

¿CÓMO SE VIVE

***EL GRAN CIRCO***

**MEXICANO?**



**UNIVERSIDAD  
IBEROAMERICANA  
CIUDAD DE MÉXICO ®**

Roxana Aguilar

Santiago Guerra

Ana Jasso

María del Carmen Martínez

## Introducción

México recibió por primera vez, al Gran Premio de la Fórmula Uno, con las puertas abiertas, en 1962, la última vez que se vio fue en 1992 y ahora, 23 años después provocando gran euforia dentro del público mexicano e internacional.

El impacto de la F1 se ve reflejado en el público que no se detuvo por los precios de los boletos, esto ocasionó que agotaran casi inmediatamente. Sin embargo, este hecho no define que el 100% de los asistentes hubieran sido conocedores de este deporte o seguidores fieles de las carreras de autos. La mediatización del evento provoca el deseo de asistir como un pase a la exclusividad.

El deseo por llegar a la perfección en la producción del evento, llevó a los organizadores a invertir en la remodelación completa del Autódromo Hermanos Rodríguez, sede de la premiación y al gobierno en destinar espacios públicos para el disfrute de actividades recreativas, relacionadas con este espectáculo.

Todo esto va atado con la idea que se vende al público y se ha desarrollado un gran interés hacia el evento, ideas que se ven reflejadas en las encuestas, entrevistas y grupos de opinión realizadas a expertos e inexpertos para esta investigación.

Una vez trabajada esta expectativa del evento a través de los medios de comunicación se pudieron percibir ligeras variantes de cada uno de los asistentes, a pesar de que se centran dentro de un mismo público objetivo. Estas variaciones parten de las diferentes experiencias que ha tenido cada uno de nuestros entrevistados con respecto a ediciones pasadas del Gran Premio presenciados en diferentes formatos; ya sea en persona o a través de la televisión, radio, periódico o redes sociales.

Es así cómo estas vivencias previas, forman parte de un valor agregado acrecentado por la emoción de volver a ser anfitriones.

## Análisis del discurso

## **Principales líneas discursivas de las entrevistas realizadas en la Universidad Iberoamericana el 25 de septiembre del 2015**

El viernes 25 de septiembre, se realizaron 20 entrevistas de 15 preguntas a alumnos de diferentes carreras de la Universidad Iberoamericana, cuyo rango de edad oscila entre los 19 y 25 años, con el fin de obtener un panorama general acerca de la percepción que tiene un sector de la población sobre la realización del Gran Premio F1 el 1 de noviembre de este año en la ciudad de México.

Las preguntas realizadas, engloban: el papel que juega México dentro de un mundo global, los efectos sociales previos que causa el Gran Premio y la recepción y aceptación en general que tienen los jóvenes acerca de este evento.

### ***La imagen de México frente al mundo Globalizado***

Cuando se preguntó a los entrevistados con respecto a la relevancia de la imagen de México en el mundo, las respuestas se centraron en tres perspectivas: sí por la cantidad de exportaciones que realiza el país o en gran medida por el turismo y la cultura. Por el otro lado se hizo énfasis en que somos un país relevante sólo en ciertos aspectos que nos hacen resaltar y ser protagónicos, pero hay otros factores que hacen que no seamos acreedores a esta buena imagen. Finalmente, la tercera y la opción que predomina entre los alumnos, es que México no es un país relevante y que mucho menos cuenta con una buena imagen dentro del mundo global, esto se debe a los estereotipos creados incluso, en décadas pasadas, por la delincuencia, por la corrupción, por los gobiernos y por la inseguridad.

### ***México como sede de un GP***

Tomando en consideración el contexto histórico y social en el que nos hallamos a octubre del 2015 en México, la mayoría de los entrevistados contestó negativamente al preguntarles si consideraban que la situación actual es propicia para albergar dicho evento. En general consideran que México no está preparado política, económica o socialmente para recibir un evento de esta magnitud, sin embargo, hay

un punto de vista importante en común entre los entrevistados, están de acuerdo en que esto podría traer beneficios a la economía del país y atraer más turismo.

### ***Impacto positivo en México al ser anfitriones del GP***

Hay un consenso general sobre que sí cambiaría la forma en la que algunos sectores de ciertos países nos ven. Se habla de que se vería a México con otra cara o desde otro ángulo, pero que esto no va a hacer que cambie la situación real del país ni nuestra relación con el mundo.

