

O como é o que conta
Pepe Barro

D
D

Edición: Barro Deseño / Impresión: Tórculo Comunicación Gráfica / Depósito legal: C 2113-2014

O como é o que conta

Pepe Barro

D
D

Barro Deseño

2014

Á Manuela

ao Artur

á Inés

Deste libro editáronse
cen exemplares numerados
e asinados polo autor:

Son un escritor ventureiro, os artigos deste libro son todos produto de encomendas, fun onde me pediron e fixen cando me mandaron. Mesmo así puxen en cada un todo o meu coidado, non só por respecto ao lector posible, gozo escribindo e saboreo de vagar a maxia de armar un pequeno mundo con nada, gústame sentir o pensamento a abrollar mentres debullo as palabras e a orde precisa para narrar.

Tardei en poñerme a escribir, en ser consciente da utilidade da reflexión sobre a propia obra, sobre a profesión, sobre a cultura, útil para min, pero pode que tamén para outros. No cabo de cada artigo veredes reseñado onde e cando viron a luz por primeira vez, foi en publicacións modestas ou de gran tiraxe, pero en todos os casos escribín coa certeza de que guindaba unha garrafa ao mar, confiando que co tempo algunha chegaría a unha ribeira na que sería valorada. Tiven a fortuna de comprobar que foi así en máis dun caso e de dous.

A palabra conduce o pensamento do mesmo xeito que as formas, as cores e a tipografía son as portadoras do discurso visual dos deseñadores, con elas —como quere Enric Satué— conformamos a imaxe da cultura, da comunicación, desde a forma máis minúscula das letras e as palabras.

Táboa

Deseñar, diseñar

- 15 O oficio como arte
- 19 A creación do necesario
- 31 O significado do significante
- 39 Da habelencia e da ambición
- 47 Temas enredados, tópicos revirados
- 51 Ler entre letras
- 63 Pensar no deseño
- 73 Imaxes imprevistas
- Quid / por Xosé Luís Mendez Ferrín
- 87 O tempo, o tema e a técnica
- 93 Crónica dunha idea sinxela
- 101 Expresión e convinción
- 111 A Coruña na creación do libro galego
- 117 Suma insólita

Designar, dar un nome

- 125 Xulio Correa: Pídelles cincocentos soños por segundo
- 127 Onde cantan os Grilos
- 133 Retratos a pé de foto
- 139 Luís Seoane: Un soño que soña
- 143 Reimundo Patiño: Impagados
- 149 Xesús Campos: Retrato do artista incandescente
- 151 Isaac Díaz Pardo: Misión e produción
- 155 Xosé Luís Axeitos: Nunha de Cinzano
- 159 Segura Torrella: Coñecer un artista
- 163 Víctor Garabana: Perspectiva aérea
- 165 Xosé Ramón Barreiro: Non podías faltar

Dar un nome, Rosalía de Castro

- 171 No principio foi o verso: Rosalía de Castro (I)
- 175 No principio foi o verso: Rosalía de Castro (II)
- 187 *A vera icona* da Rosalía dos *Cantares*
- 191 Tres Rosalías
- 201 Dicir o que o texto non di
- 207 **Cronoloxía profesional**

Xa o di a palabra.

Deseñar ven de designar,
é dicir, dar un signo, unha forma
—un nome en senso figurado—
ao que antes non tiña.

Velaí tamén, unha das máis altas
expresións da creatividade humana.

Deseñar, designar

A ambición intelectual coma ferrete
da creación no deseño gráfico

O oficio como arte

Un deseñador gráfico é aquel ó que se contrata para que resolva problemas de comunicación visual. Velaquí unha definición do oficio baseada na práctica. Unha custión técnica, como quen di. Pero despois de case trinta anos de profesión, creo que non todo, nin sequera o máis importante queda recollido neste enunciado. Porque o fundamental tal vez sexa a vontade —a necesidade diríamos nós, se o profesional é tal— de achegar novas formas de ver que provoquen unha ollada nova, cando menos remozada.

Non hai tanto tempo que todo artista —no senso histórico e convencional da palabra— creaba por conta dun cliente. Tamén solucionaba problemas. Un: Como explicar o misterio da Purísima Concepción? Outro: Como demostrar en pedra a orixe divina dun faraón? Aínda máis: Como contar en imaxes que as nosas vidas son os ríos que van dar ao mar que é o morrer? Poderíamos seguir, mesmo con enunciados menos

trascendentais, e percorrer toda a historia da arte constatando como os artistas foron resolvendo problemas de comunicación visual.

Xa non é así. Os mecenas que necesitan realizar complexos programas iconográficos acoden ós fotógrafos, aos creativos publicitarios, aos arquitectos ou aos deseñadores. Hoxe os artistas plásticos, convertidos nos seus propios clientes, afrontan problemas non menos complexos de expresión poética persoal. Pola contra, os deseñadores continuamos a depender das encomendas —e que haxa moitas—. Son tamén neste tempo distintas as cuestións, outros os clientes e as súas necesidades. Tamén se queredes, son ben máis prosaicas as encomendas, pero en esencia non menos interesantes para o exercicio da creación. Como visualizar un país coma destino turístico de calidade? Como expresar a identidade dun albariño de última xeración? Como explicar unha homenaxe ao mar no Museo do Mar de Galicia? Estos, ás veces máis pedestres, máis metafísicos algúns, son os retos da creación gráfica.

Pero resolver resolve calquera cun mínimo de experiencia (e máis agora que a tecnoloxía permite deslumbrar doadamente aos incautos, cubrir ou encubri as aparencias). Non é aí, por tanto, onde reside o valor da creación. Tampouco na historia da arte foi así. Centos de *Purísimas* avalan esta negación: Só algunhas Virxes aguantan o paso dos anos e continúan a espetar emoción mesmo en ateos militantes. É o plus de intención, aquilo que non está definido no contrato, nin sequera orzado nin facturado. É a vontade de transcender a encomenda, a función poética engadida ás solucións, ás obras, máis alá da súa rendabilidade práctica. É a actitude

que foi máis ou menos consciente en todo artista que poidamos definir como tal.

Resumo: é a ambición intelectual do profesional do deseño (toda a súa bagaxe cultural e o seu talento a funcionar), o que converte un traballo remunerado nunha actividade creativa, o que transforma un medio de vida nunha paixón. E ademais, os deseñadores resolvemos rigorosamente problemas de comunicación visual.

Artigo publicado
no suplemento *Culturas*
de *La Voz de Galicia* en 2004.

O título deste artigo é unha homenaxe
ao mestre Bruno Munari
e ao seu libro *A arte como oficio*,
que tanto influi nos meus dezaioito anos.

Para qué serve un deseñador na Galicia de hoxe

A creación do necesario*

Libros, xornais de noticias, etiquetas de roupa, sinais de orientación nas cidades, billetes de autobús, impresos para a declaración da renda, conservas de peixe ou signos distintivos de empresas. Un bolígrafo, un teléfono, unha cama, unha chave de parafusos, unha cadeira, un autobús, unha saia ou unhas tesouras.

Vivimos mergullados en imaxes e obxectos deseñados e a xente sen enterarse. Todos a pensar que o deseño atópase só agochado nunha caste de tenda especializada que agora cha-

(*) Nove anos despois de publicado este artigo, a comisaria María Luísa Sobrino elixiu o seu título para nomear a exposición *A creación do necesario, aproximacións ao deseño en Galicia*, unha mostra celebrada no Museo de Arte Contemporánea (MARCO) de Vigo en 2004.

man “de deseño” e antes chamaban de “obxectos para regalo” e nas que, de par do clásico paragüeiro de latón en forma de bota, reinaba, polo moito que pasmba semellante alarde, a salseira en forma de salsa de Bruno Munari.

Teño para min que ningún dos meus compañeiros de libro terá necesidade de desfacer parella confusión. Ninguén ten que comezar explicando o obvio, o que é a arquitectura, a fotografía ou a poesía. Mellor ou peor todos entendemos de que se vai falar. No noso caso non é así. Os deseñadores temos necesidade de explicar arreo que é a actividade de deseñar, que é o deseño gráfico, que é o deseño industrial, que facemos os profesionais deste campo, para que serve esta disciplina, que pinta neste libro, porqué ten que ser considerada... e estoume a referir, paradóxicamente, á actividade creativa que máis influencia ten na vida de todos nós.

É o deseño unha moda, unha nova arte ou unha escura perversión?

Pois botemos man do *reallity show* para afondar no que se entende por deseño e deseguido tentar desfacer algunhas falacias interesadas que agachan unha moi distinta realidade.

(Programa de radio. Un alcalde atende preguntas dos cidadáns por teléfono)

— Mire, eu chamaba polos bancos novos da estación de autobuses, que desde os puxeron dá noxo velos e ademáis non dan sentar, non hai quen acougue neles...

— Si, señora, tiene usted tuda la razón. Pero ahura los vamos pintar, que estaban despintados y van quedar nuevos.

Porque estos bancos, señora, son de los llamados de diseño y por eso pueden parecer un pocu raros, porque son mudernos, mujer... pero ahora los vamos pintar y ya verá que bien quedan. Es que son de diseño, mujer...

Posiblemente a señora leve razón e o que deseñou os bancos meteu o zoco. Pero o xeito de razoar do alcalde non só está a difundir a idea de que o deseño é unha moda, unha caste de obxectos raros, incómodos ou difíciles de utilizar —unha inutilidade que pola contra viste moito para aparentar modernidade—, senón que ademáis presupón que todas aquelas cousas ou imaxes de uso cotián, desde a lavadora ao folleto de ofertas do supermercado, non son deseño, é dicir: non están deseñadas, medran nas árbores, son así daquela maneira, por propia natureza.

Nada máis lonxe da realidade. Porque o home comeza a deseñar segundo comeza a necesitar algo máis que as súas mans para desenvolver a súa vida. Seguindo ao mestre Ettore Sottsass, na Prehistoria as persoas deseñan ao principio de xeito intuitivo, vanlle quitando liscas a unha pedra até darlle aquel xeito de punta de frecha; faino posiblemente o propio usuario-cazador, pero pasan os anos, quizáis séculos, e alguén, seguramente con certa habelencia, vaise especializando e comeza a construír puntas de frecha para os demais cazadores. Así aparece o primeiro artesán. Non é un profesional do deseño, cunha filosofía e metodoloxía do proxecto, non fai bocetos, non debuxa planos, nen constrúe maquetas ou prototipos, pero desde logo, este primeiro artesán tamén deseña, é unha persoa que pensa e elabora un obxecto cun fin determinado. E pensar é o propio da actividade do deseño. No fondo, o exerci-

cio dun conxunto de disciplinas para optimizar o senso común aplicado á concepción de obxectos ou mensaxes visuais.

Naturalmente, e de xeito decisivo, tamén intervén o talento creativo de cada quén, a súa bagaxe cultural, a tradición da súa terra e o espírito do tempo no que lle toca vivir.

E no noso tempo, nas sociedades contemporáneas, a actuación do deseñador é unha constante na xénese de toda imaxe ou obxecto. Da revolución industrial dos séculos XVIII e XIX, da necesidade dun novo paso na división do traballo, vai xurdir o profesional tal coma hoxe se coñece, dedicado a idear, pensar ou deseñar por encomenda dunha empresa ou dunha institución, aquilo que despois vai ser producido. Son xa outras persoas, organizadas en talleres, fábricas e industrias as que executan, elaboran e fabrican. E o deseño condiciona xa, para ben ou para mal, o noso entorno público, o noso lugar e forma de traballo, configura o noso entorno privado (proxectando pola elección de obxectos a nosa propia identidade) e conforma o noso primeiro e persoal xeito de expresión (unha camisa, uns brincos...).

Pero os profesionais non sempre están donde se necesitan

Porque, anque todo está deseñado, non necesariamente todo está ben deseñado. E senón, voltemos de novo á estación de autobuses a ver que pasa.

Se ún quere ir, poñamos por caso a Chantada, non saberá onde mercar o billete. Ningún rótulo informa dos destinos. Só campan á vista os nomes das empresas que cobren os traxec-

tos. Haberá que preguntar. Léndo o billete, deberemos preguntar de novo; ún non da diferenciado o número do coche do da hora de saída, o prezo da viaxe do número de asento. Cómpre memorizar o que che digan na taquilla.

