

Lady Gaga, un ejemplo de comunicación y marketing "2.0"

Por randal el 24 de mayo de 2014



Una de las artistas del momento, **Lady Gaga**, no sólo está ofreciendo su último disco al mísero **precio de 0.99 dólares** (70 céntimos de euro) a través de Amazon sino que los servidores de éstos estaban teniendo problemas debido a **avalancha de visitas** de usuarios que querían hacerse con él.

En este post pretendo dar algunos datos sobre la presencia de **Lady Gaga** en la red, **su utilización del llamado *marketing 2.0***.

Música en streaming

En 2009 **Poker Face**, la canción que la lanzó definitivamente a la fama, fue la más reproducida mediante *streaming*, llegando en Spotify a superar el millón de reproducciones y convirtiéndose en la **segunda canción más descargada de todos los tiempos**, solo superada por *I Gotta Feeling* de *Black Eyed Peas*, a la que hemos de suponer ya habrá superado con creces.

Lady Gaga nunca ha estado en contra de las nuevas formas de distribución musical, más bien todo lo contrario. Su disco se ha ofrecido a menos de 1 dólar y ha colapsado los servidores de Amazon, muchos afortunados usuarios de **Spotify** han podido disfrutar en primicia, con **varios días de antelación**, del nuevo disco de la artista, *Born This Way*. El disco también ha sido ofrecido de forma anticipada en otros servicios de *streaming*, aunque tal vez no tan grandes como Spotify.

Videos y contenido interactivo

En cuanto a Videos, a finales del año pasado Gaga anunció en Twitter que sus videos *Poker Face*, *Paparazzi*, *Bad Romance* y *Telephone* en YouTube habían **superado los 1000 millones de reproducciones**, una cifra que, de nuevo, ya se ha multiplicado. Todos los videos de Lady Gaga son **lanzados de forma oficial a través de Youtube y VEVO**. Este acuerdo no sólo **beneficia a los usuarios**, que tienen acceso a los videos de manera instantánea, sino que reporta ingresos a la artista, que además gana un buen puñado de fans por cada día que pasa, y a Google por anuncios publicitarios.