

Mes de la recuperación (Anuncios de servicio público 2017)

OMB Núm. 0930-0196

Fecha de vencimiento: 30 de septiembre de 2019

Aviso sobre la Ley de Reducción de Trámites: Ningún organismo federal podrá llevar a cabo ni patrocinar la recopilación de información, y ninguna persona está obligada a responder a la recopilación de información a menos que la solicitud de recopilación contenga un número válido de control de la Oficina de Administración y Presupuesto (OMB). El número de control de la OMB para este proyecto es 0930-0196. Se calcula que el tiempo necesario para completar esta recopilación de información es, en promedio, de 90 minutos por persona, por año. En este cálculo se incluye el tiempo que la persona tarda en leer las instrucciones, buscar en fuentes de datos existentes, reunir los datos necesarios y llenar y repasar la recopilación de información. Si desea hacer algún comentario acerca de estos cálculos de tiempo o si tiene sugerencias para simplificar este formulario, escríbanos a: SAMHSA Reports Clearance Officer, 5600 Fishers Lane, Room 15E57-B, Rockville, MD 20857.

Mes de la recuperación (Anuncios de servicio público 2017)

GUÍA PARA LA MODERADORA

ESQUEMA DE ACTIVIDADES

Inicio, declaraciones, pautas, presentaciones	10 minutos
Primera discusión	15 minutos
Evaluación no-comparativa	50 minutos
Evaluación comparativa	15 minutos
TIEMPO TOTAL DISPONIBLE	90 minutos

ORDEN DE PRESENTACION POR CIUDAD

Muestre los anuncios en este orden:

Grupo 1: **A, B, C** – Rockville, MD, inglés

Grupo 2: **B, C, A,** – Rockville, MD, español

Grupo 3: **C, A, B** – Chicago, IL, inglés

Grupo 4: **A, B, C** – Chicago, IL, español

A = (Nombre del PSA) B = (Nombre del PSA) C = (Nombre del PSA)

INTRODUCCION

Buenas tardes (noches). Bienvenidos. Estamos muy agradecidos con todos ustedes, por haber sacado tiempo para estar hoy con nosotros. Mi nombre es _____ y voy a facilitar nuestra conversación.

Los hemos invitado el día de hoy porque queremos recibir sus opiniones, sus ideas, sus sugerencias acerca de unos anuncios de servicio público para la televisión, que están siendo desarrollados en este momento. **Estos anuncios son conocidos en inglés como PSAs.**

Los anuncios están **diseñados para informar al público** sobre la eficacia del tratamiento y del apoyo para los desórdenes mentales y del uso de sustancias y de las **contribuciones importantes que hacen las personas en recuperación**¹ a sí mismas, a sus amigos y familia, en su lugar de trabajo y en su comunidad.

¹ SAMHSA define la recuperación como un proceso de cambio a través del cual los individuos mejoran su salud y bienestar, viven una vida autónoma y se esfuerzan para alcanzar su pleno potencial.

Mes de la recuperación (Anuncios de servicio público 2017)

Hoy no vamos a ver los anuncios en su formato final, sino que vamos a presentar el plan de desarrollo secuencial en viñetas (en forma de dibujos). Estos dibujos representan solo un ejemplo de lo que podríamos filmar y de lo que ustedes podrían ver en TV. Estos dibujos se conocen como **storyboards** o guiones visualizados y han sido preparados para obtener sus opiniones sobre lo que se piensa desarrollar.

Los anuncios van a ser patrocinados por una agencia del gobierno federal que **promueve servicios comunitarios accesibles y disponibles para la prevención, el tratamiento y la recuperación** de desórdenes mentales y/o de uso de sustancias, **para todos aquellos quienes lo necesiten**.

Durante nuestra conversación esta noche, vamos a hacer varias cosas:

1. Participar en un diálogo de grupo.
2. Ver la presentación de algunas ideas, para el desarrollo de anuncios de servicio público para la televisión (no en su formato final, sino en forma de viñetas o guiones visualizados).
3. De vez en cuando, van a escribir individualmente.

Yo no vengo a vender nada. Estamos aquí para recibir sus opiniones. Por eso les animo a que nos den todos sus comentarios, tanto positivos como negativos. Esta es una discusión abierta y no hay respuestas correctas o incorrectas. Todos sus comentarios son valiosos y confidenciales.

DECLARACIONES

Cuando ustedes aceptaron participar en esta discusión de grupo, firmaron un consentimiento para el uso de la información, en el que se explicaba el propósito del mismo y sus roles. Quiero informarles que hay micrófonos en el cuarto y hay observadores detrás del espejo. Los observadores están escuchando para asegurarse que yo cubra todos los temas que necesitamos discutir. Antes de terminar, me van a avisar si faltó algo más para discutir.

