

# Cifran en 800 millones el impacto de la cobertura mediática de la visita de los Obama

Gente | 02/08/2010 - 12:31h | Actualizado el 02/08/10 - 02:59h

1 visita

Compartir

Notificar error

Tengo más Información

✉

🖨

A A

Málaga. (EFE).- La **visita** de la primera dama de Estados Unidos, **Michelle Obama**, y su hija **Sasha** esta semana a la **Costa del Sol** tendrá una amplia repercusión informativa en todo el mundo, que ha sido valorada en 800 millones de euros en un estudio elaborado por una agencia de comunicación especializada en turismo.

La información de la presencia de la familia Obama en Andalucía será difundida por 8.010 medios de comunicación y se prevé que sea "enormemente positiva" para el destino, según María Asenjo, la directora general de Oak Power Comunicación, empresa que ha elaborado el estudio.

Se calcula que se harán eco de la visita 660 televisiones, 2.500 periódicos, 2.100 medios digitales, 900 radios, 950 revistas generales y 900 del corazón, según ha informado en un comunicado.

A este respecto, Asenjo ha señalado a Efe que "realmente la repercusión va a ser enorme", más aún si se logran unas buenas imágenes, ya que la cobertura televisiva "dependerá de si se logra tener un marco televisivo adecuado".

El viaje de Michelle Obama convertirá a **Marbella** -municipio próximo a Benahavís- en "estrella y protagonista de la actualidad internacional durante unos días", dado que las vacaciones de la esposa del presidente estadounidense son "una oportunidad única" para la promoción turística de la ciudad y de toda Andalucía, ha explicado Asenjo.

El estudio, que está basado en uno anterior elaborado con motivo de la boda de los Príncipes de Asturias sobre la repercusión turística del enlace para Madrid, calcula que habrá un mínimo de 50.000 impactos informativos en medios de comunicación, a los que habría que añadir las apariciones en internet y libros.

Si se compara con su coste en publicidad, el impacto se situará alrededor de los 800 millones de euros, aunque "la fuerza y el coste" de la repercusión de la información es entre tres y seis veces mayor que la de los anuncios.