

TELEVISIÓN Y MÁS

RADIO | INTERNET | VIDEOJUEGOS



AVILÉS. Ana Rosa Migoya entrega en la Casa de Cultura el Gran Premio de CREAsturias 2009 a representantes de la agencia de publicidad Bitácora. / MARIETA

Los publicistas asturianos demandan un mayor compromiso de las empresas

La Asociación de Agencias de Publicidad de Asturias reivindica en la gala de premios su papel de interlocutores con la sociedad

ALBERTO SANTOS AVILÉS

Las agencias de publicidad de Asturias reivindicaron ayer en Avilés en la entrega de los premios CREAsturias 2009 un mayor reco-

nocimiento a su papel como interlocutores de las empresas con la sociedad asturiana. Félix Caso, presidente de la Asociación de Agencias de Publicidad de Asturias destacó en la gala de entrega

de la primera edición de los premios el valor de las ideas y el trabajo de los publicistas asturianos. «Dentro de Asturias nos sobra capacidad y solvencia para dar respuesta a las necesidades de comunicación de todos los sectores: industria, empresa, servicios, cultura, identidad, valores... Hemos visto cómo otras comunidades han apostado por este modelo y cómo ello ha revalorizado su imagen y su generación de valor». Se-

gún Caso, en Asturias, el Gobierno del Principado «ha entendido esta demanda y está apostando decididamente por los profesionales de aquí, de quienes tenemos que sentirnos orgullosos. Nos gustaría que otros interlocutores, como los propios empresarios asturianos, nos mirasen del mismo

modo». En ese contexto, las líneas de futuro pasan para los publicistas asturianos por «el rigor y la excelencia creativa, concibiendo estrategias de comunicación que seduzcan y atraigan al consumidor, inventando nuevos formatos, utilizando nuevos canales, que multipliquen el poder de penetración, consiguiendo así la comunicación más efectiva, atractiva y sugerente».

El mensaje reivindicativo y autocrítico abrió una gala celebrada en la Casa de Cultura de Avilés, en la que las campañas institucionales, en especial la promoción tu-

El sabor de Asturias tiene premio

A. S. AVILÉS

«Queríamos representar actividades como levantarse, desayunar, darse un baño..., como momentos íntimos que uno hace en casa en su tiempo libre. De ahí la relación con saborear todo lo que tenemos a nuestro alcance en Asturias y que podemos visitar los fines de semana o los puentes fes-

tivos». Así explicó ayer a este periódico, Javier Sáez de Adana, director creativo y ejecutivo de Bitácora, la puesta en marcha de la campaña de la Sociedad Regional de Turismo del Principado 'Saboreando Asturias', galardonada ayer en Avilés con el Gran Premio de la CREAsturias 2009. El espíritu de promover el turismo regional interior se vio refor-

zado con la colaboración de deportistas de élite asturianos, como Jana Smidakova, Rosa Fernández, Alberto Hevia, Manuel Busto y Javi Villa.

Este premio significa, según Sáez de Adana, «que en Asturias podemos hacer bien las cosas, pero también podemos trabajar con garantías para otras comunidades autónomas».



CAMPAÑA. Rosa Fernández se da un baño en Avilés. / E. C.

BollywoodLand
¡La más fascinante superproducción jamás contada!

Más información en: www.bollywoodland.es

COPE ASTURIAS
PRESENTA

DEL 21 AL 24 DE MAYO - TEATRO CAMPOAMOR - OVIEDO

Jueves 21 de mayo 20:30h
Viernes 22 de mayo 20:30h

Sábado 23 de mayo 19:00 h / 22:00h
Domingo 24 de mayo 19:00 h

VENTA DE ENTRADAS:
Taquillas del Teatro Campoamor • www.tiquexpress.com • 902 106 601

Love 4ever dies

"Música en directo más de 100 trajes originales de la India, la puesta en escena más vanguardista."

PREMIADOS

I Premios de la Publicidad Asturiana CREAsturias

- **Audiovisual:** Agencia: Bitácora. Anunciante: Sociedad Regional de Turismo del Principado. Anuncio: spot 'Turismo Regional del Principado'.
- **Gráfica (prensa y revistas):** Agencia: Bitácora. Anunciante: Sociedad Regional de Turismo del Principado. Campaña: 'Saboreando Asturias'.
- **Gráfica (exterior):** Agencia: BSB Comunicación. Anunciante: Multi Development. Campaña Street Marketing: 'Manifestación de maniqués'.
- **Radio:** Agencia: Isertia. Anunciante: Ayuntamiento de Gijón. Cuñas: 'Sin auto más móvil' y 'El nunca lo haría'.
- **Soportes interactivos. Multimedia:** Agencia: Isertia. Anunciante: Izquierda Unida de Asturias. Campaña: 'Boborolo'.
- **Editorial:** Agencia: Arrontes y Barrera. Campaña: la autopromoción de la Caja de Puros 'Boite Exquise'.
- **Gran premio:** Agencia: Bitácora. Anunciante: Sociedad Regional de Turismo de Asturias. Campaña: 'Saboreando Asturias'.

Bitácora e Isertia copan el palmarés de la primera edición de CREAsturias

rística del Principado, se llevaron los principales premios. En concreto, 'Saboreando Asturias', de la agencia Bitácora, copó buena parte del palmarés, además de ganar el 'Gran premio' del jurado compuesto por destacados profesionales del sector en España. Dos cuñas en radio del Ayuntamiento de Gijón y la campaña de Izquierda Unida 'Boborolo', de Isertia, reforzaron el protagonismo de los anuncios institucionales.