Mes de la recuperación (Anuncios de servicio público 2017)

Nuestra conversación está siendo grabada para que podamos después escribir un reporte detallado de sus comentarios – no sobre *quién* dijo *qué*, sino *qué* se dijo en el grupo. Sus nombres no van a aparecer en el informe. Como les dije antes, su participación y sus comentarios son confidenciales.

PAUTAS

Les voy a dar ciertas guías para hacer que nuestra discusión sea agradable, sin perder el carácter de investigación:

- Por favor, hablen uno a la vez y en un volumen tan alto como el mío.
- Eviten tener conversaciones con la persona a su lado para no interrumpir la discusión en grupo.
- Necesito oír de todos ustedes en el transcurso de la conversación y, en la medida posible, me gustaría que todos participen más o menos por la misma cantidad de tiempo – que nadie hable demasiado ni muy poco.
- No hay respuestas correctas o incorrectas a las preguntas que les voy a hacer – sólo hay diferentes puntos de vista. Necesito escuchar todos sus puntos de vista, así que es muy importante que den su opinión especialmente cuando no estén de acuerdo con algo.
- Como ya les dije, yo no participé en la creación de estos anuncios, y no me voy a sentir ofendida ni herida si tienen alguna crítica.
- Es posible que algunas veces tenga que interrumpirles para pasar al próximo tema o pregunta. Por favor, no se ofendan, solo quiero asegurarme de tener suficiente tiempo para cubrir todos los temas.
- Después que finalice el grupo, voy a estar disponible para hablar con ustedes, si aún desean hacer un comentario adicional.
- Pueden excusarse en cualquier momento para ir al baño o para buscar comida o algo de tomar, pero les pido que lo hagan uno a la vez.

PRESENTACIONES

Antes de empezar, los invito a presentarnos. Vamos a ir alrededor de la mesa, diciendo [Tome notas]

Mes de la recuperación (Anuncios de servicio público 2017)

- Su primer nombre o nombre de pila
- Quién más vive en su hogar
- Qué hace usted para divertirse

INICIO

Vamos a hablar esta noche sobre diferentes maneras de comunicarse con el público sobre la recuperación de los desórdenes mentales y del uso de sustancias.

Puede que algunos de ustedes conozcan a personas con adicción a las drogas o el alcohol o a personas con trastornos de salud mental, o a personas en recuperación, o que usted mismo tenga experiencia con esto. Quizás algunos de ustedes solo saben de estos temas por lo que han leído, visto u oído en los medios de comunicación.

[LA MODERADORA REVELA EL CARTEL CON LAS PALABRAS SALUD DEL COMPORTAMIENTO; DESÓRDENES MENTALES; DESÓRDENES DE USO DE SUSTANCIAS; SALUD MENTAL; ADICCIÓN A DROGAS Y ALCOHOL; RECUPERACIÓN] (UNA PALABRA POR PÁGINA)

- ¿En qué piensan cuando escuchan las palabras: (el propósito es explorar los niveles de familiaridad con los siguientes conceptos)
 - ¿Salud del comportamiento?
 - ¿Salud mental?
 - ¿Problema de salud mental?
 - ¿Enfermedad mental?
 - ¿Problemas con drogas y alcohol?
 - ¿Desorden de uso de sustancias?
 - ¿Adicción a drogas y alcohol?
- ¿Cuáles son las diferencias entre la **adicción** a drogas y alcohol y los **problemas** con drogas y alcohol? ¿Qué ideas se les vienen a la mente cuando escuchan estas palabras? ¿Cómo reaccionan ustedes a esas palabras?

Mes de la recuperación (Anuncios de servicio público 2017)

- **[Flip Chart: Recuperación]** ¿En qué piensan cuando escuchan la palabra **recuperación**? ¿Qué significa para ustedes la **recuperación**?
- ¿Cuáles otras palabras o expresiones usarían **en vez de recuperación**? [**condición, desorden, trastorno, afección**]
- ¿**Quién hace/toma parte o juega un papel (rol) en la recuperación**? ¿Qué clase de (rol) papel?

PRESENTACIÓN DE LOS 'STORYBOARDS'

Como dijimos antes, vamos a revisar ideas para anuncios de servicio público para la televisión (PSAs en inglés). Los anuncios de servicio público son anuncios en la radio o la televisión que se diseñan para informar o concientizar al público acerca de algún tema – no se usan para vender un producto o un servicio.

