

Recorrido audiovisual de la Guía Campsa: análisis evolutivo de una publicación histórica (1996-2008)

Leticia de Castro LealGerente del Departamento de Documentación y Biblioteca de Repsol (Madrid).
Grupo de investigación IDEA Lab. (Facultad de Ciencias de la Información. UCM) **Iciar Rivas Sanchez** **Laura Ruano Losa** <https://dx.doi.org/10.5209/cdmu.106067>

ES Resumen: Este artículo es la segunda parte de un análisis documental sobre las campañas publicitarias televisivas de la Guía Campsa, continuación del estudio "Recorrido audiovisual de la Guía Campsa: análisis evolutivo de una publicación histórica (1988-1995)". El objetivo principal es analizar la evolución de estas campañas durante el período 1996-2008, una etapa marcada por el protagonismo de figuras del cine y la televisión española en lugar del prescriptor literario de la etapa anterior. Mediante el análisis documental y el minutado de los *spots* televisivos, se estudian dos bloques: 1997-2003, en pleno auge del cine español, y 2004-2008, con el despegue de la ficción televisiva nacional. El artículo cierra en 2008, año previo al cambio de nombre de la Guía Campsa a Guía Repsol, que será objeto de una tercera entrega.

Palabras clave: Hidrocarburos; Guía CAMPESA; Guía REPSOL; Publicidad; Anuncio.

ENG Audiovisual tour of the Campsa - Guide: evolutionary analysis of a historical publication (1996-2008)

Abstract: This article is the second part of a documentary analysis of the television advertising campaigns for the Guía Campsa, following the study "Recorrido audiovisual de la Guía Campsa: análisis evolutivo de una publicación histórica (1988 -1995)". The main objective is to examine the evolution of these campaigns during the period 1996-2008, a stage marked by the prominence of figures from Spanish cinema and television, replacing the literary prescriber who had featured in the earlier phase. Through documentary analysis and detailed timing of the television *spots*, the study explores two distinct periods: 1997-2003, during the peak of Spanish cinema, and 2004-2008, coinciding with the rise of national television fiction. The article concludes in 2008, the year prior to the rebranding of Guía Campsa as Guía Repsol, which will be addressed in a third installment.

Keywords: Hydrocarbon; CAMPESA Guide; REPSOL Guide; Advertising; Advertisements.

Sumario: 1. Introducción. 2. Objetivos y Metodología. 3. Campsa y el camino hacia la unificación de marca. 4. Distintas etapas en las campañas televisivas de la Guía Campsa. 4.1. Segundo Bloque 1997-2008. 4.1.1. 1997-2003: Dúos de Famosos de cine. 4.1.2. 2004: 25º Aniversario de la Guía Campsa. 4.1.3. 2005-2008: Dúos de famosos de televisión. 5. Análisis documental de los anuncios televisivos de la segunda etapa: Dúos de famosos (1997-2003). 6. Análisis documental del anuncio de 2004. 25 aniversario de la Guía Campsa. 7. Análisis documental de los anuncios televisivos de la tercera etapa (2005-2008). 8. Resultados y conclusiones. Bibliografía. Filmografía.

Cómo citar: de Castro Leal, L., Rivas Sanchez, I. y Ruano Losa, L. (2025). Recorrido audiovisual de la Guía Campsa: análisis evolutivo de una publicación histórica (1996-2008). *Cuadernos de Documentación Multimedia*, 36, e106067. <https://dx.doi.org/10.5209/cdmu.106067>

1. Introducción

Este artículo constituye la segunda entrega de un análisis documental que examina la evolución de las campañas publicitarias televisivas de la Guía Campsa. En el primer recorrido, publicado bajo el título "Recorrido audiovisual de la Guía Campsa: análisis evolutivo de una publicación histórica (1988-1995)", se analizaron los anuncios protagonizados por Camilo José Cela, donde la figura del escritor nobel otorgaba prestigio literario y autoridad cultural al producto (Castro Leal, 2024).

El período que ahora abordamos (1996-2008) marca un giro estratégico significativo con respecto al anterior: la Guía Campsa abandona el universo literario para sumergirse en el mundo del cine y la televisión. Este cambio no es casual, sino que responde a las transformaciones del panorama mediático español durante el cambio de siglo, donde el protagonismo cultural transitó progresivamente de la página escrita a la pantalla, y donde las estrellas del audiovisual han adquirido una visibilidad y capacidad de prescripción sin precedentes (García de Castro, 2012; Mateos Pérez, 2009).

Como señalaron medios de la época, la marca buscó adaptarse a un contexto comunicativo más visual y competitivo. ABC (1997) destacó la renovación de la Guía Campsa “con una imagen más moderna y cercana al público televisivo”, mientras que años después El País (2009) informó que el cambio de denominación a **Guía Repsol** formaba parte de una estrategia de modernización de la identidad corporativa y de expansión digital.

Este artículo analiza cómo y por qué la Guía Campsa transformó su estrategia de comunicación televisiva durante este período, y qué papel jugaron los prescriptores audiovisuales en la construcción y consolidación de la marca. El estudio de este corpus publicitario resulta relevante no solo desde la perspectiva de la documentación audiovisual, sino también como testimonio de los cambios culturales y mediáticos de la España de finales del siglo XX y principios del XXI, un período escasamente estudiado desde el ámbito de la publicidad corporativa histórica.

2. Objetivos y Metodología

El objetivo de este artículo es analizar la segunda etapa de las campañas publicitarias televisivas de la Guía Campsa (1996-2008), caracterizada por el uso estratégico de dúos de actores del cine y la televisión española, evaluando su papel en la consolidación de la marca antes de su transformación en Guía Repsol.

Para conseguir el objetivo principal, ha sido necesario:

- Establecer un marco histórico sobre la evolución de Campsa. (Quiroga Valle, 2022)
- Analizar el contexto de la creación y evolución de la Guía Campsa, poniendo especial atención en las campañas publicitarias televisivas. (Castro, 2008; 2019).
- Analizar el cambio de estrategia publicitaria: del prescriptor literario (Camilo José Cela) al prescriptor audiovisual (actores de cine y televisión).
- Delimitar las distintas etapas de las campañas televisivas de la Guía Campsa y posteriormente Guía Repsol.
- Realizar un minutado de los anuncios de la Guía Campsa y Guía Repsol publicados desde 1997 hasta 2009. (Martínez Murillo, Pacho Gutiérrez y Yudego Manso, 2021).

Inicialmente, se planteó un único artículo que abarcara el análisis de todas las campañas publicitarias de la Guía Campsa, desde 1987 hasta el 2009. Sin embargo, debido al gran número de campañas publicitarias, una por año, con varios *spots* publicitarios, y a la limitación de caracteres por artículo, se decidió realizar tres artículos: uno centrado en la primera etapa (1987-1995), este segundo con las campañas publicitarias posteriores (1997-2008) aún con la denominación de Guía Campsa y un tercero con los anuncios publicados entre 2010 hasta la actualidad.

El tercer artículo, además del análisis documental de las campañas de la Guía Repsol (2009-actualidad), incluirá una visión sintética de toda la serie mediante tablas comparativas que abarquen los treinta años de campañas, así como una reflexión metodológica sobre la preservación digital del patrimonio audiovisual publicitario, los criterios de catalogación aplicados y los retos específicos en la gestión de derechos de autor en la era digital.

La metodología aplicada combina el análisis documental de las piezas audiovisuales con el minutado sistemático de cada *spot*, herramienta que permite identificar y describir los elementos visuales, narrativos y de producción de cada anuncio. Este proceso se ha completado con la consulta de fuentes hemerográficas y bibliográficas que contextualizan cada campaña dentro del panorama mediático y cultural español del período.

Este artículo se enfoca en el segundo y tercer bloque identificado, abarcando por tanto los años 1996-2008. Artículos como los de Morán Rodríguez (2018) han proporcionado un contexto histórico sobre la evolución de las figuras públicas en la televisión española durante estos años. En el ámbito publicitario, este período se caracterizó por la contratación de personajes ilustres del audiovisual para promocionar productos de gran consumo. Asimismo, se han consultado estudios sobre el fenómeno de las series de ficción españolas a principios del siglo XXI, utilizando datos del Gabinete de Estudios de la Comunicación Audiovisual, en adelante GECA, para fundamentar la elección de los protagonistas.