La gala, más teatral que visual en su puesta en escena, también homenajeó a dos de los fundadores de la asociación, fallecidos en 2008: José Rafael 'Pipo' Fernández, director de Brun Publicidad, y Fernando Zuazua, director de Setentrión.

Ana Rosa Migoya, consejera de Administraciones Públicas y portavoz del Gobierno del Principado, cerró el acto con el mismo mensaje que el presidente de los publicistas asturianos. «No sabéis lo que me cuesta en la política defender la inversión en publicidad en tiempos de crisis», aseguró.

El palmarés de esta primera edición de CREAsturias otorgó los principales premios para la promoción turística de Asturias, lo que aprovechó Migoya para recordar su apoyo al sector y defender el valor de la publicidad para salir adelante en tiempos de crisis. Su mensaje fue compartido instantes antes por Ana Concejo, quien representó al Ayuntamiento de Avilés como edil de Hacienda.

ANIVERSARIO

Radio 5 celebra 15 años de información

La emisora de información continua de RNE, Radio 5 Todo Noticias, cumple hoy quince años, aniversario que coincide con su renovación en internet porque, a partir de la próxima semana, se podrá ver y escuchar la información en la red el hoy y el ayer de esta cadena radiofónica.

INTERNET

Condena de cárcel para The Pirate Bay

Cuatro responsables de The Pirate Bay, uno de los principales portales de descargas de internet, han sido condenados a un año de cárcel por complicidad en la violación de los derechos de autor, una victoria simbólica para la industria discográfica, cinematográfica y del videojuego.

AUDIENCIAS

Programas más vistos del jueves

CANAL	PROGRAMA	ESPECTADORES	CUOTA
La 1	'Águila Roja'	4.768.000	25.4
Tele 5	'Supervivientes'	3.134.000	20.7
La 1	'Telediario 1'	3.109.000	22.6
Tele 5	'Informativos T-5'	2.882.000	19.6

Así van las audiencias

La 1	16.5%
Antena 3	15.4%
Tele 5	14.4%

SUBE

SIN RASTRO Antena 3 ha decidido estrenar nuevos episodios de 'Sin rastro', una serie muy notable que, sin embargo, últimamente había perdido el favor de la audiencia.

BAJA

CUESTIÓN DE SEXO Viendo la tenacidad con que Cuatro mantiene en antena esta serie a pesar de sus malos resultados, cualquiera diría que es programación de servicio público. Esta semana bajaba a un 7% de 'share'.

CRÍTICA DE TV

ROSA BELMONTE

PLACER CULPABLE

Blake Lively, una de las protagonistas de 'Gossip Girl', tuvo el cuajo de decir hace unos meses que la serie se podía ver sin sonido y aun así disfrutarla.

Tal es la confianza de la rubia en su palmito y, sobre todo, en los trapitos que tanto ella como sus compañeros de reparto lucen en el continuo pase de modelos y de tendencias actuales que es 'Gossip Girl' (una especie de 'The Sartorialist', el prestigioso blog de moda de la calle, pero con personajes animados).

'Gossip Girl', que Cuatro estrenó el jueves en 'prime time' (antes había pasado, en versión original, por AXN y hace poco ha empezado a emitirla Cosmopolitan), es una serie de género. Del género tonto.

Y también del género de adolescentes. Pijos, muy pijos. Y ricos, muy ricos. Lugar, Nueva York. Barrio, el Upper East Side. Las chicas, con su colegio privado; los chicos con el suyo.

Nada de mezclarse en un suicio instituto. Se mezclan en fastuosas fiestas, en hoteles de lujo, en casas redobleras o en los Hamptons si hay que salir de la ciudad.

Creada por Josh Schwartz (que venía de 'The OC': pijos ricos en California), la promoción de la serie ha jugado con lo inapropiado de las tramas,

resaltando las críticas que la calificaban como «la pesadilla de todos los padres». Drogas, sexo, picores, bulimia Agitados y mezclados entre niños que no han alcanzado la mayoría de edad pero juegan a ser adultos.

Unas vidas narradas por la omnisciente 'gossip girl' ('la reina cotilla' en la espantosa traducción española). Nadie sabe quién es, pero ella sí que sabe con quién se acuesta cada uno y qué se meten (o qué echan). Aunque también se ven adultos (la estupenda Kelly Rutherford), no dejan de ser secundarios.

Es una serie de amor y lujo sin vejesterios. De las que hacen mucho ruido y tienen pocas nueces (pero de Macadamia). De las que enganchan aunque sea una birria (eso sí, anda unos listones más arriba que 'The OC' o 'One Tree Hill', más simplonas y previsibles). Si tuviera que elegir la mejor serie de adolescentes quizá nombraría 'Es mi vida'. Pero en estos tiempos resultaría deprimente y gafapastosa.

'Gossip Girl' es más divertida. Un placer culpable que se puede disfrutar sin sonido, como dice Blake Lively. Aunque así nos perderíamos la música, que selecciona la misma que lo hace en 'Anatomía de Grey'.

desayunos con historia

18 VA 24
VISTA ALEGRE
PORTUGAL

Si has reservado tu bandeja, a partir del lunes puedes recogerla en tu quiosco.

MARTES, 21
TAZA MUG
por sólo 1,50€
+ cupón del lunes, 20 y cupón del martes, 21

EL COMERCIO le ofrece la oportunidad única de conseguir este exclusivo juego de desayuno de 30 piezas, compuesto por 6 tazas de desayuno, 6 platos de tazas de desayuno, 6 tazas mug, 6 platos para tostadas y 6 platos para mermelada de la prestigiosa fábrica portuguesa de porcelana Vista Alegre.

EL COMERCIO

Promoción válida hasta fin de existencias.