

Cine Publicitario: La creatividad española sigue brillando

La publicidad española sigue en forma. En las pasadas ediciones de **El Sol. El Festival Iberoamericano de la Comunicación Publicitaria** y de **Cannes Lions. Festival Internacional de Creatividad**, nuestros profesionales han recibido 224 galardones, superando las marcas de ediciones anteriores.

‘Cuánto. Más allá del dinero’, campaña de MRM/McCann para el Banco Santander protagonizada por Adriana Ugarte, se llevó un Gran Prix en los Cannes Lions.

Durante los últimos años la **creatividad española ha demostrado que se puede medir de cerca con la de otros países**. En dos de los principales certámenes publicitarios España ha vuelto a despuntar con más ‘soles’ y más ‘leones’.

Mostramos en este reportaje algunas de las campañas que han contribuido a que España siga brillando y rugiendo ...

El Sol. Festival Iberoamericano de Comunicación Publicitaria – Bilbao, España, 1 a 3 de junio

De **rompedora** calificó la organización a la **trigésimo segunda edición de este evento**, que contó con más de 1.500 asistentes y que, por primera vez se su historia, celebró el **I Congreso El Sol de la Comunicación Publicitaria**, con la participación de ponentes de prestigio nacional e internacional y de interés para todos los actores del sector. También este año el programa incorporaba talleres y charlas abiertas, que facilitaron el networking y dotaron al festival de más contenidos en los que pudieron participar las distintas profesiones vinculadas a la industria, no limitándose solo al ámbito creativo. 193 agencias inscribieron un total de 2.034 piezas publicitarias, con los que **El Sol se mantiene como referente** de los festivales de habla hispana y portuguesa.

Y aunque se nos se escapase la máxima distinción, el Sol de Platino que marchó a Colombia gracias a la campaña **‘Payphonebank UNE’ desarrollada por Grey para UNE / Teléfonos Públicos en Colombia**, lo cierto es que muchos han sido los **‘soles’ que se han quedado en España: 182, cifra que supera la marca del año pasado**. Los **siete Grandes Premios** conseguidos hablaban por sí solos y, por si fuera poco, de nuevo una agencia española, **Proximity, fue proclamada Agencia del Festival**, manteniendo este título en “manos patrias”.

Argentina fue el país que en esta edición se hizo con el **Gran Premio en TV/Cine**, una de las categorías más valoradas, gracias a la campaña **‘Darín’**, desarrollada por Revolución para la marca Quilmes de AB Inbev. Si el pasado año la creatividad española cosechaba más de la mitad de los premios en los que se segmenta esta sección, podemos afirmar que la creatividad española sigue en forma, consiguiendo 18 soles (tres oros, cinco platas y once bronce) de un total de 34 (incluyendo el Gran Premio).

Leo Burnett vuelve a conquistar premios con su campaña navideña para Loterías del Estado, en esta ocasión con '21 de diciembre'

Así, la campaña '**21 de diciembre. El mayor premio es compartir**' para **Loterías y Apuestas del Estado/Lotería de Navidad**, se llevó uno de los **soles de oro** (además de hacerse con el **premio Anunciante del Año** y llevarse un **Gran Premio** en la categoría de Campaña Integrada). Desarrollada una vez más por Leo Burnett, el spot estaba **dirigido por el cineasta Santiago Zannou**, que repetía en el anuncio de "la lotería", tras el '*Bar Antonio*' de hace dos años. Otro de los **soles de oro** fue para '**Señales**', la campaña diseñada por &Rosàs para Decathlon, en el que la marca recurre a las señales que nuestros seres queridos nos lanzan en el día a día sobre los obsequios que desean para las fechas navideñas. El spot fue producido por The Production y dirigido por Blai Graell.

Siguiendo en Cine/TV, no podía faltar el **tándem McCann España y Campofrío**, que ya se ha convertido en todo un clásico en los premios publicitarios. Bajo el título '**Venganza**', la campaña de McCann España y Campofrío, que se hizo con una plata, estaba destinada al lanzamiento de las nuevas salchichas de la marca a través de un spot que en clave de humor, muestra el desencanto de los niños cuando se sientan a la mesa y ven lo que hay en el plato, y plantea una serie de preguntas a los padres.

