

# “Nuestro autobús es más ateo”

EL SECTOR DE LA PUBLICIDAD SE HA DIVIDIDO EN DOS BANDOS. LOS QUE PIENSAN QUE EL BUS ATEO HA SIDO UNA CAMPAÑA DE COMLOT DESDE LA HORA CERO, CONTRA LOS QUE CREEN QUE SE SUBIERON A LA OLA EN EL MOMENTO EN QUE ESTABA IDEAL PARA BARRENARLA. DAN PEISAJOVICH E YVONNE GINDRE, FUNDADORES DE LA ESCUELA DE CREATIVOS PUBLICITARIOS COMLOT, DESVELAN LOS PORMENORES DE SU PECAMINOSA IDEA.

NIKITA PHILLIPS

**¿Quisisteis aprovecharos y que la gente crea que la campaña era un viral vuestro?**

No, definitivamente no. Por supuesto que nos pareció divertido, ya puestos, hacer una gráfica, tipografía y colores parecidos a los carteles del Bus Ateo. Pero de verdad, nunca pensamos que tanta gente se iba a creer que toda la acción era nuestra, un viral que ahora se desvelaba.

**¿Cuál fue la intención entonces?**

Simplemente aprovechar el bajo coste de la publicidad en buses, que desconocíamos hasta el momento y del que nos enteramos en los informativos de la tele, para poder hacer una publicidad que no sólo se vería durante un tiempo en la calle, sino que con un poco de suerte, podía aprovechar el revuelo en los medios y que alguna revista, periódico, radio o televisión nos sacara como a los chistosos que se han “colado” en la campaña.

**¿Pensáis que esto les habrá hecho gracia a los de la Asociación de Ateos?**

Sinceramente pensamos que sí, como puede haberles hecho gracia el anuncio de Pronto, y muchas otras bromas que se han hecho, algunas muy graciosas. El nuestro tal vez tuvo más picardía porque quisimos demostrar cómo con bajos recursos se puede obtener mucha repercusión. Trabajamos de esto, y es lo que pretendemos que aprendan nuestros alumnos.

**Pero la gente atea, ¿no se puede sentir estafada? Ellos han aportado donaciones para esta campaña sin fines comerciales.**

Pedimos disculpas si alguien se sintió afectado, no fue nuestra intención molestar a nadie. Pero acaso, ¿no es más atea la frase “Si Dios existe o no, no tiene importancia”, que “Probablemente Dios no exista”? También nos divertía mucho esto, quitarle importancia a la discusión de “Dios no existe” o “Dios sí existe”, para nosotros la verdad es que si existe o no, es intrascendente, sólo lo puede ser para las instituciones que viven de estas creencias.

**¿Pero el autobús existe, o fue un simple Photoshop?**

(Risas) ¡No, no! ¡Tan cutres no somos! Aunque hemos encontrado en Internet una herramienta maravillosa, en plan “Fabricate tu propio bus con mensaje personalizado”. El ingenio no tiene límites.

Algunos lo han intentado usar pero no ha rulado. El autobús existe y lo hemos pagado con dinero de nuestras propias arcas. Es de la línea 41 y circula por Barcelona. Como es uno solo, aun no lo hemos podido pillar, pero estamos ansiosos por viajar en él. Imagínate, ¡nuestro propio autobús! Habría que hacer una excursión con los alumnos o algo... ya lo pensaremos bien.

**¿La campaña crecerá por toda España?**

¿Para qué? ¡Ya tenemos las fotos de un autobús y se ha enterado toda España! Se ha montado un alboroto increíble en sólo 3 días.



**¿Tanto ha sido el revuelo?**

Sí, impresionante. Se han quintuplicado las visitas a nuestra página web, nos han llovido emails, mensajes y llamadas de todo tipo. Los medios más importantes nos han llamado muy preocupados, preguntando si todas las entrevistas que han estado publicando sobre el Bus Ateo y el Bus Cristiano eran todas falsas, ¡imagínate!

**¿Y qué les habéis respondido?**

Pero si nunca ha sido la intención llevar esto hasta el final. ¿Qué quieres decir, que cuando nos llamaron de El País deberíamos haberles dicho “ah, sí, era un viral desde el comienzo habéis picado, toda la campaña es nuestra”? No, para nada, hemos estado estos tres días aclarando a todo el mundo. No imaginamos que la gente confiase tanto en nuestra posibilidades... ¡sobre todo en las económicas!

Complot es una empresa muy joven.

**¿No creéis que ahora los alumnos os pueden ver como mentirosos?**

Los alumnos están felices. Esta campaña tiene el espíritu Complot. Nosotros en la escuela hablamos mucho sobre cómo hacer publicidad, pero también sobre cómo no hacerla. Mostramos muchas anti-referencias, y además les enseñamos a amar esta profesión, les pedimos que se diviertan con su trabajo, porque si ellos no se divierten haciéndolo, difícilmente van a lograr impactar a un público que hoy está ávido de mensajes nuevos, de códigos nuevos, de que las marcas les hablen como a personas inteligentes.

**Y las empresas que se dejan una gran inversión a la hora de publicitar sus marcas, ¿son tontas?**

No es esa la palabra, hay muchas maneras de hacer publicidad. Puedes escoger invadir a la gente y hacerle entrar un producto de tanto repetírselo, o elegir el camino de brindarles entretenimiento. Nosotros venimos de un país donde hay que usar el ingenio permanentemente porque siempre hay crisis. La crisis es nuestro hábitat y por eso no nos asusta, cuando todos se quedan quietos, aprovechamos para movernos.

**Habrán quienes os vean como los terroristas de la publicidad.**

Preferimos la palabra “guerrilla”, suena mejor. Se usa para definir este tipo de comunicación. El Marketing de Guerrillas no lo inventamos nosotros. Es un tipo de comunicación para pequeñas empresas como la

nuestra, que necesitan destacar en un mundo de monstruos gigantes, utilizando métodos no convencionales para cumplir unos objetivos, con pocos recursos y mucha imaginación.

**¿No es demasiado arriesgada esta metodología?**

El que no arriesga no gana. Justamente los anunciantes que jamás arriesgan hacen la publicidad que no nos gusta, y que creemos que ya no gusta a nadie.

**Después de toda la tormenta, ¿os sentaréis a reflexionar?**

**¿Qué conclusión creéis que se puede sacar de todo esto?**

Creemos que una muy buena, que a la gente le gusta la publicidad. Cuando hay algo que les mola, que les divierte, hablan de ella. Si la gente habitualmente no habla de los anuncios que ve, es porque son malos, no porque no le guste la publicidad, como muchos nos quieren hacer creer.

**SI DIOS EXISTE O NO, NO TIENE IMPORTANCIA.  
LO IMPORTANTE ES TENER A TODO EL MUNDO PENDIENTE DE UN ANUNCIO.**

**COM  
PLOT** ESCUELA DE CREATIVOS PUBLICITARIOS

[WWW.TENEMOSUNPLAN.COM](http://WWW.TENEMOSUNPLAN.COM)