Máis aínda. Se é a primeira vez que ún entra nesta estación non atopará ningún sinal que lle indique onde paran os carros. Volta a preguntar. Xa no andén, compre buscar onde se agacha pintado o número do autobús. Pero unha vez identificado, chega o peor: montar e atopar o asento. De primeiras non ves número ningún porque os asentos están numerados por detrás e ti non o sabes. Ao fin diches co teu, menos mal. Pois sí, mal, moi mal, vaite erguendo, porque o número marcado, o que ti estás a ver e que é o mesmo que tes no billete, corresponde por algunha lóxica misteriosa á praza de diante. Pero ao fin estás en rota, ao fin acougas no teu asento correcto. Pero se ún nunca foi a Chantada terá aínda unha chea de preguntas sen resposta: Qué rota segue o carro? Qué tempo lle leva chegar a Chantada? Por qué vilas pasa? Cántas paradas fai o autobús e en qué lugares?... Perde coidado, no autobús non atoparás información ningunha, pero xa tes tema de conversa co teu veciño de asento. Mesmo pode que coñeza Chantada e che avise onde tes que apearte.

Velaí o retrato dunha situación cotián. Nada grave, desde logo, pero incómoda e innecesaria. Porque as máis das veces o deseño, neste caso o gráfico, improvísase sen consciencia siquera do que se fai. E as consecuencias pagámolas todos, aceptando con naturalidade aquilo que non é natural senón resultado dun mal deseño. Ou peor, resultado da ausencia

de intervención dun profesional que considere, analice e dé cumprida solución a tódos os atrancos presentados.

Pero hai outras situacións, infindas, e multitude de imaxes e obxectos, onde as consecuencias poden ser máis graves. Non só para os sufridos usuarios senón tamen para as empresas que os producen.

Labrar o porvir ou deseñar o futuro?

Unha empresa á que me unen vencellos familiares, unha PEME galega de cincuenta traballadores, ven de aprobar o último organigrama. O normal nestos casos, departamentos de administración, compras, produción, comercialización..., cada un dirixido por un xefe de sección e todos coordinados por un director-xerente. Nengunha mención a un departamento de deseño, nen unha persoa dedicada ao tema. Absolutamente habitual, pero normal non. Porque esta empresa fabrica maquinaria agrícola con deseño e marca propia —a única en Galicia—, orientada en boa medida ás necesidades do campo do noso país. De donde xurden pois os deseños?. Pois do esforzo realizado polo director e o xefe de produción en tempos libres. As máquinas semellan ser boas, mesmo mellores que as da competencia, disque, pero son máis caras. A empresa está en crise, o campo galego atravesamos momentos de incertidume e véndese pouco. Compre unha reestruturación e barállanse solucións, variables distintas ou combinadas... pero nunca teño sentido falar dunha nova actitude en relación ao deseño.

Segundo os datos de que dispoño (1993), máis do 80% dos produtos de todo tipo, que tódos anos se botan ao mercado,

fracasan. Retíranse e as empresas voltan idear e producir novos obxectos ou servizos que vender. O consumo de enerxía humana e da outra, a ilusión e o investimento desbotados en tanto esforzo inútil, fanme sospeitar que a crise económica non é cousa de virus alleos senon que se atopa agochada no miolo do propio sistema. Desde logo, o deseño non é a panacea. Causas diversas ten o fracaso dos productos, pero unha ollada a algunhas cifras lévame unha vez máis a barrer para a casa. Mentras no ano 1993, o investimento en publicidade superaba, no estado español, o billón de pesetas (o 1% do PIB), os investimentos en deseño estímense entre o 2 e o 10% do prezo de custe do produto. Ridículo.

Se duplicamos o investimento en deseño, se chegamos até o 20%, só estaremos a encarecer o produto un 10% como máximo. Ben, pero se consideramos, que esta suba posibilitaría a actuación dun profesional cualificado, é seguro que noutros procesos imos abaratar custes. Sen dúbida ademáis, un profesional vai proxectar tentando evitar cousas improducibles ou invendibles. Isto é parte do seu traballo. Porque un deseñador ten que preveer de xeito sistemático tódas as circunstancias que arrodean o produto, a súa fabricación, a súa funcionalidade, o seu valor simbólico, a idoneidade dun ou doutro material, as características do posible comprador... Se isto é así, sen dúbida estaremos a comezar a preocuparnos seriamente nas empresas por qué facer e non só por como facer —a tecnoloxía, a maquinaria, a organización— e como vender —a comercialización, a distribución, a publicidade—, que son, na maioría dos casos, as principais teimas de preocupación empresarial.

Do deseño tamén se come

O natural, xa se sabe, non está deseñado. Isto si que medra nas árbores, no mar e na terra. Claro que tamén compre un moito de traballo humano para sacalo adiante até convertelo en alimento, vianda, prato succulento ou do día, dose, tapa ou pincho. E no natural semellamos ser especialistas. O alimentario é en Galicia o terceiro sector en orde de facturación, só por detrás da enerxía e do automóvil. Pero en número de traballadores, con máis de 25.000 empregos directos —e, como podedes supoñer, moitísimos máis indirectos na pesca e na agricultura—, é con moito o primeiro e o máis sobranceiro, o alicerce fundamental sobre do que edificar un futuro económico como país na aldea global. Porque ademáis, a materia prima é nosa ou tirada por nós dos mares do mundo.

Pero naturalmente estaredes a pensar que pouco deseño hai nunha pescada conxelada, nunhas xoviñas picantes en conserva ou nun litro de leite envasado ao que se lle tirou a metade da tona. Ben, pois non tedes razón, porque antes que o sabor, antes que o recendo, antes moitas veces que a forma e a cor, mesmo antes de considerar o seu prezo, un produto alimentario é —para un consumidor— unha imaxe: un envase, unha embalaxe... Do seu poder de seducción depende en boa medida o seu éxito comercial. Pero aínda hai máis. O packaging alimentario non so actúa á hora de mercar. Na casa, na mesa mesmo, segue a lembrar a súa orixe empresarial, converténdoo ao produto nun auténtico anuncio per-soalizado da súa propia marca.

O deseño gráfico ten neste sector, por tanto, un valor estratéxico decisivo. A dialéctica da praza —*ven aquí moreno, lévame estas madas de grelos que son pura manteiga*— hai ben tempo que é inútil na comercialización dos produtos. Non abonda xa con ofrecer unha boa calidade; un produto non só ten que ser bo, tamén ten que parecelo. E nos longos corredores dos supermercados non hai paisana que valga, defenda e avale a confianza dun queixiño. A soedade do produto é enorme, del mesmo depende, do seu envase e etiquetas, para xerar confianza e provocar as rápidas e por veces inconscientes decisións de compra. O enorme investimento publicitario non abonda ou, o que é peor, non é asequible á maioría das infindas PEMES do sector. Pola contra, o packaging é o medio de difusión máis importante de que dispón unha empresa. Pola contra tamén —esquecida toda a rica tradición gráfica da conserva e descontando o caso dunhas poucas grandes empresas—, o deseño gráfico dos produtos alimentarios está en Galicia moi descoidado, cando non xoga decididamente en contra das vendas. E isto tórna-se ademáis inexplicable, se temos en conta que este medio é practicamente gratis. Costa o mesmo un envase mal deseñado que outro ben estudado. Ou case, a única diferenza está nos honorarios duns bos profesionais.

Deseñar, engadir valor

Se unha empresa merca unha árbore e a transforma en táboas, está engadindo un valor á materia. Se esta empresa merca refugallos de madeira e produce taboleiro aglomerado,

está a engadir máis valor. Pero se a empresa merca táboas ou tableiros aglomerados e pon no mercado un moble, o valor engadido é moito máis abultado. Velaí o quid da custión das empresas que deseñan e producen obxectos: engaden moito valor, valor de uso e valor de cambio. Naturalmente, teredes deducido, son estas empresas as que xeran máis diñeiro e máis emprego. Velaí o gran reto do noso país: a creación de empresas baseadas no deseño.

Os galegos deseñamos pouco. A maioría das empresas son comercializadoras ou están aínda a vender materia prima en bruto ou produto semi-elaborado. Ou o que é o mesmo, os galegos poñemos pouco *made in Galicia* no mercado da aldea global e son de procedencia allea a inmensa maioría dos obxectos que consumimos e que conforman o noso entorno. Os nosos produtos teñen aínda pouco valor.

Se desbotamos o sector do automóvil, no que nos limitamos a armar o que xa ven deseñado das multinacionais, se descontamos o caso especial da alimentación, é o sector téxtil-moda o único con certa relevancia económica en Galicia, donde podemos atopar un amplo conxunto de empresas baseadas no deseño e fabricación de produtos.

Nos últimos quince anos, este sector ten collido un enorme pulo. E, se ben é certo que gran parte do seu despegue descansa sobre unha man de obra barata —un 63% máis barata que a alemana, un 45% que a francesa e un 21% que a media española—, tamén é certo que moitos empresarios teñen pasado, nestos anos, de sinxelos fabricantes a deseñar eles mesmos a súa produción. Por outra banda, compre salientar tamén, que a incorporación de tecnoloxía nova, a innovación na produción

ou a forte aposta publicitaria subvencionada, contribuíron decisivamente á consolidación dun sector que, con tódolos seus problemas, ten un valor exemplar para Galicia.

Cómpre facer un plan

A Xunta de Galicia está a investir varios millóns —miles?— na construción dun edificio en Ferrol que disque vai ser un centro de tecnoloxía e deseño. De momento (xuño de 1994), e mentras as obras seguen en marcha, ninguén parece ter aínda un plan. Desde a iniciativa oficial semella primar o pulo de inaugurar e o fasto, unha vez máis, pódese antepor ao necesario para converter outro proxecto en nefasto.

Porque un plan para dar pulo ao deseño en Galicia require, de entrada, ben menos investimento e non necesita ningunha faraónica sede. Cun reducido equipo humano, un andar, uns ordenadores (papel e lapis se me apurades) pódese poñer en marcha. O que compre son ideas, gañas e crer no que se fai. Porque o noso país necesita un plan.

Un plan que recupere, poña en valor e saque á luz a nosa tradición en deseño, que se ben é escasa e escura, ten na iniciativa de Antonio Reimundo Ibañez (1749-1808) o fito histórico de ser Galicia o país da península donde se crean as primeiras industrias modernas: as Reales Fábricas de Sargadelos.

Un plan para a reciclaxe e formación de profesionais que, sen dúbida o noso país vai necesitar.

Un plan urxente para mellorar e acrecentar o pouco deseño que xa se fai nas empresas. Unha iniciativa que convenza aos empresarios da necesidade de incorporar profesionais de-

dicados especificamente ao deseño ou, segundo o caso, animar á contratación puntual de deseñadores que desenvolvan produtos concretos.

Un plan que mentalice ao sector alimentario, para que non abandone a imaxe dos seus produtos en mans dun curmán do xerente que debuxa ben ou, no millor dos casos, en mans de irresponsables ou pouco preparadas axencias. Un plan para activar coherentemente o packaging alimentario e conseguir que os nosos produtos falen ben de si mesmos, do que son e do que pretenden ser.

E o máis difícil e importante, urxe un plan, mesmo toda unha política, que tente reconducir os investimentos cara empresas baseadas no deseño e fabricación de produtos propios. Ou o que é o mesmo, cara a creación de empresas que xeren un alto nivel de valor engadido e, por tanto emprego, coa súa produción.

Cómpre un plan, a sociedade galega sairá gañando.

Este artigo foi redactado para publicar no libro colectivo *A cultura e a creatividade galegas de cara ao ano 2000*, coordinado por Xavier Seoane e editado por Escola e Sociedade, A Coruña, 1995.

O significado do significante

A conversa tiña lugar na súa casa da Coruña:

— A arte morreu, o que cómpre agora é o deseño.

Seoane nen pestanexou, se cadra xa tiña aturado máis rapaces de vinte anos coma min, un chisco arrichados e un tanto arroutados. Retrucou de contado.

— Pero se vostede quer facer un galano á súa moza pinta un cadro, non fai un deseño.

Amolome ben, non lembro que foi que lle dixen, porque naquel verán do setenta e cinco, naquel “lume de agosto” no que tantas cousas pasaron, eu xa tiña decidido abandonar a universidade e marchar a Barcelona a estudar deseño gráfico. Non entendín, non quixen entender, mais as palabras de Luís Seoane aínda hoxe non me esqueceron.

