**LG LANZA LA CAMPAÑA “RADIO OPTIMISM” PARA difundir LIFE’S GOOD” A TRAVÉS DE LA MÚSICA**

*La nueva campaña de LG apuesta por la música —el lenguaje universal— para crear conexiones más profundas y llevar la promesa de “Life’s Good” a espacios digitales.*

**Ciudad de México, a 24 de Junio de 2025 -** LG Electronics (LG) lanzó hoy su campaña de marca “Radio Optimism”, una iniciativa pensada para fortalecer los lazos humanos y compartir una dosis de optimista a través de la música. La campaña está alineada con la filosofía de la marca, “Life’s Good”, y responde a un reto cada vez más común: conectar de forma auténtica en un mundo dominado por la tecnología.

La campaña Radio Optimism busca hacer frente a la desconexión que suele sentirse en esta era de interacciones superficiales, como likes y comentarios en redes sociales. Apostando por el poder de la música, LG quiere impulsar vínculos más genuinos entre las personas y promover una vida más plena.

 *“A medida que la tecnología avanza, las conexiones humanas con verdadero sentido se vuelven cada vez más importantes para enriquecer nuestras vidas. En LG seguimos comprometidos con llevar optimismo al día a día de nuestros consumidores, fieles a nuestra promesa de marca: ‘Life’s Good’*”, señaló Kim Hyo-eun, directora de la División de Gestión de Marca de LG.

Esta campaña reafirma el compromiso de LG de crear experiencias enriquecedoras en los espacios digitales donde los consumidores de hoy pasan gran parte de su tiempo. En línea con esta misión, LG ha mantenido una conexión constante con las audiencias jóvenes a través de campañas participativas que hacen vivir la filosofía Life’s Good. Por ejemplo, la campaña *“Optimism your feed”* (Ponle optimismo a tu feed) del año pasado aprovechó los algoritmos de las redes sociales para promover mensajes positivos. Esta nueva iniciativa va directo a enfrentar la paradoja de la desconexión en una era de hiperconectividad.

*“Uno de los indicadores más fiables de la felicidad es tener relaciones profundas y significativas”,* afirma Jean M. Twenge, catedrática de Psicología de la Universidad Estatal de San Diego. *"Sin embargo, hoy en día muchas personas pasan más tiempo conectadas a Internet que en persona. Las redes sociales, en particular, tienden a crear relaciones superficiales en lugar de las conexiones profundas que la gente necesita. Es común que la gente tenga cientos de seguidores pero nadie con quien hablar en la vida real si necesitan apoyo. Necesitamos construir conexiones más significativas con quienes nos rodean. Eso podría invertir el pronunciado descenso de la felicidad que se ha producido en la última década".*

Un nuevo estudio global\* de LG sobre la conexión social revela que el 68% de las personas encuentra más difícil hacer amistades reales, y un tercio reportó tener una o ninguna conexión significativa en el último mes, mientras que el 8% dijo no haber tenido ninguna. Inspirada en la forma única en que la radio tradicional conecta a la gente a través de la música y las historias, la campaña Radio Optimism convierte esta idea en una plataforma interactiva donde los participantes pueden crear y enviar canciones personalizadas a sus seres queridos.

Los usuarios pueden crear canciones nuevas fácilmente gracias a herramientas impulsadas por inteligencia artificial, entrenadas con una selección especial de música. Estas herramientas interpretan las indicaciones del usuario para producir piezas musicales únicas y generar una portada acorde, ofreciendo una experiencia personalizada y atractiva. Una vez creadas, las canciones se pueden enviar a otras personas para fortalecer la conexión, y también quedan disponibles para que cualquiera en el mundo pueda descubrirlas.

Según la encuesta, casi 9 de cada 10 personas creen que las conexiones auténticas generan una visión más optimista de la vida. Al ofrecer una plataforma para que cada quien exprese sus sentimientos, esta campaña busca fortalecer esos lazos y ayudar a que las personas enriquezcan sus vidas, al mismo tiempo que contagian optimismo a su manera.

El sitio web de la campaña está disponible en inglés y español, y en los próximos meses se agregarán más idiomas para que más personas puedan participar. Puedes visitar la página oficial en [RadioOptimism.lg.com.](http://RadioOptimism.lg.com) Para más información, entra a [www.lg.com/lifesgood/](http://www.lg.com/lifesgood/)

# # #

**\* Metodología de la encuesta**

Plazos: Trabajo de campo realizado del 29 de abril al 1 de mayo de 2025, a través de Focaldata

Países: 5 - EE.UU., Reino Unido, Australia, India y Canadá

Edad: 18-45

Tamaño de la muestra: 5.000 participantes en EE.UU., Reino Unido, Australia, India y Canadá, con 1.000 participantes en cada mercado, y divisiones representativas a nivel nacional por edad, sexo y región.

**Acerca de LG Electronics, Inc.**LG Electronics es un referente global en innovación tecnológica y electrónica de consumo, con presencia en casi todos los países y un equipo internacional de más de 74,000 colaboradores. Las cuatro divisiones de LG —Soluciones para Electrodomésticos, Entretenimiento Multimedia, Soluciones para Vehículos y Soluciones Ecológicas— sumaron ingresos globales superiores a los 88 billones de wones surcoreanos en 2024. LG es líder en la fabricación de productos para el hogar y el comercio, que van desde televisores, electrodomésticos y soluciones de aire, hasta monitores, componentes automotrices y sistemas inteligentes. Sus marcas premium, LG SIGNATURE y LG ThinQ, son reconocidas en todo el mundo. Para conocer las últimas noticias, visita [www.LGnewsroom.com](http://www.LGnewsroom.com)

***Contacto de Prensa:***

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| ***LG Electronics México*** Daniel Aguilar Gallego Media & PR Tel.  555321-1977 daniel.aguilar@lge.com      | ***LG Electronics México*** Daniela Medel Media & PR Tel. 56-6230-2485 daniela.medel@lge.com  | ***Burson*** Montserrat Valle Sr Account Executive Tel. 55-3100-4564 Montserrat.vallevargas@bursonglobal.com  | ***Burson*** Antonio MemijeAccount Executive Tel. 55 2729 2373antonio.memije@bursonglobal.com  |