

murarte

CULTURA OCIO COMUNICACIÓN



Mascarillas pintadas en rostros, reflejo de la diversidad cultural y social, ponen imagen a la campaña 'Respira Cultura. Kultura Arnastu'. Foto: cedida

Respira cultura

Kultura arnastu

ENGANCHAR A LA CIUDADANÍA PARA QUE VUELVA A ENAMORARSE DE AQUELLO QUE MÁS LE GUSTA, YA SEA IR AL CINE, VISITAR UN MUSEO, DISFRUTAR DE LA MÚSICA, LA LECTURA O EL TEATRO, ES EL RETO DE LA NUEVA CAMPAÑA DE COMUNICACIÓN DEL GOBIERNO DE NAVARRA

Un reportaje de Paula Etxeberria Cayuela

Respír: tomar aire; animarse, cobrar ánimo; salir de la opresión o de un agobio o dificultad. Cultura: conjunto de conocimientos que permite a alguien desarrollar su juicio crítico.

En un momento duro para el sector cultural, todavía marcado por cierta resistencia, preocupación e incertidumbre, estas acepciones cobran hoy más significado que nunca, y en concreto en Navarra lo hacen de la mano de una nueva campaña de comunicación puesta en marcha ayer mismo por el Gobierno foral.

Respira Cultura. Kultura Arnastu es el lema de esta iniciativa, que persigue animar a la ciudadanía a que vuelva a enamorarse con confianza de aquello que más le gusta hacer, ya sea ir al cine, al teatro, visitar un museo, disfrutar de la música, de la lectura o del folclore. En definitiva, reenganchar a la gente a la cultura, que, en palabras de Rebeca Esnaola, "es tan necesaria como el aire para nuestros pulmones". Así lo afirmó ayer la consejera de Cultura y Deporte en la presentación de esta campaña con la que, en colaboración con el sector, se pretende animar a recuperar la práctica cultural en unos sectores tan perjudicados por la crisis como son los del libro, las artes escénicas, la música, las artes plásticas y visuales, museos y centros de interpretación o los archivos. Todos ellos "tuvieron que paralizar sus proyectos y actividades y la ciudadanía desapareció de los espacios culturales habituales" con el inicio de la pandemia del coronavirus, justo cuando se estaban recuperando de la anterior crisis económica.

"Ahora se empieza a recuperar esta práctica cultural, poco a poco, en la nueva normalidad", y en consonancia con esta dinámica, el Gobierno foral pretende ayudar a la "activación social y la recuperación de la confianza", porque "es momento de salir, de volver a disfrutar de la cultura desde la seguridad", dijo Rebeca Esnaola.

La campaña de comunicación, con un claro componente de emoción, ha sido diseñada por la agencia KEN, y se desarrollará principalmente en dos fases —una primera en julio, y después en septiembre— para hacerla coincidir con dos momentos de alta concentración de eventos culturales. Será visible en medios de comunicación, publicidad exterior y redes sociales. La imagen de las mascarillas, atiendo habitual y hoy obligatorio en el disfrute de eventos culturales, es el punto central de la parte gráfica de la campaña. Doce mascarillas pintadas en este caso en otros tantos rostros, con motivos alusivos a diversas disciplinas culturales, y que son reflejo de diversidad social y cultural. El pinta-

NUEVO CICLO

CREACIÓN EN LA TERRAZA DEL MUSEO

●●● 13 de julio, presentación. La terraza del Museo de Navarra acogerá en varias tardes de este verano un nuevo ciclo cultural que tiene que ver con la creación artística y la mezcla de disciplinas. Esta programación, de la que no quiso desvelar ayer más detalles Rebeca Esnaola, se presentará a los medios de comunicación el próximo 13 de julio. Además, la consejera de Cultura y Deporte avanzó en su rueda de prensa de ayer que su departamento está “en fase de programación de una iniciativa que aúna dos nuevos proyectos dirigidos a las artes escénicas y la música”. Con nuevas acciones como éstas que se conocerán próximamente y otras ya celebradas –como el festival de música Km Zero Musik Fest que se ha ofrecido en *streaming* desde Baluarte–, a las que se ha destinado un total de 410.000 euros, el Gobierno foral quiere “ayudar a la cultura navarra” en un duro momento.

“Es momento de animar a la ciudadanía a disfrutar de la cultura desde la seguridad”

REBECA ESNAOLA
Consejera de Cultura y Deporte

do de caras lo ha realizado Nekane Bastero, la fotografía la firma Mikel Muruzabal y el vídeo, Miguel Goñi. Los carteles aparecen reforzados con un texto en el que se ofrecen algunas de las acepciones de las palabras *respirar* y *cultura*. El proceso de ejecución del pintado se ha considerado un acto creativo en sí mismo, por lo que puede verse en un vídeo –*making off*– en el que se muestra el desarrollo de la parte gráfica de la campaña.

