

Fecha: 08-09-2024

Medio: El Mercurio de Valparaíso

Supl.: El Mercurio de Valparaíso - Domingo

Tipo: Noticia general

Título: "La campaña se basa en videos cortos para mejorar la amabilidad en nuestra sociedad"

Pág.: 8

Cm2: 679,3

Tiraje:

Lectoría:

Favorabilidad:

11.000

33.000

■ No Definida

Mauricio Alegría, creador de la Fundación Mr. Mau.
Seamos Amables:

“La campaña se basa en videos cortos para mejorar la amabilidad en nuestra sociedad”

El ingeniero comercial viñamarino, avencidado en Santiago, entrega su mensaje principalmente en redes sociales.

 **Flor Arbulú Aguilera**
flor.arbulu@mercuriovalpo.cl

Mauricio Alegría siempre ha tenido admiración por ciertas obras sociales como la Teletón, y por eso comenzó a preguntarse “¿qué puedo hacer yo por los demás?”, comenta el ingeniero comercial viñamarino. Fue, casi por casualidad, que descubrió la respuesta.

Él tiene una compañía llamada Alianzas Estratégicas, a través de la cual realiza compra/venta de cruces, y una de éstas se dedicaba al trabajo de sonido para publicidad. Los dueños, “en la conversación, me dijeron ‘tú tienes bien buena voz, eres locutor, ¿has estudiado algo?’. Y le dije, ‘estás loco, no soy ni locutor ni he estudiado nada’”, cuenta, pero “me dejaron el bichito de que yo tenía voz de locutor”.

Con este conocimiento de su voz y el deseo de hacer algo por la gente, se preguntó “¿qué tal si me empeño en inventar mensajes útiles, positivos, los hablo yo mismo, los grabo y los publicito?”. “Hice eso hace como 6 años y esos audios salieron en las radios Biobío, ADN, luego estuvieron en las redes sociales”, relata sobre sus inicios que lo llevaron a fundar en julio la Fundación Mr. Mau.

LOS INICIOS

Pero para que este exalumno de los Sagrados Corazones y de la Universidad Adolfo Ibáñez de Viña del Mar llegase a este punto no fue tarea fácil, pues pronto le dijeron que tener sólo audios “no sirve, tienen mucho más efectividad con la imagen”, dice. Pasó por ilustraciones, cor-

póreos y hasta una máscara para entregar sus mensajes, pero ninguno le satisfacía. El cambio vino cuando un grupo de amigos le dio un duro diagnóstico, pues le dijeron que tenía dos problemas: uno de identidad y el otro de mensaje.

“Identidad porque no se sabe quién es este muñeco, no se sabe quién es esta máscara, esta persona que se llama Mr. Mau. No se sabe si es viejo, si es joven, si es de Arica, si es de Punta Arenas, si es de Santiago, qué edad tiene, si es profesional, si es empresario. Y el segundo problema que tenía mi antigua campaña era que no tenía una recordación de algo específico. No se sabía qué mensaje daba, porque daba mensajes para la puntualidad, para no estacionar en estacionamientos de personas discapacitadas, para los jóvenes. No había una línea de transmisión de contenido”, manifiesta.

Fue en ese momento que decidió hacer una pausa, y en mayo del año pasado tomó una decisión: “No va a ser ni un muñeco, ni un títere, ni un monito, sino que va a ser Mauricio Alegría Vargas. Yo, edad 64 años, en esa época, ingeniero profesional, viñamarino/santiaguino, interesado en el bien común, y el mensaje va a ser la amabilidad. Todo lo que se relacione con la amabilidad va a caer dentro de mi mensaje”.

Se trata, entonces, de “un mensaje transversal que va a abarcar a todo el país geográficamente y que va a cubrir todo el periodo del ciclo de vida del ser

humano, desde los niños, los adolescentes, los jóvenes, los mayores y los más mayores”, acota.

Desde esa fecha hasta ahora “he estado haciendo videos cortos, porque la campaña se basa principalmente en videos cortos, entretenidos, que están alojados en Instagram y en YouTube, para mejorar la amabilidad en nuestra sociedad. Eso he estado haciendo”, afirma.

