

El fin de una rivalidad

Campaña publicitaria

José Carlos Canalda

—Ante todo, señores, permítanme que les exprese mi agradecimiento, en nombre de mi empresa y en el mío propio, por haber atendido a nuestra llamada —el atildado personaje hacía aspavientos al tiempo que indicaba a los recién llegados sus respectivos asientos.

—Aunque ya han sido informados del motivo de esta reunión —explicó, una vez que éstos estuvieron acomodados—, antes de pedirles su opinión desearía informarles de una manera más exhaustiva. Por este motivo, me he tomado la libertad de prepararles unos *dossieres*.

Tras entregarles la citada documentación, que sacó de un portafolios, y sin dejar siquiera hojearla a sus interlocutores, continuó impertérrito con su exposición.

—Aunque en el informe que les acabo de entregar viene recogida toda la documentación pertinente, permítanme no obstante que se lo resuma brevemente. El origen de toda la tradición actual, en lo que a este personaje respecta, es una figura histórica, san Nicolás de Bari, nacido a finales del siglo III de nuestra era en Asia Menor, la actual Turquía, y muerto a mediados del siglo IV, debiendo su actual gentilicio al traslado de sus reliquias a esa ciudad italiana en el año 1087, con objeto de salvarlas de los invasores turcos. Aunque llegó a ser obispo de una diócesis local, su fama, al menos en los países occidentales, arranca de una tradición piadosa según la cual realizó el milagro de resucitar a tres niños descuartizados por un carnicero, lo que le convirtió en una especie de santo patrón de la infancia.

»Esta tradición arraigó, entre otros lugares, en Holanda, y cuando los inmigrantes holandeses llegaron a la costa oriental de lo que ahora son los Estados Unidos de América, la implantaron allí con el nombre de Sinterklaas, que es como llamaban en su idioma a San Nicolás. Más tarde la tradición arraigaría en la cultura anglosajona, corrompiéndose el término holandés original hasta dar el actual Santa

Claus; por cierto, parece ser que el propio Washington Irwin fue uno de los culpables de ello.

»Sin embargo, el Santa Claus original de la primera mitad del siglo XIX seguía siendo un santo obispo sin nada que ver con su imagen actual; no sería sino hasta la década de 1860 cuando el dibujante sueco Thomas Nast lo convirtió en algo parecido al actual, aunque todavía quedaba bastante camino por delante. Por cierto, fue más o menos por entonces cuando esta tradición, si es que se le puede llamar así, pasó a Europa, conociéndosele en algunos países, por influencia francesa, como Papá Noel, es decir, Papá Navidad; al menos, en esto los franceses fueron más respetuosos que los anglosajones con la memoria de nuestro obispo.

»Pero a pesar de todo ese primitivo Santa Claus, aunque ya nada tenía de obispo, seguía sin parecerse al actual, al menos en lo que a su atavío se refiere; de hecho vestía de blanco, un color sea dicho bastante más afín a la navidad, e incluso de verde, pero no de rojo. No sería sino hasta 1931, como quien dice ayer mismo, cuando la compañía *Coca-Cola* comenzó a utilizarlo como icono publicitario, esta vez ya vestido con sus colores corporativos, rojo y blanco en lo que quizá fue uno de los primeros ejemplos de publicidad subliminal. Y el invento cuajó, vaya que si cuajó, como también lo hizo su residencia en las cercanías del Polo Norte, a varios miles de kilómetros de distancia de la verdadera patria de San Nicolás. Todo lo demás ya es historia.

»¿Y bien? —preguntó a modo de colofón de su exposición— ¿Qué opinan de esto?

—Bueno... —carraspeó uno de los visitantes— La verdad es que esta historia ya la conocíamos.

—¿Y no han caído ustedes en la cuenta de que ese material, convenientemente explotado, es dinamita pura? Si quisieran, podrían dar tal golpe a su rival que tardaría mucho, pero mucho tiempo en reponerse.

—Hombre, nosotros llevamos mucho tiempo coexistiendo con él sin demasiados problemas... —objetó otro de sus interlocutores, el único de los tres que tenía la tez oscura— en realidad nunca le hemos considerado como un rival, sino más bien como un colega.

—Un colega que lleva años robándoles sistemáticamente la clientela incluso en su propio feudo, cosa que no ocurre al contrario... —le atajó su anfitrión en tono mordaz.

—En honor a la verdad, justo es reconocer que más de una vez nos desagradaron sus modales agresivos, sobre todo al principio, pero hace ya mucho que aceptamos esta situación; al fin y al cabo, hay mercado para todos —terció el último de los visitantes, que hasta ese momento no había intervenido en la conversación.