### ***El deporte como industria del entretenimiento***

Dimos oportunidad a los entrevistados de escoger aquel evento deportivo que más les llamará la atención al grado de querer formar parte de él: Gran Premio de México, el Super Bowl o la final del Mundial de Fútbol. La opción más elegida fue sin duda, el Mundial del Fútbol, seguida por el Super Bowl, con el argumento de que son deportes mucho más presencia a lo largo del año y que a la mayoría sigue o les gusta. Sostienen que dichos eventos tienen mucho más alcance e impacto en comparación con el GP, así como una mayor organización y son más espectaculares.

### ***Presencia del GP en la radio, televisión o periódicos***

Contrario a lo esperado de un evento internacional de gran prestigio como el GP, la mayoría de los entrevistados no han visto promocionales de la F1 en estos medios formales, son las redes sociales las que predominan esta área. Otros ni siquiera han visto publicidad y los menos, han llegado a ver algún espectacular. También es sorprendente cómo es que la gente no frecuenta ver las carreras, a excepción de uno o dos personas que, cabe mencionar son ingenieros y aún así son pocas las carreras que han visto y suelen verlas por el ámbito de la ingeniería y no precisamente por los corredores.

### ***Valor agregado del GP***

Es interesante cómo pese a la expectativa del retorno de la F1 a México, así como lo normalmente esperado de un boleto de un evento macro, para la gran mayoría de

nuestros entrevistados, el precio de los boletos era bastante elevado. Nada, fue la respuesta ganadora a la pregunta “*¿cuánto estás dispuesto a pagar para asistir al evento?*”, ya que a muchos no les interesa en lo absoluto asistir al GP en donde, según sus palabras, ni siquiera puedes ver bien a los coches por la velocidad que llevan. Sin embargo algunos irían para ver cómo es la organización y porque es un acontecimiento importante. Por el otro lado, 5 personas de las 20 entrevistadas, admitieron que sí pagarían de \$1000 a \$5000 pesos por un boleto.

### ***Por qué ir al evento***

Glamour, ambiente, experiencia, algo diferente son respuestas que la mayoría de los entrevistados responden ya que la F1 se posiciona como uno de los eventos de una gran élite, sin embargo siempre hay alguien que asistirá porque a los papás les gusta o simplemente por la emoción de probar algo diferente, conocer más el deporte o de plano si les regalan un boleto para asistir.

### ***Por qué no ir al evento***

La mayoría de la gente desconfía de la mala organización de este tipo de eventos, sobre todo en México. También lo consideran falto de autoridad y con precios excedidos. En otra perspectiva, a muchos no les interesan realmente las carreras de autos. La mayoría se inclina hacia el apoyo al evento, pues no mucha gente no tiene qué hacer, o ya había planeado ir desde hace tiempo.

### ***Influencia de los días festivos***

Las opiniones son muy diferidas. Algunos consideran que en esas fechas habrá poca gente, siendo que se aprovechan para vacacionar, mientras que otros hacen énfasis en el tiempo disponible para asistir a tales actividades cuando se tiene tiempo así como el plus de los viajeros que vienen a visitar nuestra ciudad por esas fechas. Siguiendo esas líneas de opinión, bien podríamos llegar a la conclusión de que el GP no está dirigido únicamente a los habitantes de la ciudad, sino a los fanáticos del mundo.

### ***Zonas preferentes y su realidad***

La mayoría de los entrevistados contestaron que preferían ver el evento a través de la televisión, pues se puede apreciar mejor la carrera; no obstante, en caso de estar ahí, se inclinan los pits, porque ahí se sentirían más la emoción de la carreras y podrían estar en contacto con el lado técnico de las carreras.

### ***Transporte***

La postura con mayor rango es la de transportarse en metro: porque será muy caótica la llegada al lugar con cualquier otro medio, aunque consideran un problema el estar al tanto de la hora de cierre del metro. Otras propuestas como viajar en Uber o en algún autobus del evento se muestran como alternativas viables a el caos vehicular y de estacionamiento que se propiciará esos días.

### ***Presencia de la Ibero en el GP***

La mayoría considera que habrá pocos asistentes por parte de la comunidad universitaria de la UIA, pues a pesar de pertenecer a un NSE alto, argumentan que los boletos tienen un precio elevado. Es interesante observar los contrastes de intereses en carreras afines a la ingeniería, mecánica y tecnología (quienes son en su mayoría aficionados a este tipo de eventos) con otras de perfil humanitario; pues dependiendo el círculo académico-social a dónde pertenecen los entrevistados, es su opinión sobre el interés general del resto de los estudiantes de la Ibero.

### ***El papel del hombre y la mujer en el GP 2015***

Un porcentaje cercano al 98% de nuestros entrevistados, considera que los roles de trabajo cumplidos tanto por el hombre como la mujer durante esta próxima edición del GP de México 2015, serán igual de definidos como siempre. Ésto por la costumbre de clasificar a las mujeres como edecanes siendo éstas un punto de venta e incluso un atractivo del evento.

