RPM: CUPRA entra en la ciencia ficción

Motor | 21/07/2021



El director de cine Albert Uría y el responsable de Marketing de CUPRA, Ignasi Prieto, hablan de la serie RPM en un nuevo episodio de The Impulse

Estamos acostumbrados a ver a las marcas automovilísticas en competiciones, patrocinando partidos de fútbol o como coches oficiales para eventos. Pero pocas veces una marca de automoción entra en un ámbito tan aparentemente alejado como la producción de ficción audiovisual. Hasta ahora. CUPRA ha apostado por esta innovadora manera de comunicar coproduciendo la serie RPM, cuyo tráiler se estrenará en otoño.

El director y creador de la serie, Albert Uría, y el responsable de Marketing de CUPRA, Ignasi Prieto, han compartido sus reflexiones en un nuevo episodio de The Impulse.

- Historia de una colaboración. RPM ("Revoluciones por Minuto") es una serie coproducida por Infinito Studios, Startling Media, CUPRA y el coproductor ejecutivo de Juego de Tronos, Vince Gerardis. Pero ¿cómo se forjó esta colaboración tan peculiar? "No es fácil entrar en un campo tan distinto a la fabricación de coches como la coproducción de una serie de televisión", comenta

Prieto. “Intentamos crear algo especial, tratamos de comunicarnos con los consumidores de nuestra marca de una manera nueva”, añade. A lo que Uría puntualiza: “Esta serie habla de los rebeldes en la humanidad. Y siempre bromeo diciendo que los verdaderos rebeldes son la Tribu CUPRA”.

“Esta serie habla de los rebeldes en la humanidad. Y siempre bromeo diciendo que los verdaderos rebeldes son la tribu CUPRA”, dice el director, Albert Uría

- La emoción como motor. Natalia Reyes, Eduard Fernández y Juana Acosta son parte del reparto de lujo de esta producción. Ambientada en 2101, la serie muestra una sociedad donde las emociones están prohibidas y un grupo de rebeldes pelean por despertar a la humanidad. “Y lo hacen conduciendo, en una era en la que todos los coches son autónomos”, destaca Uría. Para Prieto, la clave es esta emoción: “En CUPRA realmente apostamos por la tecnología, pero creemos que tecnología sin emoción no tiene sentido”.

“En CUPRA realmente apostamos por la tecnología, pero creemos que tecnología sin emoción no tiene sentido”, dice Ignasi Prieto, responsable de Marketing de CUPRA

- Un futuro distópico… ¿o realista? Aunque el argumento de RPM podría parecer más cercano a la ciencia ficción, según Uría se trata de un mensaje para “crear conciencia” sobre lo que podría pasar si no se usa la tecnología como es debido: “Tenemos que pensar en ello ahora, porque si no en el futuro necesitaremos rebeldes para hacer esta revolución. Ahora aún estamos a tiempo”.

El nuevo episodio de The Impulse ya está disponible en los canales de CUPRA en Spotify, Apple Podcasts, Google Podcasts e Ivoox.

Autor: Redacción