

## Lewis Hamilton, el magnífico contrahéroe de Fernando Alonso

Escrito por Fernando Saiz

Jueves, 09 de Junio de 2011 17:45 - Actualizado Jueves, 28 de Julio de 2011 11:31

---



[Fernando Saiz](#) . 9 de junio de 2011

**“Reconócelo: cuánto mejor es el malo, mejor es la película”** (Voz en off de un anuncio de Vodafone que se emite en las salas de cine).

Bastan 23 segundos, 25 palabras, **una exclamación** y una cámara fija que hace zoom sobre el rostro sutilmente irónico del piloto británico de Fórmula 1 Lewis Hamilton. Vaya ‘peazo’ de anuncio.

Si no lo han visto, pinchen corriendo [aquí](#) . Yo me lo tropecé el otro día en el cine, justo antes de la proyección de la nueva entrega de ‘X-men’. La película es entretenida y perfectamente olvidable, pero yo tardaré mucho tiempo en olvidar esa cara de Hamilton (este tipo tiene talento cinematográfico) en su papel de contrahéroe de Fernando Alonso, mientras una voz en ‘off’ (que por cierto es la misma del que dobla a Russell Crowe, creo) va enumerando los más malvados iconos de la imaginación popular: el hombre del saco, Frankenstein, la bruja mala, Drácula, **el lobo...**

El resultado es un mensaje potentísimo e irónico: los malos también tienen su lado bueno, y sin ellos los buenos serían tan atractivos como una buena taza de chocolate humeante en mitad del verano. En mi caso, el anuncio me ha reconciliado con Hamilton, que tiene un punto, no sé cómo decirlo, entre canallita y simpaticón. Pero también me reconcilia con **Vodafone**, una

## Lewis Hamilton, el magnífico contrahéroe de Fernando Alonso

Escrito por Fernando Saiz

Jueves, 09 de Junio de 2011 17:45 - Actualizado Jueves, 28 de Julio de 2011 11:31

---

marca de la que me divorcié hace poco por un quítame allá un 'smartphone' para echarme en brazos de

**Movistar**

.

Lo cual me lleva a concluir que los caminos de la reputación corporativa son inescrutables. Un anuncio tan sencillo y barato como el de Hamilton, que además se reproduce con gran facilidad en las redes sociales, puede llegar a mover más voluntades en la opinión pública que cualquier sofisticada campaña de imagen multimedia. Es cuestión de **imaginación y audacia**.

**Post Scriptum.** El anuncio solo tiene un fallo: está fuera de tiempo. En realidad, Hamilton no es ya el gran rival de Alonso. Quiá. Lo fue en 2007, 2008 y 2009, pero ambos están desbordados por la voracidad de Sebastian Vettel, otro lobo de los circuitos que ganó el campeonato en 2010 y que este año, salvo accidente, volverá a ganarlo. Yo estaría por asegurar incluso que, como compañeros en la desgracia, Hamilton y Alonso están empezando a caerse bien.