

JESÚS LADA FLÓREZ | Creativo publicitario, autor del anuncio de la lotería nacional

“La historia de Carmina no es triste, no hay que confundir tristeza con emoción”

“Quise rodar en Asturias, mi tierra, a la que espero volver a trabajar algún día; el nombre de la protagonista es un homenaje a mi abuela asturiana”

Oviedo, Eduardo GARCÍA
—La historia de Carmina, va ya éxito.

—Estamos muy contentos. En los primeros cuatro días la versión larga del anuncio ha tenido cuatro millones y medio de visionados en Youtube, gente que ha ido a buscar la historia.

Carmina, la protagonista este año del anuncio de la Navidad, se llama así porque lo decidió uno de las cuatro personas que diseñaron el proyecto. Jesús Lada Flórez, director creativo ejecutivo de la agencia Leo Burnett, tiene 39 años, nació en Oviedo, con familia en la cuenca del Caudal de toda la vida. ¿Por qué Carmina? “Porque así se llamaba mi abuela”. ¿Y por qué rodar en Asturias? “Pues porque me hacía mucha ilusión hacer el anuncio en mi tierra, a la que espero volver a trabajar en publicidad algún día”.

—Un anuncio de la lotería donde no toca la lotería.

—Me sorprende que haya gente que diga que es una historia triste, yo creo que a veces confundimos emoción con tristeza. Me parece una historia llena de optimismo que nos demuestra hasta dónde puede llegar todo un pueblo en favor de un ser humano.

—Escoja un momento de su spot.

—Quizá dos. Uno de ellos, entroncando con esto que me preguntaba, es cuando Josín, el hijo de Carmina, pronuncia la frase “Habrá que celebrarlo” al verla tan emocionada y para no romper su ilusión.

—¿El otro?

—Cuando todo el grupo va hacia el faro de Lastres, y Carmina

se para un momento. Es una imagen especial de unión que hace que a muchas personas se les humedezcan los ojos. En el fondo se envía el mensaje de que esa vez no ha ganado nadie, pero en el fondo todos son unos ganadores.

—¿Cómo se “fabrica” un anuncio como el de la lotería de Navidad?

—Nuestra empresa ya había realizado los anuncios de la lotería de los dos años anteriores, el del bar de Antonio y el de Justino. Como ocurre casi siempre, partimos de un papel en blanco y un encargo. Es complejo y costoso, pero también apasionante. Hace un par de décadas te encargaban un spot para televisión de treinta segundos y listo. Ahora hay versiones para TV y para internet, y dentro de TV unas más largas y otras más cortas, y también las versiones de prensa. La historia de Carmina en internet dura casi cinco minutos, es como un corto.

—Una protagonista femenina era casi obligada.

—Yo creo que sí. El año pasado, si recuerda, el protagonista, Justino, tenía una especie de “alter ego”, Esperanza, la señora de la limpieza. Esta vez, además, dimos con Pilar —la protagonista de la historia—, que fue todo un descubrimiento. Pilar no había actuado en su vida, pero se comporta ante la cámara con una naturalidad como yo no me la había encontrado en mi vida. 84 años, lúcida, estupenda, transmite verdad. Y no es fácil en un entorno con 300 figurantes y 60 personas del equipo de rodaje enfrente.

—¿Y esto cómo se logra?



Jesús Lada. | FOTO CEDIDA POR LA COMPAÑÍA LEO BURNETT

Perfil

► **Jesús Lada Flórez.** 39 años, natural de Oviedo, con familia en Turón y Mieres. Se marchó de niño a Madrid, estudió Publicidad en Miami, trabajó en Alemania, Holanda y los Estados Unidos. De vuelta a España, trabajó para algunas de las más prestigiosas empresas publicitarias del país. Su última experiencia laboral antes de Leo Burnett fue en El Laboratorio, participando en campañas para Mercedes, Yoigo, Direct Seguros, Bwin y Trina, entre otras firmas.



