

Who Decides?

¿Quién Decide?

El Paso, TX
11/16/96

Midwest Migrant Stream Presentation By:

Alayne Unterberger, MA
Leonardo Leon, BA
Gabriel Medrano de Luna, BA

University of South Florida
College of Public Health
Tampa, FL

For more information, contact:
Alayne Unterberger (813) 632-1344 or
email: alayne@daisy Resource ID#: 4065

Agenda:

Introductions

Purpose of the Project

Methodology

Findings

Conclusions and Recommendations

Public Service Announcements

Question and Answer

Purpose/Propósito

- × Both a research project and a family planning campaign/ *Fue una investigación y una campaña de social marketing*
- × Family planning an important issue/ *planificación familiar es importante*
- × Previous Research/ *Investigaciones Anteriores*
- × Women's Remarks/ *Comentarios de mujeres migrantes*
- × Social Marketing:

responds to identified needs within a target audience
responde a necesidades identificadas en la audiencia
- × Key questions: Is radio as effective as literature states? Do migrant men listen to the radio? What stations? When? If so, what should the message be? How did men look at the issue of family planning?

Social Marketing Components
(revised from Andreason 1995)

- ☒ social change strategy which uses the techniques of commercial marketing and social sciences
- ☒ is responsive to the consumer
- ☒ requires a high degree of input from the target audience in program development and design (pretesting)
- ☒ changes over time to meet the needs of the target population
- ☒ Not the same as advertising!

Metodología/Methods

Two-Pronged Approach:

✧ Antropología/Anthropology

- ☛ Entrevistas con informantes claves/Key Informant Interviews
- ☛ Entrevistas/Interviews
- ☛ Grupos dirigidos/Focus Groups

✧ Social Marketing

- ☛ Diseño del mensaje/Message Design
- ☛ Probando mensajes a cada paso/ Pretesting of messages throughout development

Diseño: Design

Número de participantes
(Number of participants)

Entrevistas con Informantes Claves/
Key Informant Interviews: 3

Entrevistas con hombres/Interviews
with men: 27

Participantes en Focus Groups/
Focus Group Participants: 14

Total 41

Pruebas del anuncios/Pretesting of ads 14 (55 hombres incluidos)

* Siempre nos reuniamos después de cada grupo de entrevistas/ *We met after each set of interviews to reassess.*

Methodology/Metodología:

Recruitment/Buscando los hombres

¿De dónde?/From:

La Misión Beth-El	6
La Misión Buen Samaritano	3
Farmworkers Self Help	5
USF Migrant Institute	8
Ruskin Migrant Health Center	<u>19</u>
	41

* Hicimos entrevistas en lugares con que los hombres estuvieron familiares.
Interviews were conducted at places that were familiar to the men.

* Muchos hombres estaban esperando a sus mujeres cuando hicimos las entrevistas.
Many of the men were waiting for their wives at social service agencies or clinics while we did the interviews.

Metodología: Edad y número de encuestas

Methods: Number of respondents by age

Edades/Ages	# Entrevistas/Interviews
16-20	4
21-25	5
26-30	5
31-40	9
41+	4
Total: Rango= 16 a 66 Range= 16 to 66	27

Metodología/ Methods:

Instrumentos utilizados en la investigación/*Instruments*

⇒ Revisamos los instrumentos/
Revision of instruments

- ☞ Cuestionario/Questionnaire
- ☞ Protocolo del Focus Group/Protocol
- ☞ Guía para probar los mensajes/Pretesting Guide

PREGUNTAS USADAS EN ENTREVISTAS Y GRUPOS DIRIGIDOS

Fecha (Date) _____

de identificación (ID#) _____

Lugar (Place) _____

Edad (Age) _____

Género (Gender) M

Introducción (Introduction):

Buenos....., mi nombre es _____ y vengo del Colegio de Salud Pública en la Universidad del Sur de Florida. Nosotros estamos haciendo una campaña para promocionar familias saludables en el estado.

