



Bienvenido  
José M<sup>a</sup> Barral

BUSCADOR Go!

Buscador de Piezas

Noticias

Top de la semana

Galería

Festivales

Capacitación

Ediciones LatinSpots

Corré la voz

El Clandestino

Bolsa de trabajo

Encuestas

Productos

Prensa

Política de privacidad

Staff



Explore el poder de las imágenes.

gettyimages®

cambiar tamaño

envíele esta nota a un amigo

» Campaña - España

## Tiempo BBDO creó Culos para MTV

**(18/04/06). "Saca tu lado MTV" es el nombre de la nueva campaña de comunicación que Tiempo BBDO ha presentado a MTV España, con el objetivo de reforzar su posicionamiento como prescriptor y experto de todos los estilos musicales.**



La primera campaña, que comenzó el 4 de abril y finalizará el 15 de mayo, se ha presentado bajo el nombre "Culos" y apela a los más jóvenes a dar rienda suelta a su espontaneidad, reclamando su derecho a ser creativos, dinámicos e innovadores y a cuestionarse las normas establecidas.

Tanto Tiempo BBDO Madrid como MTV España han tenido muy presente desde un principio que la campaña de comunicación debía transmitir de manera clara el nuevo concepto "Saca tu lado MTV" y al mismo tiempo reflejar el compromiso de la cadena con la música de calidad que emiten sus programas de franja nocturna como MTV Dance, MTV Base, MTV Rock y MTV2 .

Las gráficas muestran cuatro culos desnudos decorados con las marcas precirugía estética con los nombres de estilos de música de cada uno de los cuatro programas para constatar ante el gran público que MTV España es especialista en estilos de música muy diversos.

Las cuatro piezas presentan cuatro cuerpos de gente normal y sin complejos que encuentran en la música la mejor forma de expresarse.

La nueva campaña está siendo difundida a través del diario Metro, en carteles en Madrid, Barcelona, Bilbao y Valencia, postal free (circuito de tendencias en Madrid y Barcelona), por Internet, gracias a la creación del microsite [www.sacatuladomtv.com](http://www.sacatuladomtv.com), vía mail con un envío a 19.000 personas, y en los canales de televisión: MTV España y Paramount Comedy.

El equipo creativo de la campaña está integrado por Andrés Martínez, director general creativo; Jorge Candeal, director creativo; Carlos Martín, redactor; Gema Guio y Eduardo Rodríguez, directores de arte; María López – Chicheri, directora de cuentas; Marta Martínez Sánchez, supervisora y Borja Prado, ejecutivo.