Andaba eu cheo de razón, cargado de argumentos que sempre centraban á profesión na vocación de servizo á sociedade. “O deseñador non debe ter estilo, o deseñador debe ser un técnico”, espeteille a un profesor —Mario Eskenazi— nos meus primeiros días de clase. A teoría do Productivismo, Boris Arvatov e os rusos todos da utopía constructivista andá-

banme a rebulir na cabeza. “En Cuba deseñaron unhas latas de galletas que son a única arte que miles de persoas viron na súa vida”... Anos despois, nunha conversa con Reboiro, descendente de galegos e un dos mestres dos cartaces do cinema cubano, cheguei a falar de que o seu traballo tiña tamén unha función poética, mesmo se un non quixer ir ao cinema, aqueles cartaces tiñan utilidade, tiñan un valor poético. Un valor que cliente ningún tiña pedido, estaba alí só por vontade do deseñador. Iso facíaos socialmente necesarios. Daquela, había xa algúns anos que eu andaba no exercicio da profesión e facía xa galanos á miña moza mais non pintaba cadros.

Tampouco son cadros os que figuran nesta exposición, nen instalacións, videoarte ou calquer outra forma de creación artística como a que se adoita atopar nun centro de arte contemporánea. Son pezas gráficas ou obxectos, máis ou menos cotiáns, máis ou menos “necesarios”. Son o resultado de proxectos de deseño e por tanto serán moitas as preguntas que susciten nos visitantes, mesmo pode que algúns fiquemos pampos ou cando menos desconcertados diante dalgunhas pezas. Eu recomendaría realizar a visita coa mesma actitude que para a pintura ten David Hockney: “como a maior parte dos pintores, supoño, cando estou a ollar pintura interésome tanto no “como” se pintou coma no “que” di a pintura ou “por que” se pintou (estas tres preguntas, por suposto, están relacionadas)”. Pois ben, aquí, diante das mensaxes e obxectos expostos son aínda máis necesarias as tres preguntas de Hockney.

Pero mesmo con esta actitude tan positiva na visita á *Creación do necesario*, o encontro con pezas “útiles” pódenos resultar confuso. ¿Por que meter nun museo cousas máis

ou menos de uso habitual? ¿Por que considerar “creación” un traballo encomendado por un cliente? Alguén acabará preguntándose se acaso o deseñador non é só un mandado ou peor, un mandadeiro. Alguén sairá do MARCO preguntándose se todo isto ten algún sentido.

Desde esta banda, desde o lado profesional, lembro terlle leído, xa no ano setenta e cinco, unha reflexión sobre este tema a América Sánchez, o que logo habería ser o meu profesor —ou mellor debería decir o meu mestre— : “Sempre haberá quen diga que a xente que fai gráfica quer ser máis artista do que é na realidade. Considérase que a gráfica é unha arte menor quizais polo feito de que a gráfica é unha arte para ser reproducida, ou sinxelamente por ser o resultado dun mandado que che fai un cliente. Eu fágome encomendas a min mesmo, eu son o meu propio cliente, xa que logo podo estar a investigar constantemente”.

A súa é unha resposta práctica, que eu mesmo teño utilizado como receita para estimular corazón e cabeza: suplantar ao cliente en todas as encomendas, esixir máis do noso traballo do que eles esixen e utilizar o proxecto como vehículo de expresión propia. Algo xa coñecido na arte de toda a vida, o tema como pretexto, mesmo cumprindo rigorosamente o mandado. Teño para min que esta actitude garante interese, calidade, pero tamén risco e, ás veces, incompreensión.

O suplemento do sentido

Se facemos un paralelismo, se botamos man da clásica dicotomía establecida por Ferdinand de Saussure como base da

teoría lingüística contemporánea, teríamos que en toda obra de deseño habería que distinguir entre un significante, o lado material, a forma —os sons na lingua falada, as letras na lingua escrita— e o significado, o concepto, o lado inmaterial, a mensaxe a transmitir a un potencial destinatario. Iso sí, aquí, a relación entre significante e significado non é arbitraria, como quería para a súa dicotomía o lingüista suízo. No noso caso, un é consecuencia do outro, ou mellor, hai un cliente que establece un sentido e hai un profesional do deseño que dá forma, encarnadura, a ese sentido. Visto así, seguindo o paralelismo, a profesión de deseñador ocúpase de construír o significante; é o cliente o que pon ou impón o “seu” significado.

Pero existe un discurso autónomo do deseñador ou éste é só, como di a teoría, un mediador do discurso do seu cliente? Está o deseñador a dicir algo propio, distinto ou paralelo á mensaxe a transmitir? Dito doutro xeito, ten o significante algún significado? Aínda máis, os proxectos de deseño que hoxe mostra o MARCO, de hai sesenta, vinte ou tres anos atrás, continúan a ter interese? Caducada a mensaxe, ten aínda a obra algún sentido?

Quizais debamos chamar na nosa axuda a Roland Barthes para poñer en claro as nosas ideas e afirmar que “cando unha obra reborda o sentido que semella plantexar nunha primeira ollada, é que ten algo de Poética: o poético é, dun ou doutro xeito, o suplemento do sentido”. Velaí está. A capacidade de facer obras poéticas é o valor do deseñador como autor. Quizais o sentido da profesión sexa rebordar o sentido das obras, porque, dito por Caballero Bonald, “a poesía debe ocupar máis espazo que o texto”.

Quizais non sexa necesario ter unha moza á que facer un galano, quizais un poda facer arte sen pintar un cadro, pero moito mellor se temos moza e algo propio que decir e quere-mos pintar ou deseñar e ocupar máis espazo que o ar.

O como é o que conta

Pódese visualizar o que aquí se afirma? Podemos ver algúns exemplos? Non creo posible medir e acoutar o espazo enchido polas achegas poéticas dos seus autores, pero contextualizar e comentar algúns traballos pódenos facer entender por que o “como” ten ás veces máis peso que o “que”.

O achado supremo

Poesía, teatro, discursos morais... a súa extensa obra escrita non chegou a entrar no canon literario do século XVI, só algún erudito adoita citalo como curiosidade. Pola contra, Vasco Díaz Tanco ten un lugar de honra na historia da imprenta ou, o que é o mesmo naquelas datas, na historia do deseño en Galicia.

Abonde comentar aquí algunhas páxinas do libro *Palindia de la nefanda y fiera nación de los turcos...*, impreso en Ourense en 1547, un monumento renacentista construído con profusión de gravados sabiamente combinados. Os tipos de letra son aínda góticos, pero a fasquía xeral, o espírito que guía a Vasco é xa plenamente renacentista, con esa vizosa vexetación de influencia oriental. O gravado utilizado na portada foi copiado (xa daquela) en Lisboa para ilustrar a doutro libro, o *Amadís, Lisuarte de Grecia* de 1587.

O texto editado é da autoría do propio Vasco, probablemente un relatorio ideolóxico, que tenta demostrar a maldade intrínseca do nemigo mediterráneo da coroa imperial. Tanto ten, hoxe o libro é importante polo seu deseño e impresión, é unha xoia daquel oficio de “escribanos de libros de molde” tal como se nomeaba na época aos profesionais que exercían ao tempo de editores, deseñadores, impresores e moitas veces tamén de libeiros.

Se citamos ao bibliófilo Rey Soto na súa *La Imprenta en Galicia*, temos en Vasco Díaz o prototipo de deseñador cunha clara ambición intelectual: “cada novo libro editado era un ensaio de gravados, de moldes, de tinta ou de papel, dun certo xeito de facer a tirada, de algo cen veces rectificad, empregando diversos procedementos, nunha constante inquisición do achado supremo e definitivo”. Velaquí o retrato deste extremeño de Frexenal de la Sierra que imprimiu algúns dos seus libros en Ourense, nunha das torres da catedral.

A batalla das letras

Uns filetes e unha liña de texto fenden en dúas metades o formato. É unha páxina de *El Pueblo Gallego*, do extra do Día de Galicia de 1929*. O escritor Rafael Dieste, podémosllo atribuír con certeza, exerce aquí de deseñador, compoñendo en equilibrio, organizando a simetría. A cada poema do lado alto afróntalle outro do lado baixo, se na cima sitúa unhas

(*) Este tema é obxecto doutro comentario no artigo *Ler entre letras*, recollido tamén neste mesmo libro.

“típicas” estampas de Castro Gil, ao pé, Dieste convértese en ilustrador para dar a réplica “moderna”. Até o número de páxina, un cinco magnificado, é repetido no ángulo oposto. Na metade superior dispón “os vellos”, na metade inferior “os novos”. A cultura galega entraba nunha certa normalidade, existía confrontación xeracional.

Dieste, principal animador da xeración nacente desde as páxinas dos xornais vigueses, aínda vai máis alá: debuxa, caligrafía e encomenda a realización de clichés metálicos para os titulares desta páxina. Para os poemas da “Academia —nostalgia, anécdota, corazón—” utiliza a letra medieval que Castelao xa conseguira impoñer como símbolo de galeguidade. Para os poemas dos “noviestetas —plasticidad, sugerencia, cerebro—” Rafael oponlle unhas composicións bailadas, “unhas palabras en liberdade”, se o expresamos co título do texto de Marinetti de 1915, un dos máis sonados manifestos das vangardas artísticas europeas.

Quizais non haxa moitas máis pegadas que expresen tan ben aquel tempo de “coloquios sen fin” que rematou coa fuxida dos “novos”. Seguindo ao profesor Xosé Luís Axeitos, deberíamos concluir que o galeguismo oficial, ancorado naqueles anos nunhas posicións éticas e estéticas conservadoras non foi quen de reter a unha mocidade que, como Manuel Antonio, ía xa Máis Alá. Tamén no deseño.

Destino Galicia

A Suíza pode ser caribeña, Holanda pode ser mediterránea. En calquer territorio hai sempre un mesmo recanto idílico

que dá ben na foto. Os países parecen intercambiáveis, pero a singularidade da oferta turística de Galicia non debe residir xa no que se mostra, senón en como se conta. A uniformidade de costumes no mundo occidental provoca a estandarización das imaxes-reclamo; o deseño debe remozar a mensaxe.

Foi aproximadamente así que Barro, Salgado e Santana nos plantexamos a encomenda da que aquí se mostran algúns exemplos, as capas das publicacións que promoven o turismo en Galicia a nivel internacional, entre os anos 2001 e 2004. A reflexión obrigounos a facer un proxecto que seducira ao viaxeiro coa forza da súa poética visual, nun plantexamento ben afastado da retórica obsoleta, á que estamos afeitos na comunicación turística máis común.

E neste traballo, o camiño da seducción desbotou o descriptivo para construír imaxes simbólicas, mesmo emblemáticas, a pesares da humildade da maioría das pezas protagonistas: follas, pingas, chaves, polas... O resultado procura o feitizo e tenta conseguir unha forte pregnancia na mensaxe emitida: beleza, misterio e lecer na cultura máis occidental de Europa.

As imaxes comentadas neste artigo
pódense ollar na web gruporevision.net,
no epígrafe *palabras*, onde tamén
está publicado este mesmo texto.

Artigo publicado como limiar do catálogo
da exposición *A creación do necesario*,
aproximacións ao deseño en Galicia,
mostra celebrada no MARCO de Vigo en 2004.

Os carteis do Depósito Legal da Coruña

Da habelencia e da ambición

O caso é que comezo este artigo pola letra “o” como homenaxe a Enric Satué. Foi el quen me fixo ver o que para un galego, mesmo para un galego deseñador gráfico, por cotián resultaba invisíbel, isto é a singularidade da lingua galego-portuguesa de poder comezar un texto por esta vocal fazuleira, redondiña e coloradiña como unha mazá. No noso atelier aprendemos a ensinanza e mesmo deseñamos algún libro cun inmenso “o” como letra capital.

“A arte agachada nas letras de imprenta” é o título do fermoso discurso que Enric Satué leu o pasado xuño no seu ingreso na Reial Acadèmia Catalana de Belles Arts de San Jordi. E desta arte, grande ou pequena, que hai tamén nos carteis é que trata este libro, armado peza a peza polas bi-

bibliotecarias Elena García e Rosa Michelena. Elas propóñense aquí mostrarnos tamén unha evidencia oculta, unha realidade que, pola contra, poucas persoas antes ca elas foron quen de albiscar sequera, isto é, que detrás dese aborrecido código do Depósito Legal, que deseñadores e impresores botamos sempre á marxe do papel, había un tesouro agachado, porque desde 1958, por lei, unha institución pública foi amoreando toda a produción impresa. Velaí a sorprendente radiografía da sociedade que as pezas agora catalogadas poden permitir, unha imaxe transparente, nidia desde a democracia, intuída ou adiviñada antes de 1975. Cando as outras bibliotecas do país sigan as pegadas da González Garcés da Coruña, teremos á fin unha visión certa da Galiza toda.