Para dicha campaña, necesitamos seleccionar mensajes, cuales representarán nuestra promoción, para Mejicanos en todo el estado de la Florida. Estoy aquí porque sé que usted es la persona que mejor conoce a su familia y me gustaría que usted nos ayudara. La entrevista dura 30 minutos. Al final de la entrevista, le pagaré \$5 en efectivo por su tiempo.

(Hello, my name is _____ and I'm from the University of South Florida, College of Public Health. We are conducting a campaign to promote the healthy families all over the state. For such a campaign, we need your help to design a campaign to help us promote the campaign for Mexicans all over the state of Florida. I am here because we know that you are the person who knows your family the most and we would like you to help us).

Esto no es un exámen, solamente nos gustaría escuchar su opinión acerca de lo que esos términos significan para usted. Y recuerde... no estamos buscando una sola respuesta, cualquier opinión que

Unos "Probes":

¿Me puede explicar más sobre _____?
(Could you tell me more about that?)

¿Hay algo más que debemos saber?
(Is there anything else?)

¿En que sentido?
(How do you mean?)

¿Porqué piensa así?
(What makes you think that?)

¿Cuál característica de este tema le hace sentir así?
(What about this makes you feel that way?)

¿Hay otras razones?
(Are there any other reasons?)

Me gustaría saber su opinión sobre _____.
(I'd like to know what you think about _____.)

¿Me daría un ejemplo de lo que me explicó?
(Could you give me an example of what you mean?)

No estoy seguro de lo que quiere decir cuando usa la palabra _____.
(I'm not sure I understand what you mean when you say _____.)

Estoy un poco confundido, ¿podría explicarme otra vez?
(I'm a little confused, could you explain that to me again?)

usted nos dé será bien recibida. (This is not a test, we just want your opinion about what these terms mean to you. And remember, there are no right or wrong answers. Your opinions will be welcomed).

Demografica

1. ¿De dónde es usted o su familia?
2. ¿En que trabaja Vd.?
3. ¿Cuál es su estado civil? ____ soltero ____ casado ____ viudo ____ separado ____ otro
4. ¿Cuál fue su último grado de escuela? _____
5. ¿Cuántos hijos tiene y cuántos años tienen?
6. ¿Es usted: ____ padre ____ abuelo ____ bisabuelo u ____ otro (especifique: _____) ?

Familia

7. ¿Quiénes son su familia? Describame su familia.
8. ¿Cómo es la familia? ¿Qué entiende por la familia?
¿Cuales cosas son necesarias para formar una familia?
¿Qué quiere decir hogar para Ud.?
9. ¿Qué quiere en el futuro para su familia? ¿Sus hijos?
¿Cuántos niños quiere tener?
¿Cuántos niños querían tener Vd y su esposa cuando se casaron?
10. ¿Qué cosas se necesitan para ser padre?
12. ¿Cual es el papel de una mujer?
¿Cuál es el papel de una mujer soltera antes de casarse?
15. ¿Qué hace su esposa en un día corriente y común (típico)?
16. Si es padre....
 - A. ¿Quien toma las decisiones en su hogar? ¿Pudiera darme algunos ejemplos?
-Si fueran a rentar una casa, ¿quien tomaría la decisión? ¿Cómo es eso?

-Si Vds fueran a mudarse y estar en busca de una iglesia, ¿quien tomaría la decisión con respecto a cual iglesia irían?

-Si Vds fueran a comprar un carro nuevo, ¿quien tomaría la decisión?

-Con respecto a tener hijos, ¿de quien es la decisión?

D. ¿Cómo se decidieron tener su primer hijo?

E. Ahora que Vds son padres, ¿el primer niño suyo llegó cuando Vds lo deseaban o antes?

¿el segundo niño suyo llegó cuando Vds lo deseaban o antes? Expliquemelo.

G. ¿Cuántos hijos cree Vd que una pareja debe tener? ¿Por qué?

Si algun amigo suyo fuera a preguntarle su consejo sobre cuántos hijos debiera de tener, ¿que le diría?

