

La mayoría de los anuncios nos animan a triunfar, a disfrutar... a seducir, a llevar una vida cómoda

alfonsomendiz.blogspot.com

Es bueno que la publicidad diga también esto: "Hay más alegría en dar que en recibir"

Sigo con mi promesa de colgar todos los lunes un vídeo positivo: **un spot que haga pensar, que aporte optimismo**, que muestre que lo comercial es compatible con la ética. Hace dos semanas puse el anuncio de "[las ranitas de hojalata](#)", en el que unos nietos mexicanos robaban el corazón de su abuelo. **En el de hoy, una niña de 5 ó 6 años nos roba por entero el corazón...**

La mayoría de los anuncios nos hablan de ideales muy teñidos de egocentrismo: **nos animan a triunfar, a disfrutar... a seducir, a llevar una vida cómoda**; cifran la felicidad en ser admirados o deseados.

" [target="_blank">Éste que hoy os ofrezco](#) no habla nada de todo eso. Habla de generosidad, de entrega, de dar lo mejor que tenemos, de sentirnos bien queriendo a los demás. **Sobre todo, habla de la inocencia de los niños, de esa aspiración que todos debíamos sentir por volver un poco a nuestra infancia. Y, allí, aprender a ser mejores.**

Este anuncio fue realizado en Barcelona por la agencia *Bassat & Ogilvy* para la Asociación *AFANOC* (Asociación de Familiares y Amigos de Niños Oncológicos de Cataluña), y recibió **un merecido galardón en el Festival Internacional de Cannes en el año 2003.**

A mí me alegró que lo premiaran. **Porque es bueno que la publicidad diga también esto: "Hay más alegría en dar que en recibir"**. Y este mensaje no lo oímos demasiadas veces en la publicidad.

Alfonso Mendiz