

MARKETING

Dioses, ¿a qué tanto alborozo? ¿Acaso no ven que sólo es un niño? No podrá cambiar nada. Lo sé. A diferencia de ellos yo puedo ver el futuro y todo será igual: guerras, egoísmo, hipocresía, injusticia... Nada cambiará.

Y sin embargo, esa luz que irradia, esa ternura que despierta...

...

No puedo creer que me dejara embaucar por un niño. Aquí estoy, repartiendo regalos un año más. Y ya pasan de dos mil. No pude resistirme. Esa luz, esa ternura... y esos argumentos, pudieron conmigo.

“Ya sé que el mundo no cambiará en mucho tiempo, ¿pero porque no intentarlo? ¿Qué tiene de malo hacer feliz a la gente aunque solo sea una noche? Piensa en los niños. Ellos deben creer en la magia, mantener la ilusión, porque ellos serán quienes cambien el mundo, y créeme, necesitarán mucha magia y mucha ilusión”.

¿Quien se puede resistir a ese argumento? Al final me convenció y me alegro.

Hoy estoy especialmente feliz porque al fin he dado con la clave para que el mundo cambie. Llevo dos mil nueve años dándole vueltas y esta noche he descubierto en que nos equivocamos. Fue un fallo de cálculo. No hicimos un estudio de mercado y quisimos abarcar demasiado de golpe. ¡Salvar el mundo! Hala, a lo grande.

No, no, no. Hay que empezar poco a poco. Hay que cambiar el mensaje. Algo así como “Cuida de tu vecino” y cuando cuaje ir ampliando.

¡Pues claro, eso es! Hay que darle alguna vuelta más, hacerlo más atractivo, conseguir que un mensaje tan viejo como el mundo suene innovador. Esa es la clave.

- ¿Dónde pusiste el curso a distancia de marketing Gaspar?

- Creo que lo lleva Melchor.

Juana Pons