### ***El éxito de la F1 en México***

La mayoría de nuestros entrevistados se muestra escéptico al considerar que la F1 cumplirá con las altas expectativas generadas en la audiencia. Sin embargo, hay un par de entusiastas que ven en el regreso del GP una garantía per se. Son los menos quienes les desean buena suerte y ven en la enorme inversión monetaria una garantía para los buenos resultados de este magno evento.

## **Análisis Estadístico**

### **Entrevistas Fórmula 1**

#### **Grupo de no expertos**

##### **1. Del 1 al 4, en donde 1 es lo menos organizado y 4 es muy organizado, ¿cuál crees que sea el nivel de organización del evento?**

De un total de 92 encuestados, 59 personas respondieron que el evento estaría *organizado*, en segundo lugar quedó *muy organizado* con 38 puntos de diferencia. Esto nos dice, que al ser un evento de gran connotación a nivel mundial, se espera, aunque el público no sea experto, en el tema, que las empresas encargadas de realizar la logística y producción del Gran Premio tengan una organización muy cuidada y funcional.

##### **2. Del 1 al 5, en donde 1 es muy mal anfitrión y 5 muy buen anfitrión ¿qué tan buen anfitrión consideras que México será para la F1?**

En este caso, las respuestas repartidas principalmente en tres lugares; *buen anfitrión*, *muy buen anfitrión* y *no sé* (en ese orden), nos muestran un público mucho más indeciso sobre el papel que juega México ante el mundo como anfitrión de un evento de esta magnitud, probablemente gracias a que este país dejó de ser sede hace 20 años, en los que ha habido gran inestabilidad social, política y económica que podrían repercutir de forma negativa en la imagen de México, en el evento y en el Gran Premio por sí solo.

##### **3. ¿Cuánta publicidad has visto sobre el Gran Premio de México en las redes sociales?**

El mayor número de personas, coincidieron en que es poca la publicidad que se ve en las redes sociales. Probablemente, porque al no ser expertos no siguen páginas o publicaciones que pudieran tener algún contenido relacionado. Sin embargo, vale la pena resaltar que un evento con semejante historia y tradición, esperado año tras año podría promocionarse casi por sí mismo.

**4. Donde 1 es nada y 4 es mucho, ¿qué tan informado consideras que estás sobre el evento?**

El conocimiento sobre el evento varía considerablemente, aunque más de la mitad no es amplio conocedor de la fórmula 1.

De acuerdo a la encuesta, el 21% no sabe nada, el 30% sabe poco, el 27% sabe algo y el 14% sabe mucho. Con esto se puede deducir: sólo pocos son expertos en el tema, mientras la mayoría conoce nada o escasa información sobre el Gran Premio.

**5. ¿Qué tan de acuerdo estás con la siguiente afirmación? “La imagen de México como país se verá beneficiada con la realización del Gran Premio”.**

La gente tiene todavía esperanza en México, aunque algunos están escépticos en el tema.

Acorde a la encuesta, el 10% está totalmente en desacuerdo con esta afirmación, el 11% en desacuerdo, el 33% es indiferente, el 34% en acuerdo y el 12% en total acuerdo.

Se puede deducir que la mayoría está esperando una imagen favorable con la llegada del Gran Premio, a pesar de varios dudosos.

**6. ¿Qué tan de acuerdo estás con la siguiente afirmación: : México NO está preparado para la realización de este evento**

Algunos no tienen idea, pero la mayoría prefiere considerar a México listo para el Gran Premio.

Según las encuestas, el 24% está en total desacuerdo con la afirmación, el 24% está en desacuerdo, el 40% es indiferente, el 27% está en acuerdo y el 0% está en total acuerdo. Se concluye lo siguiente: en conjunto, la gente considera a México preparado para el gran evento, mientras la segunda mayoría no sabe.

**7. ¿Cuál de las siguientes dos opciones consideras que sea más factible para llegar al evento, el cual será en el Autódromo Hermanos Rodríguez?**

Transporte público y privado en este grupo no hay mucha diferencia, simplemente por 8 puntos (16-54) el transporte público gana. Tal vez se deba a que la mayoría de la gente encuestada ha asistido al Autódromo cuando no hay eventos o sea para conocerlo. También influye que este grupo es de un rango de edad de 18 a 22 años entonces hay una gran posibilidad de que los padres de familia de los alumnos, lleven a sus hijos por seguridad y comodidad. Igualmente muchos estudiantes deciden irse en transporte público pensando que es más rápido y económico y que caminar un poco es mejor que manejar en el tráfico y no llegar a tiempo por situaciones que quedan fuera de sus manos.

