

N.º de OMB: [FILL NUMBER]

Fecha de vencimiento: [FILL DATE]

Declaración de la Ley de reducción de trámites: se estima que la duración promedio de la carga pública de efectuar informes en relación con esta recopilación de información es de 25 minutos por respuesta. Envía comentarios sobre la estimación de esta carga o cualquier otro aspecto de esta recopilación de información, incluidas sugerencias para reducir la carga, a PRASStaff@fda.hhs.gov.

ATTACHMENT 2a: MONTHLY IMPLEMENTATION ASSESSMENT INSTRUMENT (ENDS)

The Real Cost Campaign Monthly Implementation Assessment

(ENDS Ad Focus)

INTRO

Esta encuesta se trata de ti.

Tus pensamientos, tus opiniones, tus experiencias.

Queremos conocer algunas de tus experiencias con respecto a [*publicidades (anuncios)/imágenes/publicaciones/funciones de juegos/programas/etc.*] que ves en redes sociales o plataformas de *streaming*. También queremos conocer algunas de tus creencias y comportamientos. Te haremos algunas preguntas sobre productos a base de tabaco. Incluso si no consumes tabaco, queremos conocer lo que piensas. Por último, te preguntaremos sobre tus experiencias con tus padres y en tu casa.

Completar esta encuesta te tomará aproximadamente 25 minutos. Tómate tu tiempo y responde de la forma más honesta y considerada posible. Haz la encuesta en un lugar donde nadie pueda ver tus respuestas.

Este estudio está patrocinado por la Administración de Medicamentos y Alimentos (FDA, por sus siglas en inglés) de EE. UU. Tus respuestas podrían compartirse con la FDA, pero no tendrían ninguna información de identificación personal. No compartiremos la información que nos brindes con tus padres ni con nadie externo a los equipos del estudio de investigación. Te recordamos que tus respuestas solo se utilizan con fines del estudio de investigación. Puedes elegir no responder alguna pregunta. Tus respuestas serán confidenciales en la máxima medida permitida por la ley. No es totalmente seguro enviar datos a través de internet, pero hacemos todo lo posible para proteger tu información. Codificaremos los datos de tu encuesta y los enviaremos a través de una conexión segura para una mayor protección.

Tus respuestas se combinarán con las de otras personas que hagan esta encuesta antes de informar los datos.

ASK: All respondents

A. TOBACCO USE

Las siguientes preguntas son sobre los vaporizadores. También los puedes conocer como cigarrillos electrónicos.

Estos productos funcionan con pilas y producen vapor o aerosol en lugar de humo. Contienen líquido de nicotina, a veces llamado “líquido” o “jugo” para cigarrillos electrónicos, aunque la cantidad de nicotina puede variar y algunos pueden no contener nada de nicotina. Algunos pueden comprarse como productos descartables, mientras que otros pueden comprarse como kits recargables. Algunas marcas conocidas son Puff Bar, Vuse, JUUL, SMOK y NJOY.

No incluyas vapear marihuana/THC/CBD/Delta 8 con estos productos cuando respondas a las preguntas de esta sección.



A1. ¿Alguna vez has probado vapear nicotina, aunque sea una vez?

- 0. No
- 1. Sí

ASK: All participants

A2. Durante los últimos 30 días, ¿cuántos días vapeaste nicotina?
_____ días

ASK: Participants who answered (1) yes to A1

A3. Elementos probables: Vaporizadores

		Definitivamente no	Probablemente no	Probablemente sí	Definitivamente sí
A3_1	¿Crees que pronto utilizarás un cigarrillo electrónico o un vaporizador con nicotina?	1	2	3	4
A3_2	¿Crees que durante el próximo año utilizarás un cigarrillo electrónico o un vaporizador con nicotina?	1	2	3	4
A3_3	Si uno de tus mejores amigos te ofreciera un cigarrillo electrónico o vaporizador con nicotina, ¿lo usarías?	1	2	3	4
A3_4	¿Sientes curiosidad por utilizar un cigarrillo electrónico o un vaporizador con nicotina?	1	2	3	4

ASK: Participants who answered [(0) to A1] OR [(0) to A2].

A4. ¿Alguna vez has probado fumar cigarrillos, aunque sea una o dos probadas?

- 0. No
- 1. Sí

ASK: All participants

A5. Durante los últimos 30 días, ¿en cuántos días fumaste cigarrillos?
_____ días

ASK: Participants who answered (1) yes to A4

[PROGRAMMING INSTRUCTIONS FOR STIMULI NOT CURRENTLY IN-MARKET/ON AIR, FOR COPY TESTING]:

For assessments of TRC stimuli that are not in market (e.g., copy testing), questions in Sections B-D will not be fielded for those stimuli.

