ANEXO 6

GRUPO FOCAL JÓVENES

Antes de la proyección de los spots

Acerca de Fundación Televisa:

Atenea: si he escuchado de ft, es una fundación altruista.
Yahaira: ayuda a los niños que no tienen para comer
Claudia: promueve los valores que se están perdiendo actualmente
Arturo: principalmente ayuda a la gente que no tiene

Acerca de sus campañas o programas que maneja la Fundación:

Yahaira: si conozco el de goles por la educación, por un gol computadoras.
Claudia: la del chavo que va con los audífonos (¿tienes el valor o te vale?)

¿Recuerdan la campaña "Tienes el valor o te vale"?

Ana: si uno de un niño que le ofrece el lugar al viejito en el camión
Claudia: otro que al señor de tránsito se le acaba de caer un billete porque que le acaban de dar una mordida y una niña agarra el billete y le dice –señor se le cayó- y ya lo hace reflexionar de que lo que está haciendo está mal (valor de la honestidad)
Atenea: el del abuelito que está en la silla de ruedas ,que dice –ay quisiera ver a mis nietos, y el señor que está en el coche --ay quisiera besar a mi esposa—y la niña lo abraza y le da un beso (no se acuerda que valor es----generosidad)

Después de la proyección del spot

1.- Spot "Ahorita"

En cuanto al mensaje:

Juan Antonio: no me pareció atractivo, está bien hecho y maneja bien la idea pero no me impacta, no llama la atención, digo no me voy a quedar con el mensaje.
Claudia: al principio como que muy lento
Yahaira: muy aburrido
Ana: la idea se veía clara pero no te impactaba

¿Se identificaron con el spot?:

Arturo, Ana, Yahaira y Claudia si se sintieron identificados con algunas escenas
Claudia: si con la de "ahorita me levanto", muchas veces hacemos algo asi

Juan Antonio: no pasa de un mensaje que te da risa de momento, o se te hace cómico o chistoso.
Arturo: lo ves y te acuerdas que tú también lo haces y te da risa
Todos: no te crea conciencia
Juan Antonio: realmente no ves una amenaza ... realmente no presenta ningún problema y ninguna solución, se queda en el mensaje
Todos: no te motiva a adquirir el valor
Claudia: al menos yo sentí que reflejaron sin dar alguna solución al problema, te enseña que la mayoría de las personas solemos hacer ese tipo de cosas, pero solamente te lo dejan así como presentándote el problema, no te crea conciencia
Juan Antonio: como una descripción del problema
Yahaira: mas que enseñarte el valor de la responsabilidad te da como que flojera, las caras de aburrimiento
Todos: no te invita a reflexionar.

2.- Spot "Antro"

Yahaira: está más claro que el otro
Claudia: al menos a los jóvenes si nos hace reflexionar
Todos: si nos sentimos más identificados
Juan Antonio: acá son cosas que finalmente vives y haces sin pensarlo, está mas enfocado a chavos
Arturo: te ha pasado lo has visto, si te identificas más con esto
Todos: si te hace reflexionar, es como una alerta de que te puede pasar

En cuanto al mensaje:

Juan Antonio: es más atractivo que el primero, realmente si te hace sentir que si pasa
Claudia: es algo que tu como joven vives, en una primera instancia te hace prestar la atención , el simple hecho de que te muestren el ambiente de la disco te llama la atención, empiezas a verlo y al final ya empiezas a reflexionar que muchas veces si no lo has vivido, te ha tocado verlo

3.- Spot "Parque"

Claudia: a mi en lo personal me agradó mucho ese comercial, siento que te hace reflexionar, porque muchas veces el ritmo que llevas de la vida no te hace ver pequeños detallitos, puedes estar siempre con las personas que te rodean, pero nunca te pones a decir hace cuanto, como decía ahí, hace cuanto que no veo a tal persona
Ana: pero como que no tiene mucho que ver con la generosidad
Yahaira: mas que nada es amor o cariño hacia una persona
Todos (menos Juan Antonio): el mensaje está confuso
Claudia: transmiten otro valor… como el amor, me hizo pensar en mi familia, amigos

4.- Spot “camión”

En cuanto al mensaje:

Yahaira: refleja más el valor
Arturo: está más acorde

Les hizo sentir:

Ana: igual muchas veces piensas por qué le voy a ayudar, por qué vas a ayudar a alguien que no conoces o que no significa algo para ti, entonces si te sientes identificado en ciertos aspectos.
Claudia: llega un punto en que te hace sentir culpable, por ejemplo cuando la señora piensa que porque le va a comprar algo (al niño de los dulces) y como que muchas veces tu estás pasando una situación difícil y a la mejor no te van a comprar a ti algo , pero si quisieras que te ayudaran de alguna forma similar y ahí lo reflejaron con un vendedor de dulces, entonces es así de si yo a veces necesito la ayuda, yo por qué no darla cuando alguien más la necesita.
Todos: sentimos más claro el mensaje, más que los anteriores
Claudia: al menos si refleja el valor de la generosidad
Juan Antonio: yo si lo sentí como que se más generoso, pero primero como que arrepiéntete, como ponte a pensar porque no haz hecho esas cosas y ya de eso, después viene la solución que es la generosidad .
Todos: el mensaje influye de cierta manera para que tu actitud cambie

En general los que mayo impacto causaron:

Juan Antonio: a mi el del viejito (spot “parque”)
Yahaira: el tercero aunque no refleja el valor de la generosidad (“spot parque”)
Juan Antonio: los dos últimos (el de la niña y el del camión)
Todos: el de la responsabilidad no nos llama la atención (spot “ahorita”)

Ya habían visto antes estos spots?