**8. En eventos anteriores, ¿cómo te has transportado al Autódromo Hermanos Rodríguez?**

El automóvil es de igual manera un gran medio de transporte para este grupo, pero el “Uber” también ha acaparado la atención y más en este grupo, ya que muchos jóvenes utilizan este servicio para no tener que manejar si toman o están cansados o simplemente porque quieren llegar rápido y seguro, sin preocupaciones.

**9. ¿Cuánto estarías dispuesto a gastar, incluyendo el boleto y los gastos dentro del evento?**

A pesar de que los encuestados no expertos desconocen acerca de las particularidades del tema, en general ubican el evento y pueden ver que es costoso, es por eso que entregándose al hipotético de que asistirán al evento, el 49% reconoció que estaría dispuesto a gastar el mínimo (\$2,000 a \$5,000), no obstante son pocos (14%) los que gastarían de \$5,000 a \$10,000 y tan sólo el 7% estaría dispuesto a pagar más de \$10,000. Es así como, dando seguimiento a los resultados obtenidos de la recopilación de entrevistas donde la mayoría de los comentarios se centraba en el precio elevado del boleto, es comprensible que el 30% de los encuestados haya elegido la opción de pagar \$0 por asistir a un evento que no es de su interés.

**10. ¿Cuál crees que será el rango de edad de la mayoría de los asistentes al evento?**

La mayoría de los resultados se centraron en una población de edad mediana siendo un 53% los que seleccionaron el rango de 21 a 35 años y el 40%, el rango de 36 a 50 años de edad. El porcentaje restante se reparte en pocos (4%) que consideran el público asistente excederá los 50 años, y los menos (2%) quienes van al otro extremo de considerar que la mayoría de los asistentes serán jóvenes de 10 a 20 años de edad.

## Grupo de expertos

### **1. Del 1 al 4, en donde 1 es lo menos organizado y 4 es muy organizado, ¿cuál crees que sea el nivel de organización del evento?**

Al igual que en el primer grupo, el mayor número de los encuestados se inclinó por la afirmación de que el evento estará organizado. Probablemente debido al tiempo que el premio lleva fuera del país y ya que es el primer año se espera que tenga ciertas fallas.

### **2. Del 1 al 5, en donde 1 es muy mal anfitrión y 5 muy buen anfitrión ¿qué tan buen anfitrión consideras que México será para la F1?**

A diferencia del primer grupo, este grupo de expertos se centraron en que México será un buen anfitrión para el evento. Esto muestra que existe mucha más expectativa por parte de este grupo selecto, mexicano, al que probablemente le entusiasme en gran medida que su país sea sede de este importante premio

### **3. ¿Cuánta publicidad has visto sobre el Gran Premio de México en las redes sociales?**

Este grupo, de igual forma, afirmó que ha sido poca la publicidad que ha visto dentro de sus redes sociales, lo que probablemente sea un indicador de que estas personas ya no necesitan de un bombardeo constante para seguir al Gran Premio o que bien, la organización no ha utilizado este medio como plataforma principal.

### **4. Donde 1 es nada y 4 es mucho, ¿qué tan informado consideras que estás sobre el evento?**

La mayor parte es experta en el tema.

En la encuesta, 3/40 no conoce nada, 5/40 poco, 13/40 algo y 20/40 mucho sobre el evento.

Se puede deducir al respecto: este grupo de personas sí conoce bastante sobre el evento, por lo cual sabrán más en relación a las preguntas.

**5. ¿Qué tan de acuerdo estás con la siguiente afirmación? “La imagen de México como país se verá beneficiada con la realización del Gran Premio”.**

La imagen es clara de manera positiva para los encuestados.

2/40 está en total desacuerdo, 3/40 en acuerdo, 13/40 es indiferente, 13/40 está en acuerdo y 10/40 en total acuerdo con que la imagen de México se verá beneficiada por el gran evento.

En general, los expertos creen en una mejoría de imagen al país respecto a este fenómeno deportivo.

**6. ¿Qué tan de acuerdo estás con la siguiente afirmación: : México NO está preparado para la realización de este evento**

La confianza en México es alta.

En la encuesta, 14/40 están en total desacuerdo, 15/40 en desacuerdo, 7/40 es indiferente, 5/40 en acuerdo y nadie está en total acuerdo con que México no está preparado para el evento.

Los expertos no están a favor de este negativo fundamento.

