



Tiempo BBDO idea la polémica campaña de MTV

CINCO DIAS *Madrid*

La cadena de televisión musical MTV España ha utilizado el humor y la ambigüedad en su última campaña de publicidad, que comenzó el 31 de marzo con unas polémicas fotos de traseros con marcas de rotulador. La campaña ha sido ideada por la agencia Tiempo BBDO.

En las últimas semanas el grupo musical Happiness, apoyado por la asociación Nuevo Re-

nacer por una Juventud Sin Mácula, estrenaba su videoclip *Amo a Laura pero esperaré hasta el matrimonio* y lo difundía a través de los principales sites de descargas en internet. En 72 horas, se convirtió en el vídeo más visto. Contenidos similares se podían encontrar en la web de la asociación www.nomiresmtv.com.

Detrás de estas acciones está MTV España. Con ellas pretende, "en clave de humor", generar

un debate que no deje "indiferente". MTV quiere reforzar su posición e imagen como cadena de música de calidad y de todos los estilos, junto a las series de entretenimiento "más arriesgadas e irreverentes". Además, MTV España ha apostado por internet para relacionarse con el público joven. Todo el material de la campaña está disponible en los enlaces: www.mtv.es y www.sacatuladomtv.com.