

OTRO TRIUNFO EXCEPCIONAL DE ESPAÑA EN EL

MOVIERECORD-MORO OBTIENE EN CANNES LA PALMA DE ORO



«Embajador de España»



«Para las personas de buen gusto»



«Relentis»

NO hace muchos años, un comentarista afirmaba que lo más importante del cine español eran sus films publicitarios... Si juzgamos por el reconocimiento del público o por los éxitos de los certámenes internacionales, nada más exacto. En el X Festival Internacional de Cine Publicitario, que acaba de celebrarse en Cannes del 17 al 22 de junio, España ha obtenido la Palma de Oro como premio a la mejor producción de representación nacional.

Esta es la noticia. Resultaría obvio subrayar su trascendencia, su repercusión en el mundo del cine y, a la vez, su carácter de rotunda confirmación de un prestigio ya contrastado el año anterior en Venecia; a este respecto no hace falta recordar que en el Festival celebrado en Venecia en 1962 también correspondió a España la Gran Copa. En consecuencia, es la primera vez que un mismo país alcanza por segundo año consecutivo el Gran Premio del Festival Internacional de Cine Publicitario. Movierecord-Moro ha logrado, pues, para España nuevamente la más preciada recompensa en una especialidad en que compiten, con ejemplos de singular valor artístico, las cinematografías nacionales más sobresalientes.

Una prueba contundente de la importancia de este nuevo éxito del cine publicitario español nos la proporciona, sin más, un superficial examen de la envergadura y la calidad del certamen: en efecto, optaron al gran premio mil cien películas, realizadas por 170 productoras que representaban a 22 países. España se impuso firmemente sobre este conjunto de films, fiel exponente del mejor cine publicitario del mundo, reafirmando así su primer puesto sobre la sólida base de una calidad excepcional.

En la sesión de gala con que fue clausurado el certamen, la Palma de Oro fue entregada por el alcalde de Cannes, M. Cornut-Gentille, al director general de Cinematografía y Teatro, señor García Escudero, a quien acompañaban don Jo Linten, director de Movierecord, y don Santiago Moro, director de Estudios Moro.

Además de la Palma de Oro, el Jurado ha concedido los siguientes premios a películas españolas de Estudios Moro-Movierecord:



«¿Y del pomelo, qué?»

FESTIVAL INTERNACIONAL DE CINE PUBLICITARIO



Don José María García Escudero, director general de Cinematografía, acompañado de los señores don Jo Linten y don Santiago Moro, recibe de manos del alcalde de Cannes, M. Cornut-Gentile, la Palma de Oro, Gran Premio del X Festival Internacional de Cine Publicitario, que ha constituido un rotundo triunfo del cine español.



«Grúa»

Primer Premio en la categoría de Objetos Animados, a la película titulada «Embajador de España», por encargo de Publicidad Rasgo, para González Byass.

Segundo premio de Imagen Real —categoría de 26 a 40 metros— a la película «Para las personas de buen gusto», por encargo de Publicidad Ruescas, para Winston.

Diploma de Imagen Real —categoría de 13 a 25 metros— a la película «Batenti», para Schweppes.

Diploma de Dibujos Animados —categoría de 26 a 40 metros—, a la película «¿Y del pomelo, qué?», para Zumos Vida.

Diploma de efectos especiales a la película «Grúa», para Martini Rossi. El año 1963 ha vuelto a reunir a todos los representantes del cine publicitario mundial. Y Cannes ha sido el escenario en el que ha tenido lugar el triunfo indiscutible de Moro-Movieracord para el cine publicitario español. Un éxito que, como decíamos, no ha alcanzado hasta el momento ningún otro país y que, en definitiva, añade un singular prestigio en el mundo al cine español.