B. AWARENESS OF TRC CONTENT

[PROGRAMMING INSTRUCTIONS FOR SECTIONS B-D]:

1. *This section will ask participants to respond to up to 4 TRC stimuli.*
2. *Participants will be presented with a part of the stimuli to jog their memory without re-exposing them to the entire stimuli)*
3. *Participants will first be asked awareness about the stimuli. Then, they will be asked to provide more detailed information about all or some of the TRC stimuli. For example:*
 - a. *If participants are aware of ≤ 2 TRC stimuli, they may answer subsequent questions in Sections B-D about 1-2 of those stimuli.*
 - b. *If participants are aware of more than 2 pieces of TRC stimuli, participants may be randomized to answer subsequent questions in Sections B-D about 2 TRC stimuli.*
 - c. *If participants are not aware of any of the TRC stimuli, they will be directed to Section E.*
4. *After eligible participants answer questions in Sections B-D, they will be directed to Section E.*
5. *Awareness of in-market stimuli will be defined by B1_1.*

B1. Awareness of Specific TRC content

ASK: All participants

[IF DISPLAYING VIDEO ADS]

B1_VIDEO. **Tómate un momento para encender tus parlantes o auriculares. Cuando estés listo, haz clic en la flecha de abajo que apunta hacia la derecha.**

[DISPLAY SAMPLE VIDEO (A train with the whistle blowing); ADD A 5-SECOND TIMER BEFORE ALLOWING RESPONDENT TO PROCEED]

Si el video carga bien, espera 5 segundos hasta que aparezca la flecha que apunta hacia la derecha.

¿Qué viste y escuchaste, si es que viste y escuchaste algo?

1. Un perro que ladra
2. El silbato de un tren
3. La bocina de un auto

4. Una persona tocando la puerta
5. Un teléfono que suena
6. Una persona tocando la guitarra
7. No vi ni escuché nada

ASK: All participants

Ahora nos gustaría mostrarte algunos [*anuncios/imágenes/publicaciones/funciones de juegos/programas/etc.*] **que se han mostrado en los EE. UU.**

[DISPLAY VIDEO OR STATIC FILE FOR TRC STIMULI]

B1_1 ¿Has visto este [*anuncio/imágenes/publicaciones /función de juegos/programas/etc.*] en [*la última/los últimos*] [*semana/30 días*]?

0. No
1. Sí

ASK: All participants

B1_2. ¿Qué tan seguro(a) estás de haber visto este [*anuncio/imágenes/ publicaciones/función de juegos/programas/etc.*] en [*la última/los últimos*] [*semana/30 días*]?

1. Para nada seguro
2. Algo seguro
3. Muy seguro

ASK: For each TRC stimulus the participant noted seeing in the past [week/30 days].

B2. Repeated exposure

B2_1. Aparte de esta encuesta, ¿con qué frecuencia has visto este [*anuncio/imágenes/publicaciones/función de juegos/programas/etc.*] en [*la última/los últimos*] [*semana/30 días*]?

1. Rara vez
2. A veces
3. Con frecuencia
4. Con mucha frecuencia

ASK: For each TRC stimulus the participant noted seeing in the past [week/30 days].

C. ATTENTION

Ahora nos gustaría hacerte algunas preguntas sobre el [anuncio/imágenes/publicaciones/función de juegos/programas/etc.] que acabas de ver. Proporciona tu mejor estimación.

[DISPLAY STIMULI.]

C1. *Catch Attention*

Dinos qué tan de acuerdo o en desacuerdo estás con la siguiente afirmación:

C1_1. Este [anuncio/imágenes/publicaciones/función de juegos/programas/etc.] me llamó la atención cuando lo vi.

1. Muy en desacuerdo
2. En desacuerdo
3. Ni en desacuerdo ni de acuerdo
4. De acuerdo
5. Muy de acuerdo

ASK: For up to two TRC stimuli the participant noted seeing the past [week/30 days].

C2. *Initial behavior/initial processing*

C2_1.

La última vez que viste este [anuncio/imágenes/publicaciones/función de juegos/programas/etc.], ¿lo [omitiste/saltaste/ignoraste]?

0. No
1. Sí

ASK: For each TRC stimulus the participant noted seeing the past [week/30 days].

C3. *Reach*

C3_1. ¿Has [visto/leído] COMPLETAMENTE este [anuncio/posteo/pantalla/etc.] [sin omitirlo(a)/saltarlo(a)] al menos una vez?

0. No
1. Sí

ASK: For each TRC stimulus the participant noted seeing the past [week/30 days].

C4. Effortful Attention

Dinos qué tan de acuerdo o en desacuerdo estás con la siguiente afirmación:

C4_1. ¿Con qué frecuencia prestas atención mientras [*miras/observas/escuchas/lees/etc.*] este [anuncio/imágenes/publicaciones/función de juegos/programas/etc.]?

1. Nunca
2. Rara vez
3. A veces
4. La mayor parte del tiempo
5. Siempre

ASK: For each TRC stimulus the participant noted seeing the past [week/30 days].

D. PROCESSING

D1. Engagement with TRC Stimuli

Las siguientes preguntas tratan sobre la frecuencia con la que has hecho ciertas cosas cuando [ves/observas/etc.] este [anuncio/publicación/etc.]. Proporciona tu mejor estimación.

D1_1. Cuando [ves/observas/etc.] este [anuncio/publicación/etc.], ¿con qué frecuencia has...

