



← **Música y estética**
 Una campaña redonda.

SOL DE PLATINO DEL FESTIVAL DE SAN SEBASTIÁN

MTV reinventa el reclamo musical

Éxito de Tiempo BBDO, con gráfica de traseros y música anacrónica.

Miguel Cifuentes

Mostrar traseros feos puede ser un recurso impactante, ligarlo con cirugía musical es el no va a más. ¿Música y cirugía estética? Ni un descerebrado lo ligaría. Inventar una canción de éxito, anacrónica, como *Amo a Laura*, cantada por un grupo inexistente, es el colmo. Las dos cosas las ha hecho Tiempo BBDO para MTV, el canal temático de televisión musical, para ganar audiencia. Con estas rarezas ganó el Sol de Platino del Festival Publicitario de San Sebastián, destinado a premiar una campaña integral.

Lo más impactante, la publicidad gráfica: fotos de posaderas feas marcadas con lápiz de cirujano plástico para ser remodeladas, y un eslogan: "Remodela tu música". ¿Qué se vende? Se vende música en televisión, con fotos de posaderas. Efectivamente, la publicidad gráfica de MTV, antiestética como el *cucu*, vende la nueva programación musical de esta cadena. El

rock te arregla las pistoleras, el heavy metal te reduce la cintura, el disco y tecno te quitan los michelines. ¡Uau! ¡La música te arregla el cuerpo! Funciona. MTV ha incrementado sus espectadores en un 50% a raíz de esta campaña, que lleva dos meses en escena. Su creatividad arrolló en San Sebastián, su música, *Amo a Laura*, rompió moldes. Aquí se borda la creatividad: el tema lo canta un inexistente grupo Happiness, inventado por los creativos del anuncio.

El cielo. La agencia Tiempo BBDO se sale. No se lo cree su director creativo, Andrés Martínez. "Por vez primera se consume publicidad como producto". Taboada, consejero delegado, bota: "Ha sido magnífico". Cuando un anuncio consigue notoriedad él solito, venda lo que venda, es el cielo. "Si encuentra algo mejor... ¡cómprolo!". ¿Se acuerdan? Y esta vez el éxito se ha conseguido... enseñando el trasero. ●