

## “Obradoiro CAB: se hacen milagros”

**BAP&Conde crea la campaña más ambiciosa del club santiagués: la afición, los jugadores, representantes institucionales y diversas figuras del panorama cultural gallego protagonizan una campaña en la que Estéban Pérez se revela como primer accionista**

“Se hacen milagros”: esa es la premisa de un club con una historia marcada por el afán de superación de todos los que la escriben. Y ese es el espíritu de la campaña publicitaria que el club ha presentado esta mañana y que arranca con el firme propósito de lograr la adhesión de toda Galicia al *proyecto obradoirista*.

### El milagro de Estéban Pérez

Si los milagros deportivos y económicos han posibilitado el regreso del club a la máxima categoría del baloncesto nacional, **el milagro publicitario ha logrado algo impensable: Estéban Pérez, uno de los personajes más odiados en la historia del Obradoiro, se reconcilia con la afición y se convierte en el primer accionista** del proceso de conversión en SAD en la que el club se encuentra inmerso.

Se trata de una **campaña viral** que daba comienzo hace unas semanas, a través de la difusión en Internet de una entrevista realizada al ex-jugador argentino en su país de origen, en la que éste profería todo tipo de indiferencia y desdén por el pasado, presente y futuro del club. **El vídeo se difundió rápidamente en Internet a través de los principales medios, redes sociales y foros especializados que en cuestión de horas se hicieron eco de una historia que provocó la reacción inmediata de una afición** que mostraba su rechazo y condena a las palabras de Estéban Pérez, alcanzando en las últimas horas sus cotas más elevadas de notoriedad.

En realidad, todo formaba parte de la campaña que hoy mismo comienza: el desvelo de la verdadera entrevista en la que el ex - jugador manifiesta sus **alegría por el regreso del club a la Liga Endesa, y su total involucración con la causa obradoirista al revelarse como primer accionista y animar así al resto de la afición a que superen su condición de abonados.**

### La afición y los jugadores, protagonistas

**Si en Internet Estéban es la estrella, en los *mass media* serán la afición y los jugadores los que protagonicen la campaña:** para las piezas gráficas, un casting online en Facebook eligió a los 5 afortunados que pusieron *cara* a un lema y un espíritu: “Yo no me rindo”: cinco representantes de toda una afición que demuestra día a día su incondicionalidad al Obradoiro. **El alcalde de Santiago de Compostela, Gerardo Conde Roa, el concejal de Juventud y Deportes, Adrián Varela, así como otros rostros conocidos del panorama cultural gallego** como los actores Rubén Riós y Xavier Deive (Libro de Familia, Matalobos...), Federico Pérez (Padre Casares), e iconos televisivos como Roberto Vilar y Víctor Fábregas, que prestaron también su imagen en apoyo a la campaña.

El spot, creado para TV e Internet, supone un *homenaje* a las grandes estrellas de ACB y a los jugadores del Obradoiro, auténticos héroes del milagro deportivo que al lograr el ascenso, convertirán a Santiago los próximos meses en testigo y escenario de partidos de máximo nivel.

### Amuletos bendecidos

Como equipo *milagreiro* que es, el Obradoiro tiene ya su propio amuleto: cuatro milagreiros gallegos, uno por cada una de las provincias, han bendecido un **amuleto exclusivo creado por varios artesanos y pintado a mano**; *talismán* que contribuirá a que se cumplan los

mejores presagios para el futuro del club, y que está llamado a convertirse en el objeto *fetiche* de los más supersticiosos.

La campaña dará comienzo mañana Viernes 2 de Septiembre abriendo así el plazo de suscripción de acciones y abonos para la próxima temporada, y su difusión contempla medios *offline* (tv, radio, prensa y exterior) y acciones especiales *online*