17. ¿Cuánto tiempo cree Vd que una pareja debiera de esperar para tener su primer bebé?

► ¿Por que esperaría? ¿Cuales serían las razones para esperar?

► ¿Porque no esperaría?

18. Con su pareja, ¿han hablado sobre no tener más niños?

A. ¿Hay cosas que se puede hacer Vd o su mujer para evitar el embarazo? ¿Cómo se llaman?

B. Existen varios medios que puede usar una pareja para no tener hijos o para retrasar un embarazo, ¿Quisiera decirme de que cosas o métodos ha oído hablar?

¿Usan ahora o han usadoVds alguno de estos métodos? ¿Cuáles?

C. ¿Qué entiende usted por Planificación familiar? ¿Que quiere decir anticoncepción?

D. ¿En su opinión, quién tiene la responsabilidad de encargarse de usar metodos anticonceptivos? (planificación familiar)

¿La mujer o el hombre? ¿PORQUE?

E. ¿Han recibido alguna infomación sobre planificación familiar? ¿Cómo le pareció?

F. ¿Quiere más información sobre metodos anticonceptivos? ¿Cómo debemos comunicar esta información? (Plática, folletos, videos, por los reverendos/iglesias ???)

X ¿Qué es el grupo dirigido?

Es una herramienta investigativa que se usa mucho en social marketing para profundizar en un tema particular. En los grupos dirigidos, basados en las entrevistas, pensamos que teníamos que dividir los grupos entre jóvenes y mayores.

What is a focus group? It is a research tool used frequently in social marketing to gain insight into a particular area. We divided our focus groups by age, the young and the older men participated separately.

X Habíamos pensado en tres grupos: jóvenes de menos de 20 años, de 20-30 y mayores de 30 pero la mayoría de los entre los 20 y 30 se habían ido ya.

We had originally planned on three groups: men under 20, 20-30 year olds and those older than 30. Those between 20 and 30 were migrating.

X Realizamos 2 grupos: Jóvenes y Mayores (*We did two groups: Younger and older men.*)

X Aquí se probaron los anuncios de radio, el mensaje y la forma.

The concept, content and format of radio announcements were tested in the focus groups.

PREGUNTAS PARA EL GRUPO/FOCUS GROUP GUIDE

☞ Usamos las mismas preguntas originales para darle consistencia a la investigación. Y fomentar la discusión en el grupo. *We used the same questions throughout the investigation to enhance consistency; however, at different points, questions were added.*

SOBRE RADIO:

1. ¿A cuáles cadenas/emisoras escucha normalmente? ¿Y cuándo-durante que horas?

What radio stations do you listen to and when?

2. ¿Tiene favoritos programas del radio? ¿Cuáles y cuándo son?

Nombre _____ Cadena _____ Hora _____
What are your favorite programs? When do they air?

3. Tenemos algunos anuncios por radio que tocar para Uds. Lo que nos interesa más son sus opiniones sobre los anuncios y los mensajes. Primero,

We have some ads to play for you. We will ask you some questions afterwards; what we want are your opinions.

Pretesting Questions: open-ended

- A. ¿Que es lo primero de le llega a su mente al escuchar esto?
What is the first thing that comes to your mind when listening to this ad?
- B. ¿De que se trata el anuncio?
What is the ad about?
- C. ¿Qué le gusta más?
What part do you like the most?

¿Qué le gusta menos?
What do you like least?
- D. ¿Que opina sobre la voz de la persona que habla?
What do you think about the voice of the speaker?
 - 1. ¿Es una persona como Ud?
Is this person someone like you?
- E. ¿Hay algo que debemos cambiar?
Is there anything we should change?
- F. ¿En su opinión, que mensaje o mensajes debemos promocionar?

