



Un brindis por la campaña de Apple, humana y entrañable, que apuesta por la familia y por la Navidad

Se acerca la Navidad y es buen momento para recordar algunos anuncios que han reflejado el espíritu de estas fechas... Como el spot de *Apple* de hace dos años. Porque, **siendo una empresa tecnológica, supo reflejar la vertiente más humana de la Navidad**. Supo despertar los sentimientos más valiosos: y nos habló **de alegría, de familia, de vivir para los demás... y, sobre todo, de comprender a los jóvenes**.

No es algo novedoso. Los anuncios de *Apple* se caracterizan por eludir todo halo de “tecnología”, de “gadgets”, de “dispositivos electrónicos” y hablarnos de lo que puedes hacer con ellos: **crear, comunicar, mejorar la vida de los otros; transmitir emociones, comunicar sentimientos**. Y, en este caso, nos da una gran lección de **cómo usar el móvil en familia**.

Lo que vemos es una escena de lo más habitual. La familia Harris se dispone a pasar unas felices Navidades en el campo, mientras su hijo mayor vive aparentemente “enganchado” a su teléfono móvil. En varios momentos **vemos al protagonista “ausente”, más atento a su dispositivo** que a lo que ocurre a su alrededor. Mientras los demás juegan en la nieve o decoran el árbol, él está en un rincón, solitario y callado, toqueteando su *iPhone*. Todos se lo critican y hasta le echan una bola de nieve o un gorro para que “despierte”.

El spot se titula significativamente *Misunderstood (Incomprendido)*. Porque el final se desvela cuál ha sido el verdadero propósito del chico, y descubrimos que ha estado **más atento a la celebración navideña de lo que sus familiares han pensado todo el tiempo**.

Navidad, familia y buen uso del móvil

Publicado: Martes, 15 Diciembre 2015 02:02

Escrito por Alfonso Méndiz

Debo reconocer que me da un poco de pena la gente que está de vuelta de la Navidad, que desea que pasen estas fiestas lo más rápido posible. A mí me encantan, **me encanta ver la ilusión de un niño abriendo sus regalos, de una familia poniendo el belén, de una cena familiar en la que todos olvidan los rencores y aprenden a querer.** Y eso vale por todos los que han olvidado el sentido de estas fiestas.

En todo caso, un brindis por la campaña de *Apple*, **humana y entrañable, que apuesta por la familia y por la Navidad.**

Alfonso Méndiz, en alfonsomendiz.blogspot.com.