—Si están dispuestos a resignarse allá ustedes; nada tengo que objetar a ello. Pero si desearan que la situación actual pudiera cambiar en beneficio suyo, mi compañía se ofrecería muy gustosa a ayudarles. La decisión está en sus manos —concluyó el empresario abriendo teatralmente los brazos.

—¿Cómo? —preguntó el primero de los visitantes.

—Como ya les he dicho, el Papá Noel actual, o mejor dicho, el Santa Claus anglosajón, es en buena medida un invento publicitario de Coca-Cola... y nosotros somos, como es sabido, sus tradicionales competidores en el mercado de los refrescos de cola, al igual que ustedes lo son de ese viejo ridículo. Así pues, dado que nuestros intereses son paralelos, nada más natural que aunar nuestras respectivas fuerzas...

—¿En qué consistiría esa alianza? —preguntó, suspicaz, el negro.

—Es muy sencillo. A ustedes no les supondría ningún esfuerzo, de hecho continuarían actuando prácticamente igual. Tan sólo sería necesario un pequeño cambio en su vestuario ya que, en opinión de nuestros expertos, sus atavíos han quedado un tanto... digamos anticuados, por lo que no resultan atractivos para los jóvenes actuales. En el *dossier* que les he entregado encontrarán algunos bocetos sobre cómo podrían ser sus nuevos trajes. Si lo abren por el anexo 2... aquí los tienen —exclamó mostrándoselos—. Como pueden comprobar, están mucho más ajustados a los gustos actuales sin por ello renunciar a la tradición, y al igual que ocurre con Santa Claus y Coca-Cola, está claro que hemos optado por atacarles con sus propias armas, en ellos predominan los colores corporativos de Pepsi-Cola, eso sí, combinados con mucha elegancia y discreción, nada que ver con ese ridículo

pijama rojo con ribetes blancos. Al fin y al cabo —concluyó con orgullo—, estos diseños han salido de los lápices de nuestros mejores profesionales.

—¿Y eso sería todo? —preguntó incrédulo el Mago que parecía llevar la voz cantante de los tres— ¿Un simple cambio de indumentaria?

—Bueno, todo lo que se dice todo, no... —concedió el interpelado— Por supuesto, iría acompañado de una gran campaña publicitaria anunciando nuestra alianza; algo así como: “*Si ellos tienen uno, nosotros tenemos tres. Triple regalo, triple sabor...*” Ustedes se convertirían en el símbolo mundial de nuestra bebida, con la consiguiente popularidad añadida —el ejecutivo estaba cada vez más exultante—. Y atacaríamos allá donde más les duele, en pleno corazón de su feudo, los propios Estados Unidos y el resto de los países anglosajones y centroeuropeos, en todos los cuales su implantación actual es mínima. Y por supuesto, reforzaríamos su afianzamiento en sus territorios tradicionales, España e Hispanoamérica, faltaría más. Créanme, si esto sigue adelante, jamás habrían podido llegar a soñar con semejante proyección a nivel mundial. ¡Les conocerán hasta en China, la India o Japón!

—Visto así la idea parece buena, pero...

—¿Pero qué? Les ruego que me expresen con total sinceridad todas sus posibles dudas, yo estoy aquí precisamente para aclarárselas.

—No lo sé, lo veo demasiado sencillo como para que pueda funcionar bien. ¿Dice usted que todo se reduciría a nuestro cambio de imagen y a su campaña publicitaria?

—Básicamente, sí.

—¿Qué quiere decir con ese “básicamente”? ¿Acaso hay letra pequeña?

—¡Oh, no, en absoluto! —gesticuló el representante de Pepsi Cola poniendo cara de asombro— Ocurre que nuestros expertos publicitarios estiman que, aunque con lo anteriormente expuesto ya resultaría probablemente suficiente para sacar adelante la campaña, quizá fuera conveniente potenciarla con algunos pequeños retoques adicionales... simples guindas del pastel, aunque efectivos.

—Por favor, explíquenoslas —intervino ahora el más taciturno de los Reyes Magos.

—En principio, convendrán ustedes que tener su residencia fijada en Oriente, tal como están ahora las cosas en ese rincón del mundo, no parece ser la mejor tarjeta de visita para abrir nuevos mercados en Estados Unidos, Gran Bretaña, Israel u otros países... Irán, Irak, Palestina, Afganistán o Pakistán no puede decirse que sean precisamente unas balsas de aceite, por desgracia...

—¡Pero siempre hemos venido de allí, desde mucho antes incluso de que surgieran estos conflictos! —protestó el Rey negro haciendo enérgicos gestos con la cabeza— ¡Nosotros jamás nos hemos metido en política, ni hemos tenido nada que ver con esos problemas! ¡Tendría narices, después de dos mil años viniendo del mismo sitio!

