elpublicista.com

Lunes, 13 de Diciembre de 2010

# Entregados los premios de Cartelismo Publicitario Francisco Mantecón

## El artista alemán, Sebastian Büsching se lleva el primer premio

El artista berlinés Sebastían Büsching ha ganado el primer premio del 9º Concurso Internacional de Cartelismo Publicitario Francisco Mantecón, 10.000 euros y además, su cartel será la imagen de Bodegas Terras Gauda, bodega que convoca el concurso, en colaboración con la Autoridad Portuaria de Vigo. El primer accésit Fundación Puerto de Vigo ha recaído en la diseñadora Rafaella Troiero (Italia); el segundo accésit lo firma Diana Celeste Santos (Portugal) y la Mención Especial, el estudio Inikernet Solutions (San Sebastián). Cada uno de estos premios está dotado con 2.000 euros.

En esta convocatoria, Bodegas Terras Gaudas ha incrementado la participación de artistas respecto a las últimas cinco ediciones, y ha recibido obras de 58 países, las cuales han sido expuestas por primera vez y durante un mes en la Estación Marítima. Ha destacado la presencia de artistas de Italia (219), así como de diseñadores de Alemania, Lituania, Austria, Francia, Irlanda, Polonia, Australia, Rusia, Suiza, Isla Mauricio, Sudáfrica, Portugal y España de donde se han recibido 745 obras. Canadá, USA, Brasil, México, Uruguay y Argentina son los países de América con mayor número de carteles en el concurso, en el que cabe resaltar la presencia de numerosos artistas asiáticos. La elevada participación de artistas de los cinco continentes confirma el prestigio alcanzado por el certamen a nivel internacional gracias, entre otros factores, al respaldo de la Asociación Latinoamericana de Diseño ALADI, que este año concedió el Sello de Respaldo Institucional ALADI al certamen, y gracias también a su difusión por parte de organismos de prestigio como el Design Council del Reino Unido, la Israeli Ilustrations Association o el Design Austria. Así, se ha logrado que 225 páginas web, blogs de diseño gráfico, revistas especializadas y prensa general de 40 países hayan dado cobertura al certamen, mientras que las redes sociales han servido de nexo de unión entre artistas gráficos, estudios de diseño, escuelas de arte, comunidades gráficas y revistas especializadas.