Los anuncios que vamos a discutir hoy, muestran un aspecto de la recuperación: la fuerza que se siente al ser parte de un grupo, animar a las comunidades a ser socialmente inclusivas con las personas en recuperación, ya que las conexiones sociales mejoran el proceso en las personas que viven con trastornos de salud de la conducta. Las personas en recuperación quieren participar en sus comunidades a través de actividades diarias significativas, como el trabajo, el voluntariado, el cuidado de la familia o esfuerzos creativos. Quieren oportunidades de independencia, ingresos y recursos para participar en la sociedad. Apoyar y ser capaz de confiar en los demás es fundamental en el proceso de recuperación.

¿**Qué anuncios de servicio público han visto antes**? (Por ejemplo: manejar y textear, conducir y tomar, prevención de drogas, reciclaje, u otros.)

Me gustaría empezar mostrándoles las viñetas (guiones visualizados) de tres anuncios de servicio público, para televisión sobre la recuperación de trastornos mentales y/o de uso de sustancias. Vamos a conversar sobre cada anuncio individualmente.

Por favor, recuerden que:

Mes de la recuperación (Anuncios de servicio público 2017)

- Solo son **dibujos de lo que podría ver en la televisión** si estos anuncios fuesen reales. Éstas no son las imágenes finales.
- Quisiera escuchar sus opiniones sobre los anuncios, **pero no se detengan en los detalles pequeños**. Por ejemplo, no se distraigan si no les gusta la ropa o la expresión de alguna de las personas.
- Las **versiones finales se van a filmar en color, con actores profesionales** y en locales elegidos específicamente para los anuncios.
- Los anuncios **finales mostrarán una diversidad de personas**.
- Recuerden que los anuncios finales **serán cortos y durarán 30 segundos** o menos.

Para cada uno de los anuncios, seguiremos el siguiente orden:

- Vamos a presentar cada anuncio **dos veces**. Antes de que conversemos sobre el anuncio, voy a pasar una hoja de trabajo y les voy a dar un par de minutos para completarla.
- Luego de completar la hoja de trabajo, tendremos la discusión en grupo.
- Si tienen preguntas o comentarios mientras revisamos los anuncios, anótenlos en su copia de los bocetos. Hablaremos sobre sus preguntas después de que terminen de llenar la hoja.

Actividad para el tema principal

Antes de oír sus opiniones sobre esta viñeta, voy a **repartir esta hoja** [Worksheet 1: Theme Worksheet]. Por favor, escriba lo que usted cree que es el **mensaje principal** de este aviso.

ESPERE UNOS MINUTOS HASTA COMPLETAR ESTE EJERCICIO.

Reacciones iniciales y mensaje

- ¿Qué **opinan** sobre la viñeta que acaban de ver?
- ¿Qué escribieron en su hoja sobre lo que piensan que es la **idea principal o el mensaje** de este anuncio?
- ¿Qué les **gustó**? ¿Qué **no le gusto**?
- ¿Hubo algo que **sobresale** en lo que dice el anuncio? ¿Algo que **les llamó la atención**? ¿Qué fue? ¿Hubo algo **confuso** o que no estuvo claro? ¿**Qué se puede hacer para que el anuncio sea más interesante**?

Mes de la recuperación (Anuncios de servicio público 2017)

- ¿Cómo describiría usted la historia que cuenta el anuncio a un amigo que no lo ha visto?

Audiencia

- **¿Para quién piensa (usted) que es este anuncio?**
- EXPLORAR: ¿Está dirigido a **las personas que están en recuperación**? ¿A **las familias o amigos de personas en recuperación**? ¿A otras personas que tienen algún tipo de contacto con personas en recuperación? ¿A **personas que aún viven con un desorden y que no están en recuperación**? ¿O están dirigidos al público en general?
- **¿Qué le hacer pensar eso?**
- ¿Cómo se imagina que **reaccionará la audiencia principal** a este anuncio?
- (PARA EL 2DO Y 3ER ANUNCIO): ¿Es la audiencia de este anuncio **diferente a la audiencia de los anuncios anteriores**?

Llamado a tomar acción

- ¿En su opinión, **por qué cree que hicieron este anuncio los patrocinadores**? ¿Qué desean lograr con esto?
- ¿Creen ustedes que la meta de este anuncio es hacer que la audiencia tome alguna acción? Si es así, **¿qué es lo que el anuncio desea que haga su audiencia**?
- **¿Haría usted lo que el anuncio desea que haga**? ¿Por qué sí? ¿Por qué no?
- **(Use el llamado a tomar acción que los participantes han mencionado, no el verdadero llamado a tomar acción)**

Eficacia

- ¿Hay algo de la viñeta que les parezca **verdaderamente realista**?
- ¿Hay algo de la viñeta que **NO** les parezca realista?
(Si mencionan la ejecución artística del boceto, recuérdelos que no son las versiones finales.)
- ¿Hubo algo de la viñeta que les molestó de alguna manera? ¿Qué les molestó?
Explorar: ¿Palabras o frases?