Todos: si
Claudia: me parece que el de la niña fue el primero que empezaron a sacar

En el momento en que los vieron ¿les transmitían algo? (¿o era indiferente?)

Claudia: el de la niña la primera vez que lo vi, estaba en mi casa y me acuerdo que me impactó mucho porque estaba mi abuelita al lado y fue así de ay si tengo ganas también de decirle te quiero mucho, como que me recordaron en ese momento que no perdiera la oportunidad que tenía .
Yahaira: mas que nada eso te motiva a decirle a la persona que quieres –te quiero—como a tu familia
Juan Antonio: yo si los llegué a ver varias veces, pero los valores no se me quedan, no me acuerdo de los valores, sin embargo si me acuerdo de que existe

una campaña sobre te vale , pero no me acuerdo de los mensajes en sí, me puedo acordar de ahhh sí son súper bonitos o te llegan y así, pero hasta ahí, no trasciende el valor, pero de lo que yo sentí si , me acuerdo de lo que me hizo sentir, miedo, triste , lo que cultivó en mi el mensaje, sin embargo no creo que el valor a que enfoca no me voy a acordar.

En cuanto a la producción de los mensajes ¿Qué opinan de que sean b/n y no a color?

Ana: llama más la atención
Todos: si
Juan Antonio: quizá el del antro me hubiera gustado a color
Claudia: refleja más la crudeza del tema tratar
Juan Antonio: y todo está a color, sin embargo blanco y negro lo ves más, como estás acostumbrado a que todo está a color, la mayoría de las cosas está a color , pues si lo ves en b/n es diferente
Claudia: la música puede influir en de qué van a hablar, por ejemplo el de la niña no es música movida, es música un poco triste, deprimente y es así de cómo de que va a tratar. Como siempre estás acostumbrado en la tele a que los comerciales que te presentan son muy con ansia de vendértelos, muy coloridos, dinámicos, con música y que préstame atención, y estos lo que tienen cambia mucho el diseño, cambia el color para empezar, la música no es la tradicional, entonces al tener esos dos factores de inicio, te hacen voltear a ver el televisor aunque estés haciendo otra cosa para ver de que trata.

¿Qué propondrían para que los mensajes fueran más impactantes?:

Juan Antonio: para la gente en general ponerle un poquito más de violencia o de temor para que fueran más impactantes, pero a la gente lo que más alarmante le presentas es lo que más se le queda .
Yahaira: como los comerciales de vive sin drogas, hay unos que si son muy fuertes
Claudia: hay uno de una persona que es discapacitada que está muy cruel , osea no estás acostumbrado en México a ver que te presenten ese tipo de escenas, entonces te quedas así (expresión de impacto) y dices noo!!
Juan Antonio: mira tanto que hasta mi papá me habló y me dice no puede ser, viste tal mensaje tal comercial, y yo si papá
Claudia: ¡si! Y realmente te genera eso de --yo luego dejo así el carro—
Juan Antonio: bueno pero en ese comercial en el momento si sientes obviamente, pero yo siento que son a nivel emocional, pero el miedo o la tristeza que sentiste a los 10 minutos se te va y ya se te borró el mensaje, y en estos, por ejemplo el del antro se me hizo totalmente emotivo de llegar y con la pastilla, con el chupe y el antro y la chava y el del camión aunque es emocional también te hace reflexionar, entonces es más como cognitivo y se te queda más, aunque la emoción se te va luego luego pero como lograste pensar, se te queda. El de “ahorita” no te hace pensar nada y es así de tuvo razón, pero hasta ahí. Y el de “te quiero” (generosidad) a mi si me hizo pensar en cómo estoy con algunas de las

personas de aquí, con algunos amigos, entonces te ayuda más a uno que nada más te haga así impactante y ya.

En conclusión: los que más les impactaron fueron el del camión y el de la niña, porque sienten que van más ligado a los sentimientos y te hacen reflexionar, el mensaje lo sintieron claro a excepción de el de “generosidad” es sólo que no va relacionado al valor que planteaba si no al amor *(Yahaira),* aunque no es el que planteaba nos emitieron el mensaje muy bien *(Juan Antonio),* crearon conciencia, no sobre la generosidad en ese (spot niña), posteriormente con el otro si (spot camión), pero en es ese no crearon conciencia de inicio respecto al valor que ellos querían *(Claudia),* mas bien como al cariño de tus seres queridos. Están muy bien hechos en si *(Juan Antonio)*