

La sonrisa no sólo nos cambia la cara: también nos cambia la vida

Sabemos que no se puede cambiar el mundo de un día para otro, pero nosotros creemos que entre todos sí podemos mejorar las cosas... ¿Empezamos con una sonrisa?

Hace unas semanas *Danone* nos sorprendió con un anuncio muy original que apostaba decididamente por el optimismo. Su lema, “¿Empezamos con una sonrisa?”, **es más una propuesta para compartir que una pregunta para responder**. Y, además, enlaza perfectamente con la campaña “Alimentando sonrisas”, en el que [un niño hablaba con su futuro hermanito](#) a través del vientre de su madre.

El anuncio de este año arranca con un amanecer, todo un símbolo de su mensaje. **Un niño abre los ojos y despierta con una sonrisa**. Unas palmas baten entusiasmadas, y una voz en *off* sale en apoyo de las imágenes: “Hay muchos factores que influyen en nuestro estado de ánimo, pero hay algo, un gesto muy pequeño, capaz de mejorar nuestro día... ¡La sonrisa!”. Durante minuto y medio, el narrador explica con detalle cómo **la sonrisa no sólo nos cambia la cara: también nos cambia la vida**, porque despierta la ilusión y las ganas de vivir. Al final, el anuncio concluye: “Sabemos que no se puede cambiar el mundo de un día para otro, pero nosotros creemos que **entre todos sí podemos mejorar las cosas...** ¿Empezamos con una sonrisa?”.

Hoy quiero que veáis el anuncio antes de leer el comentario que os propongo.

Este anuncio se sustenta sobre cuatro grandes valores que iré desgranando en este artículo: optimismo, infancia, familia y amistad.

1. Optimismo: Indudablemente, la alegría y el optimismo son los valores fundamentales del anuncio. Niños sonrientes, familias alegres, parejas que festejan el simple hecho de estar juntas. También el sonido lo afirma. Lo primero que oímos es **un batir de palmas lleno de alegría y entusiasmo**. Batimos palmas cuando alguien nos agrada y nos hace felices, cuando algo nos parece sublime y hermoso, y también cuando cantamos y estamos alegres. Batir palmas es nuestro modo de expresar el gozo y el aprecio de algo.

Aún más, la palabra clave del anuncio es **sonrisa**. Cuando se menciona por vez primera, se hace un pequeño silencio, la música sube de volumen y el ritmo se acelera. **La palabra se nos presenta como algo mágico**: “Ese gesto tan común esconde poderes increíbles. Hay algo especial en la sonrisa (...). Se ha demostrado que la sonrisa alimenta

nuestras emociones. Es decir, que por el simple hecho de sonreír, ya nos sentimos mejor”.

Y es que la sonrisa no es sólo un modo educado de mostrar agrado ante una visita. Esto sería ya bastante **en un mundo regido sólo por la cortesía, pero no por el verdadero afecto**. No, la auténtica sonrisa no es un mero convencionalismo; y, desde luego, es lo más opuesto a la simulación. Por eso el texto insiste: “No es un gesto aprendido. Antes de nacer los bebés sonríen en el seno materno”.

2. Infancia: Hablando de bebés, no es casual que la mayoría de los personajes del *spot* sean niños, y que cuando aparecen junto a mayores, sean ellos quienes asuman el protagonismo. Es sintomático que **la primera imagen sea un niño que despierta, sonriente**, con los primeros rayos de sol. Luego vemos a niños en distintas situaciones: jugando, compartiendo alegría, transmitiendo felicidad al mundo. Les vemos con su madre, en el salón de la casa; o con el padre, sonriendo en el jardín; en los columpios, en sano ejercicio físico; o bajo la lluvia, chapoteando bajo un paraguas. En toda circunstancia aparecen siempre con una franca alegría.

Porque en ellos, sonreír es algo natural: “Los niños son los que más sonríen: hasta 400 veces al día. En cambio, los mayores, unas 20”. Es una invitación **a que aprendamos de ellos: a sonreír, a olvidar las penas, a afrontar la vida como un juego**. Y no pensar en las tragedias, porque se esfuman todas cuando aprendemos a sonreír.

Esa idea del juego está presente en todas las escenas, pero principalmente en la que vemos a niños y niñas disfrazados de reyes y reinas. Porque ellos son los príncipes de la casa. Cuando el texto dice: “Pero hay algo, un gesto muy pequeño, capaz de mejorar nuestro día... ¡La sonrisa!”, lo que vemos es **el rostro de una niña en un columpio que se acerca hasta el primer plano**. Su sonrisa infantil es la mejor imagen de la felicidad.

3. La familia: Tan importante como los dos valores anteriores, resulta en el anuncio el contexto familiar. Todas las secuencias iniciales **transcurren en el ámbito de una familia**. Tras el despertar de un niño, vemos a una madre que juega con su hija. Después vemos al marido y a la mujer que contemplan asombrados una hoja de papel. A continuación, se nos muestra la causa del asombro: un dibujo de su hija, **el dibujo de una familia unida -padre y madre cogidos de la mano-** en la que ella es el centro de las atenciones.

La relación padres-hijos es el *leit motiv* de todas las historias, una relación de confianza que sobre todo se muestra cuando juegan juntos. Hay, además, dos imágenes muy significativas: **la comida en la que**

están presentes los abuelos (lo que sugiere una familia abierta y generosa, que sabe tener espacio para los mayores: los que tienen menos vitalidad y salud) **y la imagen del bebé en el vientre de su madre**. Él ya forma parte de la familia, aún antes de nacer. Y es el portador de la alegría: “Antes de nacer los bebés sonríen en el seno materno”. Esa imagen -la del bebé sonriente- aparece de nuevo como cierre, mientras oímos la última frase de la narración: “¿Empezamos con una sonrisa?”. Porque empieza una nueva vida, **porque la llegada de un bebé es la mayor alegría para una familia**.

4. La amistad: El anuncio concede una gran importancia a las relaciones sociales y destaca en ellas su carácter benefactor. Somos mejores cuando estamos en grupo: “Lo mejor es que cuando vemos una sonrisa, la imitamos. Sonreímos 30 veces más estando en grupo que solos”.

Compartir. Esa es otra de las claves del anuncio. Compartir juegos y aficiones, **compartir tiempo; pero, sobre todo, compartir alegría**. Es algo que todos podemos hacer por los demás. Porque la alegría, como la sonrisa, es contagiosa: “Una reacción en cadena que podemos empezar todos cada día”. Esa es la primera y principal muestra de solidaridad. Antes que pensar en los que están lejos, en otros continentes, debemos pensar en los que están cerca: en nuestro propio hogar.

Este es, en síntesis, el mensaje lleno de optimismo que nos lanza *Danone*. **¡Bienvenido sea en nuestro mundo gris y apesadumbrado, donde tanta gente se ha olvidado de cómo sonreír!**

Alfonso Méndiz