Paralelamente, se ha establecido una cronología que recoge la transformación de la Guía Campsa en la Guía Repsol, enmarcada dentro de la estrategia de unificación de marcas mediante el acceso a los documentos y memorias disponibles en el Archivo del Patrimonio Documental Publicitario de Repsol.

El artículo continúa analizando los protagonistas de las campañas publicitarias, y culmina con el análisis documental de los anuncios televisivos. La observación repetida de los anuncios ha sido necesaria para describir y minutarlos correctamente. Gracias al Archivo del Patrimonio Documental Publicitario de Repsol, se ha podido llevar a cabo este análisis documental, ya que se ha puesto a disposición todos los archivos multimedia necesarios. Además, se ha realizado una exhaustiva investigación para identificar a las agencias que elaboraron dichos anuncios.

El artículo concluye recogiendo las impresiones de las autoras tras examinar tanto el contexto en el que se desarrollaron los anuncios como el análisis documental de los mismos. Es importante mencionar que este será el primer análisis documental realizado sobre las distintas campañas publicitarias de la Guía Campsa - Repsol (1996-2008).

3. Campsa y el camino hacia la unificación de marca

Para el contexto histórico detallado sobre la creación de Campsa (1927), su evolución como Compañía Arrendataria del Monopolio de Petróleos S.A., el proceso de liberalización del sector, su extinción en 1992 y la posterior integración de la marca Campsa en el portafolio de Repsol, remitimos al lector al primer artículo de esta serie donde se desarrolla ampliamente este marco histórico (Castro Leal, 2024).

No obstante, resulta relevante para este análisis contextualizar el proceso de unificación de marca que culminará en 2008, al final del período aquí estudiado, ya que explica la desaparición de la denominación "Guía Campsa".

En 2009, dentro del Plan Estratégico 2008-2010, Repsol decidió unificar marcas y rediseñar su imagen corporativa para rentabilizar al máximo su fuerte imagen corporativa. Aunque cada marca se analizó individualmente, la filosofía del plan era dejar solo dos emblemas: YPF en Argentina y Repsol para el resto del mundo, aunque hubo una excepción, Petronor, con un fuerte arraigo regional en el País Vasco.

Repsol también quiso sacar el máximo rendimiento a las sinergias comerciales, de publicidad y de negocio que supone la simplificación de la imagen corporativa. La empresa española más importante del sector de los hidrocarburos poseía una enorme dispersión de marcas a todos los niveles, desde los negocios de *Upstream* (exploración y producción del petróleo), hasta el *Downstream* (comercialización del petróleo y sus productos derivados). Un ejemplo fueron las estaciones de servicio: Repsol tenía 6.800 gasolineras en todo el mundo, de las que 3.600 estaban en España. Se operaba con tres emblemas diferentes: Petronor (370 estaciones), Campsa (1.500) y Repsol (1.700).

En la nueva «arquitectura de marca», tal como se le conoce en términos técnicos, el objetivo era maximizar el valor del nombre Repsol. En el año 2008, la Guía Campsa, editada por Repsol, era uno de los libros más vendidos en España, con 300.000 ejemplares al año. Siguiendo el plan de unificación comentado anteriormente, la Guía Campsa cambió de denominación en 2009 y pasó a llamarse Guía Repsol.

4. Distintas etapas en las campañas televisivas de la Guía Campsa

El análisis del conjunto de campañas publicitarias de la Guía Campsa (1987-2009) permite identificar cuatro bloques diferenciados, reflejando la evolución de estrategias y prescriptores a lo largo de más de dos décadas:

Tabla 1. Etapas en las campañas televisivas de la Guía Campsa y posteriormente Guía Repsol.

Bloques	Años	Denominación	Observaciones
1	1987-1995	Guía CAMPSA.	Camilo José Cela como protagonista.
1b	1996		No se realizó campaña publicitaria.
2	1997-2008	Guía CAMPSA.	Dúos de famosos (cine), 25 aniversario de la Guía Campsa y dúos de famosos (televisión).
3	2009-actual	Guía Repsol.	(analizado en la tercera entrega)

Este artículo se centra en el bloque número 2 (1996-2008), período en el que la Guía Campsa transita del prescriptor literario al audiovisual, primero con el *glamour* del cine español en su momento de mayor proyección internacional, y posteriormente con los rostros familiares de las series de ficción televisiva que conquistaron las audiencias españolas en la primera década del siglo XXI.

4.1. Segundo Bloque 1997-2008

Si en la primera etapa de las campañas publicitarias para comercializar la Guía Campsa se recurrió a la literatura y concretamente a Camilo José Cela por sus libros de viajes y su autoridad cultural como premio Nobel, en esta segunda etapa se produce un giro estratégico hacia el mundo del cine español. Este cambio no es casual, sino que responde a un momento de esplendor de nuestro cine, marcado por el éxito internacional de películas como *Belle Époque* (Trueba, 1992), ganadora del Óscar a la Mejor Película de Habla No inglesa, que posicionó al cine español en el mapa cultural global.

En 2004 se celebra el 25 aniversario de la Guía Campsa y se elige a Isabel Coixet para dirigir el *spot* de celebración. En adelante, Repsol vuelve a promocionar la Guía Campsa a través del mundo de la televisión, retomando la estrategia de dúos de famosos.

Es clave entender el contexto publicitario en el que se emplazan estos *spots* ya que, durante la primera década del siglo XXI, la publicidad se encuentra en un proceso de evolución. Tal y como reflejan Picola-Meix y Vilajoana-Alexandre (2025), la publicidad es una de las principales fuentes de financiación de los canales de televisión, que, junto con la diversificación de la oferta televisiva, la democratización de internet y la popularización mercado del video bajo demanda (VoD) generaron nuevos hábitos de consumo televisivo,

forzando la diversificación de audiencias (Sanchis et al, 2014), y la reducción del tiempo de duración de los *spots*, entre otros.

4.1.1. 1997-2003: *Dúos de Famosos de cine*

La compañía opta por un formato publicitario diferente al de la fase anterior. Denominado "Trozos de Vida" (*Slices of life*), esta estrategia publicitaria se caracteriza por presentar un problema habitual en una situación cotidiana. El problema, semejante a los generados en la vida diaria del público, se resuelve gracias a la intervención del producto. En este caso, la Guía Campsa se convierte en la herramienta que facilita el viaje, solución imprevistos o enriquece la experiencia turística de los protagonistas.

Para protagonizar estas situaciones se hace uso de dúos de actores de cine, aprovechando varios elementos clave:

- **Notoriedad y reconocimiento:** Actores en pleno éxito mediático por sus películas recientes.
- **Química entre los protagonistas:** Parejas de actores con complicidad demostrada en pantalla.
- **Identificación del público:** Rostros familiares que transmiten cercanía y confianza.
- **Transferencia de valores:** El prestigio y *glamour* del cine español se asocia a la Guía Campsa.

Entre los dúos destacados de esta etapa encontramos:

- **Maribel Verdú y Gabino Diego:** Protagonistas de *Belle Époque* (Trueba, 1992), película galardonada con el Óscar y con nueve premios Goya. Su presencia conecta la Guía Campsa con el cine de calidad y reconocimiento internacional.
- **Aitana Sánchez-Gijón y Javier Martín:** Aitana Sánchez-Gijón acababa de protagonizar *Un paseo por las nubes* (Arau, 1995) junto a Keanu Reeves, consolidando su proyección internacional. Javier Martín, por su parte, era el actor protagonista de *Sobreviviré* (Albacete y Menkes, 1999), comedia de gran éxito de taquilla.
- **Emma Suárez y Beatriz Rico:** Emma Suárez también protagonizó *Sobreviviré* (Albacete y Menkes, 1999) y Beatriz Rico poseía una larga trayectoria fílmica y televisiva.
- **Juanjo Puigcorbó y Ariadna Gil:** coincidieron en *Mal de amores* (Balagué, 1993).
- **Javier Bardem** aparece excepcionalmente sin compañero en el *spot* publicitario. Acababa de protagonizar *Antes que anochezca* (2002), una película estadounidense del año 2000, y obtuvo la nominación al Premio Óscar al mejor actor por su interpretación como el escritor y poeta cubano Reinaldo Arenas.
- **Antonio Resines y el Gran Wyoming,** coincidencia en *Torrente 2: misión en Marbella* (Segura, 2001).
- **Paz Vega y Willy Toledo,** que habían protagonizado juntos el éxito de taquilla *El otro lado de la cama* (Martínez Lázaro, 2002).

