



**Argentina se lleva los GP de cine/TV, gráfica y radio**

## 'Amo a Laura', de MTV/Tiempo BBDO, primer Sol de platino en San Sebastián

*Amo a Laura* consiguió el primer Sol de platino, que reconoce la mejor campaña integral, de El Sol, Festival Publicitario Iberoamericano, celebrado los pasados 25, 26 y 27 de mayo en San Sebastián. La decisión de conceder este galardón a la campaña de Tiempo BBDO para MTV España fue unánimemente aplaudida por los delegados asistentes al certamen creativo donostiarra.

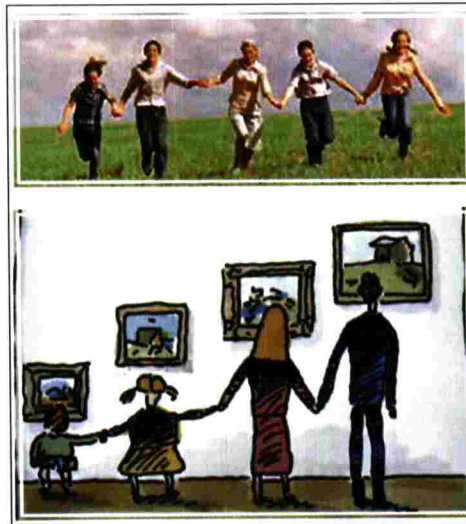
Más allá de este gran premio (GP) de platino, Argentina volvió a ser protagonista destacado en esta edición de El Sol, donde sus trabajos elevaron considerablemente el nivel medio del festival, al conseguir sus agencias los GP de cine/televisión (*Aplausos/Coca-Cola Light/Santo*), de gráfica (*Carteles/Volkswagen Golf GTI/DDB*) y de radio (*Ducha, Gris y Conductor/Eclectic Records/Craverolanis*).

El GP de soportes interactivos, categoría que crece cualitativamente año tras año, se lo llevó DDB Brasil con la pieza *Reality Show*, creada para Henkel. Por su parte, el GP de planificación de medios fue para *Nike Total Brand*, de Media Planning para Nike.

Respecto a las dos nuevas categorías a concurso, mientras que el GP de marketing promocional lo consiguió *Te pongo un piso*, de Mr. John Sample para Gallina Blanca, el de marketing directo se declaró desierto.

Contrapunto confirmó lo anunciado en las últimas ediciones de El Sol y recibió el premio a la agencia del festival. El premio al anunciante del año recayó en Canal+.

El premio de la prensa en cine/TV lo consiguió *Tiburón*, de Vitruvio Leo Burnett para el Festival de Cinema Fantástico de Catalunya, Sitges 2005, y el de gráfica fue



Piezas de *Amo a Laura*, primer Sol de platino.

para *Vaca, Piedras, Árbol y Camión*, piezas creadas por Contrapunto para Smart.

En cuanto a los premios especiales, el premio JCDecaux a la publicidad exterior fue para Bassat Ogilvy/Motorola; el premio Novomedia a la creatividad en diarios lo obtuvo *Volver a nacer*, de TBWA España para la DGT; el premio *El País* al mejor uso de diarios se lo llevó *Anunciante exclusivo*, de Universal McCann para Acciona, y el premio IAB a la mejor publicidad en línea en el *mix* de medios lo consiguió *Saca tu lado MTV*, de Tiempo BBDO para MTV España.

La ceremonia de entrega de premios, para la que se reconvirtió el escenario del Kursaal en una playa, fue conducida por Eva Hache, apoyada más tarde por Fernando Tejero, en lo que supuso todo un acierto de la organización. ■