[RANDOMIZE ORDER]

		Nunca	Una vez	Más de una vez
D1_1_1	prendido o subido el volumen?	1	2	3
D1_1_2	apagado o bajado el volumen?	1	2	3
D1_1_3	puesto el [anuncio/publicación/etc.] en pantalla completa?	1	2	3
D1_1_4	vuelto a reproducir el [anuncio/ publicación /etc.]?	1	2	3
D1_1_5	hecho clic en el [anuncio/ publicación /etc.]?	1	2	3

ASK: For each video TRC stimulus the participant noted seeing the past [week/30 days]

D1_2. ¿Has hablado de este [anuncio/imágenes/publicaciones/función de juegos/programas/etc.] con un amigo(a)?

- 0. No
- 1. Sí

ASK: For each TRC stimulus the participant noted seeing the past [week/30 days]

D2. Dual Ad processing

[DISPLAY SCREENSHOT OF AD/DISPLAY/POST/GAMING FEATURE/SHOW/ETC.]

D2_1. El mensaje principal del [anuncio/imágenes/publicaciones/función de juegos/programas/etc.] fue... (opciones múltiples según el contenido que se transmita)

[RANDOMIZE ORDER]

1. *Main Message 1*
2. *Main Message 2*
3. *Main Message 3*
4. *Main Message 4*
5. *Main Message 5*

ASK: For each TRC stimulus the participant noted seeing the past [week/30 days]

Dinos qué tan de acuerdo o en desacuerdo estás con las siguientes afirmaciones:

D2_2. Hay mucha más información sobre vapear nicotina en este [anuncio/imágenes/publicaciones/función de juegos/programas/etc.] la que personalmente necesito.

1. Muy en desacuerdo
2. En desacuerdo
3. Ni en desacuerdo ni de acuerdo
4. De acuerdo
5. Muy de acuerdo

ASK: For each TRC stimulus the participant noted seeing the past [week/30 days]

D2_3. Paso mucho tiempo pensando en este [anuncio/imágenes/publicaciones/función de juegos/programas/etc.].

1. Muy en desacuerdo
2. En desacuerdo
3. Ni en desacuerdo ni de acuerdo
4. De acuerdo
5. Muy de acuerdo

ASK: For each TRC stimulus the participant noted seeing the past [week/30 days]

D3. Message processing

D3_1. Cuando vi este [anuncio/imágenes/publicaciones/función de juegos/programas/etc.]...

... pensé qué podría hacer para asegurarme de nunca vapear nicotina.

1. Muy en desacuerdo
2. En desacuerdo
3. Ni en desacuerdo ni de acuerdo
4. De acuerdo

5. Muy de acuerdo

ASK: For each TRC stimulus the participant noted seeing the past [week/30 days]

D3_2. Cuando vi este [anuncio/imágenes/publicaciones/función de juegos/programas/etc.]...

... pensé que no tengo que preocuparme por los daños que causa vapear nicotina a mi edad.

1. Muy en desacuerdo
2. En desacuerdo
3. Ni en desacuerdo ni de acuerdo
4. De acuerdo
5. Muy de acuerdo

ASK: For each TRC stimulus the participant noted seeing the past [week/30 days]

D3_3. Cuando vi este [anuncio/imágenes/publicaciones/función de juegos/programas/etc.]...

... [TRC content-specific statement].

1. Muy en desacuerdo
2. En desacuerdo
3. Ni en desacuerdo ni de acuerdo
4. De acuerdo
5. Muy de acuerdo

ASK: For each TRC stimulus the participant noted seeing the past [week/30 days]

**BEFORE FIELDING SECTION E: RANDOMIZE PARTICIPANTS TO VIEW SELECTION OF TRC
STIMULI**

[PROGRAMMING INSTRUCTIONS]:

1. *In this section, participants will be randomly assigned to view a selection of TRC stimuli. Stimuli may be TRC content that is currently in-market/on air, or new TRC content that has not yet been shown to the public.*
 2. *After random assignment, participants will answer the questions in sections E-F about each stimulus*
 3. *Sections J and K will be asked if the stimulus is related to a TRC event (section J) or social media influencers (section K).*
-

E. RECEPTIVITY

CUTEBRK1. Gracias por todas tus respuestas hasta ahora. ¡Lo estás haciendo muy bien!



E_INTRO. Queremos mostrarte un/a [anuncio/imágenes/publicaciones/función de juegos/programas/etc.]. Presta mucha atención porque te haremos varias preguntas al respecto.

[SHOW STIMULI UP TO 2 TIMES IF NEEDED]

E1. Message Comprehension

Ahora, nos gustaría hacerte algunas preguntas sobre el [anuncio/imágenes/publicaciones/función de juegos/programas/etc.] que acabamos de mostrarte.

E1_1. ¿Qué tan de acuerdo o en desacuerdo estás con la siguiente afirmación?

El mensaje principal del [anuncio/imágenes/publicaciones/función de juegos/programas/etc.] fue fácil de entender.

1. Muy en desacuerdo
2. En desacuerdo
3. Ni en desacuerdo ni de acuerdo
4. De acuerdo
5. Muy de acuerdo

ASK: For each TRC stimulus viewed

E1_2. El mensaje principal del [anuncio/imágenes/publicaciones/función de juegos/programas/etc.] fue... *(multiple choice options based on content in the stimulus)*

[RANDOMIZE ORDER]

1. *Main Message 1*
2. *Main Message 2*
3. *Main Message 3*
4. *Main Message 4*
5. *Main Message 5*

ASK: For each TRC stimulus viewed; do not ask if respondent answered D2_1 correctly.

