

**Centers for Disease Control and Prevention/Ogilvy Public Relations Worldwide**

**GUIA DE LA CHARLA PARA EL MODERADOR  
SCREEN FOR LIFE: National Colorectal Cancer Action Campaign  
GRUPOS DE ENFOQUE PARA EL 2015 CON ADULTOS DE LA POBLACION EN GENERAL**

**I. ANTECEDENTES (5 minutos)**

***Moderador:***

Preséntese y agradezca a los participantes por haber aceptado venir. Identifique el tema y en términos generales explique el propósito de la charla. Explique la presencia y propósito de las grabaciones de audio y las personas que están observando. Anime a los participantes a hablar con franqueza. Tenga en cuenta que los nombres de los participantes no serán usados en ningún reporte. Facilite las auto presentaciones de los participantes con el primer nombre solamente.

*Ejemplo:*

**Saludos:**

**Buenas tardes para todos. Mi nombre es \_\_\_\_\_. Gracias por participar en la charla esta noche. [El moderador/moderadora hará una pequeña reseña sobre sí mismo/misma]**

**Propósito/patrocinador:**

**Vamos a hablar sobre un tipo de cáncer en especial. Específicamente, estaremos buscando algunas ideas para las publicidades/anuncios en televisión y otros materiales para ayudar a las personas a aprender sobre este tipo de cáncer.**

**Nuestra charla está patrocinada por Los Centros para el Control y Prevención de Enfermedades /Centers for Disease Control and Prevention – o CDC (siglas en ingles). Alguien ha oído hablar de CDC? Hace parte de los servicios de salud pública de los Estados Unidos. La razón por la cual les estoy hablando sobre esto es para hacer énfasis en que los materiales que estaremos observando no han sido desarrollados por una compañía que quiere que usted compre algo. Esto es estrictamente un programa de concientización sobre la salud.**

**No hay preguntas correctas o incorrectas:**

Según la informaciones públicas el tiempo promedio para esta encuesta es de 2 horas, incluyendo el tiempo para revisar las instrucciones, buscar fuentes de datos existentes, reunir y actualizar la información necesaria y completar y revisar el cuestionario. Una agencia no puede realizar o patrocinar, y una persona no está obligada a responder a una recopilación de información a menos que muestre un número de control OMB válido. Envíe sus comentarios con respecto a este proceso o cualquier otro aspecto de esta recopilación de información, incluyendo sugerencias para reducir el tiempo o contenido de este proceso a CDC / ATSDR Clearance Officer; 1600 Clifton Road NE, MS D-74, Atlanta, Georgia 30333; Atención PRA (0920-0800)

Por favor, tenga en cuenta que estoy interesado/a en sus ideas y opiniones - no hay respuestas correctas o incorrectas. Le animo a que sea sincero/a sobre su punto de vista sobre cualquier cosa que surja. No voy a utilizar sus nombres en mi informe - y espero que le ayude a sentirse cómodo/a contándome sus opiniones honestas. Yo no trabajo en esto personalmente, por lo que no usted no va a herir mis sentimientos si hay cosas que no le gustan sobre lo que estamos observando.

### **GRABACIONES/PERSONAS QUE ESTAN OBSERVANDO:**

Estamos siendo grabados en video y audio, así me puedo concentrar en hablar con ustedes y en caso de que exista algún problema con la grabación, le he pedido a alguien que trabaja conmigo que tome notas en el cuarto que está detrás de este espejo. Debido a la grabación, será muy importante que todos/todas hablen por lo menos tan fuerte como yo lo hago. Si usted me ve haciendo esto (gestos con las manos para que suban las voces) será un recordatorio para hablar. Al mismo tiempo, no se ofenda si debo interrumpirlo/a para pasar a otro tema. Me gustaría hablar de muchos diferentes temas y puede que nos de la impresión de que estamos un poco apurados. Si debo interrumpirlo/a, intentaré volver a hablar con usted más tarde.

## **II. PRESENTACIONES (10 minutos)**

Pienso que a todos les gustaría escuchar algo sobre cada uno de ustedes. Ustedes ya saben que mi nombre es \_\_\_\_\_. Vivo en \_\_\_\_\_ y estoy encantado/a de tener esta oportunidad de ver su área y hablar con personas que viven aquí.

