

**Ja va aconseguir tres premis Laus 2021**

**LA CAMPANYA GRÀFICA DEL PALAU DE LA MÚSICA “JOSÉ ITURBI 125”  
DE DIEGO MIR OBTÉ EL PREMI PLATA EN ELS ADCV 2022**

**Dijous, 26 de maig. Palau de la Música**

**La campanya gràfica de la Temporada 20-21 del Palau de la Música de València “José Iturbi 125”, dissenyada per Diego Mir, va obtindre ahir el guardó de “Plata” en la categoria de “Disseny Gràfic Cartell” en els Premis ADCV 2022, que s’establixen amb l’objectiu de premiar l’excel·lència del disseny de la Comunitat Valenciana, i reconèixer l’impacte positiu econòmic, social, ambiental i cultural que el disseny aconseguix en integrar-se en les empreses, institucions i iniciatives.**

La regidora de Recursos Culturals i presidenta del Palau de la Música, Glòria Tello, que va assistir a la gala de lliurament i va felicitar Diego Mir personalment per haver aconseguir el guardó, ha recordat que esta campanya ja va obtindre premis als Laus 2021 atorgats anualment per l'ADG-FAD a Barcelona. En este sentit, Tello ha destacat que “una vegada més una campanya gràfica de la nostra programació aconseguix un premi destacat, un fet que confirma que l’aposta que estem fent sempre per la qualitat i professionalitat del disseny valencià, és tot un encert”. Tello ha volgut destacar, a més, que amb les dissenyadores i dissenyadors valencians “mantenim una sintonia molt especial, que és determinant per tal de visibilitzar els valors institucionals, de marca i d’esperit que volem transmetre a la ciutadania”.

La Temporada 20-21 del Palau de la Música de València es va centrar en la figura de José Iturbi, pianista i icona musical mundial, amb motiu del seu 125 aniversari. Per això, dita campanya gràfica conté elements que fan referència directa a esta figura. La gama cromàtica es centra en els dos colors presents al piano: blanc i negre. Tota la gràfica gira al voltant d'un element comú: la pipa de fumar, característica d'Iturbi.

El cartell consisteix en una imatge principal i tres variacions per a ser utilitzades a les diferents temporades: tardor, hivern i primavera. La imatge principal sintetitza la silueta d'un piano; les secundàries són representacions gràfiques més o menys abstractes de conceptes relacionats amb la música: vibració, ritme i volum.

Pel que fa al conjunt de la campanya, els diferents elements que conformen la gràfica s'adapten a les necessitats de format i comunicació de cada peça, sense perdre homogeneïtat, ja que la gràfica s'aplica a multitud de formats diferents, tan físics com online: mupis, fullets, cartells, lones, vinils, anuncis en premsa, banners, marquesines d'autobús, programacions mensuals, programes de mà, etc.