E1_3. ¿Qué tan de acuerdo o en desacuerdo estás con la siguiente afirmación?

Encuentro que este [anuncio/imágenes/publicaciones/función de juegos/programas/etc.] es confuso.

1. Muy en desacuerdo
2. En desacuerdo
3. Ni en desacuerdo ni de acuerdo
4. De acuerdo
5. Muy de acuerdo

ASK: For each TRC stimulus viewed.

E1_4. ¿Qué te resulta confuso de este [anuncio/imágenes/publicaciones/función de juegos/programas/etc.]? *[Open-ended]*

ASK: Participants who answer E1_3 = 4 or 5.

E2. Message Perceptions

E2_1. Perceived Effectiveness Scale

[RANDOMIZE ORDER]

Qué tan de acuerdo o en desacuerdo estás con las siguientes afirmaciones.

		Muy en desacuerdo	En desacuerdo	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	De acuerdo	Muy de acuerdo
E2_1_1	Vale la pena recordar este [anuncio/imágenes/publicacione s/función de juegos/programas/etc.]	1	2	3	4	5
E2_1_2	Este [anuncio/imágenes/publicacione s/función de juegos/programas/etc.] me llamó la atención	1	2	3	4	5
E2_1_3	Este [anuncio/imágenes/publicacione s/función de juegos/programas/etc.] es poderoso	1	2	3	4	5
E2_1_4	Este [anuncio/imágenes/publicacione s/función de juegos/programas/etc.] es informativo	1	2	3	4	5
E2_1_5	Este [anuncio/imágenes/publicacione s/función de juegos/programas/etc.] hace sentido	1	2	3	4	5
E2_1_6	Este [anuncio/imágenes/publicacione s/función de juegos/programas/etc.] es convinciente	1	2	3	4	5
E2_1_7	Este [anuncio/imágenes/publicacione s/función de juegos/programas/etc.] es relevante para las personas de mi edad.	1	2	3	4	5
E2_1_8	Este [anuncio/imágenes/publicacione s/función de juegos/programas/etc.] se siente moderno y actual.	1	2	3	4	5

E2_1_9	Este [anuncio/imágenes/publicaciones/función de juegos/programas/etc.] es una forma aceptable de hablar sobre vapear nicotina.	1	2	3	4	5
---------------	--	---	---	---	---	---

ASK: For each TRC stimulus viewed.

E3. Effects Perceptions

E3_1. Perceived Message Effectiveness Scale

[RANDOMIZE ORDER]

		Nada	Muy poco	Algo	Bastante	Mucho
E3_1_1	¿Cuánto te hizo preocupar este [anuncio/imágenes/publicaciones/función de juegos/programas/etc.] sobre las consecuencias de vapear nicotina?	1	2	3	4	5
E3_1_2	¿Cuánto te hace pensar este [anuncio/imágenes/publicaciones/función de juegos/programas/etc.] que vapear nicotina es una mala idea?	1	2	3	4	5
E3_1_3	¿Qué tanto te desalienta este [anuncio/imágenes/publicaciones/función de juegos/programas/etc.] de vapear nicotina?	1	2	3	4	5

ASK: For each TRC stimulus viewed.

E4. Emotional Reaction

E4_1 A veces las personas tienen diferentes reacciones emocionales cuando ven [anuncios/imágenes/publicaciones/funciones de juegos/programas/etc.]. Indica cómo te hizo sentir este [anuncio/imágenes/publicaciones/función de juegos/programas/etc.] :

[RANDOMIZE ORDER]

[LIST OF RELEVANT EMOTIONS WILL BE BASED ON THE STIMULI BEING TESTED]

		Nada	Muy poco	Algo	Bastante	Mucho
E4_1_1	Triste	1	2	3	4	5
E4_1_2	Asustado(a)	1	2	3	4	5
E4_1_3	Irritado(a)	1	2	3	4	5
E4_1_4	Avergonzado(a)	1	2	3	4	5
E4_1_5	Curioso(a)	1	2	3	4	5
E4_1_6	Enojado(a)	1	2	3	4	5
E4_1_7	Entretenido(a)	1	2	3	4	5
E4_1_8	Molesto(a)	1	2	3	4	5
E4_1_9	Incómodo(a)	1	2	3	4	5
E4_1_10	Sorprendido(a)	1	2	3	4	5
E4_1_11	Arrepentido(a)	1	2	3	4	5
E4_1_12	Culpable	1	2	3	4	5
E4_1_13	Esperanzado(a)	1	2	3	4	5
E4_1_14	Motivado(a)	1	2	3	4	5
E4_1_15	Comprendido(a)	1	2	3	4	5
E4_1_16	Preocupado(a)	1	2	3	4	5
E4_1_17	Desalentado(a)	1	2	3	4	5

E4_1_18	Inspirado(a)	1	2	3	4	5
E4_1_19	Feliz	1	2	3	4	5
E4_1_20	Decidido(a)	1	2	3	4	5
E4_1_21	Estresado(a)	1	2	3	4	5
E4_1_22	Decepcionado(a)	1	2	3	4	5
E4_1_23	Seguro(a)	1	2	3	4	5
E4_1_24	[emotion]	1	2	3	4	5
E4_1_25	[emotion]	1	2	3	4	5
E4_1_26	[emotion]	1	2	3	4	5

ASK: For each TRC stimulus viewed.

