



Santiago Moro y Jo Linten, de Estudios Moro y Movierecord, respectivamente, con los trofeos obtenidos en esta competición internacional, ante la mirada del doctor Dario Roma, presidente del Ente Provinciale Turismo, organismo italiano

# TRIUNFO ESPAÑOL EN VENEZIA

**8 películas,  
6 premios**

José Luis Moro, el dibujante español cuyas películas han triunfado en Venecia. Dos de ellas, «Galerías» y «Salud, dinero y más arroz», consiguieron dos primeros premios en sus correspondientes categorías



**nuestro cine  
publicitario a la  
cabeza de la  
producción  
universal**

UNA vez más se ha celebrado el Festival Internacional del Film publicitario. Y de nuevo, España ha obtenido galardones importantes; en esta ocasión, incluso se han superado las victorias de años anteriores: de ocho películas presentadas, seis han obtenido premio, además de lograr la Copa de Venecia, ofrecida por la Azienda Autonoma Soggiorno e Turismo, y que se destina al productor a quien el Jurado haya concedido una puntuación media más elevada, siempre que el número de películas inscritas, en el mismo, en el grupo Cine sea superior a seis. El solo hecho de haber obtenido tan copiosa cantidad de premios justifica que en nuestras páginas nos ocupemos del triunfo obtenido por el cine publicitario español; pero es que además se da la circunstancia de que, si competiciones anteriores no hubieran bastado para hacérsenos pensar, este año se confirma el alto grado de calidad que este tipo de cine ha alcanzado en España. Tuvimos ocasión de ver una proyección de las películas que Movierecord enviaba al Festival, y sinceramente no nos ha extrañado la decisión del Jurado veneciano. El primer premio en la categoría 9.ª, cinemascopio, de 13 a 110 metros, lo obtuvo «Disipa la tristeza», para champán Freixenet. Para nosotros, es éste uno de los mejores films de la selección: la originalidad del dibujo se complementa con el hallazgo de una serie de «gags» que, si publicitariamente no cabe duda que causarán su impacto, desde un punto de vista humorístico son inmejorables. «Galería», para Potax, realizada por José Luis Moro, categoría 4.ª, dibujos animados de 13 a 30 metros, está construida a partir de la reiteración de un «gag»: la obsesión de un individuo ante cuya mirada figu-



De izquierda a derecha: Mr. Peter Taylor, director del Festival del Film Publicitario; don Francisco García Buescas, del Jurado, y don Jo Linten, consejero delegado de Movierecord

Llegada triunfal a Madrid. Jo Linten muestra la Copa de Venecia, el galardón concedido a aquel país participante, cuyo promedio de calidad fuese más alto: un nuevo gran triunfo

ras famosas de la pintura se convierten en succulentos pollos... Consiguió el primer premio de esta categoría. También el primero, en la categoría 5.ª de dibujos animados de 30 a 55 metros, al film «Salud, dinero y más arroz», realizada también por José Luis Moro. La idea se basa sobre la repetición de una cancioncilla que entona un grupo de niños que periódicamente atraviesan la pantalla. Un segundo premio, en la categoría 2.ª, de imagen real para films de 30 a 55 metros, lo consiguió «Sueños», para Nescafé. Un individuo trata inútilmente de permanecer despierto; al dar las cabezadas y quedarse dormido ante la mesa de trabajo, sobre el óvalo de su cráneo van apareciendo sucesivamente diversas imágenes —un partido de fútbol, una corrida de toros, una chica en bañador— que no consiguen reanimarle. Por fin, la presencia de una taza de café humeante le hace despertarse por completo y preparar una taza del producto anunciado. La gracia del film consiste en la interpretación del protagonista, dotado de un rostro sumamente expresivo; hay un «gag» sensacional: después de saboreado el café el individuo se introduce la taza en la boca para lamerla entera... Movierecord obtuvo además dos diplomas: uno a la película titulada «Strip-Street» para Cerveza San Miguel, de imagen real, se podría definir como un film de suspense-sexy-cómico. El otro diploma fue para «Ritmo Martini»: sincronización, imagen, música; no de excesiva originalidad, pero de indudable eficacia.

Estas han sido las películas y estos han sido los premios. En el terreno del cine publicitario, Movierecord ha conseguido para España lo que el «cine comercial» no ha logrado aún: destacar año tras año en los festivales internacionales y situar a este tipo de cine a la cabeza de la producción internacional.

JESUS G. DE DUEÑAS

