



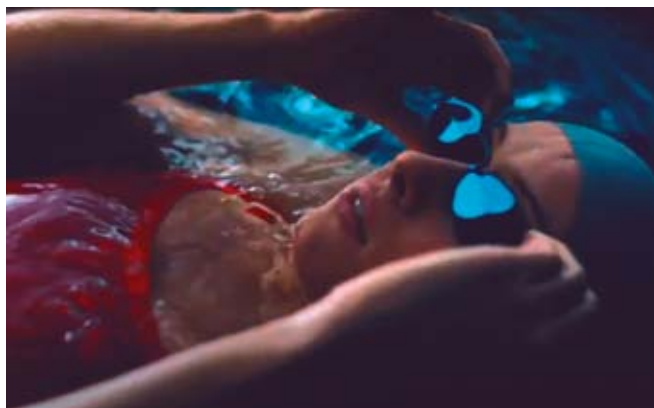
AMAZON – ‘ALEXA’S BODY’ - AMAZON Y LUCKY GENERALS

El asistente personal virtual del gigante de internet, Alexa, adquirió forma humana mediante la figura del actor Michael B. Jordan en un spot de sesenta segundos que se emitió en el último cuarto del partido. La pieza ha sido producida por Hungry Man y dirigida por Wayne McClammy. La postproducción ha corrido a cargo de The Mill, mientras que Beacon Street Studios se ha encargado del sonido. Con más de 121 millones de espectadores en internet, según los datos de un informe de AcuityAds, se ha convertido en el anuncio de la Super Bowl de 2021 que más éxito ha tenido en internet.

Los otros ganadores de la Super Bowl

Carlos Ruiz

La competición, de acuerdo con Nielsen, ha registrado un total de 96,4 millones de espectadores: 91,6 millones siguieron la final en directo en la CBS, su menor dato de audiencia desde 2006, mientras que los restantes lo hicieron vía *streaming*, una cifra récord en lo que a emisión por internet se refiere. Junto a estas líneas se incluye una selección con algunas de las campañas que más han gustado en esta edición a partir del análisis de las destacadas por varios medios anglosajones (*Advertising Age*, *The Washington Post*, *The New York Times*, *Fast Company*, *Business Insider*, CNN), de la investigación académica *Kellogg School Super Bowl Advertising Review* (Universidad de Northwestern), del informe de AcuityAds sobre las campañas más vistas en internet, y del barómetro *Super Bowl Ad Meter* del *USA Today*.



TOYOTA — ‘UPSTREAM’ — SAATCHI & SAATCHI

La marca japonesa ha apostado por el gran partido para la difusión de una película de un minuto que lanza un mensaje de esperanza y fortaleza. La historia, que ha contado con la realización de Tarsem Singh (Radical Media), relata la historia de superación de la atleta paralímpica Jessica Long.



ROCKET MORTGAGE – ‘CERTAIN IS BETTER’ - HIGHDIVE

EEUU se ha pronunciado a través del *Super Bowl Ad Meter* y ha elegido dos spots de esta compañía financiera propiedad de Quicken Loans como los mejores de la edición LV de la Super Bowl. Es la primera vez en catorce años que dos anuncios de una misma marca alcanzan tal honor (en aquel momento lo logró Budweiser). Ambas piezas están protagonizadas por el actor Tracy Morgan, que, en clave de humor, busca dejar claro la diferencia entre los conceptos “bastante seguro” e “incuestionable”.



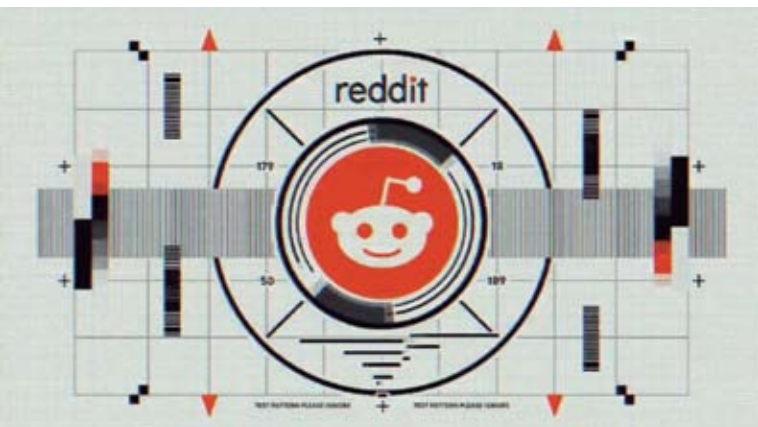


STATE FARM – ‘DRAKE FROM STATE FARM’ - THE MARKETING ARM

La aseguradora ha debutado con éxito en la Super Bowl. Lo ha hecho mediante una creatividad ambientada precisamente en el rodaje de un spot publicitario en el que han tomado parte dos estrellas de la NFL, Patrick Mahomes (Kansas City Chiefs) y Aaron Rodgers (Green Bay Packers), junto a la cara visible de la compañía, un personaje conocido como *Jake de State Farm*.

REDDIT – ‘WOW, THAT ACTUALLY WORKED’ - R/GA

Un spot de apenas cinco segundos de duración le ha servido al agregador de noticias y de contenidos sociales para que *The New York Times* haya calificado su spot como el mejor de la Super Bowl LV. El informe de la Universidad de Northwestern también constata su éxito, lo que demuestra que no siempre son necesarios los recursos de una gran producción para acariciar la gloria.



DORITOS – ‘#FLATMATTHEW’ - GOOBY, SILVERSTEIN & PARTNERS

Esta otra enseña de *snacks* de Frito-Lay también ha elegido el mayor escaparate publicitario de cada año como escenario para la presentación del nuevo Doritos 3D Crunch. Y ha sido asimismo un personaje muy popular quien se ha encargado de la presentación, el actor Matthew McConaughey, quien protagoniza un anuncio de sesenta segundos ambientado musicalmente con *I Want to Break Free*, de Queen.



CHEETOS – ‘IT WASN’T ME’ - GOOBY, SILVERSTEIN & PARTNERS

Una fórmula que (casi) nunca falla es la de apostar por rostros conocidos para la final de la Super Bowl. La marca de aperitivos de Frito-Lay lo ha hecho mediante los actores Mila Kunis y Aston Kutcher, y la estrella del reggae jamaicano Shaggy. Con música de este último, el objetivo de este proyecto pasa por la promoción de una referencia llamada Cheetos Crunch Pop Mix.



JEEP – ‘THE MIDDLE’ - DONER

Un proyecto que ha podido ver la luz tras diez años de intentos. Y es que el director de marketing del grupo FCA, Olivier Francois, lleva desde 2011 tratando de convencer al representante de Bruce Springsteen para que este protagonizara un anuncio de la Super Bowl. Con esta pieza, Jeep ha estado presente en el partido con una película en la que mira, escucha y se pronuncia sobre un momento esencial de la historia de Estados Unidos.