La audiencia está familiarizada con los protagonistas de las películas, sus personajes y sus historias, lo que facilita la identificación emocional y la eficacia del mensaje publicitario. Las agencias de publicidad aprovechan esta familiaridad para construir narrativas breves pero efectivas, donde el viaje y la Guía Campsa se integran de forma natural en las situaciones presentadas.

Este período coincide con un momento de consolidación y expansión del cine español. Tras el éxito de *Belle Époque*, películas como *El día de la bestia* (de la Iglesia, 1995), *Tesis* (Amenábar, 1996), *Secretos del corazón* (Armendáriz, 1997) o *Todo sobre mi madre* (Almodóvar, 1999, ganadora del Óscar) demuestran la vitalidad creativa del sector. Los actores de estas producciones se convierten en rostros populares, reconocibles y admirados, lo que los convierte en prescriptores ideales para una marca consolidada como la Guía Campsa.

4.1.2. 2004: 25° Aniversario de la Guía Campsa

El año 2004 marca un hito en la estrategia publicitaria de la Guía Campsa: coincidiendo con su 25° aniversario, lejos de suponer una ruptura con la lógica de los prescriptores audiovisuales, esta elección la refuerza: Coixet acababa de obtener un gran reconocimiento internacional con *Mi vida sin mí* (Coixet, 2003), se había convertido en una de las directoras españolas más conocidas y admiradas, y encarnaba perfectamente los valores de una marca que quería asociarse con el cine de calidad. De su mano nace el concepto de "guía viva": una publicación que se renueva constantemente porque España cambia cada año.

A partir de 2005, la estrategia continúa con prescriptores famosos procedentes ahora del auge de la ficción serial española. Entre los más importantes, destacamos: Elsa Pataky, Fernando Tejero, Paco León, Leonor Watling y Arturo Valls, conocido por su papel protagonista en la serie *Camera Café* (2005-2009), quien sería protagonista consecutivo en los anuncios de 2007 y 2008.

4.1.3. 2005-2008: *Dúos de famosos de televisión*

En esta etapa, los *spots* publicitarios se centran en el fenómeno de las series de ficción española. Los precedentes de las series de ficción española se remontan a los folletines decimonónicos (López-Pumarejo, 1987) que evolucionan a las radionovelas y el radioteatro a principios del siglo XX para dar lugar, en los años 70, a la ficción televisiva popular con *Crónicas de un pueblo*, iniciada por Antonio Mercero, aún con la televisión de dos canales. En los años ochenta, con la corriente realista, llegamos a *Verano Azul* (1981) o *Turno de Oficio* (1986).

En los años noventa, concretamente hacia el final de la década llegamos al auge de la ficción serial española, comenzando además su exportación. Es durante esta década cuando irrumpen los nuevos canales de televisión con gran competencia entre ellos (*Antena 3, Telecinco*). Los seriales suelen ser productos corales sin actores de renombre, con claves dramáticas y su audiencia mayoritariamente femenina (Lopez-Villanueva y Alvarez-Monzoncillo, 1999).

Imanol Arias y Fernando Tejero que según la Encuesta realizada por GECA (Gabinete de Estudios de la Comunicación Audiovisual), fueron declarados los personajes televisivos más importantes de 2004.

En el periodo estudiado (2004-2008) los actores de las series emitidas durante los años 2004-2008 con mayor presencia mediática fueron entre otros Fernando Tejero (*Aquí no hay quien viva*) y Antonio Resines (*Los Serrano*).

En comparación con el primer bloque, todo el contexto cambia, ya no nos encontramos con una televisión de dos canales. Hay televisiones autonómicas y televisiones privadas que permiten una mayor segmentación del público y la búsqueda de una figura de la cultura popular que unifique a todos los segmentos de población.

5. Análisis documental de los anuncios televisivos de la segunda etapa: Dúos de famosos (1997-2003)

El análisis documental que se presenta a continuación recoge el minutado sistemático de cada *spot*, herramienta metodológica que permite identificar y describir con precisión los elementos visuales, narrativos y de producción de cada anuncio. La extensión del corpus, una campaña anual con varios *spots* cada una, justifica la amplitud de este apartado.

ANUNCIO SPOT: Guía Campsa 1997. Desencuentros.

Empresa anunciante: Repsol YPF

Duración: 00:48 seg.

Agencia: Lorente Euro RSCG

Análisis Documental (minutado): Protagonizado por Gabino Diego y Maribel Verdú, exitoso dúo que participa en *Belle Époque*, película ganadora del Oscar a la Mejor Película Extranjera en 1994. En el anuncio recrean un viaje juntos que resulta una disputa constante ya que nunca se ponen de acuerdo con dónde ir, qué comer, qué beber. Como cada uno tiene la guía CAMPsa con una infinidad de recomendaciones, los protagonistas eligen los planes más atractivos según el criterio de cada uno.



- 00:04 (Gabino Diego) Al Norte. - (Maribel Verdú) Al sur.
- 00:12 (Gabino Diego) Super. - (Maribel Verdú) No, sin plomo.
- 00:16 (Maribel Verdú) coge una Guía Campsa 1997) No me lo pierdo. - (Gabino Diego) No tiene pérdida.
- 00:18 (*Imágenes de pueblos, voz del narrador*) Si quieres disfrutar del viaje, busca en la nueva Guía Campsa
- 00:24 (Gabino Diego) Una habitación doble. - (Maribel Verdú) Una sencilla para mí.
- 00:26 (Gabino Diego) Al parador. - (Maribel Verdú) Al mirador,
- 00:29 (*voz del narrador*) Este año más completa que nunca.
- 00:31 (*camarero*) ¿Tomarán vino? - (Maribel Verdú) Blanco. - (Gabino Diego) Tinto.
- 00:34 (*voz del narrador*) Nuevo diseño, planos de 56 ciudades y un CD rom de regalo.
- 00:42 (Gabino Diego) Sin ella estaría perdido. (Maribel Verdú) En eso estamos de acuerdo.
- 00:47 (*voz del narrador*) Nueva guía CAMPsa 97. Escápate con ella.

Información Adicional:

Inicio de la nueva estrategia basada en dúos de actores de cine, abandonando el prescriptor literario de la etapa anterior (Camilo José Cela, 1988-1995).

ANUNCIO SPOT: Guía Campsa 1998. El camino a seguir.

Empresa anunciante: Repsol YPF

Duración: 00:48 seg. // 00:12 seg.

Agencia: Lorente Euro RSCG

Análisis Documental (minutado): Campaña publicitaria compuesta por un anuncio con cinco versiones reducidas, protagonizada por Aitana Sánchez-Gijón y Javier Martín que se ubica en distintos sitios de España. Cada uno de los *spots* publicitarios serán minutados y descritos a continuación.

Spot 1: Una pareja se encuentra en un viaje y el hombre, en cada tramo o localización, explica algún suceso histórico o curiosidad. La mujer, al ver esto, se queda maravillada por los conocimientos y la amplia cultura de su pareja. Al final, ella se da cuenta de que toda información que el hombre decía no era suya propia, sino que lo había ido leyendo de la Guía Campsa 1998 que llevaba encima desde el principio.



- 00:01 (Aitana Sánchez-Gijón) Pero ¿a dónde vamos? Seguro que te has perdido. - (Javier Martín) Muñeca, yo nunca me pierdo, mi tatarabuelo era un jefe *siux*.

