

Contact: Miguel Ceballos

Aaron Guerrero

Stellantis México: Bruce Springsteen protagoniza “*The Middle*”, la nueva campaña publicitaria de la marca Jeep® para el “*Big Game*”

- La marca Jeep, con la colaboración de Bruce Springsteen, lanzará el cortometraje de dos minutos “*The Middle*” durante la transmisión del “*Big Game*” (“El Gran Juego”) este domingo 7 de febrero de 2021
- “*The Middle*” fue rodado en diferentes localizaciones a lo largo y ancho del país incluyendo la iglesia de *U.S. Chapel* en Lebanon, Kansas, considerado como el centro geográfico de los Estados Unidos
- La campaña “*The Middle*” conmemora el décimo aniversario de la campaña “*Imported from Detroit*” de Chrysler, un reconocimiento y un homenaje a la ingenuidad americana desde la perspectiva del fabricante de Detroit, que hizo su debut en el “*Big Game*” de 2011

February 7, 2021, Ciudad de México - Bruce Springsteen y la marca Jeep se unen para el lanzamiento del cortometraje de 2 minutos “*The Middle*”, que se estrenará durante la transmisión televisiva del “*Big Game*”. La campaña “*The Middle*” se presenta diez años después de la aparición de “*Imported from Detroit*”, que hizo su debut el 6 de febrero de 2011.

Bruce Springsteen estuvo implicado personalmente en la creación de “*The Middle*” y trabajó estrechamente con el experimentado director Thom Zimny. El mítico cantante escribió y produjo el tema original del video junto con su habitual colaborador Ron Aniello.

El productor musical Jon Landau explicó: “Oliver Francois y yo llevamos intercambiando ideas en los últimos diez años y cuando nos mostró el borrador de ‘*The Middle*’ nuestra reacción inmediata fue: ‘¡hagámoslo!’. El objetivo era hacer algo sorprendente, relevante, inmediato y artístico. Creo que es justo lo que Bruce ha hecho con ‘*The Middle*’ ”.

“Desde nuestras campañas ‘*Imported from Detroit*’ y ‘*Halftime in America*’, hasta ‘*Farmer*’ y más recientemente ‘*Groundhog Day*’, hemos tratado de establecer conexiones emocionales profundas con millones de espectadores, recurriendo a la relevancia cultural como nexo de comunicación”, señaló Olivier Francois, director de Marketing Global de Stellantis. “La campaña ‘*The Middle*’ no solo es una celebración de los 80 años de la marca Jeep, también es un oportuno llamado a todos los americanos para que nos unamos y busquemos intereses comunes mientras juntos miramos hacia adelante”.

“Bruce Springsteen ha sido fundamental en la confección de este mensaje de unión”, aseguró Francois. “Sus experiencias y puntos de vista han sido solicitados en anteriores ocasiones para superar dificultades. Ahora parece un buen momento para lanzar un mensaje como este.”

La campaña de Jeep fue creada en colaboración con la agencia Doner, en Michigan.

El video fue rodado el pasado mes de enero, en diversas localizaciones de los Estados Unidos, entre ellas la pequeña ciudad de Lebanon, Kansas, y, en concreto, la iglesia *U.S. Chapel*, edificada sobre el mismo centro geográfico de los Estados Unidos. El lugar fue elegido para simbolizar el suelo común que pisan los americanos.

En la última década, las marcas Jeep, Dodge y Ram han apostado por mensajes inspiradores para sus campañas del “ *Big Game*”. Mientras “Imported from Detroit” era una clara evocación al coraje, la ingenuidad y la valentía de los trabajadores automotrices de Detroit, al siguiente año “ *Halftime in America*”, trató de cubrir el espíritu ejemplar de todos los americanos en medio de unos tiempos complicados con las palabras de Clint Eastwood como estímulo: “Este país no puede ser derribado con un único golpe. Volveremos a levantarnos una vez más...”. Un año más tarde, en 2013, “ *Farmer*” de la marca Ram reconocía y homenajeaba a todos los granjeros y agricultores americanos recurriendo a la voz de la legendaria estrella radiofónica Paul Harvey.

Más información sobre la producción de “ *The Middle*” puede consultarse aquí [fact sheet](#) y sobre su guión, aquí [full script](#).

-###-

Additional information and news from Stellantis are available at: <https://media.stellantisnorthamerica.com>