

OTRO EXITO EXTRAORDINARIO DEL CINE PUBLICITARIO ESPAÑOL

MOVIERECORD-MORO OBTIENE LA COPA DE VENEZIA 1964



José Luis Moro, director artístico de los Estudios que llevan su nombre, exhibe la copa conseguida en Venecia y que acredita a España el haber presentado la mejor selección mundial. Tres diplomas, un segundo premio y un primer premio han sido los premios para los films de Movierecord-Moro.

EL triunfo obtenido por la selección Movierecord-Moro en el reciente Festival de Venecia acredita una vez más la calidad y madurez conseguidas por el cine publicitario español en los últimos años. Una calidad y una madurez que han encontrado el refrendo de tres premios consecutivos, a lo largo de otros tantos Festivales Internacionales —Venecia 1962, Cannes 1963 y Venecia 1964— referidos a la mejor producción mundial.

Es interesante anotar que, pese a la gran acogida dispensada por el público a las películas publicitarias de Estudios Moro, no puede hablarse de un encasillamiento en un determinado género o estilo y que ha podido apreciarse una sensible evolución tanto en el trazado de dibujo como en los sistemas de animación. Los ejemplos que nos proporcionan los films premiados en esta ocasión son suficientemente elocuentes. Poco a poco se va consiguiendo introducir en nuestro país el criterio de la publicidad indirecta, lo cual permite al realizador del film publicitario una mayor invención y, en consecuencia, óptimos resultados. Con estos nuevos criterios tanto estéticos como publicitarios, el realizador es libre de dar rienda suelta a su imaginación y, en definitiva, se consi-

El representante oficial de la ciudad de Venecia entrega la copa a la mejor producción a don Jo Linten, director de Movierecord y a don Santiago Moro, director gerente de los conocidos estudios de cine.





Bajo estas líneas, un aspecto de la cena ofrecida por Sawa, en Venecia, a los miembros de su consejo ejecutivo y señores pertenecientes al Jurado del Festival. Arriba, la presidencia de la mesa en la fiesta hispano-portuguesa ofrecida por el señor Linten en la sala de las columnas del Palacio C  Giustinian.



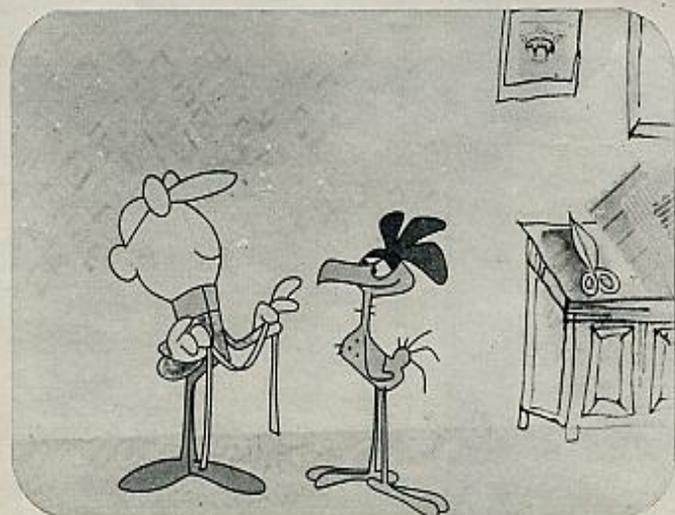
que siempre un impacto publicitario mucho más efectivo.

La película «Manos llenas», Primer Premio de su categoría, es, posiblemente, la más audaz en cuanto a planteamientos nuevos publicitarios y originalidad en el dibujo y realización de todas las películas presentadas. Pero si en el cine de animación se ha conseguido una mayor estilización, una simplificación de los medios expresivos, en el cine de imagen real se ha logrado también evolucionar muy favorablemente. «Ahora», para cigarrillos Camel, y «Encuesta», para Danone, son films que abren grandes perspectivas para el cine publicitario de imagen real que, hasta el momento, parecía menos apto para impactos cómicos. Se ha demostrado que con la imagen real pueden conseguirse efectos estupendos. «Ahora» se beneficia de un «gag» que podríamos llamar del subconsciente, y «Encuesta» tiene el aire de una pequeña comedia americana. En cuanto a los restantes films de animación, se encuentran en una línea tradicional los titulados «Edificación» y «Prueba», aunque este último introduce ya un tipo de dibujo muy nuevo. «Doble» es un film absolutamente delicioso: con unos personajes que recuerdan algo a los de «Un unicornio en el jardín», de Stephen Bosustow, se ha conseguido mantener un ritmo de invención continua en la que todos los elementos est n en juego a su máximo rendimiento.