O fondo do Depósito Legal non recolle a etapa dourada dos carteis que, por outra banda, aquí nunca foi moi dourada. No século XIX e boa parte do XX, a Galiza tiña pouco que vender, agás, iso si, man de obra para a emigración. Cada vez aparecen máis carteis desta temática, de mellor calidade segundo avanzamos nas primeiras décadas do século pasado. Fóra diso, só algún balneario foi quen de producir carteis de certa ambición, de par das festas patronais das principais cidades.

Mesmo así, desde 1958, fins da posguerra polo tanto, o fondo permite seguir o fío de Ariadna desde o chumbo ao chip durante case cincuenta anos. Comprobamos así as pegadas que a técnica deixa na creación gráfica, son os cambios que vive, cos que xoga e experimenta a miña xeración: velaí as máquinas de tipografía a imprimir con letras de chumbo e clixés metálicos, aínda a litografía histórica pasando da

pedra ao metal, a chegada do offset, da cuadrícromía feita con cámara, a apoteose do Letrasset, a aparición da fotocomposición, a fotocopiadora como ferramenta e logo a fotocopiadora que amplía e reduce, os primeiros escáneres cilíndricos para a separación de cores, á fin a revolución dos computadores, as impresoras en branco e negro e logo en cor, os escáneres planos na mesa de cada quen e aínda a implantación da fotografía dixital.

Pero tentando reconstruír a memoria da profesión, eu sinalaría na colección de carteis da González Garcés dous fitos de importancia: por unha banda a desaparición dos chamados debuxantes publicitarios nos primeiros anos sesenta e, por outra, a irrupción dos autodenominados deseñadores gráficos a finais dos setenta. Letras de chumbo e de pau son aínda as utilizadas no primeiro cartel depositado no fondo, unha peza tipográfica, anónima, de 1958, que anuncia unha novena á Virxe do Rosario, patroa da cidade da Coruña. Polo si ou polo non, non está de máis comezar unha colección baixo esta advocación mariana. Tamén sobre a mesma Virxe, de 1960, trata o primeiro dos dous carteis conservados no fondo de Rafael Barros, do que xa coñecemos unha peza de gran calidade de antes da Guerra Civil, unhas festas da capital provincial en 1927. Quizais sexa este co que case comparto apelido meu o derradeiro dos debuxantes publicitarios, que, con grande habelencia, ademais de manter certa ambición creativa, saben traballar aínda a dúas ou tres tintas planas, manexan a cor con mestría e dispoñen a tipografía, se cadra rotulada adrede para a ocasión, de xeito claro e conciso. Que espléndido é o seu Quixote de 1968!

Que sorprendente modernidade na ilustración desta peza, posibelmente a súa derradeira, e digo ben, porque Rafael Barros morre ese mesmo ano, á idade de 77 anos. Desta mesma liñaxe profesional cómpre saudar tamén a Blanco Casal, presente no fondo con dúas pezas de boa factura e un marcado carácter poético, amábel, para un mesmo tema do populismo fascista de finais dos cincuenta. Desta mesma etapa e parella feitura profesional non hai que esquecer as festas do Apóstolo de Moragón Agudo que, a pesar da reite-ración dos tópicos xacobeos, manifesta un saber facer que aínda se deixa ver nas cabalgadas de Muros de 1976 e 1978, resoltas agora cun debuxo de fasquía humorística.

Mais aínda é preciso deter a nosa ollada na pezas que a cabalo dos cincuenta e sesenta saen da Imprenta Roel, sen dúbida a maior factoría de artes gráficas da Galiza do seu tempo, que achega ao fondo uns magníficos 70 x 100 de temática relixiosa, deportiva e mesmo taurina. Son traballos anónimos creados polos debuxantes publicitarios empregados por Roel, que ben executan en litografía os deseños doutros debuxantes alleos á imprenta, ben crean unha peza cun proxecto propio ou mesmo desenvolven o cartel sobre a idea do cliente.

Cómpre lembrar que é nos obradoiros deste prodixio empresarial nos que Luís Seoane realiza o seu único cartel impreso antes da Guerra Civil, aquel polbo xigante que esgana unha persoa, co que Seoane pide o “si” no referendo do Estatuto de Autonomía de 1936, un traballo executado polo artista directamente na pedra litográfica, mesmo estampan-do adrede as súas pegadas dixitais, segundo testemuño seu nunha xa remota conversa.

Nos finais dos setenta é cando xorde unha nova caste profesional, xa o dixemos, autodenominada deseñadores gráficos, que manifesta non só novas formas, senón unha nova actitude ben diferenciada dos caixistas tipográficos, rexentes de imprenta, axencias publicitarias, ou dos artistas chamados a pintar carteis. A nova xeración tenta dedicarse exclusivamente ao seu mester, procura o exercicio libre da profesión, ten unha formación regrada ou autodidacta pero máis ou menos específica e, o que é máis importante, manifesta unha decidida ambición creativa.

Mesmo así, a nova xeración xorde profesionalmente orfa. Esta nova actitude non se daba na Galiza, salvo contadas excepcións, desde os anos anteriores á Guerra Civil, un tempo de esperanza no que estaba a abrollar un pequeno xermolo profesional traxicamente esmagado polo silencio, o exilio ou a morte: Maside, Manolo Méndez, silenciados; Castelao, Federico Ribas, Luís Seoane, exiliados; Camilo Díaz Baliño, paseado.

Só a teimuda vontade de Luís Seoane, que emprende o exilio aínda mozo, é quen de legarnos un fondo cultural e gráfico realizado, sempre en Galiza, na cidade de Bos Aires. Aínda hoxe é a súa obra mal coñecida. O fondo conta con dúas obras súas, quizais os dous únicos carteis que realizou aquí, nos anos en que comezaba a súa volta, indo e vindo aínda, da América á Galiza. É á América a onde viaxa Isaac Díaz Pardo, o fillo de Camilo Díaz, na busca de calor ideolóxico; de alá vai volver coa idea de Sargadelos. Mágoa que os sete carteis seus presentes no fondo mostren o seu escaso interese polo xénero do cartel.

Na Galiza da posguerra, só un feble fío de unión tende Carlos Maside, que despois da guerra, pouco antes de morrer, aínda é quen de realizar algunhas pezas gráficas para as industrias pesqueiras viguesas e recibe a encomenda da dirección artística da Editorial Galaxia, fundada en 1950. Cando saía á luz o fondo do Depósito Legal de Pontevedra, teremos ocasión de saudar tamén a Xohán Ledo, pseudónimo dun médico en exercicio —Ricardo García Suárez—, que por acaso e necesidade ideolóxica vai levar adiante a identidade gráfica da Editorial Galaxia, desde a morte de Maside, acaecida en 1958. É súa unha colección de carteis para o lanzamento do Día das Letras Galegas, insólita na Galiza do ano 1963, pola ambición creativa e o estoupido de cor e alegría que mostra.

Pero volvendo ao fío de unión, quizais deberíamos subliñar a presenza no fondo de carteis da González Garcés de varias pezas de Ventura Cores, dedicado no profesional ao interiorismo, pero tamén interesado na gráfica, o deseño industrial e a pintura, un home presente naquel reducido grupo de mozos que tributa a Carlos Maside unha íntima homenaxe pouco antes da súa morte. (Debo dicir aquí que foi Ventura Cores quen primeiro me falou a min de deseño, alá por 1973. Foi o seu entusiasmo por unha disciplina aínda descoñecida como tal nos primeiros anos setenta o que fixo virar a miña derrota, da facultade de Filosofía e Letras compostelá aos estudos de Deseño na Escola Eina de Barcelona. Quede aquí explícito o meu recoñecemento).

Velaí algunhas reflexións desde a profesión que o fondo de carteis da González Garcés permite facer. Outras moitas, desde outros tantos puntos de vista, son posíbeis. Quero pen-

sar tamén na posibilidade de ter dixitalizado o resto dos fondos (fago memoria e boto de menos pezas propias e alleas) e soño con dispoñer dun arquivo galego. Soñar non custa e é o primeiro alicerce das obras. Pero cómpre estender o hábito de facer efectivo o depósito, que as empresas de artes gráficas sexan conscientes do valor do fondo. É tamén a súa memoria. Toda a sociedade quedaralles agradecida.

Algunhas das imaxes aludidas neste artigo pódense ollar na web gruporevision.net, no epígrafe *palabras*, onde tamén está publicado este mesmo texto.

Este artigo foi publicado como limiar do libro *Memoria das paredes, os carteis de Depósito Legal na Biblioteca Pública da Coruña Miguel González Garcés / María Elena García Pazos e María Rosa Michelena Seivane / A Coruña : Xunta de Galicia, 2006*

A identidade gráfica
da Asociación de Enxeñeiros
de Telecomunicación de Galicia

Temas enredados, tópicos revirados

Radiación, emisión, difusión, comunicación, transferencia, transformación, desenvolvemento, evolución... velaquí unha ristra de palabras anotadas na marxe dunha folla, nun caderno de traballo do mes de febreiro do 2004. Á súa beira algún 0101 pintado sen moita convicción, de par deles ondas máis ou menos concéntricas, riscos, esbozos, variacións... algunhas páxinas máis adiante, ondas de novo. Pero o proceso de deseño non quedou aí.

Tento reconstruír agora a reflexión que, vai xa para un ano, nos levou ao deseño da identidade gráfica da Asociación de Enxeñeiros de Telecomunicación de Galicia. Durante este tempo, ademais, teño batido, por acaso ou necesidade con pezas de arte ou de comunicación visual, que estarían emparentadas formalmente, dun xeito ou doutro, co noso proxecto. Algunha como *ya.com* é de recente

creación. Máis antes de continuar a pasar as follas daquel caderno e debullar o pensamento gráfico daquel proceso, quizais cómpre explicar que o traballo dos deseñadores versa en gran medida sobre a identidade. ¿Cal é a esencia das mensaxes? ¿De onde ven ou cara onde vai unha empresa ou unha institución?, son preguntas que se fan decote nun atelier de deseño.

Tamén, antes de seguir, é necesario ter presente que un símbolo gráfico de identidade, incluíndo o seu sistema ou programa de uso, non é unha novela, postos a comparar, imítalle máis a un poema, non por breve menos complexo, conciso sí, pero mesto, fondo e rico en entidade, un chip enchido de significado. Debería ser así, máis adoita haber moita vaidade.

Con todo, buscando a complexidade o deseñador procura a sixeza. Non é un paradoxo, é a necesaria síntese para que un pequeno debuxo, doado de estampar, imprimir, calcar, fotografar, serigrafar, transmitir, percibir, aprezar, descifrar, entender, comprender e mesmo seducir, chegue a cumprir o seu papel só nuns segundos. Estamos xa ben lonxe do tempo dos requintados escudos heráldicos, ben afastados da retórica empresarial decimonónica, ateigada de rodas dentadas, fábricas fumegantes, barcos navegantes e mercurios voadores. A comunicación da identidade visual dunha entidade do noso tempo funciona dun xeito analóxico, provocando asociacións de ideas, fervenzas semánticas, que facilitan o pensamento gráfico a maior velocidade que a transmisión dixital escrita ou representativa, complementaria e fundamental noutras pezas, noutras canles, noutros xéneros.

Precisamente, evitar a retórica obsoleta e remozar a mensaxe esencial foi o que nos levou a desbotar o emblema utilizado polo Colexio Profesional español, que presenta como armas do “escudo” unha antena que, a xulgar polas faíscas que xurden do pindirico, está a emitir. É a mesma imaxe mil veces repetida no comezo dos filmes da antiga productora americana RKO, unha ilustración que hoxe pode resultar pavera, pero lonxe de comunicar potencia tecnolóxica, transmite inxenuidade, historia pasada.

As ondas, tópicas xa na representación da comunicación, foron pois o tema primeiro que grafiamos e propuxemos como símbolo. Ondas concéntricas que, revirando o previsible van pasando dun groso cadrado central a unha miúda circunferencia perfecta, nunha gradación que utiliza a linguaxe da arte óptica como forma de expresión. Nesta contradicción aparente reside o interés visual da forma; é a cadratura do círculo. Convencidos da idoneidade do noso proxecto presentamos o símbolo á directiva da Asociación. Non suscitou entusiasmo e, aínda que se podería ter chegado a aprobar, xurdiron dúbidas, que logo foron pequenas reflexións e de contado, Ánxel Viña, o entón presidente da entidade, plantexou un tema a debater: Son hoxe as ondas ou é a rede, a expresión da enxeñería de telecomunicacións máis avanzada? Axiña houbo que reconducir a reflexión e o curso do noso pensamennto visual, houbo que comezar de novo. De primeiras buscamos a dialéctica entre un elemento e a súa multiplicación ao infinito, entre a rede e a súa abreviatura. Coa suma de elementos iguais créanse formas complexas, case un mandala, nas que o módulo base segue

a ser recoñecido. Quizais aí resida a nosa mellor aportación a un tema que está a xerar toda unha familia gráfica.

