

Comunicado de prensa

ÉXITO DEL CONCURSO “HAZLO TÚ”

- **Más de 1.300 portadas y contraportadas se han presentado en este concurso impulsado por Volkswagen y la revista Yorokobu.**
- **En el número de febrero, la revista presenta todos los trabajos ganadores y finalistas**

Con la voluntad de fomentar el diseño y la creatividad, Volkswagen y la revista de tendencias Yorokobu lanzaron el pasado mes de octubre un concurso que premiaba a aquellas personas que fueran capaces de diseñar la portada y la contraportada más original y artística. El resultado, un total de 600 personas que enviaron más de 1.307 piezas para este concurso. La mayoría de los trabajos procedían de España, pero también llegaron de otros países, como Italia, Reino Unido, Francia, Alemania, Argentina y Perú, entre otros.

Partiendo de la alta calidad de los trabajos presentados, y tras una difícil deliberación, el jurado(*), junto con votos emitidos por los lectores de la revista, han decidido otorgar el premio a la mejor portada a Ricardo Cavolo, que presenta un trabajo muy particular, con mucha personalidad, en la que muestra un colorido cuerpo tatuado con diversos motivos que ponen de manifiesto una gran imaginación y creatividad. Por su parte, la contraportada ganadora, inspirada en Volkswagen, muestra la exaltación de la amistad, la diversión, el optimismo y los viajes en coche, una combinación que Victoria Zamora ha sabido fusionar de forma colorista y brillante.

De entre las contraportadas dedicadas a Volkswagen, y que han resultado finalistas, destacan trabajos tan elaborados y cercanos a los valores que defiende la marca como el de Jordi Roca, capaz de interrelacionar de forma muy sutil “La tecnología, con el medio ambiente”, con la imagen del logo de Volkswagen, dibujado sobre arena y combinado con diente de león. Asimismo, el trabajo presentado por Ángel Mellizo “Encuentra tu inspiración” muestra en relieve y desde una perspectiva aérea la profundidad de las letras en combinación con la silueta del Beetle. Otro de los trabajos destacados es el presentado por Pablo Pérez García, donde con el mensaje “Creando historias, haciendo historia” presenta a modo de puzzle, la imagen de un icono de la marca, el Golf GTI, y lo hace construyéndolo con piezas de las diferentes generaciones de este mito.

Otras propuestas sugerentes son las presentadas por Giuseppe de Cessare “Hay que salir de casa” y Fernando Vallespín “Lo tienes claro”. La primera plantea una ingeniosa imagen del

clásico plástico protector de burbujas donde se vislumbra el logo de Volkswagen a través de las que han sido reventadas, acompañada del simpático guiño “Hay que salir de casa”. Por su parte, el trabajo de Fernando Vallespín destaca por su atrevimiento. Con la imagen de la habitual revisión oftalmológica mediante las clásicas líneas de letras de diferente tamaño con el mensaje “Volkswagen”, afirma “Lo tienes claro”.

Para Volkswagen, el concurso “Hazlo tú” recoge el mensaje que estas 600 personas han querido plasmar a través de su imaginación cuando han pensado en la marca, un valor único para conocer la percepción que estos nuevos talentos tienen de Volkswagen.

() Nota: En este primer certamen del concurso, el jurado estuvo formado por Wenceslao Sanz, director del área de arte y diseño de la Universidad Europea de Madrid y director del estudio Stereo/Chromo; David Ruiz, diseñador y fundador de Ruiz + Company; Miguel Olivares, director creativo de La Despensa; Rafael Soto, director creativo de HerráizSoto&Co; Alberto García, entonces responsable de publicidad de Volkswagen; Luis B, diseñador y director de arte de la revista Yorokobu; además de los cientos de lectores de la propia revista que con sus votos resolvieron la selección final de los ganadores.*