El de la lotería de Navidad es el único sorteo del mundo en que la suerte se comparte por sistema

Encontramos una protagonista que transmite verdad y naturalidad como no había visto en mi vida

—Tiene mucho que ver el director del anuncio. Puede que haya profesionales más estéticos o espectaculares que Santiago Zannou, pero él logra que cada persona transmita ante la cámara lo mejor de sí misma.

—¿Es verdad que ninguno de los participantes sabía muy bien de qué iba el rodaje?

—Ni siquiera a Pilar, en su papel de Carmina, le habíamos dado el guión completo. Íbamos facilitándole día a día. Y, claro, tuvimos mucho cuidado con las filtraciones, más que nada porque, si se conoce la historia, se pierde emoción y se rompe la magia. El problema de todo rodaje, además, es que tenemos en nuestra cabeza muchas más cosas de las que al final entran en apenas cinco minutos de anuncio. Vas probando cosas, te quedas con algunas y descartas otras. Como en cualquier rodaje.

—Si le pregunto por el coste del anuncio, ¿me lo dice?

—Nuestro cliente es un organismo público, por tanto las cifras se conocen. Le diré que el coste de producción rondó los 800.000 euros. El rodaje de este año fue más costoso que el de hace dos ediciones, con el anuncio del bar de Antonio.

—¿Qué tal los trataron en Asturias?

—De maravilla. Tuvimos nuestro cuartel general en Ribadesella, en mi casa familiar. Rodamos seis días en Tazones, Villaviciosa, Lastres y el Cabo Peñas. Los interiores de la casa de Carmina son en Llanes. Buscábamos esa luz asturiana de la que yo estoy enamorado, pero tuvimos tres días de sol espléndido, ese que yo no soy capaz de encontrar nunca cuando subo a Asturias a pasarme unos días de descanso. Y, por supuesto, todo el equipo se volvió a Madrid con un par de kilos de más.

—¿Qué plazos tuvo la preparación de la campaña publicitaria de la lotería de Navidad?

—Cuatro o cinco meses. En junio presentamos una idea al cliente y le gustó. Ahí comienza la producción. Hay una trastienda de muchas horas, incluyendo la música de Fernando Velázquez, autor de la banda sonora de películas como “Lo imposible”, “El orfanato” y “Un monstruo viene a verme”.

—Antonio, Justino, Carmina. Hay continuidad.

—Hace tres años cambiamos la manera de comunicar la lotería, el único sorteo del mundo compartido por sistema. Ésa es la gran idea fuerza: compartir la alegría.



CLUB
PRENSA
ASTURIANA

Directora:
María José Iglesias
Calvo Sotelo, 7. Oviedo
T. 985 279 731 clubprensa@lne.es
Entrada Libre
Programación: club.lne.es

Lunes, 21 de noviembre

19.00 horas
PRESENTACIÓN Y MESA REDONDA
II Jornada de Psicología Educativa del Colegio
Oficial de Psicólogos del Principado de Asturias

**Convivencia escolar:
una tarea de todos**

Intervienen:

Elena Cubero, psicóloga y coordinadora de la comisión de Psicología del Colegio;
Rebeca Cerezo, vicedecana de la Facultad de Psicología y secretaria de la Comisión de Psicología del Colegio, y Daniel Álvarez, profesor del departamento de Psicología de la Universidad de Oviedo.

20.00 horas
PRESENTACIÓN DE LA NOVELA
Al Ándalus y la cruz

Interviene:

Rafael Sánchez Saus, autor, catedrático de Historia Medieval

Presenta:

Francisco Javier García Alonso, presidente de la Asociación de Profesores Universitarios Santa Catalina.

Martes, 22 de noviembre

19.00 horas
PRESENTACIÓN

**Nuevos temas de Rody
Herrera y Perro Blanco Blues**

20.00 horas
CONFERENCIA, CICLO LA ABOGACÍA,
UNA PROFESIÓN AL SERVICIO DE LA
CIUDADANÍA

**La protección del usuario
ante la indebida inclusión en
ficheros de morosos**

Interviene: Miguel del Palacio Lacambra.
Presenta: Pedro Paulino Sánchez.