Ahora por favor tome un momento antes de presentarse a si mismo/a y piense sobre esto...

Una de las cosas que estaremos hablando es sobre su reacción a algunas ideas preliminares para la televisión y anuncios impresos para una campaña de concientización sobre la salud. Mientras usted se presenta – solamente su nombre - por favor cuéntenos brevemente sobre un anuncio publicitario que haya sido inolvidable para usted - que puede ser un anuncio publicitario acerca de cualquier producto, en cualquier lugar. TV, radio, revista, valla publicitaria... puede ser cualquier cosa. Estoy interesado/a en saber qué es lo que hace a las personas recordar los anuncios publicitarios.

[Pida a la primera persona.] \_\_\_\_\_, quiere comenzar?

## **III. TEMAS PARA LA CHARLA**

### **A. CONOCIMIENTO SOBRE LA DETECCION DE CANCER COLORECTAL (aprox. @10 Minutos)**

**Objetivo:** Evaluar el conocimiento de los participantes sobre los beneficios de la detección.

Moderador/a preguntará:

- 1. Alguien ha oído del cáncer colorectal? Qué han oído? (Escuche por... quién lo tiene, pruebas para la detección disponibles, edad para el diagnóstico)**
- 2. Quién lo tiene? (Escuche por... Hombres? Mujeres? Razas? Grupos étnicos? Edades?)**
- 3. Dónde aprendió lo que sabe sobre cáncer colorectal?**

## **B. PRUEBA PARA LOS CONCEPTOS DE TV (@50 minutos)**

**Objetivo:** Obtener reacciones para los conceptos PSA.

**Moderador/a hará:**

Explicar que los tiempos en el aire (tiempo de transmisión) para estos anuncios serán donados, por lo tanto puede que no se muestren muchas veces... no como una campaña publicitaria regular que está vendiendo algo, donde las compañías compran tiempo para agregar a la publicidad.

Explique qué los conceptos son/no son para transmitir conocimientos de cómo los participantes deben organizar sus reacciones y comentarios ... por ejemplo, estos son anuncios sin terminar.

Introducir los conceptos en orden diferente en cada grupo, en un DVD / VHS que muestra elementos visuales junto con una narración grabada que explica de qué se trata cada concepto.

Dirá que el grupo de voces que oirán no son actores profesionales ... así que no debería juzgar por eso.

Haga que los participantes escriban las reacciones en hojas de "ranking/calificación" separadas después de cada punto, pero no los discuta hasta que los conceptos se hayan mostrado y explicado.

Durante la charla haga énfasis en que los participantes deben enfocarse en la *propuesta creativa en cada variación del anuncio*.

Tenga en cuenta que la información o los datos pueden ser diferentes en diferentes propuestas creativas, pero no se base en eso para calificarlas. Cualquier información que usted vea en cualquier anuncio puede ser usada en el anuncio final que se producirá.

Recuerde a las personas que deben poner atención en las propuestas que dan más resultado para ellos personalmente. – no como ellos piensan que se sentirían las otras personas sobre la propuesta. Estamos interesados solamente en *su* reacción.

Explique que mientras estamos viendo escenas individuales de un anuncio de televisión, cuando se produce para la televisión, este anuncio tendrá personas reales/no las personas que se muestran aquí (no fotos fijas), personas que realmente estarán hablando y moviendo . Así que el anuncio fluirá sin problemas, de igual manera que los otros anuncios que se ven en la televisión. Este video es sólo una herramienta para darles una idea de los tipos de escenas que serán incluidas en el anuncio definitivo.

Explique que el título para cada concepto es usado solamente una vez así podemos identificar cada uno de ellos mientras los mostramos y platicamos acerca de ellos. Los títulos nunca serán parte de el anuncio actual, así que no se preocupe si no le gusta un título en particular.

Después de la presentación de varias propuestas, discuta unas cuantas de las primeras y luego repita el proceso para los otros grupos de conceptos.