Resultados: Lugar de origen

Findings: Place of origin

Estado/State	# de personas # of persons	
Tamaulipas	6	22.2%
Guanajuato	5	18.5%
Chihuahua	3	11.1%
Guerrero	2	7.4%
Estado de Mexico	2	7.4%
Estados Unidos/USA	2	7.4%
Chiapas	1	3.7%
Hidalgo	1	3.7%
Distrito Federal	1	3.7%
Mexico (sin estado especifico)	4	14.8%
Total	27	100.0%

* 40% are from Tamaulipas and Guanajuato combined. (40% son de Guanajuato y Tamaulipas)

Resultados: Estado Civil

Findings: Marital Status

Estado Civil Marital Status	#	%
Soltero/Single	5	18.5
Casado/Married	16	59.3
Unión Libre/Live-in girlfriend	3	11.1
Separados/Separated	3	11.1
<i>Total</i>	<i>27</i>	<i>100.0</i>

Resultados: Nivel de educación

Findings: Educational Level

Grado Escolar/Grade	#
ningún/0	2
primaria/< 6 años	4
secundaria/<12 años	12
preparatoria	2
no hay respuestas claras/no clear answers	6
*Total	26

*No hay datos para 5 participantes/ *There is no information for 5 participants*

✓ Solo 2 se graduaron/ *Only two graduated from high school.*

Resultados: Empleo

Findings: Employment

Tipo de trabajo/ Type of Work	#	%
Pizca/Campo/Fields	18	69.2
Nurseria/nursery	2	7.7
Desempleado/ Unemployed	2	7.7
Fábrica/factory	1	3.8
Otro/other (construction, etc)	2	7.7
Estudiante	1	3.8
Total (1 missing)	26	100

Resultados: Número de niños queridos (antes y después)
Findings: Number of Children Wanted and Number They Have

PROMEDIOS/ AVERAGES

Edad	Cantidad	Resultados: Número de niños queridos (antes y después) Findings: Number of Children Wanted and Number They Have			
		PROMEDIOS/ AVERAGES			
Age	Number	# HIJOS TIENE (# Children They Have)	# HIJOS QUIERE (# Children they want)	# HIJOS AL CASARSE (# Children they wanted when first married)	# HIJOS DEBE TENER (# Children a couple should have)
16-20	4	.25 (0-1)	1.75 (0-3)	0 SOLTERO	1.5 (0-2)
21-25	5	1.8 (1-3)	3.0 (2-5)	1.4 (0-2)	2.0 (0-4)
26-30	5	1.2 (0-3)	2.2 (0-4)	1.8 (0-6)	2.2 (0-4)
31-40	9	3.6 (1-8)	2.6 (0-6)	2.6 (0-10)	2.0 (0-5)
40+	4	6.75 (3-11)	6.25 (3-9)	1.5 (0-6)	2.0 (0-3)

Resultados: Sociales y Culturales

Findings: Social and Cultural

- ❖ La cultura, las costumbres y tradiciones de los mexicanos estan muy arraigadas que las siguen manifestando en los EEUU. *The culture, customs and traditions of the Mexican men in this study have been carried over here in this country. They strongly identify as being Mexican.*
- ❖ La mayoría vino para trabajar en el campo (la pisca). *The majority came to work in the fields.*

Planificación Familiar

- ⊗ Los hombres no saben mucho sobre el tema. *Men do not know much about this topic.*
- ⊗ La mayoría no planearon su primer hijo. *The majority did not plan their first child.*
- ⊗ El concepto de tener hijos es incuestionable, pero la llegada es inesperada. *The idea of having children seems to go without question; however, the timing of children is not planned for.*
- ⊗ El concepto de la familia es tener hijos, pero el promedio de hijos deseados fue 2.8, rango 1-9. El número de hijos que tienen fue entre 1 y 11, con el promedio de 3.8 hijos. De los 27 personas entrevistadas, 5 eran solteros sin hijos. *The concept of the family is having children but the average number of children men wanted was 2.8, with a range of 1 to 9. The actual number of children they had was between 1 and 11, with an average of 3.8. Five of the men did not have children.*
- ⊗ **Uno de los factores fundamentales para tener menos hijos es la economía y dicen que les gustaría tener más.** *One of the major factors limiting number of children is the idea that economically, they cannot afford them. They still said they would rather have more.*
- ⊗ Todos querían una vida mejor para sus hijos: educación y buena salud. Pensaron que la educación les ayudaría a no tener que trabajar el la pisca como ellos. *All the men wanted their children to have better lives than they had: education and good health. They believed that education was the way in which their children would get ahead so that they would not work in the fields like them.*

