



Anuncios y entrevistas dedicadas durante la campaña a Mikel Zabalza, Bárbara y Lara González, Pablo Hermoso de Mendoza y David Beriáin. DN



Javier Manzanos. ARCHIVO

El Centro Huarte tendrá nuevo director en 2011

• Javier Manzanos, autor del Plan Director que se aprobó ayer, renuncia como patrono y no descarta optar a la dirección

DN Pamplona

El patronato de la Fundación Centro Arte Contemporáneo de Huarte aprobó ayer iniciar el proceso de elección de la dirección del Centro Huarte y elaborar las bases de una convocatoria pública. Estas bases se redactarán de acuerdo con los criterios de Buenas Prácticas de contratación, tal y como establece el documento de *Objetivos y líneas de actuación* aprobado en esta misma sesión.

Entre las directrices aprobadas por el patronato para la redacción de dichas bases se tendrá en cuenta la experiencia en la gestión de proyectos culturales de arte contemporáneo y el conocimiento de la realidad del arte actual. Las candidaturas deberán presentar un curriculum en el que demuestren sus méritos y un proyecto de gestión del Centro.

En la reunión celebrada ayer en el Centro Huarte, el patronato aprobó el documento que marcará las líneas directrices del Centro. Su autor, Javier Manzanos, presentó ayer su renuncia como patrono y no descarta presentarse como candidato a la dirección.

Creación contemporánea

El Centro Huarte tiene como propósito "fomentar la creación contemporánea". Su horizonte temporal queda definido desde la década de los años setenta del siglo XX hasta nuestros días. Su ámbito de actuación se abre a la creación contemporánea en un sentido amplio y multidisciplinar: "La creación contemporánea desde las artes plásticas a las audiovisuales, prestando atención a las nuevas tecnologías y con una mirada integradora hacia las expresiones más actuales y experimentales de los diversos lenguajes creativos: artes escénicas, musicales, cinematográficas, literarias, artes aplicadas..."

Premio para la campaña 'Mi mundo' de Diario de Navarra, obra de Gap's

La campaña ha ganado el GENIO de Vocento como mejor uso creativo en prensa

A través de 'Mi mundo', personajes reconocidos vinculaban sus vidas con Diario de Navarra

MARCOS SÁNCHEZ
Pamplona

La campaña 'Mi mundo', en la que personajes reconocidos de la sociedad navarra mostraban cuáles eran los componentes indispensables de su vida, su mundo, y cómo Diario de Navarra formaba parte de ellos, ha resultado galardonada en la cuarta edición de los premios GENIO de Vocento al Mejor Uso Creativo de los Medios. La campaña fue creada por la agencia navarra Gap's, que además del conseguido con 'Mi mundo', ganó otro premio por sus campañas de sensibilización sobre el consumo de drogas y alcohol para el Ayuntamiento de Pamplona.

'Mi mundo' ha sido premiada en la categoría de prensa. La campaña se desarrolló en dos fases: la primera, entre octubre y noviembre de 2009 y la segunda, entre mayo y junio del presente año.

La fase inicial fue protagonizada por el cocinero Koldo Rodeiro, la jugadora del Itxako de balonmano Andrea Barnó, el pintor Iñaki Lazkoz, la diseñadora Karlota Laspalas y el árbitro internacional de fútbol Alberto Undiano Mallenco. Los cinco, re-



En el centro, Rafael Rodríguez Galobart, director general creativo de Gap's, y María Egaña, directora de cuentas de la agencia, recogiendo los premios y flanqueados por representantes de Vocento y el jurado. DN

partidos en domingos consecutivos, hacían *suyo* el periódico customizando tres páginas interiores enteras (una de ellas una *falsa portada*) con sus aficiones y aspectos básicos de sus vidas, y apareciendo en distintas páginas ordinarias comentando las noticias que les parecían más interesantes. Esta última acción se cambió en la segunda fase de la campaña por una entrevista a doble página al personaje, en la que hablaba de su vida y la influencia de Diario de Navarra en ella y era fotografiado junto a redactores del periódico. Así, 'Mi mundo' acercó al público en esta ocasión al corresponsal de guerra David Beriáin, el montañero Mikel Zabalza, el rejoneador Pablo Hermoso de Mendoza y las gimnastas olímpicas Lara y Bárbara González, hermanas. En ambas tandas, la campaña se completó además con anuncios en las propias páginas del periódico, radio, televisión, marquesi-

nas y vallas. "Esta campaña tuvo una gran repercusión por la adaptación de la creatividad a un nuevo formato, y por su adecuación al medio y a sus contenidos utilizando formatos no tradicionales que rompían con la publicidad convencional de prensa", indican desde Gap's.

El otro premio GENIO para la agencia navarra, que tiene sedes en Pamplona, Madrid y Marbella, llegó en la categoría de exterior gracias a la campaña realizada para el Ayuntamiento de Pamplona en la que varios adolescentes quedaban atrapados dentro de vasos gigantes en distintos puntos estratégicos de la capital foral. Esta acción ya fue galardonada el pasado mayo con el Sol de Oro en el pasado Festival Iberoamericano de Publicidad de San Sebastián.

Entre 100 trabajos

Cerca de 100 trabajos se presentaron a la cuarta edición de los

Premios GENIO, de los que resultaron finalistas un total de 24. En concreto, en las categorías en las que ha resultado premiada Gap's, la agencia navarra competía con campañas como la realizada por Optimedia para Heineken, la de MPG para Kenzo o la de Bungalow 25 para Microsoft. En el resto de categorías, los premiados fueron Maxus CICM para Fiat en cine, Optimedia para Pernod Ricard en radio, Universal McCann para Acciona en Internet y Carat para Galp Energía en televisión. El galardón en la categoría de revistas y suplementos lo compartieron Media by Design para Varilux y MPG para Grupo Mahou-San Miguel.

CMVOCENTO creó este certamen publicitario con el fin de reconocer e incentivar aquellas campañas innovadoras en su utilización de los medios, en la creación de formatos originales y en el uso de la creatividad aplicada a formatos convencionales.