

La Navidad es un tiempo muy apropiado para anuncios tiernos y emocionales

La Navidad es un tiempo muy apropiado para anuncios tiernos y emocionales. Algunos se han hecho clásicos, como el “Vuelve a casa por Navidad”. Pero no hace falta que el producto esté vinculado al consumo de estas fechas. Un ejemplo muy claro es la nueva campaña de Ikea

La semana pasada comentamos ya [una de las piezas de este año](#): el niño que **prefería un regalo sencillo pero familiar** (un molde para hacer galletas) antes que las frías y exageradas propuestas de sus mayores.

Hace pocos días, Ikea ha continuado la campaña con “La otra carta”, un experimento que está siendo **muy popular (2'5 millones de visitas en 4 días)** en el que pidieron a niños de diez familias que escribieran una carta a los Reyes Magos. Cuando ya la habían escrito, **les pidieron que escribieran “otra carta”, dirigida a sus padres.**

La pregunta que la marca de muebles se hace es sencilla: **¿por qué nos empeñamos en regalarle siempre a los pequeños lo que no quieren?** Y es que las cosas que pedían en la carta de los Reyes Magos eran las que veían en la televisión: juguetes, consolas, muñecas. Algo bastante diferente de **lo que pedían -con la inocencia de su corazón- en la carta a sus padres:** pasar más tiempo juntos, jugar más al fútbol con ellos, cenar más en familia...

La sorpresa llega al final, cuando el entrevistador hace la última pregunta: **“Si sólo pudierais escribir una carta, ¿cuál de las dos escogeríais?”.**

Ahora que la Navidad **nos invita a ser francos y sinceros**, me pregunto y os pregunto: **¿Cuál creéis que escogieron esos niños?** Y es que a veces -como bien señala el anuncio- **nos empeñamos en darles algo distinto a los regalos que ellos más desean.**

Alfonso Méndiz