



Una línea de publicidad que apuesta por los valores

En un mundo en el que **las catástrofes, la corrupción y lo negativo ocupa buena parte de los telediarios**, se agradece de vez en cuando una bocanada de esperanza y optimismo. No es poca cosa: porque un pequeño acto de bondad, **un simple gesto de compasión con el que sufre, puede cambiar toda una vida.**

Con esta idea han trabajado los publicistas encargados de elaborar la nueva campaña de *True Move*, una compañía de comunicación tailandesa líder en el sector que continúa así **una línea de publicidad que apuesta por los valores**. Hace dos años comentamos aquí otra campaña de esta empresa, **[“Dar es la mejor comunicación”](#)**, que tuvo una extraordinaria aceptación popular: diez millones de visitas en dos semanas. Ahora repiten con otro **emotivo vídeo que no deja indiferente a nadie.**

Como en esa otra ocasión, la empresa ha decidido **no publicitar ningún producto. Le basta con contar una historia** (“storytelling”) que condense los valores de la marca. Su mensaje continúa el de la campaña anterior, y ellos lo resumen así: **“Compassion is true communication”.**

Por lo general, cuando una persona vive **una situación límite, es capaz**

de sacar lo mejor y lo peor de sí mismo. Cuando la vida nos maltrata, cuando tenemos un golpe duro e inesperado, o cuando nos sentimos traicionados, **nos resulta difícil confiar en los demás: no sabemos ya perdonar, y nos cuesta dar o, simplemente, sonreír.**

Sin embargo, esta campaña nos muestra todo lo contrario. Nos dice que **es posible cambiar: es posible dar sin esperar nada a cambio.** Y nos lo dice sin palabras, por el gesto supera las diferencias de raza, lengua o cultura. Tal y como cuenta la hermosa historia que veréis a continuación, existe **un lenguaje universal que trasciende todos los demás: el lenguaje de los gestos.** Y un pequeño gesto de amor, de compasión, **puede llegar a cambiar nuestra vida.** Enhorabuena a *True Move*.

Alfonso Méndiz, en alfonsomendiz.blogspot.com.