El tándem McCann España y Campofrío volvió a recibir premios en los festivales publicitarios, en esta ocasión con 'Venganza'

Los otros seis Grandes Premios fueron para '**La muñeca que eligió conducir**' de **Proximity para Audi**, que también se llevó otros galardones, como un bronce en CTV/Cine (Marketing Promocional y Contenidos de Marca); '**Abogado, Panadero y Diseñador**', de **Publicis España** para la marca **La Primitiva** de la Sociedad Española de Loterías y Apuestas del Estado (Radio); '**Cierra UNICEF**' de **J Walter Thompson para UNICEF** (Medios); '**Operación #PaellaEmoji –Rumbo Japón**' de **La Mujer del Presidente para Arroz La Fallera** (Digital); '**Blind Cap**' de **Cheil Spain para Samsung** (Móvil) y '**Nomad Echographies**' de **VCCP Spain para Windows** de Microsoft (Producción)

Cannes Lions. Festival Internacional de Creatividad –Cannes, Francia, 17 a 24 de junio

Para la 64ª edición del Festival Internacional de Creatividad Cannes Lions, **España**

inscribió un total de 1.223 campañas, saldándose con **1 Grand Prix, 5 oros, 11 platas y 25 bronces, sumando un total de 42 premios**, cantidad que supera con creces la marca de la pasada edición, cuando regresamos de la localidad francesa con 27 'leones'.

'**Cuánto. Más allá del dinero**', de **MRM/McCann para el Banco Santander** fue merecedora de un **Grand Prix** y **dos Platas** en **Entertainment** además de un **Oro en Cine**. Se trata de un thriller de ciencia-ficción **dirigida por Kike Maílló**, protagonizado por la 'almodovariana' Adriana Ugarte y producido por Oxígeno. Hay que destacar que es el sexto Grand Prix que nuestro país consigue en el certamen internacional.

También en Cine nuestro país se llevó un León de **plata** con '**Patria**', de **Vimema Productions para el Salón Erótico de Barcelona**, protagonizado por la famosa actriz y directora porno Amarna Miller, un spot en el que se critica a los hipócritas. Siguiendo en la misma categoría, España logró **tres bronces**, que recayeron en '**21 de diciembre**' del que ya hemos hablado en "Los Soles"; '**No Metro**', de **Shackleton** con producción de Division Q, para promocionar la nueva versión de la **película Cazafantasmas** de Sony Pictures (que también logró una plata y un bronce en Outdoor y una plata en Promo & Activation), y '**La muñeca que eligió conducir**', de Proximity Barcelona para Audi.



El resto de los 'oros' los conquistamos en diversas categorías como Radio ('**GPS, Magic noodles y BBQ**', de Y&R Madrid para Mariskal Rock Radio), Cyber ('**Max Motor Dreams**', de GTB Madrid y Ogilvy Madrid para Ford), Outdoor ('**Librería de orgasmos**', de Proximity Madrid para Bijoux Indiscrets) y Print & Publishing ('**Epidemics, Catastrophe, Deforestation y Education**', de Y&R Madrid para Opel). También hay que destacar que otra de las campañas españolas que también brilló en el prestigioso certamen internacional fue la de '**Journalist**', de The Cyranos/McCann Barcelona para EITB, que totalizó cinco bronces (2 en Creative Data, y uno en las categorías de Promo & Activation, Direct y Product Design).

Nuevo FIAP

El **Festival Iberoamericano de Publicidad (FIAP)** da un giro este año para reconvertirse en **Nuevo FIAP**, que se celebra en **septiembre en la Ciudad de Buenos Aires** y al que se suman FilmSuez, la entidad representante de Cannes Lions en el cono sur, y FiRe

Advertainment, uniendo la publicidad con el entretenimiento y la innovación tecnológica a través de cuatro únicas categorías: F (Formats), I (Innovation), A (Advertising) y P (Production). Cada una de estas categorías tendrá Oros, Platas y Bronces, aunque cambia el concepto de Grand Prix, ya que en lugar de ser elegido por el Jurado surgirá por propio mérito.

Agencias y productoras españolas presentarán en esta nueva edición en la que, posiblemente, se lleve algún premio. Como avance, podemos informar que el español **Risto Mejide**, fundador de Aftershare, **presidirá el jurado de Formatos**; mientras que **Eduardo Arcos**, de Hipertextual, **Beto Nahmad**, de VCCP y **Daniel Solana** de DoubleYou, formarán parte de los **jurados de Innovación, Anuncios y Producción** respectivamente.

En la **anterior edición**, que tuvo lugar en México, nuestro país se saldó con una Copa de Iberoamérica, un Gran Sol de Iberoamérica, 11 oros, 24 platas y 23 bronce, además de 38 certificados de finalista.