Rede, módulos, células, neuronas, conexión, grella, escisión, expansión. O xeométrico e máis orgánico están na base da fascinación por un tema que do ámbito da tecnoloxía dá o salto ao marketing, á comunicación ou á poética artística. Movémonos nun mesmo campo semántico, sementado co prestixio da modernidade.

As imaxes referidas
neste artigo pódense ollar
na web gruporevision.net,
no epígrafe *palabras*, onde
está recollido este mesmo texto.

Artigo publicado en 2004
no número 1 da revista *A nosa rede*,
voceiro da Asociación de Enxeñeiros
de Telecomunicación de Galicia.

Seoane, Castelao e a *letra galega*

Ler entre letras

Para comezar esta miña intervención cómpreme facer unha cita de Castelao, é do seu diario de viaxe de estudos a Europa. Ao pasear por Berlín, o 20 de agosto de 1921 anota: “Eiqui ao mellor aparece enriba dunha letra vermella e inmensa un paxaro azul e neste pequeno detalle hai arte. Cada letra é un monumento”. Velaquí unha sensibilidade nada frecuente, porque as letras non son inocuas e a elección tipográfica sempre responde a unha intención.

Curiosamente nun país que non é Catalunya, que non é o berce da modernidade, nun país coma o noso, pobre tanto no plano económico coma no cultural, resulta que dous dos Pais da Patria son o que hoxe chamamos deseñadores gráficos, unha profesión que nos últimos anos do século XX foi identificada, no territorio do Estado Español, coa modernidade máis requintada. Ben, xa sei que Castelao e Seoane teñen os dous moitas outras facetas, pero a de deseñadores non é a menor nen en cantidade nen en calidade, é probablemente unha das actividades centrais nas súas vidas, unha actividade á que chegan por necesidade de comunicar, por compromiso, por vocación de trascender o estreito marco comunicativo da galería de arte, por necesidade tamén de configurar as formas da súa patria e transmitilas por medio do libro e da revista.

Cando eu fixen a miña primeira exposición na Galería Sargadelos de Santiago de Compostela, no ano 1981, cando mostrei os meus primeiros traballos de deseño gráfico, chantei no programa de man dúas citas, unha de América Sánchez, o que foi o meu profesor en Barcelona, e ésta de Castelao, que agora veño de poñer no limiar desta intervención. Creo non estar descamiñado se afirmo que Castelao e Seoane están na base dalgunhas das vocacións profesionais dos deseñadores galegos da miña xeración. Arte, cultura e compromiso político andan tamén no noso tempo mesturadas.

Pois ben, de letras, de Castelao e Seoane é que pretendo expoñer algún contraste, que pode semellar contradición inexplicable, pero que creo poder debullar polo miudo.

Velaquí* un obxecto cotián de hoxe mesmo, un envase de leite que utiliza un tipo de letra recoñecible por moita xente, unha variante da letra que Castelao logra impoñer como emblema de galegidade. Os publicitarios, coa intención de identificar esta marca de leite co noso país acuden o idioma galego —feito insólito até agora nos envases— e a unha letra moi connotada. É a mesma que atopamos na rotulación dalgúns bares enxebres ou na fundición en metal dalgunhas letras que identifican algúns edificios públicos. Pero na Galiza non chegamos ao caso vasco, naquel país xeralizouse outro tipo de letra “vasco” como emblema da nacionalidade. Pero cómpre lembrar dúas cuestións: nen a conciencia nacional está na Galiza tan desenvolvida coma no País Vasco, nen os galegos necesitamos

(*) O presente relatorio foi acompañado coa proxección das pezas comentadas, mesmo así, o lector pode seguir aquí o discurso sen a súa visualización, que nunha publicación coma esta non ten cabida.

unha sobreescrita do noso idioma. Como ben di o colega Carlos Rolando, no caso vasco, os poucos falantes euskaldúns e máis a grande dificultade na aprendizaxe do idioma levaron a acudir á tipografía: calqueira cousa escrita con esta letra, mesmo en español ou en inglés, vese como euskera, queda automaticamente nacionalizada. Non é, xa digo, o caso galego, pero a recente promoción, como campaña de marketing de *La Voz de Galicia*, o lanzamento como agasallo aos lectores dunhas fichas máis un disquete, cunha versión tipográfica da *letra galega*, denominada neste caso como “Gallaecia Castelo” polo seu autor dixital, o deseñador Carlos Núñez, puxo de actualidade o interese por un dos trazos identitarios da Galiza, un trazo tan vencellado a Castelao, tan ausente, sorprendentemente, na inxente produción editorial que Luís Seoane vai desenvolver no exilio bonaerense.

Voltemos pois á orixe, tal como indica o lema publicitario do cartón de leite co que comezamos esta exposición. Vexamos a igrexa parroquial de Santa Columba de Rianxo e reparemos nalgunhas das marcas de canteiros gravadas nas pedras dos seus muros. Velaquí, ao pormenor, algunhas que presentan unha base tipográfica, é a letra medieval da que estamos a falar. Non moi lonxe de aquí, a poucos pasos, ten Castelao a súa casa familiar, na Rúa de Abaixo.

Non quero facer un percurso exhaustivo pola obra gráfica de Castelao, pero sí marcar algúns fitos no proceso de canonización da letra e no seu recoñecemento, xa en datas moi temperás. É a gran aportación do rianxeiro ao noso patrimonio gráfico, e no seu proceso de implantación ten moito que ver a prensa, as revistas e xornáis, que no século XIX e boa parte do XX foron

os auténticos difusores de ideas, defensores de ideoloxías e conformadores de opinión entre os chamados líderes sociais. Este papel da imprensa apréndeo Castelao de mozo, en *El Barbero municipal* (1910-10914), a publicación anticaciquil de Rianxo, onde ilustra e fai xa a dirección artística.

Compre fixarse agora en *A Nosa Terra* de 1917, voceiro xa das Irmandades da Fala e, durante máis de vinte e cinco anos, de todo o movemento galeguista. Se ollamos ao pormenor o seu logotipo axiña recoñeceremos o tipo de letra, moi marcado aínda pola ornamentación do modernismo, estilo que busca inspiración no medievo, nunhas letras que están xa nos lintéis do Pórtico da Gloria. É o mesmo espírito de busca de prestixio que conduce á implantación dos tipos de letra góticos —o primeiro tipo da imprenta— nas cabeceiras dos xornais de medio mundo e, tamén aquí, en *La Voz de Galicia* e *El Progreso*. Pero detrás do deseño do logotipo d'*A Nosa Terra* hai un artista comprometido co seu país, hai un intelectual que ademais de querer transmitir prestixio procura sinais de identidade.

Ollemos agora o logotipo da revista *Nós*. É o que aparece no número 1 de 1920, o mesmo deseño empregado xa no suplemento literario do xornal *El Noroeste* en 1918. As pegadas modernistas son aínda ben patentes. O debuxo das tres letras é practicamente idéntico ao das tres primeiras letras da palabra *Nosa* no logotipo do voceiro das Irmandades da Fala.

No logotipo do xornal *Galicia** de 1922, a tipografía aban-

(*) Valentín Paz Andrade, que dirixiu o *Galicia*, publicou un artigo sobre *Galicia Diplomática* comentando que quizais foi no subtítulo desta revista que Castelao achou inspiración para a súa letra. *La Voz de Galicia* (2.9.1982).

dona a fasquía modernista. Castelao viaxou xa a Alemaña e as letras fanse máis rotundas por influencia expresionista.

De 1926 é un cartaz turístico de Santiago de Compostela realizado polo pintor pontevedrés Carlos Sobrino. Aquí aparece xa a *letra galega* pintada por outras mans. O círculo de intelectuais e artistas próximos ao galeguismo acepta o tipo e emprégao nas súas obras; comeza a canoización, mesmo realizando variantes sobre o deseño base do rianxeiro.

É o mesmo caso do cartaz das festas de Santiago de 1932. Camilo Díaz empregará o tipo en moitas ocasións e mesmo realiza aquí unha versión particular sen remates, da caste que chamamos de pau seco. O seu fillo, Isaac Díaz Pardo, tamén vai realizar, moitos anos despois, unha versión persoal do mesmo tipo de pau, que se atopa con frecuencia na gráfica corporativa das empresas O Castro e Sargadelos.

Velaquí outro cartaz das festas de Santiago. É de 1931, un deseño de Carlos Maside, outro dos protagonistas da cultura galega da primeira metade do século XX. Pero sorprendentemente non hai no cartaz a letra de Castelao. Maside emprega un tipo derivado dos utilizados para rotular, unha letra cortada. É sorprendentemente un tipo alemán, a versión “Black” da Futura de Paul Renner, a tipografía emblemática da modernidade europea, deseñada nesta versión especial en 1929, só dous anos antes que este cartaz de Maside, que debuxa a man esta mítica tipografía. Velaquí, nesta peza, unha pista que imos seguir neste relatorio máis adiante. Como é posible que un galeguista recoñecido como Carlos Maside non siga o ronsel do mestre?

En 1950 morre Castelao. En Bos Aires publícase o seu libro póstumo *As cruces de pedra na Galiza*, na tapa campana as letras canónicas debuxadas polo rianxeiro. En Vigo xorde a Editorial Galaxia e a tipografía elixida por Xaime Illa Couto para o logotipo vai ser a empregada por Castelao. A letra “nacional” está xa canonizada.

Pero ¿cal é a actitude de Luís Seoane? Ben máis novo que Castelao, exilado tamén en Bos Aires desde 1938, Seoane vai exercer o deseño gráfico como profesión, tanto en proxectos alleos, encomendas das editoriais arxentinas ou dos emigrantes galegos, coma en iniciativas culturais propias. A súa primeira exposición de pintura é de 1945 e non acadará recoñecemento pleno como pintor ata a década seguinte, mentras, desbotada a avogacía, o deseño é o seu medio de vida e, mesmo cando a súa pintura comeza a cotizarse, o oficio de comunicador visual non vai ser abandonado, aínda que o exerza sen perceber honorario ningún, “embarcado nunha peneira”, nalgún dos seus múltiples proxectos.

Botemos, pois, unha ollada á obra editorial de Seoane, en concreto á obra galega ou relacionada coa Galiza, onde deberíamos atopar a eito a letra galega de Castelao.

Cronolóxicamente, a primeira ollada vai para a colección *Dorna* da editorial EMECÉ. Unha das características das tapas desta colección será o emprego de dúas cores distintas nas ringleiras de texto do mesmo título, un atrevemento vangardista, nada racionalista, que contrasta coa elección dunha tipografía clásica, entre didot e bodoni, elección que sempre será querencia de Luís Seoane en todos os seus proxectos.

Vexamos agora a colección Hórreo, tamén de EMECÉ —compre decir que o CÉ é a inicial do galego Álvaro das Casas, un dos socios da editorial—. É esta unha colección de edición modesta, na que Seoane utiliza papel de cor diferente para imprimir cada tapa, sempre en negro, realizando unha viñeta gravada en madeira ou linoleum. A tipografía non é tampouco a de Castelao, a bodoni é a elixida.

Criterios semellantes imos atopar na elección tipográfica para a Editorial Nova, na que de par da xa clásica viñeta debuxada, aparece un fondo, unha textura que serve de identificadora da colección Camiño de Santiago.

Un libro emblemático do exilio galego: *Lonxe*, o poemario de Lorenzo Varela, unha magnífica tapa do Seoane máis sintético, máis persoal e máis directo. Aquí, como en moitos outros títulos da colección *Botella al mar*, a bodoni é unha vez máis a elixida.

Coma *Botella al mar*, Citania é outro proxecto editorial do propio Seoane. Aquí os tipos van ser a futura negra ou a bodoni, segundo as coleccións, ou unha romana nos libros de ensaio, a colección *Martín Sarmiento*.

O *Alba de gloria* de Castelao editado sen a tipografía canónica na tapa? É unha edición encomendada a Seoane para conmemorar o primeiro cabodano do rianxeiro.

