



Hacen falta anuncios con valores, que aporten optimismo y esperanza, que nos iluminen y enriquezcan

En tan solo diez días este *spot* de la compañía de telecomunicaciones True Move consiguió **más de 10 millones de visitas en su página web**, y obtuvo reproducciones en decenas de blogs y páginas web, con traducciones a varios idiomas.

A mí me llegó por varios sitios, y todos me lo enviaron para que lo comentara. No podía negarme. **Porque debemos difundir las historias que nos enriquecen.** Ahora que tantos *spots* buscan el recurso al humor zafio, a la sensualidad o al materialismo, reconforta descubrir **un anuncio sencillo -pero sublime-** como éste: un “spot con valores” que está haciendo llorar y pensar a medio mundo, y cuyo mensaje refuerza la línea de comunicación de la empresa: “*Dar es la mejor comunicación*”.

El vídeo comienza de modo visualmente fuerte: la cámara en movimiento y el montaje dinámico **transmiten desasosiego e inquietud**. Un niño ha sido pillado *in fraganti* cuando robaba en un comercio. La dueña le arrincona y le grita, incluso le abofetea. Cuando el niño abre su mano, vemos lo que ha cogido: **medicamentos**. La dueña pregunta: “¿Y qué pensabas hacer con esto?”. Aún con la cabeza baja, el chico responde: **“Dárselos a mi madre”**.

Es ahí cuando aparece el protagonista de la historia. El dueño de un bar cercano ha visto y escuchado todo, y decide intervenir. Pide calma a la señora y pregunta al niño: “¿Tu madre está enferma?”. El niño asiente, compungido. Y el hombre muestra **un gesto de inmensa**

magnanimidad: paga las medicinas a la dependienta y se las entrega al niño junto a una sopa vegetariana para su madre...

Este arranque presagia un relato lleno de emociones. Porque pasan los años, y **esa referencia a las medicinas** -sembrada con acierto en el guión- se convierte en **un leit motiv narrativo y temático** muy hondo, algo que provoca un giro sorprendente y conmovedor. No voy a contar la historia. **Quiero que tú la veas y la sientas personalmente**, que saborees su delicadeza y su ternura. Hasta llegar al final.

Ciertamente, hacen falta anuncios con valores. Anuncios que aporten optimismo y esperanza, que nos iluminen y enriquezcan. **Porque el ser humano necesita de vez en cuando chispazos de luz interior**; necesita sentir que en la vida hay algo más que triunfar o poseer. Quizás por eso hoy se habla tanto de **Publicidad emocional**: porque los anuncios sólo conectan con nosotros si hablan de nuestros deseos y nuestras emociones. **En los anuncios -hoy como siempre- debemos descubrir quiénes somos**

Alfonso Méndiz, en alfonsomendez.blogspot.com.