



# La integración triunfa en El Sol

TIEMPO BBDO GANA EL SOL DE PLATINO CON MTV Y LOS GRANDES PREMIOS SE REPARTEN ENTRE ARGENTINA (TV, GRÁFICA Y RADIO), BRASIL (INTERNET) Y ESPAÑA (MEDIOS Y MP)



Contrapunto celebra el premio a la agencia del año.

El trabajo desarrollado por Tiempo BBDO para el canal temático MTV, que incluye una campaña y su contracampaña, utiliza diferentes canales para llegar al público objetivo y tiene en el tema musical Amo a Laura su banderín de enganche popular a través de distintos canales, ganó el primer premio de platino que se otorga en El Sol, cuya 21 edición se celebró en San Sebastián del 25 al 28 de mayo. Es la primera vez que el certamen contempla este premio, similar al León de Titanio que se creó en Cannes en 2003 y que, para algunos, puede convertirse en el apartado más importante del festival en cuanto que es reflejo de las nuevas tendencias que exploran anunciantes y agencias. La campaña de Tiempo BBDO obtuvo otros cuatro premios: oro en televisión e internet; bronce en gráfica y el patrocinado por el IAB y, además, se llevó el respaldo del público asistente.

La integración de disciplinas, herramientas y medios que reconoce el Sol de Platino triunfó no sólo con el premio otorgado a esta campaña, sino con el propio desarrollo del festival. La apertura del certamen al marketing directo (que volvía al festival después de una década

de ausencia) y al marketing promocional, que se han sumado este año al resto de secciones, convierte a El Sol en un festival integrador, acorde con los tiempos.

## Palmarés

Los grandes premios se repartieron entre tres países: Argentina, que se llevó los correspondientes a los apartados de cine/televisión, gráfica y radio; Brasil, que consiguió el máximo galardón en la sección interactiva, y España, que ganó el gran premio en medios y en marketing promocional. Mientras, el jurado de marketing directo decidió dejarlo desierto en esta sección.

Los tres grandes premios para Argentina fueron *Aplausos*, el comercial creado por Santo para Coca Cola Light, que ganó en televisión; *Carteles*, de DDB Argentina para VW Golf GTI, en gráfica, y la serie de cuñas *Ducha*, *Gris* y *Conductor de TV*, de Craverolanis para Electric Records, en radio.

DDB Brasil ganó el gran premio en la sección interactiva por *Reality Show*, para Henkel y los dos grandes premios españoles fueron para Media Planning, que lo consiguió en medios con un trabajo para Nike, y Mr. John Sample, que

lo ganó en marketing promocional por *Te pongo un piso*, para Gallina Blanca.

Canal +, Contrapunto, su agencia, y la productora argentina Landia, obtuvieron los premios especiales al anunciante del año, otorgado por la AEAP, y la agencia y la productora del festival (según número y valor de premios recibidos en el certamen), respectivamente.

*Páginas 18 a 26*  
*Editorial en página 6*