A continuación el moderador/a, facilitará la discusión de cada concepto del anuncio, con especial énfasis en el ranking/las calificaciones que las personas les dieron y las razones por las que dieron esos ranking/calificaciones; por ejemplo, le gusto/no le gusto, etc. La charla ayudara a revelar actitudes y percepciones sobre la detección de CRC en adición a las reacciones a conceptos específicos.

**Voy a empezar, con que cada uno de ustedes me diga el ranking/la calificación que le dió a este anuncio... por el momento solo el ranking/la calificación sin ningún tipo de comentarios. [moderador/a le dirá a cada participante que diga en voz alta el ranking/calificación de modo que las personas que están tomando apuntes lo escuchen/ y se puedan grabar el ranking/las calificaciones de cada uno. (Se obtendrá una cuenta exacta de los ranking/calificaciones.)**

**Ahora me gustaría escuchar acerca de las razones por las cuales le dió ese ranking/calificación a este enfoque.**

El Moderador/a tendrá varias personas explicando por que dieron ese ranking/calificación.

*Posibles sondeos, según corresponda para el ranking/calificaciones que las personas dijeron en voz alta:*

**Cuál fué el mensaje?**

**Qué le llamo la atención de esta propuesta?**

**Qué no le llamo la atención?**

**Aprendió algo nuevo en este anuncio?**

**Este anuncio le “habló” a usted Personalmente? Es creíble?**

**Le convenció para hacer algo (hacerse un chequeo, hablar con su doctor)?**

**Tiene usted algunas sugerencias para hacer este anuncio más atractivo?**

**Es este un anuncio por el cuál usted pararía para verlo o voltaría o seguiría de largo? \_**

En algún momento durante la discusión del primer punto o el segundo, el moderador le preguntará:  
Ahora que hemos visto un anuncio sobre esto ...

**Alguien ha sido chequeado por cáncer colorectal? Qué prueba? Cuándo (edad)? Por qué?**

**Su médico le recomendó que se chequeara? (sí responde si, confiará en ese chequeo.)**

**Su doctor le recomendó un examen en particular?**

**Para todos los que no se han chequeado, por qué no lo han hecho?**

**Tuvo esta propuesta alguna información o palabras que lo sorprendieron – que usted no sabía? [puede que no sea necesario para cada concepto.]**

*Según sea necesario para estimular la charla, el moderador/a le recordará a las personas algunos de los factores que escucharon en la propuesta (dependiendo de lo que sea preciso para cada propuesta vista):*

- El cáncer Colorectal es la segunda principal causa de muerte en hombres y mujeres
- El cáncer Colorectal se puede prevenir.

- Los chequeos pueden encontrar pólipos, los cuales pueden ser eliminados antes de que se conviertan en cáncer.
- Los chequeos también pueden encontrar cáncer colorectal en su etapa temprana, cuando el tratamiento es más efectivo.
- El cáncer Colorectal puede no causar síntomas, especialmente al principio.

*[El Moderador/a repetirá el proceso con cada concepto. Podemos hablar sobre sondeos específicos que pueden ser necesarios para los conceptos individuales a medida que se presenten.]*

### **C. COMPARACION DE LOS CONCEPTOS (@10 minutes)**

**Objetivo:** Determinar cual concepto/cuales conceptos tuvieron mas resonancia en los participantes y por qué?.

*Moderador/a:*

Pedirá a todos revisar las propuestas de nuevo, ahora que todas han sido discutidas.

Pedirá que los participantes completen una hoja de “*ranking*”/calificación.

Facilitar la presentación del informe del primer, segundo y ultimo lugar en el ranking, utilizando un caballete/atril para que todos puedan ver los ranking para cada concepto (por el titulo).

**Ahora voy a leer el titulo de cada anuncio y así ver que puesto usted le dio en el ranking/calificación.**

**Para el aviso que llamamos, “\_\_\_” alguien lo puso en primer lugar?**

**Si responde sí, por favor levante su mano y manténgala en alto mientras cuento.**

**Alguien puso “\_\_\_” en Segundo lugar?** *[Escriba los votos en el caballete/atril.]*

**Ultimo lugar... que es el 6to.** *[Escriba los votos]*

El moderador/a repetirá este proceso para los otros títulos.

