

# ¿Cansado de hacer donativos?

ALVARO CUEVA 16/12/14 1:17 AM

MILENIO

Donativo por aquí, donativo por allá. A lo mejor voy a decir algo que va a sonar muy rudo, pero el tema de las campañas de responsabilidad social en los medios ya se convirtió en un problema.

Hace 20 años, sí, era muy bonito ayudar, por ejemplo, a los niños con discapacidad o a las personas que tienen hambre.

Hoy hay muchas fundaciones, de muchos tipos, en muchos más canales y no nos damos abasto.

Por más que donamos, la sensación es que no arreglamos nada. No hay dinero que alcance y, tristemente, uno se cansa.

Esto ya no es lindo, ni siquiera desde la perspectiva de la bondad humana.

¿Pero sabe qué es lo más preocupante? Que todas esas necesidades existen, que ninguna de esas fundaciones está ahí por una cuestión decorativa.

Si no las apoyamos, muchas causas se van a quedar sin atención. ¡Qué grave!

Por eso me siento muy entusiasmado con algo que acabo de descubrir, que a todas luces es revolucionario y que podría representar una solución a este conflicto.

¿Qué? Juguetón 2014, la nueva versión de ésta, una de las campañas de responsabilidad social más famosas de la televisión mexicana.

¡Qué curiosos que estos señores, que en su momento fueron pioneros, sean ahora los que le estén dando una vuelta de tuerca al problema de las donaciones y los medios!

Déjeme le explico para que nos entendamos. Como usted sabe, Juguetón es una campaña de Grupo Salinas que existe desde hace 20 años.

Comenzó como una modesta iniciativa de Jorge Garralda, que un buen día tuvo la idea dentro de su programa *A quien corresponda*, de pedirle a su auditorio que le llevara juguetes nuevos y que no necesitaran pilas para repartirlos entre los niños que menos tienen durante el Día de Reyes.

Esta campaña creció con el paso del tiempo hasta juntar decenas de miles de juguetes que se clasifican y distribuyen a través de una logística sofisticadísima, admirable.

No tengo punto de comparación, pero estoy convencido de que se trata de uno de los movimientos de donación de juguetes más grandes, complejos y espectaculares del mundo. Como para Ripley.

Ojo con lo de la palabra espectaculares, porque aquí, a diferencia de lo que sucede con otras campañas, hay una ceremonia monumental conocida como El Banderazo, que involucra espacios públicos, estrellas y que se transmite por televisión.

El caso es que hasta aquí todo suena normal, a pan con lo mismo.

Usted va a los contenedores, dona y ya. Es justo lo que hacen todas las instancias que se dedican a la responsabilidad social y a la comunicación.

¿En dónde está el cambio? ¿En dónde está la revolución? En que este año los responsables de Juguetón no solo están dispuestos a recibir sus donativos, les van a dar algo a usted a cambio de eso.

¿Qué? Lo que yo llamo La Experiencia Juguetón.

¿Qué es eso? Una idea preciosa que saca de su zona de confort a todos los movimientos mediáticos, que premia a la gente por sus participaciones y que definitivamente, va a estimular la donación.

¿En qué consiste esta idea? En que usted, cuando llega a entregar su juguete al contenedor de Juguetón en las instalaciones de Azteca en la Ciudad de México, sin importar si entrega uno o 500 regalos, sin importar si entrega algo muy barato o muy caro, entra gratis.

¿Adónde? A un parque de diversiones maravilloso que comienza con un paseo por el interior de una casa que está, literalmente, volteada de cabeza, y que remata en Villa Juguetón.

Estamos hablando de un espacio que compite en cantidad y calidad de actividades con lugares tan famosos como Kidzania y Granja Las Américas, pero todo temático de Azteca y sin pagar un solo peso.

Ahí, los niños juegan a *La isla*, compiten en *México tiene talento*, disfrutan del *show* de Pichas y Cachas, utilizan drones profesionales, manejan carros de control remoto, toman clases de vialidad y entran a una galería llena de objetos de inmensas personalidades que se van a subastar.

Mientras lo hacen, les regalan globos, playeras y helados, y a los papás les dan café. Todo sin límite de tiempo.

Y me estoy quedando corto. La experiencia Juguetón es fantástica, es una reivindicación con el acto de dar.

Por si todo esto no fuera suficiente, a nivel interno, en Azteca, todas las producciones se están retando y le están ofreciendo experiencias adicionales a su público, como firmas de autógrafos o visitas al estudio de *Ventaneando*.

¿Quién más había hecho esto? ¿Quién más lo había hecho así?

¿Ahora entiende? Esto es un cambio, una renovación, algo que definitivamente va a marcar la historia de la responsabilidad social en los medios de comunicación y que una vez más coloca a Azteca a la vanguardia en este tipo de cuestiones.

Vea *A quien corresponda* para que obtenga más información y, sobre todo, done para que viva ya La Experiencia Juguetón. Vale la pena. ¡Se lo juro!

<http://twitter.com/AlvaroCueva>

[www.facebook.com/AlvaroCuevaTV](http://www.facebook.com/AlvaroCuevaTV)