

La compañía de coches compartidos 'Lyft' ha lanzado una campaña navideña muy emotiva en la que una entrañable anciana es la protagonista

En Navidad muchas empresas optan por desarrollar campañas y anuncios que sugieran en el receptor sensaciones positivas y que a su vez fomenten valores como la solidaridad

Podrían haber lanzado un anuncio o una promoción vía mail con algún descuento, pero han optado por la técnica emotiva. Es posible que su objetivo sea ganar cuota de clientes en Chicago, defender la idea del coche compartido y, ya de paso, promocionarse en el resto del mundo pero cuando algo es bonito hay que decirlo. Con cierto regusto a las historias de final feliz de Pixar, en tan solo siete minutos de duración y con el perfil de alguna historia corta de Disney, Lyft ha sacado su artillería pesada en plenas Navidades bajo el título en inglés "June: Life is Better When You Share the Ride".

Y efectivamente, hay parte del equipo de Disney detrás. Un cortometraje dirigido por algunos de los integrantes del equipo creativo del corto de la enseña de Mickey —ganador del Oscar— "Paperman", referencia a la que recuerda June, y que incluye al mismo director John Kahrs y el compositor de su banda sonora. Todo un lujo para la competencia de Uber en Estados Unidos.

El corto se ha construido con las vivencias reales de algunos usuarios de Lyft en Chicago

Sin destripar la historia del vídeo, June cuenta la historia de una adorable ancianita, con ese mismo nombre, muy apegada a su coche. El mismo que había compartido con su, suponemos, difunto marido durante toda la vida. Un accidente de coche y una factura de reparaciones astronómica abre la cadena de acontecimientos y June, tras la negativa de su hija a que se compre un vehículo nuevo pudiendo coger un taxi, abre una nueva etapa. Pronto se ve inmersa en el papel de conductora de Lyft llevando y trayendo gente con el simple objetivo de estar acompañada y sentirse útil. La solidaridad típica de estas fechas pondrá el broche final a esta historia.

Sin entrar en detalles sociales, económicos y laborales de por qué una jubilada tendría que estar trabajando y/o conduciendo, lo cierto es que es la mayor muestra de lo que es capaz de hacer, en este caso, Lyft. Según los miembros de la compañía, la realidad en este corto está mucho más presente de lo que parece puesto que una gran parte de la historia podría haberse construido con vivencias reales de clientes y conductores de la plataforma en Chicago: muchos jubilados operando en la plataforma, el 30% de todos son mujeres y una mezcla poco unificada de tipos de usuarios. Aunque cabe comentar que después de todo esto no queda del todo claro si June es un personaje real o no.

El contenido de este comunicado fue publicado primero en la página web de Hipertextual

Datos de contacto:

Nota de prensa publicada en:

Categorías: [Automovilismo](#) [Sociedad](#) [Industria](#) [Automotriz](#) [Innovación](#) [Tecnológica](#)

NotasdePrensa

<https://www.notasdeprensa.es>