'Coproducción CUPRA' RPM: ¿Qué pasaría si se prohibieran las emociones?

Motor | 04/03/2021



Natalia Reyes, Eduard Fernández y Juana Acosta son parte del reparto de lujo de esta producción en la que el CUPRA e-Racer tiene un papel protagonista

¿Qué pasaría si, en un futuro, se prohibieran las emociones? Este es el argumento de RPM, la nueva serie de ciencia ficción coproducida por Infinito Studios, Startling Media y CUPRA, junto al coproductor ejecutivo de Juego de Tronos Vince Gerardis. En fase de desarrollo, la producción constará de una temporada inicial de 11 capítulos. El primer teaser se presentó en exclusiva en el evento digital para conmemorar el tercer aniversario de CUPRA.

- Revoluciones por minuto. Año 2101. Una nube de niebla tóxica se cierne sobre Barcelona. La ciudad es ahora un lugar oscuro. Esta oscuridad se hace aún más patente en la humanidad: toda emoción ha sido prohibida y controlada por una pequeña élite. Sin embargo, existe un grupo de rebeldes que no aceptan estos términos y desafían a la autoridad con adrenalina. Son los “RPM’s”, y utilizan coches de otra época para competir en carreras clandestinas. ¿Su misión? Despertar a la humanidad.

RPM es la nueva serie de ciencia ficción coproducida por Infinito Studios, Startling Media y CUPRA

- La emoción de conducir. El título de la serie no es casual. “Se llama RPM por las revoluciones por minuto de los coches, pero al mismo tiempo habla de distintas revoluciones, como la revolución emocional de sentirse vivo mientras conduces, y de ser un rebelde, de sentirse humano”, comenta Albert Uría, creador y director. En ese sentido, CUPRA tiene un papel clave para cumplir con el cometido de los “RPM’s”. “Nuestros coches, de ahora y del futuro, siempre defenderán que conducir es una emoción. Esto conecta fielmente con la filosofía de CUPRA”, explica Antonino Labate, director de Estrategia, Desarrollo de Negocio y Operaciones en CUPRA. Y añade: “Somos una tribu porque sentimos cuando conducimos, y los coches son muy importantes para estas emociones; la tecnología, sin emociones, es algo que no tiene sentido

para nosotros”. Por eso, la protagonista, interpretada por Natalia Reyes, conduce un CUPRA e-Racer, el primer turismo de carreras 100% eléctrico del mundo.

Año 2101: toda emoción ha sido prohibida y controlada, pero un grupo de rebeldes desafían a la autoridad con adrenalina

- Un futuro ¿distópico? Se estima que en unos años los implantes tecnológicos serán una solución común para mejorar nuestra salud, conectividad y confort. Sin embargo, en RPM la tecnología coge el control de la humanidad. Para Uría, la historia de la serie “está concebida como una proyección con respecto a la inteligencia artificial, hemos calculado dónde estaríamos en 80-100 años a través de un estudio sociológico, neurológico y antropológico”. En este

escenario sin emociones, “los “RPM’s” son los únicos que pueden salvar el mundo; son los únicos del futuro que pueden conectar con quienes somos ahora mismo”, sentencia el director.

Entre los protagonistas hay Natalia Reyes, Eduard Fernández y la actriz nominada al premio Goya Juana Acosta

- De Juego de Tronos y premios Goya. El director, guionista y productor español Albert Uría (Maradona, Sueño Bendito; Amazon Prime), es el creador de la serie y dirige el teaser escrito por Daniel Posada (El Chapo y Tijuana, Netflix Originals). También cuenta con Oriol Uría (Maradona, Sueño Bendito; Amazon Prime) y Vince Gerardis (Game of Thrones, HBO) como productores ejecutivos, y la marca automovilística CUPRA como coproductora. Entre los protagonistas se

encuentran actores de primera categoría como Natalia Reyes (Terminator), Eduard Fernández (30 monedas) y la actriz nominada al premio Goya Juana Acosta. Además, la Budapest Art Orchestra ha interpretado la banda sonora del trailer compuesta por Toni M. Mir.

El primer teaser se presentó en exclusiva en el evento digital para conmemorar el tercer aniversario de CUPRA

Para CUPRA, “la verdadera innovación no puede existir sin cuestionar y traspasar los límites de lo establecido. Este es nuestro espíritu y lo que nos impulsa a redefinir las expectativas de lo que una marca contemporánea es capaz de hacer. Por eso nos embarcamos en este proyecto que creo que será mágico para el público”, concluye Ignacio Prieto, responsable de Marketing de

CUPRA.

Autor: Redacción