

¿QUIÉN ESCRIBIÓ ESA LETRA?

La canción "Volverán esos momentos", de la campaña de reposicionamiento de Bankinter ganadora del Gran Premio Eficacia 2020, ha sido la más buscada en Shazam este año en España. La canta Elena Iturrieta, más conocida como ELE. Muchos pensarán que también ella escribió la letra, pero no fue así. Como ocurría con las cartas que Christian de Neuvillette le enviaba a la bella Roxana, detrás de esa letra está la firma de un Cyrano que se llama Leandro Raposo y reivindica lo mismo que el inmortal personaje de Rostand: la inspiración, la valentía, la independencia y el poder de la palabra.

Fotografía: **Alvaro Ochoa**
Texto: **Javier San Román**
Producción: **Manu Báñez**
Vestuario: **Lupe Valero**
Maquillaje: **Chema Noci**



LEANDRO RAPOSO

Presidente creativo y Socio fundador de
Sioux meet Cyranos Madrid, Cyranos
Barcelona y Cyranos Argentina



Una pandemia ha terminado con el sueño de dominar el mundo mediante el análisis de los datos y los modelos predictivos. Antes de que llegara el virus no había paz en el reino del marketing y la publicidad. Armados con algoritmos, software y minería de datos, los *mathmen* conspiraban desde hacía tiempo contra los *madmen* para usurparles el trono. Con sus tablas y sus códigos binarios se creían poderosos e invencibles, los dueños del futuro, los nuevos reyes del mercado, los amos del cotarro. Pero el futuro se les ha rebelado cruelmente en 2020 con un escenario imprevisible para el que no tenían respuestas. Cuando tu poder se basa en el estudio de lo que ya ha sucedido antes, la improvisación nunca puede ser tu mejor virtud; y por desgracia, este año pasado ha habido que improvisar mucho. ¿Qué modelo tenía prevista una situación como ésta? Ninguno. La última vez que sucedió algo parecido fue en 1918 y entonces no existían esos *mathmen* que ahora se justifican diciendo aquello de que ellos no enviaron sus naves a luchar contra los elementos. El hundimiento de esta Armada Invencible se representó simbólicamente el pasado mes de octubre en un teatro, ¿qué mejor lugar para hacerlo? Fue en la pasada edición de los Premios Eficacia de la Asociación Española de Anunciantes, celebrada a mascarilla puesta en el Teatro Real de Madrid. Como todo el mundo que conozca estos premios sabe muy bien, no se trataba de entregar un premio a la campaña más creativa sino a la más eficaz, que no por casualidad era también una de las más creativas. Y quién subió al escenario en el momento culminante de la noche no fue un analista de datos sino el equipo de una agencia de publicidad con nombre de arquetipo literario, el del poeta aventurero que lucha contra gigantes haciendo versos que terminan con una estocada. Fue un premio poco discutido por el público. Era la campaña que mejor había llegado al corazón de los consumidores precisamente cuando estaban más necesitados de que alguien se acordara de ellos por algo más que ser consumidores; y por si eso fuera poco, la hacía un banco, el sector que salió peor parado de la crisis del 2008 en términos de reputación social. Si los premios sirven para algo más que masajear el ego de los ganadores es para indicar el camino del éxito a todos los que compartimos este campo de batalla que es el mercado de la comunicación. Y parece que este año el mensaje estaba bastante claro.

El triunfo de Bankinter ha reivindicado otra manera de abordar las estrategias de comunicación: la de los que en lugar de ir a la guerra con el cañón de los datos lo hacen con la espada afilada, silenciosa y certera de la inspiración.

Leandro Raposo, socio fundador de Sioux meet Cyranos, saluda el año 2021 desde nuestra sección Puertas Abiertas reivindicando la seducción con la palabra, que es como Cyrano se ganó por fin el corazón de Roxana. Aprendamos de los clásicos. 

