



Un experimento sugerente que, más que vender un producto, nos “vende” sus valores

La nueva campaña de comunicación de *Mayoral*, de la mano de la agencia *El Cuartel* se ha estrenado en España, Portugal, Italia y Grecia. En este vídeo, titulado “¿Has hecho amigos hoy?”, la marca de moda infantil da a conocer el resultado de un **experimento social que manifiesta las diferencias entre adultos y pequeños** a la hora de hacer amigos.

La campaña visual nos sitúa en una sala de espera donde **han sido reunidos, sin saber bien por qué, varios padres desconocidos, y en otra, sus hijos**. Después de un tiempo de espera, el film muestra dos reacciones radicalmente opuestas. En la sala infantil, el hielo se ha roto en el instante cero: **los niños sonríen, saludan, empiezan a moverse y se relacionan**; muy pronto se abren, dialogan entre ellos y quedan para jugar allí mismo.

Mientras tanto, en la sala de los adultos **el silencio continúa: nadie se ha atrevido a “invadir la intimidad” de los demás**, y todos se han encerrado en sí mismos: con el móvil o con cualquier aparato que le sirva de parapeto. El resultado es que, **cuando preguntan si ese día han hecho algún amigo**, los adultos se quedan callados y responden que no, mientras que los niños gritan de entusiasmo y dicen: **“¡¡¡Sí, muchos!!!”** El vídeo termina con una sugerencia muy estimulante: **“Aprendamos de los niños”**.

La directora de marketing de *Mayoral*, **Rosario Carillo**, ha comentado: **“Con esta campaña queremos lanzar a todo el mundo el mensaje de**

Hacer amigos como cuando éramos niños

Publicado: Martes, 29 Septiembre 2015 02:02

Escrito por Alfonso Méndiz

aprender de los niños a ser más felices. Para que esto ocurra hemos creado un contenido emotivo, pero también creíble. Además, hemos tenido en cuenta que nuestro público **ha crecido con el eslogan 'Mayoral hace amigos'**, por lo que, cuando vean el vídeo, empezarán a aflorar todos los recuerdos de su infancia”.

La verdad es que me ha encantado esta campaña de *branded content*. Es un experimento sugerente que, **más que vender un producto, nos “vende” sus valores.** Y uno se llega a preguntar: “¿En qué momento perdimos a ese niño que todos llevamos dentro?”

Alfonso Méndiz, en alfonsomendiz.blogspot.com.