

FRANCISCO AMADOR ■ SEVILLA

Humor al servicio de la publicidad

Parnaso Comunicación gana dos premios en el I Festival Europeo de Publicidad y Humor

En el centro de Grecia se alza el monte Parnaso, considerado por la mitología griega la morada de las musas y de Apolo. Un lugar donde los dioses iban a inspirarse. De ahí que José Arribas, fundador de Parnaso Comunicación, eligiera este nombre para la agencia de publicidad y marketing que creó en Sevilla hace poco más de cuatro años. Según Arribas, Parnaso "representa la creatividad", uno de los pilares fundamentales, junto al trabajo, en el que la agencia cimienta los éxitos. Pero su talento no sería nada sin María Del Barco, directora general, que desde hace tres años le acompaña en todos los proyectos.

José Arribas ha ganado muchos premios publicitarios, pero en los 11 años que lleva en la profesión nunca lo había conseguido con su propia agencia, de hecho no había presentado hasta ahora ningún trabajo a concurso. El I Festival Europeo de Publicidad y Humor, Smile Festival, que se celebró en Madrid, el pasado mes de enero, le dio la posibilidad de participar gratuitamente con diez piezas. Presentó dos e hizo pleno: ambas se alzaron como vencedoras en sus respectivas categorías.

La campaña realizada hace un año y medio para Melco SL se llevó el primer premio en la categoría de Mejor Campaña de Prensa. El anuncio es un chiste gráfico que representa a un trabajador distraído, vigilado a su vez por el jefe. El espacio de trabajo -adecuado por la empresa anunciada- cumple con las medidas idóneas para el confort del trabajador, que parece no estar muy aplicado. El gráfico se acompaña por un lema: "Trabajamos

para asegurar tu bienestar en tu puesto de trabajo. Tu bienestar depende de ti".

En la categoría Mejor Uso de la Creatividad en Televisión triunfaron con el anuncio que realizaron para la empresa local Pipas Reyes y en el que contaron con la participación de Los Morancos. Jorge y César Cadaval hicieron un divertido juego de pa-

labras, buscando siempre el doble sentido y afinando en las connotaciones, ambiguas en este caso, que pueden tener las palabras "pipas" y "reyes". José Arribas pensó, desde el primer momento, en los trianeros para el anuncio y no podían ser otros, "ya que encajaban perfectamente en el perfil que había ideado". A diferencia de otros creativos, pensó

en ellos y no en uno de sus famosas parodias, como Omaita, "porque al final es lo que más engancha con el público y lo que más vende". Además, afirmó que "una idea, si no vende, no es una buena idea por muy artística y creativa que sea". Pipas Reyes multiplicó con esta campaña por tres su notoriedad en el mercado. Y tanto ellos como Melco se

mostraron muy contentos al recibir la buena nueva de los premios conseguidos.

El creativo explica que las claves del éxito radican en "el talento y la imaginación, además de muchísimas horas de trabajo, muchas noches sin dormir y amar la profesión", lo que, eso sí, les obliga a "trabajar como animales". Este consejo lo reciben todos sus alumnos, ya que José Arribas imparte desde hace unos años clases en distintas universidades de Madrid (Icade, Universidad Villanueva) y Sevilla (Ceade).

La clave, asegura, está en no utilizar sólo el humor. La metáfora visual, el drama o los sentimientos son otros de los recursos de los que se sirve para plasmar sus ideas. A pesar de su edad, 37 años -según él, superior a la media de los mejores creativos-, sigue con el mismo entusiasmo y con las mismas ganas de seguir mejorando. Para ello se mantiene en permanente contacto con las nuevas tendencias artísticas, no sólo publicitarias. "Cada día veo una película en el estudio, escucho la música más actual, visito museos...", dice sobre los deberes que se pone.

Convencido de sus posibilidades, asegura que "no le hace falta un premio para saber que él y su equipo son los mejores", y que el galardón le sirve para demostrar a los clientes que están en buenas manos. Además, nunca ha perdido ninguno. Incluso en tiempos de crisis, cuando las empresas más han recortado en publicidad. Parnaso Comunicación, al ser una agencia 360 grados -abarca todos los ámbitos de la comunicación-, está aprovechando estos años de flaqueza económica para reforzar la imagen de las marcas a las que tienen en cartera, para que sean fuertes cuando acabe la crisis.



PREMIADOS. José Arribas y María del Barco, con los galardones del I festival Europeo de Publicidad y Humor.

J.M. CABRERA



EL CORREO



EL CORREO

Pedaleando en precampaña... El primer teniente de alcalde del Ayuntamiento de Sevilla, Antonio Rodrigo Torrijos (IU), participó ayer en la Marcha en Bici de la Macarena, que contó con la presencia activa de unos 1.500 cicloturistas y que representa la segunda cita de las siete que conforman el programa de Marchas en Bici que organiza el Instituto Municipal de Deportes.

...y aupándose a por la Alcaldía. El portavoz del PP municipal, Juan Ignacio Zoido, sigue su ronda de precampaña y ayer le tocó Sevilla Este, donde denunció que los alrededores del Edificio Monteseirra se han convertido en "un refugio para el consumo de droga e indigentes", tal y como vienen denunciando los vecinos al menos desde 2007 con numerosos escritos.