UN SECTOR GENEROSO El director general de Cultura, Iñaki Apezteguía, comentó ayer que la campaña “destaca el valor de la cultura, su tejido en Navarra, el esfuerzo que ha hecho el sector en estos meses de adaptación y de generosidad; por lo que la sociedad navarra tiene la oportunidad de devolver ese esfuerzo y ayudar a un sector perjudicado por la crisis”.

“Han sido meses duros para la cultura en los que sus agentes nos han transmitido incertidumbre y preocupación”, reconoció la consejera, y apuntó que este apoyo del departamento al sector forma parte de su respuesta participativa y de “escucha activa”, materializada también en otras vertientes de impulso como las convocatorias de subvenciones o la programación propia. Cultura y Deporte ha destinado en total 5,5 millones de euros del presupuesto para sacar adelante la programación propia, para la modificación de las convocatorias de ayudas, y para la creación de nuevas propuestas de reactivación en las se incluye esta nueva campaña de comunicación. ●



Correcaminos son Rubén Gómez, Víctor Gómez, Adolfo García y Jose Gómez. Foto: Diario de Noticias

Correcaminos Rock & Roll Band

BANDA DE MÚSICA

“Será difícil bailar a distancia... pero se van a cumplir todas las medidas de seguridad”

Sí, vuelve la música en directo: los navarros ofrecerán mañana un concierto en La Carbonera –20.00 horas, 5 euros–, bajo el protocolo de seguridad requerido

✦ Ana Jiménez Guerra

PAMPLONA – Tras finalizar la gira de *Todo a un color* (2018), el confinamiento pilló a la banda trabajando en vuestro tercer compacto, ¿cómo afectó al desarrollo?

–Victor: Este año se iba a notar todo lo recogido del segundo disco, teníamos conciertos en Francia, igual repetíamos en Portugal... Eventos más grandes, que aparentemente se posponen para el año que viene.

–Rubén: Ahora que vemos que la salida del disco se va a dilatar, iremos sacando *singles*, ya que queremos mostrar actividad la gente.

–Adolfo: De hecho, Javi Lerín (nuestro productor) sigue trabajando para buscar el sonido que quiere.

–Victor: La única parte buena de todo esto es que los temas los tenemos mucho más trabajados y al tocarlos, van a ir mucho más rodados.

En cuanto a las canciones, con el rock como eje, ¿se hace hueco también a otros estilos y sonidos?

–Rubén: Hemos mantenido un estilo desde el principio, pero siempre te apetece tirar por zonas desconocidas e intentar mezclar tu estilo asentado con cosas nuevas. Es la manera de crear.

–Victor: En este trabajo, por ejemplo, hemos tirado con surf, con western, rhythm and blues... Temas que no había en el anterior.

–Jose: Además, han colaborado Kutxi Romero y Montana, Lee Junior al piano, el saxofonista Josito Armendáriz y a los coros Patricia Greham, que ha aportado mucho.

Y una banda como Correcaminos, cuyo hábitat son los directos, ¿cómo ha llevado este tiempo de parón?

–Victor: Hemos intentado ensayar con una aplicación... pero horrible.

–Rubén: Y el último concierto fue en diciembre en Burlada...

–Jose: Así que estamos ya como locos por tocar, sea delante de diez o de quince personas.

¿Y se puede bailar rock and roll a distancia?

–Rubén: Va a ser difícil (risas).

–Jose: No sabemos qué sensación nos vamos a llevar, estamos acostumbrados a que en nuestros directos las dos tres primeras filas sean casi parte del escenario.

–Victor: Habrá que proponer el baile Coyote Dax, a dos metros...

–Rubén: Pero a la gente que no le dé miedo, porque se van a cumplir todas las medidas de seguridad.

–Victor: Vamos a estar pendientes y se parará la canción si vemos que hay alguien que no las respeta.

–Adolfo: El tema es que antes se hacían giras para vender discos, pero ahora haces un disco para conseguir conciertos y claro, si no hay posibilidad de tocar...

En cuanto al concierto de mañana, ¿qué show encontraremos en La Carbonera?

–Rubén: Hemos cambiado mucho el repertorio respecto a la anterior gira.

–Jose: Sabemos que el directo es el arma que destaca en nuestro grupo y queremos trabajar las coreografías, el aspecto visual. Ofrecer un *show* completo. Para aquellos que no nos conozcan, se encontrarán un concierto sorprendentemente vital, con mucha energía. Las mejores críticas nos suelen venir de gente que no conocía el estilo, que venía con ideas preconcebidas de “una banda rockabilly, música medio parada, poca instrumentación...”... Y ven que somos un torbellino en el escenario, con calidad musical buena, una batería que se sale de los estándares de nuestro género y una voz que me parece de las mejores del panorama nacional... Qué voy a decir, que soy su hermano (risas). ●