una vez que muestre y que discutan todos los 4 anuncios, haga lo siguiente:*

**Bueno, por último, consideren la situación donde la policía local y estatal realmente redoblan los esfuerzos para hacer cumplir las leyes en contra de manejar embriagado; de todos los anuncios que hemos visto, ¿cuál es el más eficaz para promover este mensaje? (Indague las razones; pida explicaciones.)**

*(Si el tiempo lo permite, consulte con las personas que están observando para ver si no tienen más preguntas.)*