- 00:09 *(Aparece un mapa con la ruta que están siguiendo los protagonistas) (Javier Martín) ¿Ves ese pueblo? Pues ahí hizo la primera comunión Frascuelo Segundo.*
- 00:12 *(Aitana Sánchez-Gijón) Pero chico, eres una enciclopedia. - (Javier Martín) Bah, culturilla.*
- 00:16 *(aparece un mapa con la ruta que están siguiendo los protagonistas) (voz del narrador) Para que en tus viajes lo sepas todo, necesitas la guía más completa, la Guía Campsa 98: monumentos, restaurantes, hoteles, sitios de interés.*
- 00:26 *(Aitana Sánchez-Gijón) Vamos en reserva. - (Javier Martín) Después de la siguiente curva hay una estación de servicio.*
- 00:30 *(voz del narrador) Porque solo quien llega a todas partes, te lo puede contar todo. Además, este año con dos regalos, un suplemento de tiempo libre y ocio, y un CD rom con el Atlas mundial.*
- 00:41 *(Aitana Sánchez-Gijón) ¿Buscabas esto? (enseña la Guía Campsa)*
- 00:43 *(voz del narrador) Guía Campsa 98. La guía más completa.*

Spot 2: Javier Martín está tumbado en la playa con la Guía Campsa 98 en las manos. Aitana Sánchez-Gijón aparece detrás de él corriendo para meterse en el mar.

- 00:01 *(Javier Martín) Vamos a ver, garçon, nos va a traer una ensalada templada de foie y después unas manitas de cerdo*
- 00:06 *(Aitana Sánchez-Gijón interrumpe gritando) ¡Vamos al agua! ¡Uh! ¡Vamos!*
- 00:08 *(Javier Martín continúa hablando) Con gelatina de hongos, eso es. Y, de vino, ¿cómo andamos?*

Spot 3: Aitana Sánchez-Gijón está ojeando la Guía Campsa en el coche mientras espera a que Javier Martín termine de repostar en una estación de servicio Repsol.

- 00:01 *(Aitana Sánchez-Gijón ojeando la Guía Campsa 1998) ¡Uy! ¡qué curioso! Aquí viene el restaurante que solo conocías tú y nadie más que tú.*
- 00:07 *(Javier Martín tras darse un golpe con la puerta del maletero) Pues no sé cómo se habrán enterado.*
- 00:09 *(Voz narrador) Guía Campsa 98.*

Spot 4: La pareja está en el coche, Aitana Sánchez-Gijón ojeando la Guía Campsa y Javier Martín conduciendo cuando ven a lo lejos un pueblo.

- 00:01 *(Aitana Sánchez-Gijón) ¡Mira, Caravaca de la Cruz! - (Javier Martín) Bonito pueblo, famoso por su castillo medieval y su santuario de...*
- 00:06 *(Aitana Sánchez-Gijón) Santuario de la Santísima, página 66.*
- 00:09 *(Voz narrador) Guía Campsa 98.*

Spot 5: La pareja se encuentra en la habitación del hotel, Javier Martín tumbado en la cama y Aitana Sánchez-Gijón de pie.

- 00:01 *(Javier Martín) Muñeca, ¿sabías que en este hotel pasó una noche Casanova?*
- 00:06 *(Aitana Sánchez-Gijón) Sí, justo la única noche que durmió solo.*
- 00:08 *(Voz narrador) Guía Campsa 98, la guía más completa.*

Spot 6: La pareja está eligiendo la comida, Aitana Sánchez-Gijón con la carta del restaurante entre sus manos y Javier Martín con la Guía Campsa y con un capirote de Semana Santa en la cabeza. Detrás, se encuentran los camareros.

- 00:01 *(Aitana Sánchez-Gijón) Tu creerás lo que quieras, pero a mí me parece que estamos dando el cante.*
- 00:04 *(Javier Martín) ¡Qué no, mujer! Si esto es lo típico de Semana Santa: las procesiones, las torrijas. Por cierto, aquí hacen unas torrijas...*
- 00:09 *(Voz narrador) Guía Campsa 98, la guía más completa.*

Información Adicional:

Primer año de la Guía de los Mejores Vinos de España como regalo complementario a la guía de carreteras

ANUNCIO SPOT: Guía Campsa 1999. Amigas.

Empresa anunciante: Repsol YPF

Duración: 00:48 seg.

Agencia: Federico Valmorisco y Ochoa

Análisis Documental (minutado): Esta campaña publicitaria se compone de 1 spot con varias versiones reducidas, donde Emma Suárez y Beatriz Rico recorren España, dejándose sorprender por la Guía Campsa, fiándose única y exclusivamente de las recomendaciones que van leyendo. Gracias a ella, descubren monumentos históricos, rutas escondidas, paisajes inolvidable y restaurantes con Soles Repsol.



Spot 1: Beatriz Rico y Emma Suárez están en un viaje en carretera, ojeando la Guía Campsa. Durante todo el spot publicitario, muestran diferentes localizaciones de interés en España.

- 00:01 (*Beatriz Rico*) ¿No me vas a contar a dónde vamos? - (*Emma Suárez cierra los ojos y señala con el dedo de forma aleatoria un punto la Guía Campsa*) Ahora mismo te lo digo.
- 00:06 (*Beatriz Rico*) Pero ¿qué haces?
- 00:08 (*Emma Suárez*) ¡Qué sitio! ¡Te va a encantar! - (*Voz narrador*) Para que en tus viajes aciertes siempre, aquí está la guía más completa, la Guía Campsa 99. Este año con nueva y exclusiva cartografía.
- 00:19 (*Beatriz Rico*) ¿Has visto qué monumento? (*Emma Suárez*) Sí, es del siglo XII. - (*Beatriz Rico*) Pues se conserva estupendamente.
- 00:22 (*Voz narrador*) Y para celebrar los 20 años de la Guía Campsa, gratis, la guía de los mejores vinos de España y un CD rom para planificar tus viajes.
- 00:28 (*Emma Suárez*) A este restaurante en la guía le dan 3 Soles.
- 00:30 (*Emma Suárez*) Pero ¿qué haces? - (*Beatriz Rico poniéndose unas gafas de sol*) Pues con tanto sol, tanto sol...
- 00:33 (*Voz narrador*) Porque solo quien llega a todas partes puede contártelo todo.
- 00:37 (*Beatriz Rico*) Y ahora vamos a donde yo diga, ¿no?
- 00:40 (*Emma Suárez mirando la Guía Campsa*) No, no, no, no vamos a ir a este sitio, que es buenísimo. - (*Beatriz Rico enseñando otra Guía Campsa*) Pero es que yo me he comprado otra. ¡Ah! El mío es mejor.
- 00:42 (*Voz narrador*) Guía Campsa 99, la guía más completa.

Spot 2: Las protagonistas están en una plaza, Emma Suárez con la Guía Campsa y, detrás, un paso de Semana Santa.

- 00:01 (*Emma Suárez*) Pues no lo sé, esto es rarísimo.
- 00:03 (*Beatriz Rico*) Oye, ¿pero, tú estás segura de que por aquí pasa la Procesión del Silencio?
- 00:06 (*Emma Suárez abriendo la guía*) Pues eso pone en la guía. - (*Voz narrador*) Guía Campsa, la guía más completa.

Spot 3: Emma Suárez y Beatriz Rico están sentadas en la mesa de un restaurante, mientras el camarero les sirve el vino, tratan de identificar el vino que les ha servido.

- 00:01 (*Emma Suárez*) Rioja (*Camarero*) No, ri... ri...
- 00:03 (*Beatriz Rico*) ¡Ribera! - (*Emma Suárez*) ¡Ribeiro!
- 00:06 (*Voz narrador*) ¿Necesitas una guía de vinos? La Guía Campsa te la regala.

Spot 4: La pareja se encuentra en una estación de servicio Campsa y vuelven al coche.

- 00:01 (*Beatriz Rico*) Si es que tienen de todo, bueno, fíjate que hasta he encontrado el regalo para mi hermano.
- 00:06 (*Emma Suárez*) ¿La Guía? ¡Qué bien! Porque la verdad es que anda un poco perdido, el hombre.
- 00:09 (*Voz narrador*) Guía Campsa, el regalo más completo.

Spot 5: La pareja llega a una playa vacía.

- 00:02 (*Emma Suárez*) Mira qué playa he encontrado. ¡Desierta!
- 00:06 (*Beatriz Rico*) ¿Y los doce bikinis que me he traído? Para que no me vea nadie. - (*Voz narrador*) Guía Campsa, la guía más completa.

Spot 6: Extracto del *Spot 1*, donde las protagonistas se encuentran en una estación de servicio Campsa decidiendo cuál es su próximo destino.

