

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**