Galicia Emigrante é o proxecto de xornalismo máis ambicioso creado por Seoane, toda unha fronte cultural, el só, na Galiza bonaerense. De 1954 a 1959 o artista dirixe, diseña e escribe en grande parte os 37 números que chegan a saír á rúa. Aquí, por tema e destinatario do proxecto, cabería un logotipo en *letra galega*, pero tampouco. Seoane elixe de novo unha bo-

doni e mestura a primeira palabra composta en caixa alta coa segunda en caixa baixa, cada unha nunha cor diferente, nun xogo tipográfico nada racionalista, ben propio do autor.

A revista *Galicia* é de Seoane? É, pero é unha encomenda do Centro Galego, unha publicación societaria que Seoane realiza como profesional durante vinte anos, en varios períodos que comezan en 1940. Aquí si aparece a letra de Castelao. Pero non é esta unha obra do amplo programa cultural do propio Seoane, é, repito, unha encomenda.

Curiosamente é tamén na editorial creada polo Centro Galego, Ediciones Galicia, onde Seoane emprega tamén a letra herdada de Castelao. Fundada en 1950, a editora vai pasar dunha etapa inicial, moi marcada pola *letra galega*, a uns parámetros de maior elegancia, clasicismo e economía de medios onde campan as bodonis e as romanas, todo da mesma man de Luís Seoane. É quizais o seu proxecto máis explícito en canto a rexeitar a *letra galega* do rianxeiro.

Para rematar este percurso pola obra de Luís Seoane, ollar só a tapa do emblemático *Galicia hoy*, a edición do Ruedo Ibérico, impresa en Bos Aires en 1966, aparellado de limiar a colofón por Santiago Fernández e Maximino Brocos, que non son outros que Díaz Pardo e Luís Seoane. Son eles tamén os que custean a edición. A elección tipográfica para a tapa do libro será nesta ocasión a futura negra, a prestixiosa tipografía emblema do movemento moderno.

Por que un dos pais da patria non utiliza máis que residualmente as letras canonizadas como emblema de galeguidade durante o primeiro tercio do século XX? Ben é certo que Seoane emprega tipos de metal, non hai daquela a inmensa

facilidade que nos trouxeron os computadores, nen sequera estamos aínda na era do offset, da fotocomposición ou do *le-trasset*, as letras transferibles que marcaron a gráfica internacional dos anos 70. A *letra galega* non existe como tipografía, como fonte industrializada, hai que debuxala a man cada vez, para logo encomendar a fabricación dun cliché. Pero, aínda así, por que non empregala nos logotipos de revista, que se repiten e utilizan en todos os números? ¿Por que non utilizar a tipografía nas marcas editoriais? Non é unha cuestión económica ou técnica, é unha decisión na que a ética e a estética andan mesturadas.

Quizais a explicación a esta actitude que vimos constatando esté cifrada no deseño dunha páxina de xornal, un traballo que podemos atribuír no fondo e na forma a Rafael Dieste, o que logo sería compañeiro de iniciativas culturais de Luís Seoane no exilio bonaerense. É unha páxina de *El Pueblo Gallego* de 1929, do suplemento do Día de Galicia. Aí está tamén a explicación tipográfica de aquel cartaz de Maside de 1931, que vimos antes. Na páxina do xornal, Dieste deita unha liña de texto enmarcada por dous filetes, fendendo en dúas metades o espazo da páxina: “Sea esta una divisoria —línea de choque— donde se desparten dos tendencias poéticas: la académica —nostalgia, anécdota, corazón— y la de los noviestetas —plasticidad, sugerencia, cerebro—”. Desde esta ringleira cara arriba, Dieste sitúa unha selección de poemas dos “vellos”, de aí para abaixo dispón os poemas dos “novos”. Os poemas “vellos” están titulados coa tipografía “Castelao”, os poemas “novos” están titulados cunhas letras pau seco, rotuladas a man, bailadas, podemos

dicir parafraseando a Marinetti no seu manifesto futurista, que os títulos están compostos con palabras en liberdade. É o mesmo estilo que o propio Dieste utilizara xa en 1926, para deseñar a capa do seu libro *A fiestra valdeira*.

A cultura galega semella coller naquela altura unha certa normalidade, existe enfrontamento xeneracional, un enfrontamento estético, que axiña vai ser tamén ético e que vai desembocar na deserción dos “novos” da cultura e da política galega cara 1930. O galeguismo oficial, ancorado naquelas datas nunhas posicións ideolóxicas conservadoras non foi quen de reter á nova xeración. Recomendolle a quen queira enterarse de que vai esta cuestión, que eu considero crucial para entender a nosa historia recente, non só literaria, plástica, senón tamén ideolóxica, a lectura do ensaio “A recepción das vangardas en Galicia”, que o profesor Xose Luís Axeitos ten publicado no Boletín Galego de Literatura, número 17.

Á luz desta páxina de *El Pueblo Gallego*, magníficamente disposta por Rafael Dieste, podemos albiscar a “lectura” gráfica, simbólica, que realiza Luís Seoane sobre a letra “nacional”. Seoane olla aquela letra ancorada na tradición, as súas formas fánelle antigas, obsoletas, incapaces de comunicar. Dito doutro xeito, por Xosé Luís Axeitos ao estudar a contribución de Castelao ás artes gráficas galegas: “Resulta moi revelador da poética artística do rianxeiro este descubrimento dos valores plásticos da tipografía. Porque mentras os códigos gráficos da vangarda —cromatismo, fantasía, dinamismo, xeometría— miran ao futuro, Castelao mira á gloria pasada do noso románico. Xustamente atopamos, tamén neste campo, cunha das polaridades clásicas da vangarda —pasado/por-

vir— que máis contribúe á separación entre vellos e novos”.

Máis novo aínda que os “novos”, Seoane comparte con eles a identificación co espírito renovador das vangardas artísticas europeas e identifícase tamén coa súa posición ideolóxica de esquerdas. Pero a diferenza da xeración dos novos, Seoane vai continuar nos eidos da cultura galega e, á beira do Partido Galeguista vai participar no achegamento á Fronte Polpular, achegamento e viraxe política que comeza en 1931 e que, ademáis de Alexandre Bóveda, vai liderar o propio Caste-lao, agora deputado. O resultado político desta xeira é o logro do Estatuto de Autonomía de 1936. Polo camiño esgazouse a Dereita Galeguista de Risco e Filgueira e máis o centro de Paz Andrade. O galeguismo deixaba de ser considerado unha ideoloxía e comezaba a considerarse como unha actitude na que son posibles todas as ideoloxías, a condición de que estas encarnen en forzas políticas propias.

Despois da Guerra Civil, será Seoane no seu exilio, fiel ao seu país, quen realice esta síntese no plano intelectual; tamén no plano estético. Pódese ser galego e ser de esquerdas, pódese ser galego e estar aberto ao que pasa no mundo. Non hai unhas constantes inmutables que deban perdurar polos séculos dos séculos; a Galiza precisa remozarse en cada tempo. Velaí tamén un legado de Luís Seoane.

Este relatorio foi presentado nas *Xornadas sobre Luís Seoane*, organizadas na Fundación Seoane pola Dirección Xeral de Promoción Cultural da Xunta de Galicia, os días 26 e 27 de marzo de 2004.

Apuntamentos para o guiión dunha xornada con Alberto Corazón e Enric Satué nun diálogo aberto, moderado por Pepe Barro na Cidade da Cultura de Galicia.

Pensar no deseño

Corazón e Satué veñen, como dirían os franceses, en calidade de “maîtres á penser” é dicir mestres do pensamento, veñen para axudarnos no debate, porque a palabra conduce o pensamento, pero as formas produto dun deseño, tamén son portadoras dun discurso e Enric e Alberto teñen un discurso cumprido, son tamén dous importantes intelectuais e no seu traballo, como dicía aquela canción, sempre deixan todo “cheirando a frescura”.

Veñen contar pero tamén veñen escoitar, aprenderemos entre todos. A crítica de arte contemporánea define ao artista moderno como o que ademais de realizar a súa obra, tamén reflexiona sobre ela. É isto aplicable á nosa profesión?

A felicidade

*A felicidade deriva do traballo ben feito.
A satisfacción que isto produce é extraordinaria.
Pola contra, na nosa sociedade definímonos non
polo que facemos senón polo que mercamos.*

Zygmunt Bauman

(Entrevistado no *El País*, 18:01:14).

É a nosa unha profesión na que moitos están certos de achar a felicidade procurando a excelencia, a satisfacción do traballo ben feito. É a íntima ambición intelectual o pulo para ensanchar os límites da profesión, para acadar a felicidade? A felicidade, ou máis ben a busca da felicidade, é a motivación para chegar a fin de mes e non ao revés?

Todo serve ou debemos aternos á ortodoxia racionalista?

Debemos practicar o eclecticismo ou seguir o rito da Bauhaus? Deseño americano, efervescente, sen normas fixas, que varían segundo os briefings, ou deseño con estilo europeo, cool, minimalista... que nunca acudirá ao historicismo?

Á hora de traballar, debemos potenciar o diálogo gráfico cos deseñadores que nos precederon? A tradición culta e mesmo a popular debe inspirarnos no noso traballo?

As ferramentas sempre deixan a súa pegada, temos hoxe unha tecnoloxía extraordinaria, debemos practicar tamén o traballo a man como fonte de diferenza, de imperfección, de autenticidade?

O factor «posmoderno», a ausencia de correntes, escolas ou dogmas.

Tanto na economía, ou na cultura en xeral, como no específico do deseño, as tres últimas décadas son as da confirmación da imposibilidade dos discursos colectivos, e da negación das utopías. Fronte ao que aconteceu anos 60/70, onde se revisaron criticamente as posturas maximalistas das vangardas, e nos que cada persoa ‘consciente’ era unha representación dese discurso colectivo e interiorizado, o momento actual é o da exaltación da ‘individualidade’, onde as ‘escolas’ foron transformadas en ‘estilos’ e as ‘correntes’ en ‘modas’, sen a capacidade de artellar comunidade ao seu redor, amparándose no cada vez máis ambiguo sintagma da ‘liberdade individual’. Tamén Bauman di que o momento actual é o da velocidade e o da aceleración interesada, que anula os referentes e que nos condena á soidade e a desaparición da ‘polis’.

Internacionalización / Autarquía

Durante as décadas de autarquía, sobre todo ata os anos 70, o deseño do estado quedou un tanto á marxe das escolas e das correntes internacionais do deseño. Supón esta circunstancia unha eiva pola vía do atraso, ou pola contra, pode ser interpretada como un valor positivo baseándose na capacidade de artellar discursos máis diferenciados?

O deseñador e o ecosistema produtivo

Para obter un resultado, o deseñador depende doutros profesionais: impresores, encuadernadores, grabadores, etc.

A necesidade da toma de conciencia da importancia desta relación. O diálogo que se establece con este mundo profesional é tan importante como o traballo de estudio. A importancia de coñecer os procesos de produción. Ter conta dos perigos dun entorno exclusivamente dixital.

O posicionamento ético do deseñador

É necesario, ou desexable, un posicionamento ético no oficio de deseñador?. Poderíase chegar a formular unha especie de ‘Código deontolóxico’?. O exemplo do manifesto ‘First Things First’ de Ken Garland.

Artista, grafista, artista gráfico, deseñador...

Do grafismo á comunicación visual, o deseñador gráfico tardou en configurarse como profesional. Aínda con dúbidas sobre a artisticidade do oficio, cada vez está máis asentada a a súa función social e a súa consideración. Ou non? Houbo tamén unha evolución semántica paralela, do grafista, centrado na elaboración de formas que case configuraban un estilo plástico, até o deseñador actual que antepón a todo a reflexión, o pensamento, quizais tamén o marketing?...

O deseñador como investigador, como divulgador, como docente...

As moitas e necesarias maneiras de exercer a profesión. É preciso, para que o oficio goce de boa saúde que exista reflexión, debate, docencia, intercambio, etc con respecto ao deseño e a profesión. Son os profesores de deseño os chamados a facer unha reflexión teórica ou pola contra somos todos.

A cultura como o lugar na arquitectura

A crítica contemporánea ao “estilo internacional” na arquitectura sostén que compre ter en conta o lugar onde se vai construír... O deseño é unha construción cultural e por tanto debe ter en conta a cultura do lugar onde se realiza...

A responsabilidade do deseñador gráfico

A responsabilidade do deseñador gráfico non é física, cando menos está lonxe da dun arquitecto e mesmo da dun deseñador industrial, pero existen outras responsabilidades.