Hubo una diferencia entre los mayores y jovenes respecto a tomar decisiones familiares.
There was a difference between the younger and older men's perceptions of family decision-making.

- ⊗ Los mayores mencionaron que no hay gran interés en planificación familiar porque ya no piensan tener hijos. *Older men stated that they had no interest in learning about family planning methods because they did not intend to have more children.*
- ⊗ Pero los mayores querían que hablemos más con los jóvenes, incluyendo a sus hijos, sobre planificación familiar. *But these older men wanted us to focus on educating younger men, including their children.*
- ⊗ Los mayores y los jóvenes dijeron que la pareja debiera tomar decisiones juntos. Pero a la vez dijeron los mayores que son ellos que toman decisiones finales, como rentar una casa. Los más jóvenes toman más en cuenta la esposa y de hecho tienen menos hijos. *Both the younger and older men stated that a couple should make joint decisions on having children. At the same time, the older men admitted that they make final decisions, such as buying a car or going shopping. It appears that the younger men talk more with their wives and do in fact have less children.*
- ⊗ Los jóvenes saben de algunos métodos, sobre todo, el condón y quieren mas informacion sobre como planear la familia. Pero a la vez algunos dijeron que no usan condones con sus esposas sino con otras mujeres. *Younger men know about some family planning methods, especially the condom and they want more information about how to plan their families. At the same time, some said they do not use condoms with their wives but with other women with whom they have relations.*

La religión/Religion

- ⊗ En algunas ocasiones, parecía ser que la religion catolica influye. Algunas respuestas fueron “los que Díos me quiera dar” sobre tomar decisiones de los numeros de niños, especialmente entre los mayores. *It was clear that the Catholic religion has a great influence on decision-making. Some of the answers to the question of how many children they desired were: Those that God gives me. This was especially true with older men.*
- ⊗ Sabemos que también es un dicho por los mexicanos...*We also know that this is a popular phrase for Mexicans.*
- ⊗ Los hombres no se sienten incluidos en los servicios y normalmente esperan afuera. Piensan que es un asunto de mujeres buscar ayuda pero tambien dijeron que querían más información. *Men stated that they did not feel included in services and usually waited outside. They think that health is a woman's issue but at the same time repeatedly stated they wanted more information.*
- ⊗ **Como dijo uno durante el grupo, se puede definir la familia mexicana con tres palabras: trabajadora, tradicionalista y religiosa.** *As one of the focus group respondents stated: the Mexican family in the US can be defined with three words: hardworking, traditional and religious.*

⚙ Conclusiones **Para concluir....To conclude**

1. Necesidad de continuar el programa con educacion en grupos pequenos hombre a hombre en la comunidad. *There is a need to continue this program with education in small groups, reaching out men to men.*
2. El poder de radio / *Power of radio.*
3. Experiencia de Gabriel, campesinos / *Gabriel's experience.*

Anuncios del servicio público/Public Service Announcements

Pretesting! Pretesting! Pretesting!

⇒El proceso de hacer anuncios/ *The process of making ads*

1. Prueba del concepto/ *Concept testing*
2. Prueba del contenido/ *Content testing*
3. Revisar/ *Revise*
4. Pretesting
5. Revisar/ *Revise*
6. Desarrollo final/ *Final development*

♪ Trabajando con emisoras del radio/ *working with radio stations*

4 anuncios/ *Four PSAs* (Música)

- Etapas*
- Compadre*
- La Planificación Familiar: ¿Qué es?*
- La Novela*