Luego mantendrá una muy breve charla sobre los resultados del ranking/calificación.

### **D. PRUEBAS DEL CONCEPTO DE IMPRESION (@ 10 MINUTOS)**

**Objetivo:** Obtener reacciones para imprimir los conceptos PSA.

**Moderador/a hará:**

Explicar que los espacios para estos anuncios serán donados, y pueden aparecer en periódicos, revistas, vallas publicitarias, centros comerciales y estaciones del tren o en el internet.

Explicar qué los conceptos son/no son para transmitir conocimientos de cómo los participantes deben organizar sus reacciones y comentarios ... por ejemplo, estos son anuncios sin terminar

Introducir los conceptos en orden diferente en cada grupo, mostrando una copia impresa de cada concepto.

Decirle al grupo que las personas que aparecen en los anuncios no son las personas que eventualmente serán representadas, pero son similares en apariencia a las personas que aparecerán en el anuncio publicitario final.

Haga que los participantes escriban las reacciones en hojas de “ranking/calificación” separadas después de cada punto, pero no los discuta hasta que los conceptos se hayan mostrado y explicado

Durante la charla haga énfasis en que los participantes deben enfocarse en la *propuesta creativa en cada variación del anuncio*.

Tenga en cuenta que la información o los datos pueden ser diferentes en las diferentes propuestas creativas, pero no se base en eso para el ranking/calificarlas. Cualquier información que usted vea en cualquier anuncio puede ser usada en el anuncio final que se producirá

Recuerde a las personas que deben poner atención en las propuestas que dan más resultado para ellos personalmente. – no como ellos piensan que se sentirían las otras personas sobre la propuesta. Estamos interesados solamente en *su* reacción.

Después de la presentación de varias propuestas, discuta unas cuantas de las primeras y luego repita el proceso para los otros grupos de conceptos.

A continuación el moderador/a, facilitara la discusión de cada concepto del anuncio, con especial énfasis en el ranking/las calificaciones que las personas les dieron y las razones por las que dieron esos ranking/calificaciones; por ejemplo, le gustó/no le gustó, etc. La charla ayudara a revelar actitudes y percepciones sobre la detección de CRC en adición a las reacciones a conceptos específicos.

**Voy a empezar, con que cada uno de ustedes me diga el ranking/la calificación que le dió a este anuncio... por el momento solo el ranking/la calificación sin ningún tipo de comentarios.** [moderador/a le dirá a cada participante que diga en voz alta el ranking/calificación de modo que las *personas que están tomando apuntes lo escuchen/ y se puedan grabar el ranking/las calificaciones de cada uno*. (Se obtendrá una cuenta exacta de los ranking/calificaciones.)

**Ahora me gustaría escuchar acerca de las razones por las cuales le dió esa calificación a este enfoque.**

El Moderador/a tendrá varias personas explicando por que dieron ese ranking/calificación.

*Posibles sondeos, según corresponda para el ranking/calificaciones que las personas dijeron en voz alta:*

**Cuál fue el mensaje?**

**Qué le llamo la atención de esta propuesta?**

**Qué no le llamó la atención?**

**Aprendió algo nuevo en este anuncio?**

**Este anuncio le “habló” a usted Personalmente? Es creíble?**

**Le convenció para hacer algo (hacerse un chequeo, hablar con su doctor)?  
Tiene usted algunas sugerencias para hacer este anuncio más atractivo?  
Es este un anuncio que llamaría su atención? \_**

**Tuvo esta propuesta alguna información o palabras que lo sorprendieron – que usted no sabía?** [puede que no sea necesario para cada concepto.]

*El Moderador/a repetirá el procesos con cada concepto. Podemos hablar sobre sondeos específicos que pueden ser necesarios para los conceptos individuales a medida que se presenten.]*

#### **E. COMPARACION DE LOS CONCEPTOS (@ 10 minutos)**

**Objetivo:** Determinar cuál concepto/cuáles conceptos tuvieron mas resonancia en los participantes y por qué?.

*Moderador/a hará:*

Pedirá a todos revisar las propuestas de Nuevo, ahora que todas han sido discutidas.