**7. ¿Cuál de las siguientes dos opciones consideras que sea más factible para llegar al evento, el cual será en el Autódromo Hermanos Rodríguez?**

Cuando a los encuestados se les presentó la opción de cómo preferían transportarse para llegar al evento, por una diferencia de 9 puntos (25-16), prefieren irse en transporte público. Es lógico ya que la mayoría de las personas saben lo que es asistir a un evento de gran magnitud, no importa que nunca hayan asistido a la Fórmula 1. Saben que es más cómodo y económico de cierta manera, ya que si deciden transportarse en su auto tendrán que gastar en gasolina y en un boleto de estacionamiento, eso si es que todavía hay lugar. En consecuencia a ésta última premisa, perderían tiempo en buscar un lugar cercano al evento donde estacionarse, de encontrarlo es muy probable que se halle lejos y tengan que caminar una gran distancia. Bien podrían, los que prefieren llevar coche, llegar temprano y encontrar un buen lugar en el estacionamiento.

**8. En eventos anteriores, ¿cómo te has transportado al Autódromo Hermanos Rodríguez?**

Hay mucha gente que se ha transportado anteriormente en automóvil para llegar a autódromo (46%), probablemente porque ya saben qué rutas tomar o porque tienen a un familiar o amigo que los puede acercar sin que éste se quede al evento. Por otro lado, irse en metro es una solución de transporte bastante aceptable ya que es rápido y económico. Pero actualmente con el nuevo servicio de transporte “Uber” (10%) hay quien lo encuentra cómodo, rápido y en cierta manera económico; el único inconveniente es que cuando hay eventos grandes, son muy solicitados provocando que se sature y no haya “ubers” disponibles en alguna zona.

**9. ¿Cuánto estarías dispuesto a gastar, incluyendo el boleto y los gastos dentro del evento?**

El 51% de nuestro grupo de expertos se conforma con pagar el mínimo para ser parte de ésta experiencia (\$2,000 a \$5,000) mientras que el 31% está dispuesto a gastar de \$5,000 a \$10,000 y tan sólo 12% pagaría más de \$10,000. Únicamente dos encuestados no pagarían por asistir al evento.

**10. ¿Cuál crees que será el rango de edad de la mayoría de los asistentes al evento?**

45% de nuestros encuestados concentran el foco de asistentes en un rango de edad que oscila entre 21 y 35 años. El resto se divide entre los que consideran que asistirán en su mayoría de 36 a 50 años (35%) y mayores de 50 años (20%). Ninguno considera que la mayoría de los invitados tendrán de 10 a 20 años.

**Análisis de ambos grupos**

**1. Del 1 al 4, en donde 1 es lo menos organizado y 4 es muy organizado, ¿cuál crees que sea el nivel de organización del evento?**

Es notorio que ninguno de los grupos encuestados tiene expectativas muy altas puestas en la organización del evento. El hecho de que sea la primera vez que se realiza la premiación, en 20 años, hace que existan dudas sobre el buen desempeño de cada una de las partes que lo harán posible, sin embargo, no se pone en duda.

**2. Del 1 al 5, en donde 1 es muy mal anfitrión y 5 muy buen anfitrión ¿qué tan buen anfitrión consideras que México será para la F1?**

La indecisión del primer grupo se debe precisamente a su falta de interés en este evento y a que muy probablemente se ocupen de otros asuntos en los que también se ve envuelto

México, pero que no involucran al Gran Premio. Mientras que el grupo experto espera que sea llevado a cabo de la mejor manera, no solo para que sea una buena experiencia que está a su alcance sino también para que esta experiencia se repita por lo menos, cuatro años más.

**3. ¿Cuánta publicidad has visto sobre el Gran Premio de México en las redes sociales?**

Ambos han visto poca publicidad dentro de las redes sociales. En primer lugar, es posible que los organizadores crean que no hace falta la publicidad constante hacia las audiencias, que basta con anuncios en medios oficiales a lo largo del mundo y con alguna publicidad en calles de la Ciudad de México, por la tradición, la calidad, la historia y la magnitud del premio de la Fórmula 1.

**4. Donde 1 es nada y 4 es mucho, ¿qué tan informado consideras que estás sobre el evento?**

Hay una amplia diferencia entre ambos grupos.

Aunque la mayoría de los inexpertos conocen del evento, pocos se pueden decir eruditos en el tema. En cambio, por obviedad, los expertos sí saben más del tema en cuestión.

**5. ¿Qué tan de acuerdo estás con la siguiente afirmación? “La imagen de México como país se verá beneficiada con la realización del Gran Premio”.**

A pesar de la duda, ambos grupos coinciden: México tendrá una mejor imagen después del evento.