- 00:01 (*Beatriz Rico*) Muy bien, ósea que ahora vamos a donde yo diga, ¿no?
- 00:03 (*Emma Suárez mirando la Guía Campsa*) No, no, no, no vamos a ir a este sitio, que es buenísimo.
- 00:06 (*Beatriz Rico enseñando otra Guía Campsa*) Pero es que yo me he comprado otra. ¡Ah! El mío es mejor. - (*Emma Suárez*) ¡No, el mío!
- 00:42 (*Voz narrador*) Guía Campsa 99, la guía más completa.

Información Adicional:

Se crean diferentes anuncios para diferentes ocasiones (Día del Padre, Navidad, etc.). En 1999 se inició la publicación de la guía de *Los mejores vinos españoles* para acompañar al tradicional mapa de carreteras.

ANUNCIO SPOT: Guía Campsa 2000. Escritor y personajes.**Empresa anunciante:** Repsol YPF**Duración:** 00:46 seg.**Agencia:** Federico Valmorisco y Ochoa

Análisis Documental (minutado): Juanjo Puigcorb  y Ariadna Gil protagonizan esta campaña compuesta por tres spots donde un escritor anónimo intenta crear una novela sobre sus viajes. Sin embargo, los protagonistas, gracias a la Guía Campsa, transforman constantemente el rumbo de la historia, frustrando las intenciones narrativas del escritor..

Spot 1: Juanjo Puigcorb  y Ariadna Gil protagonistas junto con un escritor anónimo que trata de escribir una novela en la que una pareja emprende un viaje, que a priori, parece un drama. Sin embargo, afortunadamente, los protagonistas cuentan con la Guía Campsa y, gracias a sus recomendaciones, son capaces de cambiar la historia transformando el viaje en perfecto.



- 00:01 (*Escritor anónimo tecleando en una máquina de escribir, mientras aparecen imágenes de los dos protagonistas de viaje*) Capítulo 15. La investigación se complicaba, pero ellos sabían dónde encontrar la solución. Era una tarde de perros, lluvia, viento, frío. En la carretera dieron con un feo y sucio hotel. Por la mañana, reanudaron el viaje, habían dormido mal y no estaban de buen humor. Torcieron a la izquierda.
- 00:19 (*Juanjo Puigcorb *) Por la derecha. - (*Escritor anónimo*)  A la izquierda!  Ya está bien! Así no hay forma de escribir una novela.
- 00:25 (*Juanjo Puigcorb  saliendo del coche*) Oye, perdona, t  de escribir sabrás mucho, pero de viajar... Nada de nada,  eh? - (*Ariadna Gil mostrando una Guía Campsa*) A ver si nos documentamos.
- 00:29 (*Voz narrador*) Para que todos los viajes que imaginas sean perfectos, aquí tienes la Guía Campsa 2000, totalmente actualizada y, además, la Guía de los mejores vinos de España y un CD-ROM para planificar tus viajes. Guía Campsa 2000, la guía más completa.

Spot 2: El escritor anónimo inicia un nuevo capítulo del libro quejándose de que los protagonistas no encuentran una estación de servicio para calmar su hambre. Ariadna Gil, copiloto, busca en la Guía Campsa una estación de servicio donde los protagonistas, junto con un dependiente de la estación de servicio donde paran, hablan sobre el escritor anónimo.

- 00:01 (*Escritor anónimo escribiendo en una máquina de escribir, en una habitación oscura*) Era la historia de siempre, nunca encuentras una estación de servicio cuando la necesitas.
- 00:04 (*Ariadna Gil, de copiloto, sealando un punto en la Guía Campsa*) Mira, aquí hay una. - (*Escritor anónimo con voz en off*) Estaban hambrientos y no había nada que comer.
- 00:09 (*los protagonistas cogen mucha comida de la estación de servicio*) (*Escritor anónimo*) Ya está bien, hacéis lo que os da la gana. - (*Dependiente estación de servicio*)  Qu  le pasa?
- 00:13 (*Juanjo Puigcorb *) Nada, que se aburre. - (*Ariadna Gil*) Que sale poco.
- 00:16 (*Voz narrador mientras los protagonistas salen de la tienda de la estación de servicio*) Para que no pares en casa, aquí está la Guía Campsa 2000, porque solo qu n está en todas partes te lo puede contar todo.

Spot 3: El escritor anónimo comienza a escribir un nuevo capítulo de esta historia. Se desarrolla en un restaurante, donde los dos protagonistas piden un vino. Al describir vagamente esta bebida, los protagonistas miran a cámara. Este gesto no pasa desapercibido para el Escritor anónimo que decide, por el mismo, documentarse e incluir información acerca del vino en la historia.

- 00:03 (*Escritor anónimo tecleando en una máquina de escribir, mientras aparecen imágenes de los dos protagonistas en un restaurante*) El restaurante tenía buena pinta, encargaron un vino cualquiera. (*Escritor anónimo coge la Guía de los mejores vinos de España*) Bueno, pidieron un tinto reserva del 94, rubí intenso, con notas de fruta madura.
- 00:14 (*Voz narrador*) Para que en tus viajes disfrutes de todo, necesitas la Guía de los mejores vinos de España, y solo la Guía Campsa 2000 te la regala.

Información Adicional:

Este mismo año se publicó por primera vez una versión digital de la guía, en soporte CD-ROM, bajo el nombre *Guía Campsa interactiva*

ANUNCIO SPOT: Guía Campsa 2001. El coche del millón de dólares.**Empresa anunciante:** Repsol YPF**Duración:** 00:47 seg.**Agencia:** Lorente Euro RSCG

Análisis Documental (minutado): Protagonizado por el actor Javier Bardem, este spot remeda el tráiler de una película de acción, donde el protagonista, Bardem, roba un coche conocido como "el coche del millón de dólares", supuestamente el mejor vehículo del mundo. Durante la persecución, el "ladrón" asegura que el coche es un fraude, porque le falta la Guía Campsa.



- 00:01 (*Personaje 1*) Caballeros, les presento el coche perfecto. (*cae el telón y no hay ningún coche*)
 00:06 (*Vigilante hablando por el pinganillo*) Lo han robado. – (*Voz narrador*) Javier Bardem en una aventura que te dejará sin aliento. El coche de un millón de dólares.
 00:16 (*Javier Bardem hablando por teléfono*) Si quieren volver a verlo, tendrán que pagar, y mucho.
 00:20 (*Voz narrador*) Creían tener un buen negocio. Creían tener el coche perfecto.
 00:28 (*Personaje 2*) Lo tenemos localizado. – (*Javier Bardem*) Ese coche es un fraude.
 00:32 (*Voz narrador*) Pero no sabían que ningún coche está completo sin la guía más completa. Guía Campsa 2001.
 00:38 (*Javier Bardem*) Perfecto, ahora tendrán que pagarnos el doble. – (*Voz narrador*) Con la Guía de los mejores vinos de España y un CD interactivo. Próximamente, en todos los coches.

Información Adicional:

Javier Bardem protagoniza en solitario esta campaña el mismo año en que se convierte en el primer actor español nominado al Óscar a Mejor Actor por su interpretación en *Antes de que Anochezca* (Julian Schnabel, 2000). Su presencia refuerza el vínculo de la Guía Campsa con el cine español de prestigio internacional”.

ANUNCIO SPOT: Guía Campsa 2002. Encuentros.

Empresa anunciante: Repsol YPF

Duración: 00:47 seg.

Agencia: Lorente Euro RSCG

Análisis Documental (minutado): Antonio Resines saluda al Gran Wyoming cuando sale de una Estación de Servicio Campsa. Este último está en un viaje de pareja. A partir de este encuentro, los protagonistas siguen coincidiendo en sus vacaciones ya que ambos siguen las recomendaciones de la Guía Campsa.



- 00:03 (*Antonio Resines*) ¡Wyoming!
 00:06 (*Pareja del Gran Wyoming*) Antonio Resines, ¿le conoces? – (*El Gran Wyoming*) Un pesado.
 00:17 (*El Gran Wyoming rechaza la botella de vino que le ofrece el camarero del restaurante donde están comiendo*) No, el de la casa – (*Camarero*) Están invitados.
 00:21 (*Pareja del Gran Wyoming*) Qué detallazo.
 00:33 (*El Gran Wyoming*) Resines. – (*Voz narrador*) Los que saben vivir siempre coinciden, la Guía Campsa es la más completa, con la guía de los mejores vinos y un CD interactivo de regalo.
 00:42 (*Antonio Resines*) Muy completa, sí, señor. – (*El Gran Wyoming*) Estate quieto.