—Eso es cierto, pero por desgracia las circunstancias han cambiado mucho nos guste o no, y resultaría difícil andar explicando estos matices a todos sus potenciales clientes. Desde luego, resultaría mucho más efectivo que ustedes optaran por cambiar de domicilio mudándose a un lugar carente de connotaciones negativas para el imaginario público.

—¿Y a dónde tendríamos que emigrar para que esos cenutrios nos aceptaran? —preguntó su compañero en tono conciliador— Porque el resto del planeta tampoco se puede decir que sea un remanso de paz... Supongo que ahora nos dirá que lo mejor sería elegir algún lugar remoto y despoblado tipo el Polo Norte; lo malo es que este último ya está ocupado por nuestro rival, y mucho me temo que no se dejaría desalojar.

—Está usted en lo cierto, pero olvida que la Tierra tiene dos polos... y el Polo Sur está todavía sin ocupar —respondió impertérrito su interlocutor—. De hecho la Antártida podría dar mucho juego, dado que se trata de uno de los últimos lugares del globo que siguen manteniendo un grado notable de exotismo. Eso sin contar con su carencia de connotaciones negativas, así como con el paralelismo con la residencia de su rival. Créanme, ésta sería la opción ideal.

—¿Usted no se ha parado a pensar que a lo mejor no nos gusta el frío, y que nos aburriría ver sólo pingüinos? Papá Noel al menos tiene renos, focas y osos polares... Menudo sitio nos ha buscado para vivir —explotó de nuevo el Rey negro, con diferencia el más sanguíneo de los tres.

—Hombre de Dios —se rió el empresario— ¿acaso se cree que Papá Noel vive en Laponia? Eso es todo pura campaña de *marketing*; en realidad suele residir en las islas Hawai, aunque también pasa largas temporadas en la Costa Azul o en California. Al fin y al cabo, vestido de calle no pasa de ser un orondo jubilado anónimo. Lo de Laponia es un montaje, por allí ni pisa, dado que cuando es necesario sus agentes recurren a un doble. Y créanme, no ha montado en trineo en su vida.

—¿Entonces?

—Con ustedes pasaría exactamente igual; al fin y al cabo, fuera de la campaña navideña tampoco acostumbran a ir por ahí disfrazados de Reyes Magos. Ustedes podrían seguir viviendo exactamente igual que ahora, y ni tan siquiera tendrían que molestarse en aparecer por allí, de todo eso ya nos encargáramos nosotros. Y si por casualidad fuera necesario rodar alguna escena ambientada en los parajes antárticos, les aseguro que nuestros expertos en efectos especiales son auténticos genios, imagínense que muchos de ellos han trabajado con George Lucas o Steven Spielberg antes de fichar por nuestra compañía.

—¿Eso es todo? —era evidente que los tres visitantes comenzaban a impacientarse.

—Casi. Hemos pensado que también podría resultar efectivo atacar a su rival justo en otro de sus puntos débiles, acusándolo de someter a explotación laboral a sus subordinados los elfos; hemos estado recopilando información al respecto, y contamos con una considerable cantidad de pruebas incriminatorias. ¿Qué tal les parecería a ustedes encabezar la denuncia pública? —se interrumpió al ver cómo los tres Magos fruncían repentinamente el ceño, concluyendo la frase en un torpe tartamudeo— Supongo que ustedes no obrarán del mismo modo con sus pajes...

—Eso es algo que con el tiempo se podría arreglar —zanjó con aspereza el más anciano de los visitantes—. Pero por el momento, preferiríamos no tocar este tema. Ya habría bastantes cambios, y de suficiente calibre, como para digerirlos sin necesidad de ir abriendo nuevos frentes.

—¿Significa eso que aceptan nuestra oferta? —preguntó con entusiasmo el representante de la multinacional— En el anexo 1 figura una copia del contrato...

—Tranquilícese, no es necesario ir tan deprisa; antes de tomar una decisión de este calibre, preferiríamos consultarlo con nuestros asesores jurídicos. Al fin y al cabo —sonrió el monarca con picardía—, llevamos tantos siglos trabajando sin cambios, que por un breve retraso no creo que fuera a pasar nada.

—Pero... nosotros habíamos pensado que podríamos empezar a trabajar ya para la próxima campaña navideña —objetó débilmente su anfitrión tragando saliva—; de hecho, ya lo teníamos todo preparado. Bastaría con que firmasen el documento... —añadió con un hilo de voz— Está bien, como ustedes deseen. La señorita Smith les conducirá a la salida. Y recuerden, aquí siempre serán bienvenidos —concluyó, al tiempo que se incorporaba y les ofrecía la mano—. Aguardo su respuesta, sus majestades.

publicado en mayo de 2008