F. UNINTENDED CONSEQUENCES

F1. ¿Qué tan de acuerdo o en desacuerdo estás con las siguientes afirmaciones?

[RANDOMIZE ORDER]

		Muy en desacuerdo	En desacuerdo	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	De acuerdo	Muy de acuerdo
F1_1	Este [anuncio/pantalla/ posteo/función de juegos/espectáculo/ etc.] intenta manipularme	1	2	3	4	5
F1_2	La consecuencia de vapear que muestra este [anuncio/pantalla/ posteo/función de juegos/espectáculo/ etc.] es exagerada	1	2	3	4	5
F1_3	Este [anuncio/pantalla/	1	2	3	4	5

	posteo/función de juegos/espectáculo/etc.] me molesta					
--	---	--	--	--	--	--

ASK: For each TRC stimulus viewed.

F2. ¿Este [anuncio/imágenes/publicaciones/función de juegos/programas/etc.] cambió tu opinión sobre los daños que produce vapear nicotina en comparación con fumar cigarrillos?

0. No

1. Sí

ASK: For each TRC stimulus viewed.

F3. Este [anuncio/imágenes/publicaciones/función de juegos/programas/etc.] me hizo pensar que vapear nicotina es:

1. Más dañino que fumar cigarrillos

2. Igual de dañino que fumar cigarrillos

3. Menos dañino que fumar cigarrillos

ASK: For each TRC stimulus viewed. Ask if F2=1 (yes)

F4. En una escala del 1 al 5, indica si este [anuncio/imágenes/publicaciones/función de juegos/programas/etc.] hizo que **vapear nicotina** te pareciera algo que querrías hacer o no.

1	2	3	4	5
Hace que no quiera vapear nicotina.				Hace que quiera vapear nicotina.

ASK: For each TRC stimulus viewed.

Indica qué tan de acuerdo o en desacuerdo estás con las siguientes afirmaciones

F5. Vapear nicotina puede aumentar el riesgo de desarrollar un trastorno de ansiedad.

1. Muy en desacuerdo
2. En desacuerdo
3. Neutral
4. De acuerdo
5. Muy de acuerdo

ASK: For each anxiety related TRC stimulus viewed.

G. PSYCHOGRAPHICS/AUDIENCE PROFILE

G_INTRO. ¡Gracias por todas las respuestas que has dado hasta ahora! Tenemos algunas preguntas más para hacerte.



G1. Aparte de ti, ¿alguien que viva contigo ha consumido alguna de las siguientes sustancias en los **últimos 30 días**? Selecciona todas las opciones que correspondan.

1. Cigarrillos
2. Productos de vapeo electrónico o cigarrillos electrónicos con nicotina como [[NAME 3 TOP BRANDS]
3. Puros, cigarrillos o puros pequeños como [NAME 3 TOP BRANDS]
4. Cualquier otra forma de tabaco (como tabaco sin humo, tabaco para pipa de agua ("hookah"), bolsas de nicotina).
5. No, nadie que viva conmigo ha consumido ningún tipo de tabaco durante los últimos 30 días

ASK: All participants.

G2. ¿Hasta dónde crees que llegarás en la escuela?

1. No planeo ir más a la escuela
2. 9.º grado
3. 10.º grado
4. 11.º grado
5. 12.º grado o GED
6. Algunos estudios universitarios o técnicos, pero sin título

7. Título de escuela técnica
8. Título de estudios universitarios
9. Escuela de posgrado, escuela de medicina o escuela de derecho

ASK: All participants.

G3. (Source: PATH)

En los últimos 12 meses, ¿tu padre, madre o tutores han hablado contigo, aunque sea una vez, sobre NO vapear nicotina?

0. No
1. Sí

ASK: Is participant age is < 18.

G4. ¿Qué tan cercano te sientes del adulto o adultos con los que vives?

1. Para nada cercano
2. No muy cercano
3. Algo cercano
4. Bastante cercano
5. Muy cercano

ASK: Is participant age is < 18.

G5. (Source: PHQ-4)

En las **últimas 2 semanas**, ¿con qué frecuencia te viste perturbado por los siguientes problemas?

		Nada	Varios días	Más de la mitad del tiempo	Casi todos los días
G5_1.	Con sentimiento de nerviosismo, ansiedad o inquietud.	☐ _1	☐ _2	☐ _3	☐ _4
G5_2.	Sin poder dejar de preocuparte o sin controlar la preocupación.	☐ _1	☐ _2	☐ _3	☐ _4
G5_3.	Con poco interés o placer al hacer actividades.	☐ _1	☐ _2	☐ _3	☐ _4
G5_4.	Con decaimiento, depresión o desesperanza.	☐ _1	☐ _2	☐ _3	☐ _4

ASK: All respondents

H. DEMOGRAPHICS

H1. ¿Cuántos años tienes?