**6. ¿Qué tan de acuerdo estás con la siguiente afirmación: México NO está preparado para la realización de este evento**

Sí hay dudosos, pero más certeros: los sectores niegan este argumento: tienen fe en México; lo creen listo para el evento.

**7. ¿Cuál de las siguientes dos opciones consideras que sea más factible para llegar al evento, el cual será en el Autódromo Hermanos Rodríguez?**

Tanto en el grupo experto como en el no experto el autobús no es un medio de transporte que preferirían tomar para llegar al Autódromo, esto debido a que la mayoría hace muchas paradas, es más incómodo ir parado y sobretodo algunas veces hay que tomar más de un autobús para llegar al destino que uno desea. La

opción de transporte, ya sea público o privado que se escoja hay que ver las ventajas y desventajas igual dependerá de la situación de cada asistente.

#### **8. En eventos anteriores, ¿cómo te has transportado al Autódromo Hermanos Rodríguez?**

Es interesante resaltar que pese a las opiniones prefiriendo el transporte público en el caso de los expertos, en su mayoría han utilizado el automóvil como recurso para llegar al Autódromo, es quizá por esta razón que sustenten la decisión de tomar el metro o bien un taxi para llegar a este lugar en el contexto del Gran Premio. Con respecto al grupo no experto, podemos ver la diferencia generacional acentuando lo recalculado antes con respecto a los aventones o el efecto “autosardina” que están dispuestos a pasar para llegar, pues no sólo prefieren -con una pequeña diferencia- el transporte privado, sino han llegado de esta manera al Autódromo.

#### **9. ¿Cuánto estarías dispuesto a gastar, incluyendo el boleto y los gastos dentro del evento?**

Ya sea por el valor agregado que ven los expertos en el evento del Gran Premio o por entender lo elevado de los costos de una experiencia como ésta, que una gran parte -a diferencia del grupo de no expertos- esté dispuesta a gastar de \$5,000 a \$10,000 por esta experiencia. La mayoría de los encuestados en ambos grupos coinciden que de asistir al evento no excederían el gasto mínimo (\$2,000 a \$5,000)

#### **.10. ¿Cuál crees que será el rango de edad de la mayoría de los asistentes al evento?**

Son muy similares los porcentajes entre ambos grupos que describen a la mayoría de los asistentes en un rango de edad entre los 21 y 35 años, seguido de uno que va de 36 a 50 años de edad.

### **Focus Group**

Concentramos a cuatro personas jóvenes que asistirán a la próxima exhibición de la Fórmula 1 en México con el fin de conocer un poco mejor los motivos y expectativas de los asistentes a este evento.

Sin saber muy bien cómo reaccionar a la actividad, los integrantes del grupo se presentan:

- Nadia -20 años- Arquitectura en UIA
- Diego -20 años- Comunicación en UIA
- Benjamín -18 años- Administración en UIA
- Carlos -21 años- Arquitectura en UNITEC

Acto seguido se les preguntó por qué les interesa asistir a este magno evento del Gran Premio durante el 30, 31 de octubre y 1 de noviembre. Algunos para acompañar a la familia, otros por tener desde pequeños el gusto desarrollado: “*Siempre me gusta, desde chico, la Fórmula Uno*” (Diego). En el caso de Carlos recalca el hecho de que habrá un mexicano compitiendo y cómo eso lo motiva a asistir.

Aunque les es complicado definir cómo actuarán durante el evento, se dan a explicar con comentarios que resaltan la adrenalina de ver dos coches chocando o de analizar las estrategias de cada equipo.

Cuando se les preguntó, qué harían si es que empezara a llover en el evento, cuál sería su reacción, ellos contestaron que sería muy padre e interesante ya que los corredores tienen que cambiar su táctica completamente y esto provoca que se cambien las llantas de los coches y reduzcan su velocidad, esto daría pie una carrera un poco más diferente. “Tienen que cambiar llantas, tiene que cambiar el modo de manejo, todo cambia” (Diego, 20 años).

Igual su interacción con los vendedores depende mucho de que vendan, “*Palomitas y cosas así ... sandwiches ya hechos*” (Carlos, 21 años), por ejemplo, es muy diferente un partido de fútbol en el Estadio Azteca a un evento en el Autódromo, debido a que la Fórmula 1 tiene más prestigio y la gente que asiste en su mayoría es de un nivel socioeconómico más alto. Y por lo mismo se espera que no vayan a estorbar demasiado la visión hacia la pista. Igualmente influye a la hora que se desarrolla el evento lo que cada quien consumirá. Si creen que va a estar caro “*Si con Fórmula 3 esta caro... 60-70 pesos (la cerveza)*” (Carlos, 21 años).

