



Un spot que está siendo utilizado en muchos colegios e institutos canadienses como ejemplo inspirador para los jóvenes deportistas

Para los Juegos Olímpicos de Río, la empresa *Canadian Tire Corporation* -dedicada a la venta de productos deportivos y para el hogar- diseñó un anuncio ("*Wheels*") que **emocionó a medio mundo**. Hace ahora seis días, la compañía canadiense volvió a lanzar el anuncio, que **en esta "segunda vida"** está obteniendo resultados aún mejores que en la primera. De hecho, **se ha convertido en una pieza viral** (con un relato muy emotivo, y un *storytelling* en línea con sus valores) que acumula ya **44 millones de reproducciones en Facebook** y cerca de 145.000 en *Youtube*.

Cuando fue creado por la agencia [Cleansheet Communications](#), la intención del spot (promovido en unión con la plataforma "We all play for Canada") era situar a Canadá **en el podio... ¡de los países éticos!**, destacando **los valores de compañerismo e inclusión social** que deben prevalecer en la práctica del deporte. Y, en efecto, está siendo utilizado en muchos colegios e institutos de ese país como **ejemplo inspirador** para los jóvenes deportistas.

En la primera escena, nos muestra a un grupo de chicos jugando al baloncesto en un patio vecinal. De repente, un fallido lanzamiento a canasta hace que el balón se escape **más allá de la pista improvisada**, entre muros de casas y puertas de garajes, hasta detenerse frente a la casa de un niño en silla de ruedas. El joven que se acerca a por la pelota, y el niño minusválido le saluda con **un caluroso "hola" y una sonrisa amigable**.

‘Wheels’: Publicidad sobre ruedas

Publicado: Miércoles, 26 Abril 2017 01:20

Escrito por Alfonso Méndiz

Al día siguiente, **el niño discapacitado** descubre en el porche de casa una pelota de baloncesto, y decide devolvérsela a los chicos que jugaban con ella. Al llegar al lugar donde juegan los demás niños, el joven de la silla ve cómo sus vecinos **han puesto ruedas** ('wheels', en inglés) a triciclos, cajas u otros objetos, para jugar en sus mismas condiciones... El anuncio termina con un mensaje esperanzador: ***“Cuando aflora lo mejor de nosotros, nuestra nación se vuelve más grande”.***

Ojalá que esta publicidad con valores vuelva a ocupar **un puesto de honor** en la actual programación televisiva. **Brindo por ello con este post.** Que lo disfrutéis.

Alfonso Méndiz, en alfonsomendez.blogspot.com.