_____ años

ASK: All participants.

H2. Eres: Selecciona todas las opciones que correspondan.

1. Mujer
2. Hombre
3. Transgénero, persona no binaria u otra identidad de género

ASK: All participants.

H3. ¿Cuáles de las siguientes opciones representan mejor la forma en la que te identificas? Selecciona todas las opciones que correspondan.

1. Heterosexual
2. Bisexual
3. Gay o lesbiana
4. Pansexual
5. Queer
6. Asexual
7. Aún no lo sé
8. Algo diferente _____

ASK: All participants.

H4_1. ¿Eres hispano(a) o latino(a)?

0. No
1. Sí

ASK: All participants.

H4_2. ¿Cuáles de las siguientes opciones te describen mejor? Selecciona todas las opciones que correspondan.

1. Mexicano(a)/mexicano(a) estadounidense/chicano(a)
2. Puertorriqueño(a)
3. Cubano(a)
4. Salvadoreño(a)
5. Dominicano(a)
6. Otro origen o ascendencia hispana o latina (especifica: _____)
7. Prefiero no contestar [EXCLUSIVE]

ASK: If H4_1 = 1

H5. ¿Cuáles de las siguientes opciones describen mejor tu raza u origen étnico? Selecciona todas las opciones que correspondan.

1. Indígena de las Américas o nativo(a) de Alaska
2. Asiático(a)
3. Negro(a) o afroamericano(a)
4. Nativo(a) de Hawái u otra de las Islas del Pacífico
5. Blanco(a)

ASK: All participants.

H6. En general, ¿hablas normalmente...

1. Solo español
2. Más español que inglés
3. Tanto inglés como español
4. Más inglés que español
5. Solo inglés

ASK: If H4_1 = 1

H7. ¿Cuánto dinero tiene tu familia?

1. No tiene lo suficiente para salir adelante.
2. Solo lo suficiente para salir adelante.
3. Solo tienen que preocuparse por el dinero para diversión o cosas extras.
4. Nunca tienen que preocuparse por el dinero.

ASK: All participants.

I. MEDIA USE

[NOTE: Section I will replace Section E when included.]

I_INTRO. Las siguientes preguntas son sobre el uso que haces de los diferentes tipos de medios de comunicación.

I1. ¿Utilizas alguna de las siguientes plataformas o redes sociales al menos una vez a la semana?

[RANDOMIZE ORDER]

		No	Sí
I1_1	Facebook	0	1
I1_2	Instagram	0	1
I1_3	Snapchat	0	1
I1_4	TikTok	0	1
I1_5	Reddit	0	1
I1_6	YouTube	0	1
I1_7	X (antes conocida como Twitter)	0	1
I1_8	Twitch	0	1
I1_9	Wattpad	0	1
I1_10	Brainly	0	1
I1_11	Hudl	0	1
I1_12	Discord	0	1
I1_13	WhatsApp	0	1
I1_14	Lemon8	0	1
I1_15	BeReal	0	1
I1_16	Threads	0	1
I1_17	[Platform]	0	1
I1_18	[Platform]	0	1
I1_19	Otra plataforma o sitio	0	1

ASK: All participants.

I1_19_OE. [ASK IF I1_19=1 (yes)]

¿Qué otras plataformas o redes sociales utilizas **al menos una vez a la semana**? [Open-ended]

ASK: Participants who select “yes” to “other”

I2. ¿Cuánto tiempo pasas en cada una de las siguientes plataformas de redes sociales en un día típico? [Matrix format]

1. No las uso en un día típico

2. Menos de 1 hora
3. Entre 1 y 3 horas
4. 4 horas o más

ASK: For each platform selected in I1

I3. ¿Qué *influencers* de redes sociales te parecen particularmente interesantes? [*Open-ended*]
 98. Ningún *influencer* de redes sociales me parece interesante

ASK: All participants.

I4. ¿Miras alguno de los siguientes servicios de *streaming* al menos una vez a la semana?

[RANDOMIZE ORDER]

		No	Sí
I4_1	Netflix	0	1
I4_2	Hulu	0	1
I4_3	Amazon Prime	0	1
I4_4	YouTube TV	0	1
I4_5	Disney+	0	1
I4_6	Max (HBO)	0	1
I4_7	Apple TV+	0	1
I4_8	Peacock	0	1
I4_9	Paramount+	0	1
I4_10	Sling TV	0	1
I4_11	Fubo	0	1
I4_12	TubiTV	0	1
I4_13	Twitch	0	1
I4_14	Crunchyroll	0	1
I4_15	The Roku Channel	0	1
I4_16	Freevee	0	1
I4_17	[Service]	0	1
I4_18	[Service]	0	1
I4_19	Otro servicio de <i>streaming</i>	0	1

ASK: All participants.

I4_19_OE. [ASK IF I4_19=1 (yes)]

¿Qué otros servicios de *streaming* utilizas al menos una vez por semana? [Open-ended]

ASK: Participants who select “yes” to “other” in I4

I5. Cuando utilizas los siguientes servicios de *streaming*, ¿hay publicidad durante los programas o las películas?