Información Adicional:

En la presentación de la Guía Campsa 2002, la compañía rindió homenaje a Camilo José Cela, fallecido en enero de ese mismo año, quien había sido la imagen de la publicación durante seis años (1988-1995)

ANUNCIO SPOT: Guía Campsa 2003.

Empresa anunciante: Repsol YPF

Duración: 00:48 seg.

Agencia: Baladés y Asociados

Análisis Documental (minutado): Protagonizada por Willy Toledo y Paz Vega, esta campaña presenta a una pareja en crisis durante un viaje. El hombre intenta salvar la relación prometiendo cambiar todos sus malos hábitos de viajero (restaurantes mediocres, hoteles cutres, falta de planificación), mientras la Guía Campsa se presenta como la solución para cumplir esas promesas y mejorar sus escapadas



- 00:03 (*Gasolinero*) Buenos días.
 00:07 (*Willy Toledo*) Te prometo que voy a cambiar, mi amor, (*Paz Vega baja la ventanilla*) y saldremos más.
 00:10 (*Paz Vega*) ¿Salir? Ir al videoclub de la esquina, no es salir. – (*Willy Toledo*) Pero ¿dónde...?
 00:16 (*Willy Toledo*) Te prometo, cachito, que se acabaron el chino a domicilio y el pollo recalentado.
 00:19 (*Paz Vega*) ¿El pollo? – (*Willy Toledo*) Hombre, un poco crudo sí que estaba, pero tampoco creo yo que...
 00:21 (*Paz Vega*) ¿Crudo? Si le hago el boca a boca, resucita. Quita.
 00:26 (*Willy Toledo*) Servicio de habitaciones. (*Paz Vega abre la puerta*) Te prometo que te voy a llevar a hoteles bonitos. Nunca más a la casa de mi primo junto al pantano.
 00:33 (*Paz Vega cerrando la puerta*) ¿Junto al pantano? Está dentro del pantano. – (*Willy Toledo*) Hombre, la verdad es que... ¡De verdad que todo va a cambiar a partir de ahora!
 00:40 (*Paz Vega abre la puerta*) ¿Y cómo sé yo que eso es verdad? – (*Voz narrador*) Nueva Guía Campsa 2003, la guía más completa. Con la guía de los mejores vinos y un CD-ROM interactivo de regalo.

Información adicional:

Willy Toledo y Paz Vega protagonizan esta campaña en un momento de gran visibilidad mediática. Paz Vega había alcanzado notoriedad internacional tras su participación en *Lucía y el sexo* (Julio Medem, 2001) y se encontraba rodando en Hollywood. Willy Toledo consolidaba su carrera como actor de cine y teatro. La campaña marca el cierre del segundo bloque de estrategia publicitaria antes del cambio conceptual del 25 aniversario (2004).

6. Análisis documental del anuncio de 2004. 25 aniversario de la Guía Campsa

La Guía Campsa cambia su línea de comunicación por actores de televisión en lugar de actores de cine. Surgió el concepto de guía viva.

ANUNCIO SPOT: Guía Campsa 2004. Rodar y Rodar. 25 Aniversario.

Empresa anunciante: Repsol YPF

Duración: 1:02 seg.

Agencia: SCPF

Análisis Documental (minutado): La idea de cambio se ilustra con una ecografía, la invención de un postre, la apertura de una flor, la apertura de una casa rural. Cada año cambian muchas cosas que merece la pena disfrutar. ¿Quién te lo ha contado todos estos años? ¿Quién te lo va a contar? Guía Campsa 2004 con CD rom y la guía de los mejores vinos.



0:02 El 6 de julio cambió el tiempo y el sol cambió paisajes y cosechas. Y el vino de este año solo será comparable a uno de hace medio siglo. El 10 de octubre volvió a cambiar el tiempo y Ana y Pedro descubrieron que habían cambiado. Meses antes, Mikel reinventaba el gazpacho y Ramón creaba un postre con tres chocolates y dos texturas. Cambiaron caminos, y caminos. Cambiaron las formas de viajar, y de vivir los viajes. Velázquez y Gaudí consiguieron que cambiásemos un poco, y también Juan y Ángela cambiaron algo. Cambios, cambios, cambios. Cada año cambian muchas cosas que merece la pena disfrutar. ¿Quién te lo ha contado todos estos años? ¿Quién te lo va a contar? Guía Campsa 2004, con CD-ROM interactivo y la guía de los mejores vinos. La guía viva.

Información Adicional:

Año de transición que marca el abandono temporal de los prescriptores famosos en favor de un lenguaje poético y conceptual. La campaña celebra el 25 aniversario introduciendo el concepto de 'guía viva' que se mantendrá en años posteriores.

7. Análisis documental de los anuncios televisivos de la tercera etapa (2005-2008)

ANUNCIO SPOT: Guía Campsa 2005.

Empresa anunciante: Repsol YPF

Duración: 1:07 seg.

Agencia: Baladés y Asociados

Análisis Documental (minutado): Fernando Tejero para con el coche en una estación de servicio Campsa para llenar el depósito. Cuando va a pagar, ve la Guía Campsa 2005 en un stand y la compra. Mientras va hacia el coche, se imagina que se encuentra dos veces con una mujer imaginaria, protagonizada por Elsa Pataky. Estos dos encuentros imaginarios son en un control policial donde Fernando Tejero es un policía que para a Elsa Pataky, y en un ascensor donde él es el botones del hotel y ella una cliente. Sale de la ensoñación tras una pregunta de una mujer, que resulta ser Elsa Pataky.



00:04 (Fernando Tejero llega a una estación de servicio Campsa) Llénamelo.
 00:14 (Fernando Tejero) Señorita, ¿no conoce el código de circulación? ¿Está usted casada? Conteste primero a la segunda pregunta.
 00:20 (Elsa Pataky) Es usted un diablo, señor agente.
 00:27 (Fernando Tejero se acerca a la mesa donde está Elsa Pataky y le coge la mano) ¿Me permite acompañarla? Comer solo me da hambre. – (Elsa Pataky) Le advierto que no estoy en el menú. – (Fernando Tejero) Pues me voy a quedar.
 00:40 (Elsa Pataky entra en un ascensor) Hola, comandante. Qué guapos están los hombres de uniforme.
 00:43 (Fernando Tejero) Em, ¿sube? – (Elsa Pataky) Al séptimo, cielo.
 00:46 (Fernando Tejero) Volando. – (Elsa Pataky) Mmm... Además, es piloto.
 00:49 (Elsa Pataky llega a la estación de servicio) Perdona, estoy completamente perdida.
 00:52 (Fernando Tejero) Pues no sabe cuánto me alegro porque tengo la guía más completa, la Guía Campsa. – (Elsa Pataky) ¿Por qué no sube y lo comprobamos?
 00:57 (Fernando Tejero) ¿En serio? – (Voz narrador) Nueva Guía Campsa 2005, la guía más completa con la guía de los mejores vinos y CD-ROM interactivo de regalo.
 01:04 (Fernando Tejero) Esto puede ser el principio de una gran amistad.

Información Adicional:

Con el fin de promocionar la Guía Campsa, se vuelve al clásico de los dúos o personaje famoso. En esta ocasión, cuentan con Fernando Tejero, ganador del premio Goya a mejor actor revelación por "Días de Fútbol" en 2003 y con Elsa Pataky, que en 2005 protagonizó *Ninette*, de Jose Luis Garci.

ANUNCIO SPOT: Guía Campsa 2006. El Beso interrumpido.**Empresa anunciante:** Repsol YPF**Duración:** 0:32 seg. // 0:32 seg. // 0:22 seg. // 0:12 seg.**Agencia:** FCB Integrated**Análisis Documental (minutado):**

Spot 1: El anuncio se inicia con escena final de la grabación de una película protagonizada por Leonor Watling y Paco León. Dicha escena termina con un beso que no se llegan a dar. Paco León busca a Leonor Watling para pedirle el beso que no se han dado.



