

## Contracampaña efectiva

La nueva campaña de MTV, creada por Tiempo BBDO, genera casi medio millón de descargas en la red en 72 horas

Para quien piense que la mejor defensa es un buen ataque, la última campaña desarrollada por Tiempo BBDO para el canal temático [MTV](#) es un buen ejemplo. Si el objetivo es generar audiencia hacia el canal musical, conseguir en 72 horas casi medio millón de descargas de un videoclip creado específicamente para esta acción, es una cifra nada desdeñable. Si, además, la campaña ocupa también espacio en las parrillas de otras cadenas de televisión, incluso en los espacios informativos, el resultado parece más que satisfactorio. Y, todo ello, teniendo en cuenta de que ni la asociación, ni el grupo musical, ni la canción que han protagonizado esta acción son reales. Todo es pura publicidad. Laura tiene la culpa.

### Consulta el trabajo en la red

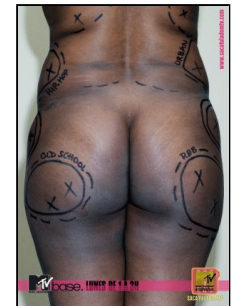
[www.nomiresmtv.com/detector.php](http://www.nomiresmtv.com/detector.php)

[www.sacatuladomtv.com/flash.php](http://www.sacatuladomtv.com/flash.php)

2006



"[Amo a Laura, Ilumina su camino y Ellos me tendieron la mano](#)"



"[Culos](#)"

### Campañas anteriores

"[Embarazada, Moco y Brazo ortopédico](#)" (2005)