Desde logo está o asunto da ecoloxía pero temos unha forte responsabilidade económica ou social, para aqueles profesionais que interveñen sobre produtos, packaging, ou sobre a imaxe das empresas. Configurando produtos, o deseñador inflúe positiva ou negativamente sobre a vida das empresas e os seus traballadores. Aínda máis, hai tamén unha responsabilidade cultural... e nunha cultura *uderground*, como é o caso da cultura galega, unha cultura marxinal dentro da nosa propia sociedade, o deseñador debe facer o esforzo de coñecer, descubrir e logo crear e reformular o seu traballo contando co coñecemento do propio, tanto como do alleo. Luis Seoane ergueu unha frase por bandeira, “Quero enriquecer o mundo coa nosa diferenza” Nin sempre é posible, nin sempre se logra...

A regulación da profesión de deseñador

O oficio de deseñador, a diferenza doutras profesións, é unha profesión desregulada. Non existen condicionantes nin requisitos específicos para acceder ao oficio. Do lado

positivo esa circunstancia pode permitir unha maior renovación de ideas e achegamentos; do lado negativo promove situacións de competencia desleal e dificulta artellar discursos colectivos.

Corporativismo positivo

Configurar a profesión, valorar o traballo dos que nos precederon, visualizar o conxunto actual, asociarse para conformarse como suxeito social... Se nós non nos tomamos en serio, a sociedade non nos vai valorar... A DAG é necesaria... Só reforzando a profesión, prestixiándoa co traballo individual e coa acción colectiva, é como conseguiremos frear en parte a migración dos traballos máis importantes do noso país, tanto os públicos como os privados. Só dous exemplos: o programa de comunicación corporativa desta mesma Cidade da Cultura, realizado hai pouco por un atelier de Barcelona denominado *Lo Siento* (aínda que quizais non por este motivo); e o caso do Banco Evo, creado polos anteriores xestores de Nova Galicia Banco, un deseño da británica Saffron do histórico Wali Olins, por certo falecido hai agora un mes. E isto non é só unha cuestión económica que vai ao peto dos profesionais, é tamén e sobre todo unha cuestión cultural, a identidade do noso país pénsase fóra, e social, se os galegos non somos quen de pensar, de deseñar, tampouco seremos quen de ser cidadáns.

O cliente

Amigo ou inimigo, parte do problema ou parte da solución? Traballar como se a encomenda fose a máis importante das

nosas vidas ou traballar segundo o importe acordado? Ningún profesional pensará en dar gato por lebre, pero é lexítimo ou conveniente dar lebre por gato? Disque esta actitude é frecuente, que os deseñadores sempre damos máis do que se nos pide...

Buscar traballo

No tempo de crise cómpre especialmente alentarse a “invencción” de traballo. Creo que hai que estimular a parte creativa, inventiva que todo deseñador ten, como forma de atopar traballos. Pero presentar constantemente ideas pode resultar desesperante se non se dá con encomendas... Mesmo apuntar posibles fontes financeiras debe ser parte da busca de traballo, demasiada responsabilidade? Seremos uns hipócritas ao alentarse estas actitudes coa que está caendo?

Concursos

Pagados ou só polo premio, convenientes ou indesexables? Concursos públicos ou privados? Concursos de ideas ou de proxectos rematados? A lei de contratación con organismos públicos obriga a concursar, pero non sempre... Mesmo así, os concursos módelanse segundo as bases que se poñen ou as condicións que se impoñen. É igual contratar construción, obxectos ou equipos informáticos que ideas creativas? Concursar só cando se gaña? Son os concursos unha porta para o acceso á profesión de xente nova? E os xurados? Debemos esixir profesionais do deseño como xurados ou deben xulgar políticos e funcionarios da administración, persoas alleas á profesión?... A Asociación de Deseñadores debe aconsellar concursos ou

perseguilos? Debe ser unha actividade prioritaria para a DAG tentar reformar os concursos ou se cadra combatelos?

Os medios

Ademais de inventar clientes e enxeñar encomendas debemos tamén crear noticias? Parece que si, que sería necesario asumir tamén esa tarefa ou cando menos alentar aos xornalistas sobre unha nova fonte de noticias que está arredor da creación de novos proxectos de deseño. O deseño pasou de moda, xa non hai ovnis na cultura do proxecto, é máis, pode até resultar pexorativo ser deseñador. Seremos quen de transmitir unha nova imaxe da profesión? A arquitectura, que move miles de millóns, apenas aparece nos medios, podemos nós intentalo?

Os xéneros

O cartaz morreu? O que fai webs é un deseñador ou debería selo? O deseño de xornais, revistas, *on line* ou sobre papel, require unha especialización? Existen os xéneros na nosa profesión? Identidade, *branding* (?), publicacións, exposicións, sinalización, pacakaging, audiovisual, dixital... Deseñador ou debuxador? É a ilustración un recurso ou un medio estratéxico para resolver unha encomenda?

Especializarse ou darlle a todo

Hai anos era impensable en Galiza pensar en especializarse nalgunha pola do deseño, pola contra, algúns teimamos en xeralizarnos aínda máis tentando simultanear xéneros distintos, novos... Pero xurdiron especialistas en deseño web

e todo ese ámbito; infografistas, algúns galegos traballando no *The New York Times* ou no *National Geographic*; deseñadores de prensa, paradóxicamente asociados no Colexio de Xornalistas; existen tamén “empresas” especializadas no deseño-montaxe de exposicións e mesmo xa temos unha tese doutoral sobre o deseño de tipos. Máis aínda, contra todo pronóstico xurdiron na Galiza deseñadores industriais, case uns heroes...

Deseño e publicidade

Son dúas disciplinas separadas só polas ingresos dos profesionais? Son a mesma actividade que se reparte entre publicistas e deseñadores segundo o orzamento que se baralla? A diferenza está en que a publicidade é científica, baséase en estudos de mercado, conta con briefings, e o deseño é unha actividade “artística”, intuitiva, que se rexe polas corazonadas dun iluminado? O deseño é estratéxico e a publicidade é pura táctica; dito doutro xeito, o deseño faise para perdurar e a publicidade é só coxuntural? A publicidade precisa de deseñadores? Os deseñadores necesitamos publicitarnos? Son negocios distintos?

Arredor deste guión celebrouse un coloquio de case cinco horas na Cidade da Cultura de Galicia, o 19 de maio de 2014, coa asistencia de case 200 persoas. O encontro con Alberto Corazón e Enric Satué foi organizado pola Asociación Galega de Deseñadores, coa colaboración da Consellaría de Cultura e Deporte da Xunta de Galicia.

A este guión contribuíron tamén os deseñadores Cibrán Rico e Suso Vázquez Gómez.

Unha achega ao deseño na Galicia dos anos setenta

Imaxes imprevistas

Había dous escaparates afrontados, un de par do outro, no medio a porta de entrada. A librería non era das de toda a vida, levaba pouco tempo aberta. Comezaba a década e n aquel lugar afrontábanse dous mundos, dunha banda os libros galegos, da outra os publicados en español. Os libros de aquí eran daquela un descubrimento permanente para os mozos que tiñamos decidido ser galegos, para os que queríamos ser cidadáns dun país que andábamos a descubrir a tentas, apenas intuído, un país que todos os días gañaba terra baixo os nosos pés, tiñamos a certeza, segundo dábamos pasos naquela dirección. Pero naquela librería, entremedias dos escaparates xurdía o dilema, nunha banda podíanos o corazón, na outra, os ollos. Entrando á dereita, Xohán Ledo en Galaxia, Seoane desde América e agora tamén nas Edic-

cións do Castro, Álvarez Blázquez en Castrelos, enchían de sobrios debuxos e cores planas, dúas tintas como moito, os libros galegos, todo nunha fasquía aínda próxima aos anos cincuenta. Entrando á esquerda, Daniel Gil asaltábanos coa produción de Alianza Editorial, coas súas imaxes imprevistas, coas súas fotomontaxes, cos seus poemas-obxecto impresos a cores. Tamén, de cando en vez, Alberto Corazón editando e deseñando os libros onde coñecemos o productivismo e o constructivismo rusos, detrás os Libros de Enlace, a resposta catalana, en español, a Alianza. Ninguén podía competir na Galiza con aquelas poderosas máquinas editoras. Non é xa que dispuxeran de maiores orzamentos, doutros medios de impresión acordes coas grandes tiradas, as editoras españolas contaban xa con profesionais do deseño gráfico, armados con novas linguaxes que formaban parte daquel presente que bulía, do futuro inmediato. Na Galiza xogábase á defensiva, cada novo libro era un esforzo titánico, Xohán Ledo era médico, o seu traballo en Galaxia, vontade de amator. En España, as editoras forzaban a permisividade da dictadura e convertían as obras culturais en produtos de consumo, había sede e fame de letras, de ideas, había mercado. No noso país, con cada libro tentábase gañar un novo lector. A comezos dos 70, o mercado apenas rebordaba un estreito núcleo de conversos, o libro non era aínda un produto, formaba parte da causa. Deseñar libros era aquí un exercicio de militancia e unha paixón non remunerada. Pero ao longo da década xurdirán tamén aquí imaxes imprevistas, coas novas linguaxes que chegan de fóra. Os 70 son anos de cambio, de cambios imprevistos imaxinados en liberdade.

Fóra do ámbito cultural, o traballo de deseño non é doado de rastrexar, as empresas galegas tiñan aínda moito que percorrer. Mesmo así a década comezaba cun fito, coa inauguración da fábrica de Sargadelos, maio 1970, todo un alarde de vontade declarada de exercer o deseño con coñecemento de causa, nada que ver con Álvarez, outra gran industria cerámica galega, que mantén a súa produción nun ámbito convencional. Pero non é doado valorar sintéticamente o traballo de deseño que desenvolve O Castro-Sargadelos-Laboratorio de Formas-Seminario de Sargadelos... e algunhas outras sociedades e institucións que Isaac Díaz Pardo vai tecendo, xa desde 1949, arredor de sí. A mesma man, a mesma cabeza rexe unha produción industrial máis centrada nos obxectos simbólico-decorativos que nas pezas de uso, desbotando na práctica a tradición europea, que puxera os seus anxeos no deseño, como método culto de incidir na produción dos obxectos de uso cotián. Pero compre constatar que a cerámica de Díaz Pardo acada unha fasquía propia, vólvese autorreferencial e xurde o inconfundible estilo Sargadelos. Co estilo definido e cunha singular política de relacións públicas, a produción *sargadélica* acaba a década entronizada coma icono nacional. É precisamente no terreo do marketing e da extratexia de comunicación onde Díaz Pardo colleita os resultados máis brillantes do seu labor. As clases medias galegas, que nos anos 70 entran nun acelerado proceso de urbanización, enchen as súas salas con aquela cerámica. Na década na que o plástico remata totalmente coa produción de obxectos artesanais, étnicos, un novo enxoval simbólico é elevado aos andeis do cuarto de estar.

«O Laboratorio, afirma Díaz Pardo, partiu da utopía de que o deseño, a configuración, podía cambiar o mundo, e máis concretamente Galiza». Velaí tarefa, misión e fin alto e nobre como desmesurado e excesivo para unha industria cerámica. Pero é precisamente no haber cultural do grupo Sargadelos que compre reseñar o labor de Edicións do Castro, empresa fundada xa na década anterior pero que será nos 70 cando anove a súa linguaxe gráfica, este traballo vai recaer no fillo máis novo do empresario. Formado no seo empresarial, Xosé Díaz irá evoluíndo desde a poderosa influencia directa de Luís Seoane até unha linguaxe propia de influencia pop, onde se deixa ver a lectura de deseñadores norteamericanos coma o gran Milton Glaser. O cambio do libro galego, a aparición de novos profesionais chegará tamén a Galaxia ao pasar á década dos 80, cando Xohán Ledo decida retirarse e comece a traballar o equipo Mantecón e Janeiro.

Mención especial pide o deseñador Xosé Manuel Gómez Vilasó (Santiago de Compostela, 1936-Corrubedo, 1994), non tanto pola súa actuación como director do departamento de identidade corporativa de Televés, desde 1971, como polas súas colaboracións en libros e catálogos e singularmente polo deseño base da revista *Teima* (1976-1977), a primeira iniciativa galega e en galego que entronca co xénero da revista ilustrada de información xeral, que colle pulo coas liberdades democráticas. Ademáis de marcar as liñas de deseño, Vilasó vai poñer especial coidado na realización das fotomontaxes especiais, a cores, que marcan as portadas da publicación. Constitúen un dos poucos exemplos de imaxes coloridas na década. Andando o tempo, será Vilasó quen consiga que

o consello directivo de Televisión Galicia aceptando a proposta de Carlos Rolando para implantar a laranxa como a cor das parabólicas e a cor corporativa da empresa. Quizáis compre reseñar tamén que é Vilasó quen realiza a identidade gráfica dunha das institucións dos setenta, o Museo do Pobo Galego, entidade que aínda mantén o seu emblema.