- 00:06 (*Director*) ¡Corten! Muy bien, chicos, hemos acabado.
 00:10 (*Paco León*) Nos falta el beso. – (*Leonor Watling*) ¿Y si no te lo doy?
 00:14 (*Paco León*) No podré besar a nadie más. – (*Leonor Watling mostrando una Guía Campsa 2006 y alejándose en el coche*) El mundo me lo agradecerá.
 00:16 (*Paco León*) ¡Leonor, mi beso!
 00:19 (*Paco León*) Ya conozco tu secreto, la Guía Campsa 2006.
 00:23 (*Paco León*) Mapas actualizados, callejeros, restaurantes, vinos, hoteles, ... – (*Leonor Watling*) Con la Guía Campsa seguro que me encuentras.
 00:30 (*Paco León*) Gracias, reina.

Spot 2: Leonor Watling aparece en la recepción de un hotel confirmando la habitación en la que se quedará al recepcionista. Posteriormente, aparece Antonio Tejero como botones en el ascensor y Elsa Pataky se sube, indicándole el piso al que va. Leonor Watling entra corriendo en el ascensor, indicando su planta y, con una cesta de frutas, Paco León entra también en el ascensor. Se desarrolla una breve interacción en donde Leonor Watling termina saliendo apresuradamente del ascensor.

- 00:02 (*Leonor Watling*) Sí, la suite con vistas a las estrellas.
 00:06 (*Antonio Tejero en el ascensor*) ¿Sube? (*Elsa Pataky entrando en el ascensor*) Al séptimo, cielo.
 00:11 (*Antonio Tejero tras entrar Leonor Watling en el ascensor*) ¿Sube? – (*Leonor Watling*) A las estrellas. – (*Elsa Pataky*) Aquí estrellas solo hay una.
 00:14 (*Paco León entra en el ascensor*) ¡Perdón! – (*Fernando Tejero*) ¿Sube? – (*Paco León*) A la habitación de la señorita a darle cesta de bienvenida y, ¿beso o propina?
 00:19 (*Leonor Watling saliendo del ascensor*) Creo que me he equivocado de ascensor, este debe ser el de servicio.
 00:23 (*Paco León leyendo la Guía Campsa*) Mapas actualizados, callejeros, restaurantes, vinos, hoteles, ... – (*Leonor Watling*) Con la Guía Campsa seguro que me encuentras.
 00:30 (*Paco León*) Gracias, reina.

Información adicional:

Leonor Watling y Paco León para protagonizar la campaña de este año. Leonor Watling (vocalista del grupo Marilago y actriz) y Paco León (protagonistas de la serie de televisión *Aída*). Además, se publicita una nueva forma de acceder a la Guía Campsa, a través del teléfono móvil.

ANUNCIO SPOT: Guía Campsa 2007. Arturo Valls.**Empresa anunciante:** Repsol YPF.**Duración:** 22 seg.**Agencia:** Full Contact.**Análisis Documental (minutado):**

Spot 1: La pareja de Arturo Valls le deja en una estación de servicio Repsol tras provocar que se pierdan y no disfruten del viaje que iban a hacer. Arturo Valls empieza a hablar con los diversos clientes de la estación de servicio tratando de buscar una solución a la discusión. El empleado de la estación de servicio le recomienda que le regale una escapada de fin de semana, utilizando la Guía Campsa. Finalmente, se reconcilian.



- 00:01 (*Arturo Valls mientras su pareja le deja la maleta en el suelo*) Ya sé que perdernos juntos el fin de semana no es acabar perdidos pero, tampoco es para tanto, ¿no?
 00:05 (*Arturo Valls habla con el empleado de la estación de servicio*) En diez minutos vuelve.
 00:08 (*Arturo Valls habla con un cliente que confunde por detrás con una cliente*) Conmigo descubrirás lugares que nadie conoce. (*El cliente se gira*) Pues mira, con la Guía Campsa, ya los descubres tú solito.
 00:13 (*Arturo Valls en la barra de la cafetería de la estación de servicio habla con el empleado*) Quiero que vuelva. (*Empleado de la estación de servicio indicando el stand de las Guías Campsa*) Sorpréndela con una escapada inolvidable.
 00:17 (*Arturo Valls con una Guía Campsa en la mano*) Nueva Guía Campsa 2007, la guía más completa.

Spot 2: Arturo Valls continúa esperando a su pareja en la estación de servicio Campsa cuando se baja un padre con sus tres hijos. Los niños comienzan a jugar y hacer travesuras en la tienda mientras que Arturo Valls trata de que no desordenen nada mientras que los niños buscan un regalo para su padre. Este regalo resulta ser la Guía Campsa 2007.

- 00:03 (Niño 1 tirando una pelota de baloncesto a Arturo Valls) ¡Bien!
 00:06 (*Padre mientras que los niños se suben encima de Arturo Valls*) ¿Te importaría echarles un ojo mientras echo carburante?
 00:09 (Niño 1) ¡A por el regalo de papá! (Arturo Valls tratando de evitar el desorden que provocan los niños en la tienda) No, no, no.
 00:15 (Niños mostrando una Guía Campsa 2007 a su padre) ¡Felicidades, papá!
 00:18 (*Arturo Valls*) En el Día del Padre, regálale la Guía Campsa 2007.

Información adicional:

Se rompe con ello la tradición de las últimas campañas en las que los prescriptores eran una pareja y la campaña la protagoniza el actor, productor y presentador de televisión Arturo Valls, que en ese año termina su etapa de presentador de *Caiga Quien Caiga*. Además, desde 2005 hasta 2009 participa en la serie de televisión *Cámara Café*.

El *spot 1* de la Guía Campsa se emite durante las vacaciones de verano, uno de los momentos del año con más desplazamientos en carretera y tiene como objetivo implantar el concepto de que la Guía Campsa es el regalo perfecto para cualquier ocasión. El *spot 2* se emite en las fechas cercanas al Día del Padre.

ANUNCIO SPOT: Guía Campsa 2008. Arturo Valls.

Empresa anunciante: Repsol YPF

Duración: 00: 32 seg.

Agencia: Full Contact.

Análisis Documental (minutado):

Arturo Valls empieza a escribirle un *email* a la pareja que le deja abandonado en la estación de servicio. Cuando este comienza a detallar lo que sucedió con voz en *off*, las imágenes de lo que hizo se superponen a lo largo del anuncio, tratando de indicarle que no le afectó el abandono. Sin embargo, no fue así.



- 00:03 (*Arturo Valls escribiendo en el ordenador con voz en off*) Cariño mío, cuando me abandonaste me quedé tan tranquilo.
 00:06 (*Arturo Valls poniéndose unas gafas de sol en la estación de servicio con voz en off*) Lo veía todo más claro.
 00:09 (*Arturo Valls mirando al horizonte con un empleado de la estación de servicio mientras se le hace de noche con voz en off*) Y si crees que estuve esperándote todo el día, estás muy equivocada.
 00:12 (*Arturo Valls leyendo el periódico en la estación de servicio con voz en off*) Me lo pasé genial. Vamos, que no hubiese hecho falta que vinieses.
 00:15 (*Arturo Valls*) Quiero que venga. (Camarero de la estación de servicio) Sorpréndela con una escapada inolvidable (señalando la Guía Campsa 2008)
 00:22 (*Arturo Valls tras enviar el email en un restaurante*) Nueva Guía Campsa 2008, la guía más completa.
 00:27 (*Arturo Valls, voz en off, mientras se muestra la Guía Campsa España 2008 y la Guía de los mejores vinos en España 2008*) Y, además, disfruta de descuentos y ventajas exclusivas para tus viajes.

Información adicional:

Esta se trata de la última Campaña con personaje famoso. Y para completar esta campaña también se ha desarrollado un *spot* específico para guiacampsas.com, la versión en Internet de la Guía, que ofrece información más amplia y servicios totalmente actualizados.

8. Resultados y conclusiones

El análisis documental de los *spots* televisivos de la Guía Campsa entre 1997 y 2008 permite identificar los siguientes patrones principales. En cuanto a los prescriptores, el corpus confirma el uso sistemático de figuras del mundo audiovisual español: durante el período 1997-2003 se recurre a dúos de actores cinematográficos vinculados por películas de éxito reciente, mientras que entre 2005 y 2008 los prescriptores proceden de las series de ficción televisiva de mayor audiencia. El año 2004 constituye un caso singular con la elección de Isabel Coixet como directora del *spot* del 25 aniversario. En cuanto al formato, todos los *spots* responden al modelo "Trozos de Vida". En cuanto a las agencias, se identifican tres: Lorente Euro RSCG (1997-1998), Federico Valmorisco y Ochoa (1999-2003) y Baladés y Asociados (2005-2008).