0. No, no hay videos publicitarios
1. Sí, hay videos publicitarios

ASK: For each streaming service selected in I4 where there is an ad-free option.

I6. ¿Cuánto tiempo pasas viendo cada uno de los siguientes servicios de *streaming* en un día típico? [Matrix format]

1. No los uso en un día típico
2. Menos de 1 hora
3. Entre 1 y 3 horas
4. 4 horas o más

ASK: For each streaming service selected in I4

I7. ¿Qué programas/películas ves actualmente en [STREAMING SERVICES SELECTED IN I4]? [Open-ended]

ASK: Participants who select “yes” to at least one streaming service in I4

I8. ¿Qué dispositivo(s) sueles utilizar para ver estos servicios de *streaming*? Selecciona todas las opciones que correspondan.

1. TV inteligente (*Smart TV*)/TV conectada (TV conectada a internet con aplicaciones)
2. TV por cable (como Xfinity o Spectrum)
3. Computadora portátil
4. Computadora de escritorio
5. Teléfono inteligente
6. Tableta
7. AppleTV
8. Roku
9. Amazon Fire
10. TiVo
11. Google Chromecast
12. Consolas de videojuegos (como PlayStation o Xbox)
13. Otro _____
14. No uso ningún dispositivo para ver contenido [EXCLUSIVE]
15. Prefiero no contestar [EXCLUSIVE]

ASK: Participants who select “yes” to at least one streaming service in I4

I9. ¿Utilizas alguno de los siguientes servicios de audio **al menos una vez a la semana?**

[RANDOMIZE ORDER]

		No	Sí
I9_1	Spotify	0	1
I9_2	Pandora	0	1
I9_3	Soundcloud	0	1
I9_4	YouTube Music	0	1
I9_5	Amazon Music	0	1
I9_6	Apple Music	0	1
I9_7	Tidal	0	1
I9_8	iHeart Radio	0	1
I9_9	Sirius XM	0	1
I9_10	[Service]	0	1
I9_11	[Service]	0	1
I9_12	Otros servicios de audio	0	1

ASK: All participants.

I9_12_OE. [ASK IF I9_12=1 (yes)]

¿Qué otros servicios de audio utilizas **al menos una vez por semana?** [Open-ended]

ASK: Participants who select “yes” to “other” in I9

I10. Cuando escuchas los siguientes servicios de audio, ¿hay publicidades?

0. No, no hay publicidades
1. Sí, hay publicidades

ASK: For each audio service selected in I9

J. TRC EVENTS (include if there are TRC events occurring during or leading up to data collection)

J_INTRO. Las siguientes preguntas son sobre eventos especiales que han ocurrido recientemente en EE. UU., ya sea en línea o presenciales.

J1. ¿Has escuchado [sobre/de] [event]??

- 0. No
- 1. Sí

ASK: All

[IF J1=1 (yes)]

J2. ¿Cómo te enteraste de [event]? Selecciona todas las opciones que correspondan.

- 1. Promoción por Internet
- 2. Por un amigo o familiar
- 3. *Placeholder source*
- 4. *Placeholder source*
- 5. *Placeholder source*

ASK: For participants who heard of event.

[IF J1=1 (yes)]

J3. En [la última/los últimos] [semana/30 días/etc.], ¿[asististe a un evento/seguiste un evento por Internet]?

- 0. No
- 1. Sí

ASK: For participants who heard of event.

[IF J3=1 (yes)]

J4. Cuando [asististe al evento/seguiste el evento por Internet], ¿viste o escuchaste algo de la campaña The Real Cost sobre los daños que produce [vapear nicotina /fumar cigarrillos]?

- 0. No
- 1. Sí

ASK: For participants who attended/followed event.

[IF J3=1 (yes)]

J5. Cuando vi o escuché los mensajes de The Real Cost en [event]...
... realmente le presté atención.

1. Muy en desacuerdo
2. En desacuerdo
3. Ni en desacuerdo ni de acuerdo
5. De acuerdo
5. Muy de acuerdo

ASK: For participants who heard of TRC at event.

[IF J4=1 (yes) AND (A1=0 OR A2=0) OR (A4=0 OR A5=0)]

J6. Cuando vi o escuché los mensajes de The Real Cost en [event]...

... pensé sobre qué podría hacer para asegurarme de nunca [vapear nicotina /fumar cigarrillos].

1. Muy en desacuerdo
2. En desacuerdo
3. Ni en desacuerdo ni de acuerdo
4. De acuerdo
5. Muy de acuerdo

ASK: For participants who heard of TRC at event and are not current vapers or smokers

[IF J4=1 (yes) AND (A2>=1 OR A4>=1)]

J7. Cuando vi o escuché los mensajes de The Real Cost en [event]...

... pensé sobre qué podría hacer para dejar de [vapear nicotina /fumar cigarrillos].

1. Muy en desacuerdo
2. En desacuerdo
3. Ni en desacuerdo ni de acuerdo
4. De acuerdo
5. Muy de acuerdo

ASK: For participants who heard of TRC at event and are current vapers or smokers

K. SOCIAL MEDIA INFLUENCERS (include if asking about TRC influencer content in section C)

K1. En general, ¿cuánto confías en la información sobre vapear nicotina que brinda [social media influencer]??

