



Imagen del juego a caballo entre lo virtual y real sobre 'El internado'.

La intriga salta de la pantalla

Coca-Cola y la serie 'El internado' ensayan nuevas fórmulas de 'marketing'

NEGOCIOS

Si la serie de televisión *El internado* tiene buenas cifras de audiencia, significa que es un buen escaparate para lucir marca. Lo malo es que los telespectadores —consumidores, en el mundo de la publicidad— suelen cambiar de canal cuando hay una interrupción publicitaria. Por eso cada vez se integran más el *marketing* y los contenidos, y vemos personajes de cualquier programa de ficción exhibiendo marcas y hablando de ellas en sus diálogos de forma más o menos forzada.

Pero Coca-Cola y *El internado* han decidido dar un paso más allá. Los seguidores de la serie tendrán que encontrar en www.dondeestayago.com a un antiguo alumno desaparecido cuando se dirigía a la laguna Negra. Las pistas aparecerán en capítulos de la serie que emite Antena 3, en la comunidad social de Coca-Cola Happiness y en escenarios reales. Con esos indicios se podrá ir desentrañando el misterio a través de Internet de forma sin-



El juego ha sido organizado por Coca Cola y Globomedia y Antena 3.

cronizada. "Las pistas corresponderán al capítulo emitido", explican desde la empresa.

Se trata del primer ARG (*alternate reality game*) que desarrolla una serie en España, un novedoso juego de pistas que utiliza diferentes soportes y que ya ha sido utilizado con gran éxito en producciones norteamericanas como *Perdi-*

*dos o Héroe*s, según cuentan desde la multinacional de refrescos.

El juego empieza con un video que incluye una petición de ayuda por parte de un personaje, Humberto: su amigo Yago Tobias, antiguo alumno del colegio, ha desaparecido cuando se dirigía a la laguna Negra. "La policía no me hace ni ca-

so", explica. "He creado una *web*: allí podrás ayudarme a encontrarle".

Este juego contará con una campaña en medios que durará todo el mes de noviembre y que incluye *spots* de 10 segundos, promociones de 5 y avances de 20, así como cuñas de radio de 10 segundos y publicidad en prensa. ■