“He tenido mucha buena acogida”, asegura. “Una de las cosas que llama la atención es que yo tengo un cartelito. Entonces, cuando voy a la calle a hacer estas campañas y estar con las personas, la gente me ve el cartel y me pone el dedo para arriba. Otros me hacen signos de aplauso. Otros me preguntan ¿de qué se trata esto? Lo felicito”, destaca.

CADENA DE AMABILIDAD

“A todos nos gusta la virtud de la amabilidad. Lo que pasa es que la practicamos poco”, asevera Mauricio Alegría, Mr. Mau, añadiendo que “la amabilidad es tan fácil, es instantánea, es gratis, no cuesta nada”.

“Yo hago un gesto amable contigo, tú quedas contenta y por lo tanto tú eres más amable con el otro y la amabilidad se va ampliando, multiplicando, expandiendo. Y eso es lo que yo quiero que ocurra en nuestra sociedad. Que la amabilidad se expanda desde los niños. Los niños son imitadores de las mamás y de los papás, por lo tanto, que los papás tengan una gran responsabilidad en practicar la amabilidad y así sucesivamente



MAURICIO ALEGRÍA COMENZÓ ESTA CAMPAÑA A PULSO HACE SEIS AÑOS Y AHORA HIZO UNA FUNDACIÓN.

en el trabajo, en el tránsito, en los clientes, la gente que atiende en el retail, en los supermercados, en las bombas de gasolina”, detalla.

Por eso es que no sólo sale a la calle a hacer su labor, sino también lo ha hecho en colegios. “Hemos conversado de la amabilidad. Los niños se han comprometido a ser amables en la casa, en la familia, con el guardia del colegio, con el señor de la puerta del colegio, entre ellos mismos”, dice sobre la experiencia.

En cuanto a cuáles son los pilares de su campaña dice que son tres: saludar, sonreír y dar las gracias. “Si nosotros saludamos, sonreímos y damos las gracias, te aseguro que el día nos cambia a todos. Y sumé dos más a estas tres, que son pedir las cosas por favor, que eso vale para la oficina, para la micro, para la familia; y lo otro es que si nos mandamos un condono, pedir disculpas”, manifiesta.

LA ESTRUCTURA

Toda esta idea la comenzó a pulso hasta que decidió formalizarla a través de la Fundación Mr. Mau. Seamos Amables. Esta “tiene por objeto, justamente, no hacer las cosas a pulso, sino que hacerlas desde un cuerpo

legal, con estructura jurídica, con más personas, y que pueda permitirnos crecer y abarcar transversalmente a más áreas geográficas”, declara.

Sin embargo, para que la organización y este propósito “funcione, que no sea una cosa solamente mía y de mis colaboradores que han trabajado conmigo -que es una periodista, un editor, camarógrafo y otro periodista que acabo de incorporar hace dos meses-, la idea es que esto lo apoyen verbal, anímica y económicamente otras buenas personas y otras buenas empresas que les interese que Chile sea un país mejor y con una sociedad más vinculada y más amable”, comenta.

- ¿Y ya hay empresas que se han sumado?

- La Fundación nació y tiene estructura jurídica: tiene RUT, tiene cuenta corriente, y está en un último trámite que necesita de 30 días más para emitir un certificado de donación, que se llama, que es cuando la empresa te hace una donación. De manera que ha recibido cero aportes, cero donativo, pero estoy estableciendo contactos y conversaciones para que las empresas tomen conciencia de esta buena

causa y se sumen a ella.

“Es muy importante que las empresas y las organizaciones se sumen, porque es una satisfacción espiritual al empresario que está participando de una buena causa para que su empresa y su familia funcionen en una sociedad que esté un poquito mejor y en un país que esté un poquito mejor. Y esto es independientemente de las visiones políticas que se tengan porque es un tema transversal, de interés valórico”, sostiene.

“Yo añoro la instancia en que, cuando se hagan seminarios nacionales de economía, de ciencia, de política económica, en que estén los empresarios, las autoridades, se dediquen dos minutos a que en medio de todos esos discursos se adicione el concepto y la práctica de la amabilidad. Porque la amabilidad, desde arriba hacia abajo, desde un gobierno, desde una asociación de empresarios, de emprendedores, si se adiciona, creo que cualquier proyecto se hace más rentable socialmente y por lo tanto económicamente”, finaliza.

Para conocer más de esta iniciativa se puede visitar el Instagram @mrmauchile, o la página web MrMau.cl.