

Un mensaje divertido y optimista, porque es familiar; y, sobre todo, porque nos anima y enriquece

alfonsomendiz.blogspot.com

En nuestra sociedad el mensaje del esfuerzo y el sacrificio personal resulta más necesario que nunca; pero el deporte tiene también otros valores para quienes nunca ganaremos en un estadio: compartir una afición con los amigos o compañeros, disfrutar de una paseo en bici con los hijos o la familia entera..., sin la necesidad agobiante de conquistar un triunfo

Jaume Figa, amigo y seguidor del *blog*, me envía este anuncio de *Decathlon* para la sección [Spot con valores](#). Y, sinceramente, merece estar aquí. Porque **su mensaje es divertido y optimista, porque es familiar; y, sobre todo, porque nos anima y enriquece**.

Hasta el año 2012, la marca francesa se limitaba a adaptar sus campañas a cada uno de los países. Pero en febrero de este año ha lanzado **un anuncio diferente en nuestro país, con una cierta referencia al carácter español**. Tiene un mensaje motivador y alegre que pretende abarcar a todo su público y, a la vez, transmitir su filosofía como marca: *“hacer accesible el deporte al mayor número de personas”*.

La práctica de cualquier deporte ha sido siempre fuente de valores, **centrados sobre todo en el valor de la competición: la ilusión, el empeño, la fuerza de voluntad**; la superación personal y la lucha contra los propios fracasos; y, muchas veces, el afán de mejora, el logro de metas altas, la conquista del triunfo y de la gloria.

Sí, todo eso es verdad. Y en nuestra sociedad ¿podríamos añadir? **ese mensaje del esfuerzo y el sacrificio personal resulta más necesario que nunca**. Pero el deporte tiene también otros valores para quienes nunca ganaremos en un estadio: compartir una afición con los amigos o compañeros, disfrutar de una paseo en bici con los hijos o la familia entera, sentir la brisa del mar mientras se corre por la playa sin la necesidad agobiante de conquistar un triunfo.

Con una mirada cercana y optimista, **la marca acoge y anima en este anuncio a quienes practican cualquier deporte pero no se creen tan deportistas que quieran desconectar** del trabajo o del mundo. Es más, a veces quizás lo practican a su manera. Por eso nos dice: *“A todos aquellos que no conocen las reglas, las cambian o se inventan unas nuevas. Que viven del deporte sin nadie que les patrocine, que ganan trofeos mucho más importantes que el oro, la plata o el bronce...”*.

Por otra parte, el anuncio es también una invitación a dar un salto personal: de sólo “ver” el deporte en televisión (fútbol, tenis, baloncesto) a practicarlo en la vida real. Da igual el nivel alcanzado, o la edad o la seriedad con que uno se lo tome. **Hay otros valores además del triunfo**. Como disfrutar, compartir, aprender y otras muchas cosas que suceden cuando practicamos deporte. O el sentirnos apoyados por quienes nos aprecian. Tal vez por eso, **la frase más acertada es la que oímos casi al final: “A todos los que no tienen admiradores, sino gente que les quiere”**.

Verdaderamente, *Decathlon* ha dado en el clavo. Y la mejor prueba de ello es el comentario anónimo que apareció en una red social, a propósito de este anuncio: *«¡Ay, Dios míos! Como me ha recordado a mí el niño del tenis. Hace un año que empecé las clases, y cada día es un reto. Algunos me dicen “¡Pero si tienes 39 tacos, que ya no vas a ser Nadal!”. Me da lo mismo, es algo que siempre quise hacer, y ahora que tengo la oportunidad de hacerlo con mis hijos, disfruto al máximo con ellos. No espero ningún otro triunfo»*.

‘El deporte más grande del mundo’

Publicado: Martes, 16 Abril 2013 08:17

Escrito por Alfonso Méndiz

Alfonso Méndiz