El ejercicio de los carros fue interesante ya que Carlos, como ha corrido coches anteriormente mostró más interés, explicando que sería “*lo mejor*,

*emocionante, que tienes que tendrías que pensar en el coche en dónde están las llantas, estar atento y agarrar confianza”* (Carlos, 21 años)

“Está como la ceremonia previa a la carrera, entonces los pilotos pasan coches convertibles... entonces chance a lo mejor en ese momento si pasa por las gradas. Te emocionas mucho cuando uno está ahí, de alguna manera no sé la gente transmite la emoción, de alguna manera el agradecimiento del espectáculo otorgado” (Diego, 20 años)

“Es un evento en donde... o sea, no te tiene que gustar para ir, porque es un evento de prestigio, de glamour, de alguna manera te da estatus social. [...] Hay mucha gente que no tiene ni idea de los coches y van simplemente porque tienen dinero para pagarlo y dicen que fueron porque sienten también que es como un valor agregado en un estatus social. [...] No lo veo mal porque al final es un evento de entretenimiento”. (Diego, 21 años)

“Puede ser que vayas, te guste y te vayas metiendo cada vez más y sí te guste como deporte. Si vas con alguien que le guste, puede que te contagie su pasión”. (Nadia 20 años)

“Pues en las redes sociales de la página. Dice como ‘checa bien las líneas del metro’”(Diego, 21 años)

“Desde señores, papás, jóvenes...creo que niños chiquitos también van (...)" (Nadia, 20 años)

“Pues satisfecho y feliz, ja,ja” (Carlos, 21 años)

“(...)mientras que haya sido una buena carrera...y que haya llovido para que se vea...[aplaude]” (Carlos, 21 años)

La entrevista dentro de la cámara de Gessel acabó con éxito.

Los entrevistados primero se sintieron un poco perdidos con respecto a la información en redes sociales, pues sólo uno conocía los medios para informarse. Con la pregunta del público el cual asiste, los entrevistados no respondieron con tanta claridad al inicio: Nadia respondió abiertamente. Sin embargo, la entrevista dio un giro hacia lo personal cuando Diego dijo que este deporte es fácilmente inculcado.

¿Esperan estar satisfechos con el Gran Premio? Sí, están muy emocionados por él: hasta se emocionaron cuando se les mencionó la llegada del ansiado evento el primero de Noviembre.

Se pudo ver la emoción y buena esperanza de los asistentes al evento, a pesar de no tener del todo claro los parámetros ni la forma de transporte para llegar ahí.

Con este grupo más reducido, se pudo observar con más detenimiento que ellos que van a asistir, en parte porque es un evento grande, de prestigio y porque regresa a México después de 20 años, realmente les interesa las carreras de coches. Pero también están conscientes de que muchos de los asistentes solo van por socializar, más que por ver la carrera. Realmente se veían muy entusiasmados del evento, no importa el clima si está lloviendo o está soleado, lo que importa es que esperan que sea una gran carrera, un gran desempeño por parte de los corredores y que el ambiente sea agradable.

Este grupo concuerda en que la Fórmula 1 se puede ver y sentir con la misma pasión que cualquier otro deporte, pues es en efecto, un deporte.

Compartieron que la experiencia que se vive en un evento de esta magnitud, le puede gustar a toda la gente que asista, estén o no sumergidos en este tema y compartieron que, de acuerdo a lo que han visto en las redes sociales de los organizadores, se le dará preferencia al transporte público para llegar, siempre se hacen recomendaciones para llegar al autódromo lo más rápido, eficiente y seguro posible, al igual que, se tomarán medidas de reducción de carriles para agilizar la vialidad y que los asistentes lleguen a tiempo a este evento de entretenimiento.

Al ahondar en las expectativas de los asistentes podemos observar los matices entre lo que cada uno espera experimentar en ésta carrera a pesar de vivirla desde la misma zona general. Esta información es de gran utilidad para nuestra investigación que pretende analizar las diferentes vivencias de los espectadores en relación con lo que cada uno espera vivir.

## Conclusiones

Con base a las percepción general de las situación actual de México frente al resto de los países podemos entender el porqué la mayoría de nuestros entrevistados, consideraron en primer lugar: una buena noticia que este evento regrese a nuestro país y en segundo lugar que las expectativas no fueran tan altas alrededor de la organización a pesar de toda la difusión dentro de las redes sociales y medios de comunicación en general.