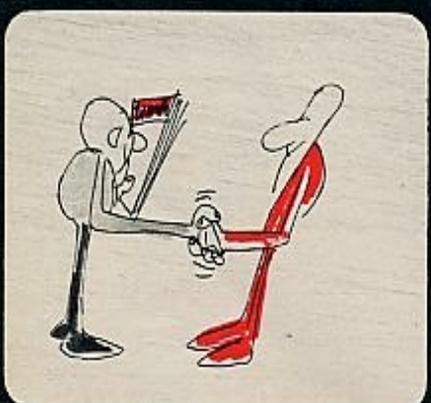
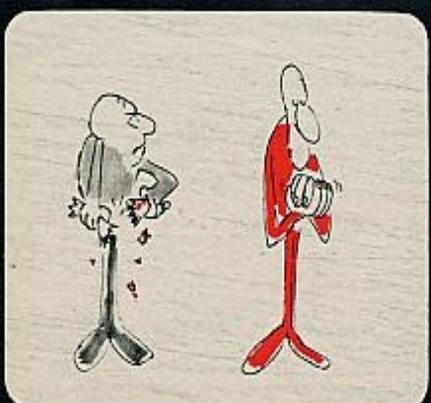
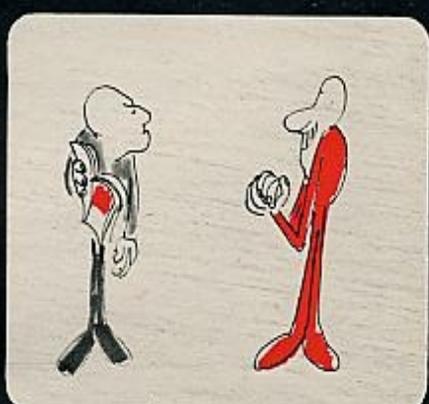
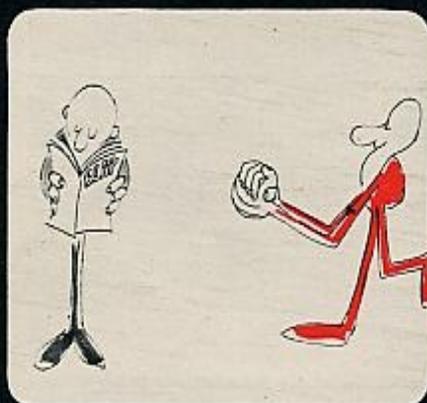
Para terminar, rese emos los galardones obtenidos. Tres Diplomas correspondientes a los títulos «Ahora», «Encuesta» y «Doble». Un Segundo Premio para «Prueba». Y el Primer Premio para «Manos llenas». Como ya se ha dicho, la selección española obtuvo la Copa de Venecia destinada a premiar la mejor producción mundial.

(Fotos AUMENTE)

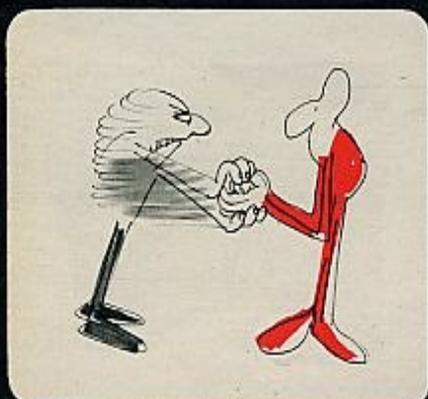
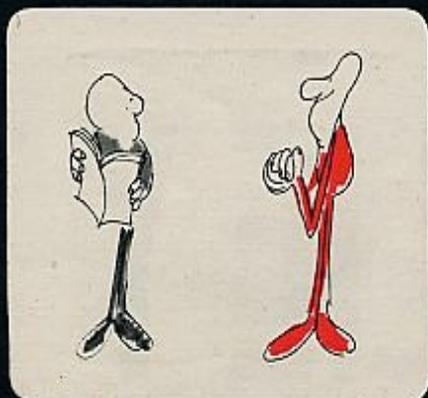
Dos películas publicitarias de las enviadas a Venecia: la de la izquierda, «Prueba», obtuvo un segundo premio. La de la derecha, «Ahora», consiguió un diploma.



"MANOS LL



ENAS"



EL FILM QUE ANUNCIA "TRIUNFO", VENCEDOR EN VENEZIA

LOGICAMENTE debemos estar satisfechos del triunfo de las películas publicitarias españolas en el reciente Festival de Venecia. Y ello por dos razones: en primer lugar, porque el cine publicitario nacional ha sido considerado por tercera vez consecutiva como el mejor del mundo por un prestigioso Jurado internacional, y en segundo lugar, porque la película que en esta ocasión ha obtenido el primer premio de su categoría, la titulada «Manos llenas», anuncia nuestra publicación, anuncia TRIUNFO.

Pero es que, además, se trata de un film de rara y extraordinaria calidad. A lo largo de los años, los films publicitarios de Estudios Moro han ido sufriendo una evolución; pero la producción de este año denota un grado de madurez y modernidad realmente excepcionales.

El film que nos ocupa, «Manos llenas», se encuentra en la línea del mejor dibujo actual. Nos encontramos muy lejos del film publicitario al uso, machaconamente insistente, reiterativo en su mensaje comercial, cargante y, en definitiva, antipublicitario. «Manos llenas» es un film montado sobre varios «gags» de fulminante impacto y construido sobre la base de un dibujo de trazado rápido, preciso, enormemente sugestivo. La estricta publicidad se hace esperar, llega un momento en que el espectador «desea» saber qué es lo que se anuncia, y en ese momento justo es cuando el film da su respuesta en forma de un fogonazo, suficiente, sin embargo, para poder retener el nombre del producto que, en este caso, es TRIUNFO. En ese momento justo: aquí reside el secreto del éxito, de la singular perfección de este film publicitario. Todo está calculado, estudiado, controlado: el film va derecho a su destinatario y consigue su objetivo..., además de haber divertido al espectador y sin renunciar a una exigencia estética. Tal es el film que ha obtenido el Primer Premio en el Certamen de Venecia 1964.

«Manos llenas», film publicitario al servicio de TRIUNFO, ha obtenido el primer premio de su categoría en el reciente Festival de Venecia. Como puede apreciarse se trata de un dibujo de trazo original y modernísimo. La brevedad del metraje no impide la invención constante y el despliegue de ideas felices hasta llegar al mensaje final, de impacto automático. Con un exigente criterio estético se ha logrado a la perfección el objetivo previsto.