El período 1997-2008 que abarca este segundo artículo representa una transformación fundamental en la estrategia publicitaria de la Guía Campsa, marcando el tránsito del prescriptor literario —Camilo José Cela, analizado en el primer artículo— al prescriptor audiovisual, primero con figuras del cine español (1997-2003) y posteriormente con rostros de la ficción televisiva (2004-2008).

Si en la primera etapa Camilo José Cela recorrió las Comunidades Autónomas destacando tanto la gastronomía como elementos de interés turístico, en esta segunda etapa los dúos de actores protagonizan "Trozos de Vida" donde la Guía Campsa se convierte en la herramienta que facilita el viaje, soluciona imprevistos o enriquece la experiencia turística. Este cambio no es casual, sino que responde a las transformaciones del panorama mediático español, donde el protagonismo cultural ha pasado progresivamente de la página escrita a la pantalla.

Los actores de estas producciones se convierten en rostros populares, reconocibles y admirados, lo que los convierte en prescriptores ideales para una marca consolidada como la Guía Campsa. Las agencias publicitarias —Lorente Euro RSCG, Federico Valmorisco y Ochoa, y Baladés y Asociados— aprovechan esta familiaridad para construir narrativas breves pero efectivas, donde el viaje y la Guía Campsa se integran de forma natural en las situaciones presentadas.

El bloque 2005-2008 se corresponde con el auge de la ficción serial española. Series como *Aquí no hay quien viva*, *Los Serrano* o *Aída* dominan las audiencias y sus protagonistas se convierten en los nuevos prescriptores de la Guía Campsa.

Desde el punto de vista de la gestión documental audiovisual, este período presenta un desafío específico: la democratización del acceso al contenido audiovisual, gracias a los avances tecnológicos y a la creación de plataformas en abierto como YouTube, plantea nuevos desafíos relacionados con el tratamiento de los derechos de autor y copyright.

Es la primera vez que se analizan documentalmente los anuncios de este período, lo que supone una aportación fundamental para el estudio del fondo documental publicitario de Repsol, con anuncios relevantes no solo para la industria de los hidrocarburos, sino para la sociedad en su conjunto.

Este segundo recorrido completa el análisis de las campañas protagonizadas por prescriptores cinematográficos y televisivos, dejando para la tercera y última entrega no solo el estudio de las campañas más recientes bajo la denominación Guía Repsol, sino también una visión global que sintetice tres décadas de evolución publicitaria. De este modo, la trilogía no solo documenta un patrimonio audiovisual único, sino que propone un modelo metodológico replicable para el análisis documental de otros fondos publicitarios históricos.

Bibliografía

- ABC (1997, 23 de junio). Campsa renueva su guía turística y apuesta por una imagen más moderna. <http://www.abc.es/hemeroteca/>
- Castro Leal, L. de (2008). El Archivo Histórico de Repsol YPF: creación y digitalización. *Revista de la Asociación de Archiveros de la Comunidad de Madrid*, 3, 36-45 <https://revistas.ucm.es/index.php/DCIN/article/view/65270>
- Castro Leal, L. de (2019). El Archivo Histórico Fotográfico de Repsol: Creación y Acceso al material fotográfico. *Documentación de las Ciencias de la Información*, 42, 117-131 <https://doi.org/10.5209/dcin.65270>
- Castro Leal, L. de (2023). Retos y oportunidades en la preservación digital del patrimonio documental. La experiencia de Repsol. *Revista Española de Documentación Científica*, 47(2), e384. <https://doi.org/10.3989/redc.2023.2.1511>.
- Castro Leal, L. de (2024). Recorrido audiovisual de la Guía CAMPESA: análisis evolutivo de una publicación histórica (1988-1995). *Cuadernos de Documentación Multimedia*, 34, e93213. <https://doi.org/10.5209/cdmu.93213>
- El País (2009, 16 de marzo). La Guía Campsa cambia de nombre y se convierte en Guía Repsol.
- García de Castro, M. (2012). Propiedades de la hegemonía de la ficción televisiva doméstica en España entre 1995-2000. *ZER: Revista De Estudios De Comunicación = Komunikazio Ikasketen Aldizkaria*, 8(14). <https://doi.org/10.1387/zer.6004>
- GECA, 1993-2005. *Anuarios de la Televisión en España*. Madrid: Gabinete de Estudios de la Comunicación Audiovisual.
- López-Pumarejo, T. (1987). Aproximación a la telenovela: Dallas/Dinastía. Cátedra
- Lopez-Jiménez, J. y Alvarez-Monzoncillo, J. (1999). La producción de ficción en España: un cambio de ciclo. *ZER Revista de Estudios de Comunicación*. 7. 65-87. <https://doi.org/10.1387/zer.17398>
- Martínez Murillo, T.; Pachó Gutiérrez, C; Yudego Manso, M. D. (2021). El documento publicitario en Repsol su conservación y difusión. *Documentación de las ciencias de la información*, 44, 2. págs. 249-260 <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=8019265>
- Mateos Pérez, J. (2009). La información como espectáculo en el nacimiento de la televisión privada española (1990-1994). *Estudios sobre el Mensaje Periodístico* 15, pp. 315-334. <https://repositorio.uchile.cl/handle/2250/123595>
- Morán Rodríguez, C. (2018). La imagen afterpop del escritor: de la televisión a las redes sociales. *Revista Letral*, (20), 39-56. <https://doi.org/10.30827/RL.v0i20.7838>
- Picola-Meix, J. M. y Vilajoana-Alejandre, S. (2025). Retos de la publicidad ante las nuevas formas de consumo televisivo en España. En J. Sierra Sánchez y F. Cabezuolo Lorenzo (Coords.), *Realidades conectadas: medios, cultura y sociedad en la era digital* (pp.43-57). McGraw-Hill. <https://doi.org/10.6035/2174-0992.2018.15.13>
- Quiroga Valle, G. (2022). *Energía y política: una historia del petróleo en España*. Los Libros de la Catarata.
- Repsol (2009). *Memoria Anual 2008-2009*.

Sanchís, G., Maestro, S. y Canós, E. (2014). *I like to play de Sony Playstation® ¿es una ironía crossmedia o transmedia?* Adcomunica, Revista Científica de Estrategias, Tendencias e Innovación en Comunicación, 7, 149-170. <https://doi.org/10.6035/2174-0992.2014.7.9>

Filmografía

- Albacete, A. y Menkes, D. (Directores). (1999). *Sobreviviré* [Película]. Películas Frenéticas; El Paso P.C.; Antena 3 Televisión.
- Almodóvar, P. (Director). (1999). *Todo sobre mi madre* [Película]. El Deseo; Renn Productions; France 2 Cinéma.
- Amenábar, A. (Director). (1996). *Tesis* [Película]. Las Producciones del Escorpión; Sogepaq.
- Arau, A. (Director). (1995). *Un paseo por las nubes* [Película]. Twentieth Century-Fox.
- Armendáriz, M. (Director). (1997). *Secretos del corazón* [Película]. Elías Querejeta Producciones Cinematográficas.
- Balagué, C. (Director). (1993). *Mal de amores* [Película]. Canal+ España; Diafragma P.C.
- Coixet, I. (Directora). (2003). *Mi vida sin mí* [Película]. El Deseo; My Life Productions.
- De la Iglesia, Á. (Director). (1995). *El día de la bestia* [Película]. Sogetel; Iberoamericana Films; Canal+ España.
- Martínez Lázaro, E. (Director). (2002). *El otro lado de la cama* [Película]. Telespan 2000; Telecinco.
- Schnabel, J. (Director). (2000). *Antes que anochezca* [Película]. El Mar Pictures; Grandview Pictures.
- Segura, S. (Director). (2001). *Torrente 2: Misión en Marbella* [Película]. Lola Films.
- Trueba, F. (Director). (1992). *Belle Époque* [Película]. Lolafilms.