

ESTRUCTURA PARA EL DISEÑO:

MATERIAL GRÁFICO DISPO:

<https://www.dropbox.com/scl/fo/yf3xh7ymlvvhnncp4lcg/ANNfP98NNq3Fms2ZtMsWIY8?rlkey=ob8ihzcpsbjqrh89fuc98phvk&e=1&dl=0>

En colaboración con La Española

La Española relanza su jingle de los años 50 a ritmo de swing

Vuelve la canción pegadiza ‘Una aceituna como ninguna’ de la marca La Española tras más de 60 años de recorrido publicitario

Foto de cabecera:

<https://we.tl/t-hYXgoXYLer>

Autor: Elvira Llopart

“Soy La Española una aceituna como ninguna, estoy rellena de rica anchoa”. Sonaba en las televisiones recién instaladas en las casas de los españoles por allí en los años 50. Imposible leer la frase, sin cantarla. ¿En la pantalla? Un dibujo en blanco y negro que personificaba la mítica lata de La Española tan apreciada por los consumidores. El dibujo bailaba al ritmo de una sintonía muy característica de la época y una voz algo aguda que se quedaba impregnada en los hogares, de manera que, una vez entraba, se quedaba para siempre.

Vídeo antiguo LA ESPAÑOLA TV AÑOS 60 (se puede maquetar a la izquierda y texto a la derecha) <https://we.tl/t-olkgsAornJ>

La generación que lo vivió recordará ese jingle con el especial cariño de quien siente un vínculo con una marca que forma parte de la historia de la publicidad española y de su imaginario colectivo. De hecho, hasta el 80% de los españoles de más de 30 años conoce el lema ‘Una aceituna como ninguna’, según un estudio elaborado por la agencia Origin Insights para [La Española](#).

Ahora ya no hay dibujo y la lata no tiene vida propia, pero sí la tiene la canción pegadiza que vuelve renovada con más fuerza que nunca para acercarse a las nuevas generaciones desde una evocadora nostalgia. Mismo tono alegre y mismo lema. En definitiva, misma esencia, pero con un ritmo que recuerda a ese clásico swing atemporal y elegante más propio de la vida moderna.

Vídeo making off en grande

<https://we.tl/t-ItgmZsdaZh>

Si algo tienen en común las dos composiciones es la magia de la grabación en directo. Lo explica así Marcos González-Cuevas, **intérprete del nuevo tema y compositor con una larga experiencia en la renovación de otros jingles a través de su agencia Hit The ROI además de responsable de este relanzamiento**: “El jingle de La Española ha perdurado tanto en el tiempo, entre otros factores, por haber sido grabada en directo con músicos de calidad”. Así que lo han vuelto a hacer. Han ido a buscar los mejores músicos de la escena del país para ponerse a tocar en directo y volver a generar esa energía de ganas de bailar, sentido del humor y buen rollo del tema original.

Fotos making off (poner una más grande que la otra):

<https://we.tl/t-9gg6VL6s7d>

título pequeño: 60 años de recorrido publicitario

Lo han hecho para reforzar su valor como marca histórica, estrechamente ligada a la historia del país. Según su director general, Sergio Alberola: “En La Española siempre hemos estado cerca del consumidor, a través de la fusión entre tradición, innovación y nuestro estrecho vínculo con la publicidad”. Desde ‘Un vermut con aceitunas La Española reinará en su paladar’, pasando por ‘La Española siempre te hace sonreír’ y ‘Pon La Española en tu mesa’. Son algunos de los eslóganes por los que ha pasado la marca en sus más de 60 años de historia publicitaria.

Pequeño time lapse de los carteles publicitarios de La Española en scroll horizontal con una línea del tiempo que se vaya pintando a medida que se hace scroll.

<https://laespanola.com/historia/>

Título pequeño: Los inicios de la publicidad gráfica de La Española

Fotos: <https://we.tl/t-WRMzJomKTt>

1941 El primer envase de La Española (Foto: 1941-envase-600x799)

1944 Cartel publicitario: del granel al envase (Foto: 45291722_modificada-600x800)

1945 Rediseño del primer envase de La Española (Foto: envase_1941)

1948 Cartel del lanzamiento de aceitunas rellenas de anchoa (Foto:

laespanola_cartel_1950-600x902)

1950 Nueva marca y nuevo estilo (Foto: 1950_envase-600x799)

1951 Anuncio en prensa con ilustración (Foto: 1952-prensa-laespanola-600x419)

1952 Portada de un folleto (Foto: 1952-folleto_laespanola-600x1298)

1953 Gráfica original hecha con pinturas acrílicas (Foto: bote-600x951)

1954 Gráfica expuesta en mostradores de tiendas y supermercados (Foto:

img_2325-600x900)

Ya a finales de los años 40, La Española promocionaba sus aceitunas rellenas en las emisoras locales y nacionales con diferentes canciones, explorando el vínculo de la marca con la música. Y no es hasta el año 1957, con la irrupción de la televisión en España, que aparecen los primeros anuncios televisados con esa famosa canción que ahora ha viajado en el tiempo hasta nuestros días.

Rama de aceitunas maquettata en una esquina:

<https://we.tl/t-wYaCDLl7t>

Ya lo decía la canción original: “Su aperitivo y su ensalada con La Española sabe mejor”. Sí que sabe mejor. Y no solo eso, sino que sin aceitunas, no hay aperitivo. Sin embargo, ese ritual tan valorado por los españoles no se toma igual en el País Vasco que en Extremadura o en Alicante. La diversidad y pluralidad que caracteriza al territorio español también afecta a esta práctica integrada en su ADN. Mientras en el norte son más de pintxo y gilda, en el centro de España no faltará nunca unas bravas, ni el levante una ensaladilla rusa.

Foto: <https://we.tl/t-XDzto2kweG>

Y si algo tienen en común todas las maneras de tomar el aperitivo es precisamente la aceituna. Porque no hay duda que este producto presente en toda la gastronomía española es el protagonista indudable del momento aperitivo.

Botón audio con el tema nuevo: LA ESPAÑOLA MASTER_ESP 55" (maquetado a un lado) <https://we.tl/t-NQ2roi5m4y>

El nuevo jingle recoge todas las opciones de aperitivo posibles, sonando así: “Un plato de jamón, pimientos de padrón, croquetas de pollo, bravas y centollo, pinchito de lomo y paté...”. Con una misma conclusión: “Si no hay La Española, no hay aperitivo”. El tema es una muestra más de la apuesta de la marca por unir innovación y tradición. Innovación, con productos revolucionarios como aceitunas rellenas de boquerón (Marinas), jalapeño (Pícaras) o jamón ibérico (una colaboración con Enrique Tomás). Y tradición, siendo siempre fiel a su esencia, haciendo resurgir clásicos como el jingle ‘Una aceituna como ninguna’ que ahora ha vuelto a entrar en nuestras casas para quedarse para siempre.

Franja créditos:

Texto y coordinación: Elvira Llopart / Diseño y maquettata: Alejandra Santander / Vídeo y fotografía: La Española / Un proyecto de BrandsLab. Godó Vertical Media

Seguir como referencia gráfica la web de La Española pero intentando hacerlo más editorial cualquier otra idea será bienvenida.

<https://laespanola.com/>