PRESENTE Y DISCUTA LOS OTROS DOS VIÑETAS DE LA MISMA MANERA

Mes de la recuperación (Anuncios de servicio público 2017)

RECOJA LAS HOJAS DE TRABAJO “WORKSHEET 1”

EVALUACION COMPARATIVA (LUEGO DE LA DISCUSION DE CADA STORYBOARD)

- **Analícemos y evaluemos** los tres anuncios. REVISE CADA UNO DE LOS ANUNCIOS POR SU NOMBRE PARA QUE LOS PARTICIPANTES LOS PUEDAN IDENTIFICAR. **REPARTA WORKSHEET 2.**
- Sólo hay **dinero para hacer dos de los tres** anuncios. Si usted fuese la agencia encargada, ¿cuáles serían los dos anuncios que financiaría?
- Vote en la hoja y escriba una razón breve por la que votó de esa manera.
- Use “1” para su anuncio favorito, “2” para su segunda opción, y “3” para el anuncio que no le pareció eficaz.

SI HAY TIEMPO: SI NO MENCIONARON EL NÚMERO TELEFÓNICO GRATIS DURANTE LA DISCUSIÓN DE LOS BOCETOS, DIGA:

- (Si no entendieron el llamado a la acción) – ¿Notaron que hay un número de teléfono al final de cada anuncio?
- **¿Por qué alguien llamaría a ese número? ¿Bajo qué circunstancias llamarían ustedes?**
- Si ustedes llamaran a ese número, ¿qué esperarían?
- EXPLORAR: ¿Esperarían una grabación? ¿Una persona en vivo?
- ¿Qué clase de ayuda, -si alguna-, esperarían obtener de ese número?
- ¿Qué clase de ayuda sería más beneficiosa? ¿Qué desearían oír al llamar ese número?

Diga a los Participantes:

El número que vieron en los anuncios es un número que existe en realidad. Es el número del National Helpline o Línea de Ayuda Nacional de SAMHSA – la línea de ayuda telefónica de la Administración de Salud Mental y Abuso de Sustancias. La línea National Helpline es confidencial, gratis, disponible las 24 horas del día, 365 días al año, y provee información en inglés y español. La línea National Helpline ofrece información gratuita y

Mes de la recuperación (Anuncios de servicio público 2017)

publicaciones sobre la prevención, el tratamiento y la recuperación del uso de sustancias y desórdenes mentales. También dirige a sus usuarios a centros de tratamiento locales, grupos de apoyo y organizaciones comunitarias. Aquí hay una hoja con más información acerca de la línea de ayuda.

Por favor, lleven más copias si desean pasarlas a algún miembro de su familia, o en su lugar de trabajo, iglesia o comunidad.

REPARTA LA HOJA CON INFORMACIÓN SOBRE LA LÍNEA DE AYUDA NACIONAL DE SAMHSA CON DATOS SOBRE LOS DESÓRDENES MENTALES Y DE USO DE SUSTANCIAS.

(LA MODERADORA SE DISCULPA Y SALE DEL CUARTO PARA CONVERSAR CON LOS OBSERVADORES)

Gracias por venir esta noche y compartir sus opiniones. Usted encontrara estos spots de TV y otros recursos en recoverymonth.gov

Cuando vean estos spots en la TV durante el mes de Abril de este año, recuerden que ¡ustedes nos ayudaron a realizarlos! ¡Gracias!

Sus comentarios nos han sido de mucha ayuda. Que tengan muy buenas noches y que pasen un lindo día mañana.

Mes de la recuperación (Anuncios de servicio público 2017)

Group Code _____

HOJA DE TRABAJO 1

¿Cuál es el tema principal del anuncio?

(Nombre del anuncio)

(Nombre del anuncio)

(Nombre del anuncio)

Mes de la recuperación (Anuncios de servicio público 2017)

Group Code _____

HOJA DE TRABAJO 2

Evaluación de los anuncios

Por favor escriba el orden en el que usted opina que deben ser producidos los anuncios. Por ejemplo:

- #1 = al que debe ser producido de primero,
- #2 = al que debe ser producido de segundo y
- #3 = al que debe ser producido de último.

Escriba una frase para cada anuncio que explique por qué eligió ese orden.

_____ (Nombre del anuncio)

Porque:

_____ (Nombre del anuncio)

Porque:

_____ (Nombre del anuncio)

Porque:
