



'Amo a Laura' eleva un 50% la audiencia de MTV

La campaña, que costó menos de 100.000 euros, se alargará hasta el verano con novedades

Ana R. Vicente

MADRID. Quien más ama a Laura, sin duda, es MTV España. No es para menos. El canal de televisión musical todavía está con la resaca del éxito: su campaña "Amo a Laura" acaba de recibir el Sol de Platino en el Festival Publicitario Iberoamericano El Sol. Además, desde que se pusiera en marcha hace dos meses, su audiencia se ha incrementado en un 50 por ciento. "Es una cifra impresionante", afirma Raffaele Anecchino, director general de MTV Networks. "Impresionante",

sobre todo si se tiene en cuenta el coste de esta campaña publicitaria: menos de 100.000 euros. "Ha sido una inversión importante para MTV España, pero muy baja si valoramos la enorme visibilidad y la repercusión que ha tenido", cuenta Anecchino. "Lo normal es que una campaña como ésta, y con estos resultados, cueste tres o cuatro millones de euros", añade.

Y el secreto está...

Un puñadito de ironía, otro de novedad, mezclar en Internet, y listo. La producción de "Amo a Laura" ha sido sencilla, aunque muy bien elaborada.

Ideada por la agencia de publicidad Tiempo BBDO, "el éxito de esta campaña se debe gracias a la gente, al boca a boca", afirma el director de MTV Networks. No se ha di-



R. Anecchino, Dir. MTV Networks.

fundido en televisión, sólo en Internet, en periódicos y a través de pequeños vídeos que se han ido pasando de unos móviles a otros.

El resto de las apariciones y menciones de "Amo a Laura" en programas de TV han sorprendido has-

ta al propio canal de música. Pero así lo pedía el público.

De hecho, la audiencia ha sido la responsable de crear todo un movimiento en torno a "Amo a Laura": blogs, foros, tonos, politonos, más de dos millones y medio de descargas de este vídeo en la web *YouTube.com* y más de dos millones de páginas vistas en *Nomiresmtv.com*. Además, las discotecas de toda España ponen esta canción en la versión *mix*, y "la gente ha hecho más de 80 versiones caseras. Hay una que se llama "Amo a Juan", cuenta Anecchino.

Y ahí no termina. La pasión que ha levantado Laura se alargará durante los próximos meses. "Lanzaremos un disco recopilatorio de 'Amo a Laura', junto con otras canciones del verano", adelanta el director de MTV Networks.