

'Una carta más corta', la campaña social de Audi para evitar el exceso de regalos en Reyes Magos

Aborda una de las grandes temáticas sociales del momento que afecta a millones de familias: el exceso de consumo. La forma en que se consume está cambiando hacia un estilo de vida más consciente. Y estas fechas son idóneas para concienciar a los niños sobre el valor de las cosas y para que aprendan que no se necesita todo para ser felices Promover otra forma de regalar es el objetivo de la campaña 'Una carta más corta' de Audi España. Para ello, la marca presenta un cortometraje de animación y una herramienta digital que pretenden sensibilizar a los adultos a la hora de pedir los regalos a los Reyes Magos.

La Dra. Mónica Casabayó, profesora titular del Departamento de Marketing de ESADE e investigadora de conductas del consumidor (especialmente de niños y jóvenes), ha colaborado con Audi España en la campaña 'Una carta más corta' que aborda una de las grandes temáticas sociales del momento y que afecta a millones de familias: el exceso de consumo. La forma en que se consume está cambiando hacia un estilo de vida más consciente, y la festividad de Reyes Magos es idónea para concienciar a los niños sobre el valor de las cosas y para que aprendan que no se necesita todo para ser felices. La campaña se basa en la famosa 'regla de los 4 regalos', la cantidad que recomiendan muchos pedagogos y psicólogos para los niños en Reyes Magos. La regla sugiere que elijan algo que les haga mucha ilusión, algo que les haga pensar, algo que necesiten y algo que les sea útil. De este modo aprenden a valorar aquello que reciben, primando la calidad antes que la cantidad.

La Dra. Casabayó afirma que se encuentra en un contexto con nuevos hábitos de consumo en el que "las nuevas generaciones están conectados constantemente, lo que les da empoderamiento para decidir, comprar, experimentar, comparar, compartir, colaborar, usar y reutilizar, tanto individual como colectivamente". Reducir la carta a los Reyes de los hijos no es reducir la magia. "Es acortar la lista de regalos materiales e incrementar la lista de experiencias y tiempo en familia. De esta manera, reducimos el gasto familiar y mantenemos la ilusión de los regalos".

Para la Dra. Mónica Casabayó, "una campaña como 'Una carta más corta' puede ser una inspiración para los padres y madres que quieran mantener la magia y la ilusión de los más pequeños enseñándoles a apreciar el valor de las cosas y así reducir los efectos secundarios del materialismo. En nuestros estudios, hemos llegado a la conclusión de que en los últimos años ha crecido el materialismo en los niños y niñas. Este hecho implica que su felicidad está condicionada por la posesión de un objeto concreto y, además, este materialismo puede incluso llevarlos a juzgar a los demás niños y niñas en función de los juguetes, ropa o cosas en general que estos tengan. Así pues, esto puede afectar a los valores de estos niños, futuros adultos, a nivel social". Entre los 8 y los 10 años, el factor que más influye en su nivel de materialismo es el tiempo que pasan delante de la televisión, mientras que en los jóvenes, debido a que tiene más acceso a las redes sociales, el factor que más influye es la comparativa social, teniendo un impacto muy fuerte en ellos los compañeros.

<https://unacartamascorta.es>

Datos de contacto:

Silvia Carulla

932 809 160

Nota de prensa publicada en: [Barcelona](#)

Categorías: [Nacional Marketing](#) [Sociedad Entretenimiento](#) [E-Commerce](#) [Consumo Ocio para niños](#)

NotasdePrensa

<https://www.notasdeprensa.es>