Pedirá que los participantes complete una hoja de “*ranking*”/clasificación.

Facilitar la presentación del informe del primer, Segundo y ultimo lugar en el ranking, utilizando un caballete/atril para que todos puedan ver los ranking para cada concepto (por el titulo).

**Ahora voy a leer el titulo de cada anuncio y así ver que puesto usted le dió en el ranking/clasificación.**

**Para el aviso que llamamos, “\_\_\_” alguien lo puso en primer lugar?  
Si responde si, por favor levante su mano y manténgala en alto mientras cuento.**

**Alguien puso “\_\_\_” en Segundo lugar?** [Escriba los votos en el caballete/atril.]

**Ultimo lugar... que es el 6to.** [Escriba los votos]

El moderador/a repetirá este proceso para los otros títulos.

Luego mantendrá una muy breve charla sobre los resultados del ranking/clasificación

#### **E. RECUERDO DE SFL PSAs EN CIRCULACION (@10 minutos)**

**Objetivo:** Mostrar a los participantes SFL PSAs terminados para ver si ellos recuerdan haber visto alguno y preguntar por sus reacciones hacia ellos.

- 1. Recuerda haber visto u oído un anuncio sobre los chequeos para el cáncer colorectal en la televisión, en la radio, en revistas, en los autobuses, en los centros comerciales o en otro sitio?**
- 2. Puede describirlo?**
- 3. Donde lo vio? Qué recuerda sobre el?**
- 4. Hizo usted algo diferente después de verlo?**

*Escuche por:* Hablar con el doctor; hacer una búsqueda en el internet, decirle a un amigo/a o miembro de mi familia hacerse el chequeo, pensé más sobre hacerme chequear.

El moderador/a mostrará unos cuantos anuncios SFL y preguntara por las reacciones:

—Aquí hay algunos anuncios de los servicios públicos en TV que ya han sido emitidos - así que puede que usted los haya visto.

**5. Recuerda haber visto alguno de estos? (obtenga un conteo de las manos que se levantaron), cuál es su reacción para eso?**

**Hizo que usted quiera hacer algo?** (*Escuche por:* Hablar con el doctor sobre los chequeos; hacer una búsqueda en el internet, decirle a un amigo/a o miembro de mi familia hacerse el chequeo, pensé más sobre hacerme chequear)

**6. Para todos ustedes que no lo han visto...**

**Qué piensa?**

**Cuál le gustó más? Por qué?**

**Cuál le gustó menos? Por qué?**

**F. CONCLUSION (@05 minutos)**

**Objetivo:** Obtener sugerencias de los participantes para cerrar, agradezca a los participantes, suministre a los participantes información para la salida.

**Ya casi se nos está acabando el tiempo.**

**Voy a salir y comprobar con las personas que me están colaborando si tienen alguna pregunta de última hora. Mientras lo hago, si usted puede por favor escribir en la parte inferior de la hoja de ranking/calificación cualquier sugerencia que tenga para las personas que trabajan en esta campaña para fomentar la detección del cáncer colorrectal. A lo mejor usted tiene algo que quiera que ellos piensen que usted no tuvo la oportunidad de decir aquí, o algo que hemos hablado y que desea destacar. Cualquier sugerencia o comentario que tenga sería genial. Regreso en seguida y los dejaré ir, sólo necesito un minuto después de que regrese.**

Entonces el moderador/a:

--Saldrá y comprobara con los observadores sobre preguntas de último momento y plantearlas si el tiempo lo permite.

--Regresará al salón de la charla y planteará las preguntas si el tiempo lo permite, posiblemente incluyendo:

Donde obtiene información sobre salud?

--Las personas han colocado todos los conceptos del anuncio más su hoja de ranking/calificación con un clip para poder recogerlos cuando salgan..

--Agradecerá a todos por su participación y suministrará cualquier instrucción que necesiten para la salida. (Mencionará que ellos recibirán información sobre la detección del cancer colorectal para que lleven a sus casas...)

**TIEMPO TOTAL: @120 minutos**