A pesar de que la desorganización no llegó al grado de la última emisión que terminó con la vida de uno de los corredores en años anteriores, se pensó en un ambiente desordenado que pudo llevar a que la experiencia parcialmente insatisfactoria.

La incredulidad sobre este evento, recayó en los jóvenes que reflejaron su inconformidad ante un país política, económica y socialmente inestable, incapaz de proyectar una buena imagen a nivel mundial, con un evento de tal magnitud. Por otro lado, aquellos espectadores de la catástrofe de 1992, observaron con nostalgia y esperanza el regreso de la F1, pues prometía una mayor responsabilidad por parte de los organizadores (CIE) y de aquellos que, en general, permitieron el regreso de este magno evento a nuestro país.

El Gran Premio siempre se ha caracterizado por tener un público objetivo de altos ingresos y gustos relacionados con su estatus social. Es comprensible que una de las expectativas fuera relacionada con los modelos aspiracionales de quienes no son seguidores de este deporte.

Este deporte ha sido dirigido siempre a un público muy selecto, al que le es posible costear tanto su práctica como su disfrute como aficionado, no se ha podido lograr una cantidad de seguidores emocionados tan vasta como la del fútbol soccer o fútbol americano, que genera mucha más euforia dentro del público joven que puede practicarlos con mayor facilidad y tener acceso a ellos casi de forma directa en la vida diaria.

Por otro lado, quienes fueron realmente por el gusto de ver la carrera y por un interés genuino en los competidores, muchas veces prefieren tener acceso a él por medio de los medios de comunicación, principalmente la televisión ya que se aseguró, se tiene una mayor apreciación de la carrera y de quiénes ocuparon los primeros lugares desde las pantallas que como espectador en gradas. O bien, al asistir, se buscó estar cerca de los pits, ya que según los expertos, es aquí en donde se concentra la adrenalina y la emoción de la carrera.

Sólo los verdaderos aficionados estaban realmente emocionados con el evento, como se pudo ver en la cámara de Gessel, en donde por medio de un plática más amena y en confianza los entrevistados mostraron su interés en diferentes escuderías, corredores y

hasta lo que harían o no si es que las condiciones climáticas hubieran sido desfavorables, causando así más furor, ya que la carrera se tornaría más emocionante. También fue a través de las encuestas a expertos, que pudimos observar cómo es éste un deporte de nicho y los fanáticos suelen ser inculcados en el rito de expectación y disfrute. Este tipos de características no se observaron con facilidad en el general de la población mexicana, es así es como observamos desarrollo del evento privilegiando la asistencia de extranjeros, mismos que estuvieron dispuestos a viajar para ser parte de ésta experiencia. Es por eso que el evento fue programado para empatar con las fechas festivas tradicionales mexicanas conocidas como Día de Muerto, un atractivo extra para los extranjeros que pudieron aprovechar la visita a México para empaparse de la cultura de éste país.

El número de “fanáticos originales” es realmente poco, pero efectivo. A través de las distintas técnicas de investigación, se pudo comprobar que este es un “deporte de familia”: una tradición o costumbre, donde los abuelos le inculcan la pasión a los padres y estos últimos a los hijos.

Sin embargo, esta práctica social se aparta mucho de los deportes más populares o famosos en el planeta, como se había comentado anteriormente.

¿Cómo se llegó al Autódromo? Este punto es muy interesante, ya que existió un empate entre irse en transporte público o privado. Realmente esto se vio definido más por la comodidad de cada persona, por ejemplo; los jóvenes se podían transportar en su auto particular pero con la ventaja de que sus padres los llevaban y recogían del evento. Y los que no tenían esta opción utilizaron el metro, metrobus, etc. El grupo experto, por lo mismo, sabe que un evento de esta magnitud causaría gran embotellamiento en las calles de la ciudad de México, por lo cual prefirieron utilizar el transporte público, para así reducir el número de automóviles circulando por las calles.

La publicidad tuvo un camino específicamente trazado a una audiencia erudita en las carreras profesionales de automóviles, como es el caso de este evento. Desde los espectaculares en las calles, hasta las redes sociales, los anuncios parecían estar ocultos -poca gente que no sabía realmente ha visto del evento: es más, muchos entrevistados ni siquiera sabían que este evento iba a resurgir-, y sólo los más interesados exploraron para encontrar las imágenes en relación al espectáculo deportivo.

Todo este fanatismo hacia la Fórmula Uno ayudó a crear una ilusión contagiosa tanto entre el público conocedor como entre el resto de los asistentes. El regreso de la Fórmula Uno no se esperaba en México, significó entonces, un gran oportunidad para demostrar que sí se tenían las aptitudes y el conocimiento para albergar un evento como éste.