1. Nada
2. Un poco
3. Algo
4. Mucho

ASK: For each TRC social media influencer content the participant noted seeing the past [week/30 days].

K2. ¿Te tomaste de manera seria la información sobre vapear nicotina que brindó [social media influencer]?

0. No
1. Sí

ASK: For each TRC social media influencer content the participant noted seeing the past [week/30 days].

K3. ¿Cambió tu opinión sobre vapear después de ver las publicaciones de [social media influencer] sobre vapear nicotina?

0. No
1. Sí

ASK: For each TRC social media influencer content the participant noted seeing the past [week/30 days].

K4. ¿Cómo las publicaciones de [social media influencer] sobre vapear nicotina cambiaron tu opinión sobre la seguridad de vapear?

1. Ahora creo que vapear es más seguro de lo que creía
2. Ahora creo que vapear es menos seguro de lo que creía
98. No sé

ASK: If K3=1

INFORME

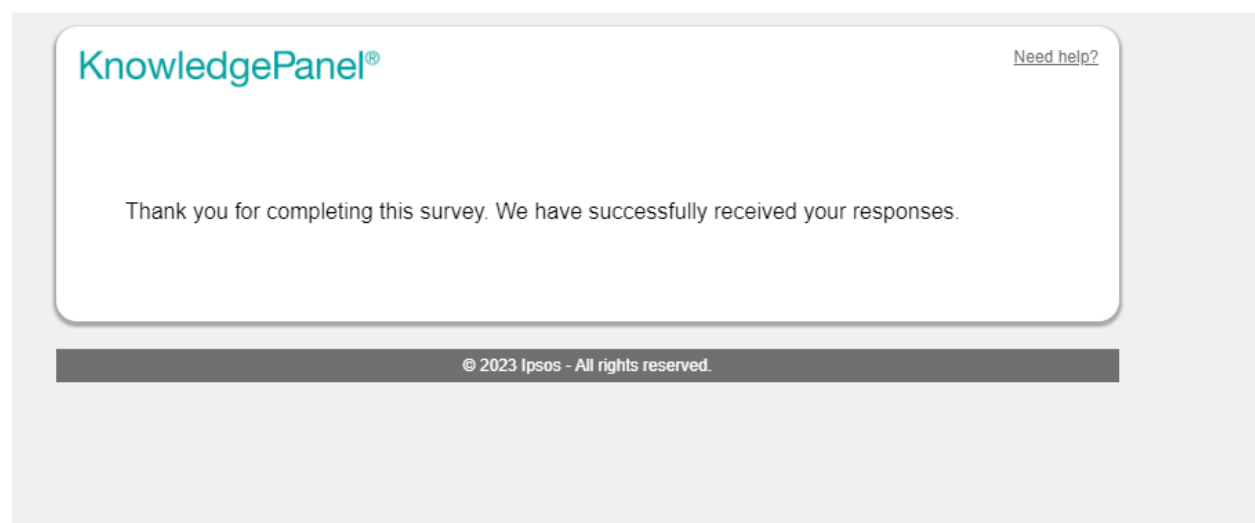
Gracias por responder esta encuesta. Esta encuesta se realizó para la Administración de Alimentos y Medicamentos (FDA, por sus siglas en inglés). La FDA estudia las creencias de la gente sobre los productos del tabaco y la nicotina. Este estudio analizó tus comportamientos de consumo de tabaco, así como tus creencias en torno al tabaco y tus percepciones sobre los anuncios que se transmiten actualmente. La FDA no avala ni fomenta el uso del tabaco.

Te preguntamos tus opiniones sobre algunas afirmaciones acerca de los vaporizadores. Algunas afirmaciones se inventaron para este estudio y no son hechos.

Si tú o un ser querido quieren dejar el tabaco u obtener más información sobre sus daños, puedes llamar a la línea de ayuda para dejar de fumar de tu estado al 1-800-QUIT-NOW (1-800-784-8669) o visitar <https://teen.smokefree.gov/> para obtener más información sobre Smokefree Teen, un programa gratuito que cuenta con un sitio web, mensajes de texto y una aplicación para dejar de fumar tabaco dirigido por el Instituto Nacional del Cáncer.

Si tú o un ser querido necesitan ayuda en materia de salud mental, puedes llamar a la Línea Nacional de Ayuda de SAMHSA al 1-800-662-HELP (4357) o enviar un mensaje de texto al 435748 (HELP4U). Se trata de un servicio de información confidencial y gratuito, las 24 horas del día y los 365 días del año, en inglés y español, para personas y familiares que se enfrentan a trastornos mentales o consumo de sustancias.

Si tú o alguien que conoces tienen pensamientos suicidas o sufren problemas emocionales, ponte en contacto con la Línea Nacional de Prevención del Suicidio. Los trabajadores de crisis formados están disponibles para hablar las 24 horas del día, los 7 días de la semana. 1-800-273-TALK (8255) o Live Online Chat.



Gracias por completar esta encuesta. Hemos recibido de manera exitosa sus respuestas.

SHOW: All respondents