No mesmo ano que *Teima* ten que pechar o seu proxecto, ponse en marcha *A Nosa Terra*. A finais de 1977, o que logo se ha denominar Bloque Nacional-Popular Galego, decide rescatar a cabeceira histórica do nacionalismo galego para botar adiante un periódico galego semanal. Nen a fórmula nen a forma son as da revista ilustrada, imponse a sobriedade, o branco e negro, o papel prensa, a tirada en rotativa, o formato tabloide, un plantexamento que tiña en conta algunhas experiencias portuguesas coñecidas directamente por Margarita Ledo, que vai ser a directora do pequeno grupo de redactores no que eu mesmo me integro como responsable do deseño gráfico (1977-1979). Naquel grupo todos valoramos o rescate, o empate coa tradición política e cultural, pero aquela denominación decimonónica pesábanos, todos desexábamos un proxecto moderno e mesmo innovador. O deseño da cabeceira, decindo historia, debía expresar contemporaneidade. Xurdeu un logotipo que desbotou a *letra galega* para traballar cunha versión popular da letra de máquina de escribir (*American Typewriter*), que no fondo gardaba un ar de semellanza coa cabeceira dos anos vinte deseñada por Castelao. A ruptura gráfica expresada na cabeceira e un deseño que explota ao máximo as limitacións do xénero, tenta deixar clara a intención de sobordar os lindes da tradición.

Non quero rematar este artigo sen volver á luz un texto esquecido nun folleto editado nos primeiros anos da década por un grupo empresarial efémero, o Consorcio Industrial do Miño, iniciativa dun químico portugués radicado en Vigo, José Ernesto de Sousa, que acabou esvaído no país veciño, ao pouco de poñer en marcha, entre outras cousas, o estudo Quid, que, con vocación de traballar no ámbito do estado español presentábase cun *display* que publicaba o artigo. O texto ao que me refiro, da autoría de Xosé Luís Méndez Ferrín, segundo propia confirmación oral, presenta unha visión clarividente, de anticipación, sobre o papel do deseño gráfico, dos deseñadores, nunha década que marca a transición entre os debuxantes publicitarios e os novos *graphic designers*, usando a terminoloxía inglesa tomada dos italianos, para expresar a necesidade duna nova actitude, porque, como ben di Méndez Ferrín, «a comunicación visual converteuse nun factor de primeira importancia na vida moderna».

Quid / por Xosé Luís Mendez Ferrín

L'importante é la libertá di immaginare immagini impreviste.

Silvio Russo

O mundo, o ambiente en que vivimos constitúe un inmenso, versátil e variado libro de imaxes. E, mesmo que non pensemos niso, estamos a ler constantemente este libro. Na operación de interpretarmos datos que se nos ofrecen, o factor visual é decisivo, aínda que a

oralidade estea sempre máis ou menos presente cando non se oe nada. Un sinal de tráfico, DIRECCIÓN PROHIBIDA, é case coma un berro: Alto! E certos anuncios murmuran nos nosos oídos como palabras de cariño. É tan importante a relación entre a palabra e a imaxe que hoxe existe xa unha «literatura de expresión gráfica»: os cómics. Deixemos isto e concentrémonos na comunicación visual. A lectura dos datos visuais que nos rodean foi posible porque estamos máis ou menos preparados para ela.

Un gran mestre, Bruno Munari, dinos que a lectura só é posible porque existen un, dous, moitos e diversos códigos que, consciente ou inconscientemente, forman parte do noso intelecto, preparan e canalizan as nosas percepcións. Algúns deses códigos son claros e explícitos; aséntanse en estruturas abstractas e case exclusivamente intelectuais. É o caso da lectura propiamente dita, da lectura da palabra escrita, que aprendemos —en xeral— desde nenos. Máis tarde aprendemos o código de estrada e toda unha serie de códigos simples deste xénero: os distintivos dos militares, as bandeiras dos diferentes países, etc. Dun xeito vago, todo o mundo entende que o vermello é prohibición e o verde permisión.

Temos dúas grandes clases de imaxes. Unhas de significado estrito e único: os signos que indican determinados fenómenos fonéticos, os sinais de tráfico, os emblemas dos clubs.

Outras imaxes atópanse sometidas a interpretacións diversas, ás veces difusas. Poden ser lidas de forma diferente segundo códigos diferentes, ou segundo códigos máis ou menos vagos e non explícitos. Así un fume que se alza no aire pódenos falar de trens (partidas, chegadas), ou ben mudanzas no vento, e entón, treboada, choiva inminente.

Esta vasta comunicación visual volveuse no noso tempo extremadamente complexa e variada. Aos sinais tradicionais únuselles, nas últimas décadas, unha avalancha de información visual cada vez máis intensa. É unha información masiva que tende a transformar as nosas cidades, a estrada e mesmo a nosa vida íntima. Isto débese, entre outros factores, á creación e desenvolvemento de poderosos medios de comunicación. O libro e a imprenta deran xa os primeiros pasos. Despois veu o cine, a TV, os carteis de dimensións cada vez maiores e de distribución máis intensiva, os anuncios luminosos, as embalaxes de pequenos e grandes obxectos presentes na nosa vida cotiá. Isto levou a un grande escritor, Marshal McLuahn, a dicir que a rúa é unha grande aula, unha aula sen muros. E, efectivamente, así se aprenden os novos códigos, xeralmente establecidos con base en operacións simples e altamente eficaces: a repetición, a redundancia, a insistencia.

O primeiro cartel ou anuncio que utilizou a imaxe da botella «suando frescura» xunto a máis ou menos

anacos de xeo e outros sinais—frío, non terá sido susceptible de tan rápida lectura. Pero as palabras escritas e outros indicios terán levado o «lector de imaxes» a identificar aquela coa idea de refresco. Os primeiros éxitos dunha «imaxe forte» explótanse máis tarde en mensaxes idénticas ou paralelas. A lectura faise rápida. Imos a 100 por hora no noso último coche e abondou un inmenso cartel para pensarmos no refresco. É claro que estas imaxes repetidas perden en novidade aquilo que gañan en valor de código e lectura rápida. Isto ocorre con todo: coa palabra escrita, cos libros, cos periódicos. Por iso as portadas son cada vez máis variadas. Ou, ás veces, cada vez máis simples e severas. É unha severidade estudada para sobresaír do balbordo ambiente. Isto quere dicir que a comunicación visual se converteu nun factor de primeira importancia na vida moderna. Verdadeiras teorías científicas permiten ver claro e preciso no medio e medio deste aparente caos visual: a teoría da información, a socioloxía, os estudos de sistemas, a cibernética. Os estudos especializados de estética, tamén. Por outro lado débese mencionar a importancia dos estudos interdisciplinares que teñen en conta os datos proporcionados pola socioloxía da información, polo urbanismo e pola arquitectura, polos estudos de mercado, pola lingüística, pola antropoloxía cultural. Todos estes estudos, á súa vez, benefician unha disciplina central que está en contacto cos problemas e funciona xa en paralelo e ao nivel das decisións da organización de programas e

planos de comunicación. Esa disciplina é o graphic design. O *graphic design* é unha investigación práctica da comunicación visual, da súa eficiencia, da súa acuidade e oportunidade. Os *graphic designers*, nos casos máis relevantes, ostentan unha gran preparación que nunca consideran completa. Pero como traballan nun mundo de intenso pragmatismo (sobre todo no caso da publicidade) frecuentemente se deixan presionar por argumentos de urxencia que non sempre son bos conselleiros. Nestes casos negativos, o graphic designer pode ser arrastrado a procesos demasiado evidentes e xeradores de obsolescencia e redundancia. Para que isto non ocorra é necesario que o principio de investigación sexa primordialmente defendido. Isto significa, en primeiro lugar, o estudo profundo da mensaxe que se vai comunicar (qué produto, qué obxecto, qué idea) do alcance e da natureza do receptor a quen se destina. Por isto o *graphic designer* debe ter en conta outro factor fundamental: el é un inventor, a imaxinación é a súa materia prima. As técnicas, os materiais, os soportes, por un lado; e por outro, as relacións destas operacións e procesos con aquel estudo previo —e, aínda, a comprobación dos códigos dispoñibles ou a invención doutros novos— son elementos que deben constituír os medios necesarios para liberar completamente a capacidade de imaxinar e inventar. No graphic designer conflúen, así, dúas características fundamentais e só aparentemente contraditorias. Por unha banda el é un operador integrado nunha eco-

nomía e nun consumo determinados, nunha serie de organismos e funcións de que depende por completo. Por outra banda, débese atopar relativamente libre para inventar. Esta é a súa función específica: inventor. É un inventor de medios gráficos que fan efectiva unha determinada mensaxe visual, entendendo isto nun sentido moi xeral. A mensaxe pode ser tanto unha idea —por exemplo, a idea de confort— coma o simple emblema de determinada empresa, ou un sentimento vago, ou un simple sinal de advertencia. Na práctica, a conxugación das dúas vertentes faise constantemente e non en dúas fases separadas, aínda que o momento de creación máxima se produza cando foron enteiramente asimilados aqueles principios e medios condicionantes: os factores de integración.

O *graphic design* é unha disciplina nova e aínda mal definida, sobre todo nos países en vías de desenvolvemento e que dan os seus primeiros pasos nunha economía de consumo. Esta nova disciplina xorde coas sociedades caracterizadas polo consumo rápido e pola rápida obsolescencia dos obxectos, as ideas, os mitos. Nesta urxencia crecente de consumo e produción xorde o *designer*: un especialista da oportunidade e da eficiencia, utilizador de códigos xa existentes e inventor doutros novos.

Neste senso, nunha sociedade de economía transformada de capitalista-agraria en socialista, como por exemplo Cuba, os artistas e realizadores gráficos máis importantes do novo sistema proceden dos estudos de

graphic design e non dos talleres de pintura e escultura máis reputados.

Todas estas características imponen ao graphic designer nunha sociedade en vías de desenvolvemento, unha estratexia e unha táctica determinadas. A estratexia é a da calidade, que neste caso se identifica coa eficiencia; a táctica ha de se caracterizar por unha gran mobilidade: ten que vencer e convencer. Ten que loitar contra hábitos antigos, tradicións superfluas. Ten que adoptar modos amigables: persuadir e seducir. Lentamente ás veces. E nunca transixir en canto ao fondo. O *graphic designer* actúa no seo da comunicación de masas. Isto significa que non repudia sentimentalmente os mass media: TV, cine, prensa, cartéis, anuncios luminosos, libros de peto, envoltorios, marcas emblemas, mostras e o mesmo vestiario. Pola contra, asúmeos, procurando facelos simultaneamente máis eficaces e máis intelixentes. A intervención do designer está destinada á proposta dunha ou varias lecturas dos factores visuais. Por iso, a unha maior intelixencia desta lectura corresponde unha maior eficacia e viceversa. E esta intelixencia e esta calidade terán o mérito de mellorar os medios de comunicación masiva, de mellorar a paisaxe, principalmente a paisaxe urbana. Neste sentido, o designer ten un papel importante no reencontro do sentido de Festa que as modernas cidades perderon provisionalmente.

O *graphic design* non debe confundirse coa publicidade, aínda que adoito esta recorra aos servizos

daquel. A publicidade ten os seus problemas propios, e os seus aspectos positivos e negativos. Non hai dúbida de que a publicidade só obterá vantaxes recorrendo aos designers o máis posible. E estes estudarán a comunicación publicitaria como estudarán calquera outra comunicación, especializándose no que respecta ao sector visual. Velaquí o seu dominio.

Este artigo e o anexo titulado *Quid*, da autoría de Méndez Ferrín, foron publicados no catálogo da exposición *Portas de luz. Unha achega ás artes e á cultura na Galicia dos setenta*, mostra da que fun asesor. Centro Galego de Arte Contemporánea, 30 de xaneiro / 3 de maio / 2009.

Carme Nogueira fixo a versión galega do artigo *Quid*, que se reproduce por cortesía do CGAC

O tempo, o tema e a técnica*

Eu aínda coñecín o chumbo, cando novo poiden enredar nas vellas minervas, lembro a instalación das primeiras fotocopiadoras —nos anos setenta dicíase con pasmo que o deseñador Alberto Corazón tiña unha no seu atelier— e disfrutei co gran avance que conseguimos cando chegaron as que ampliaban ou reducían as imaxes, toda unha revolución. Chegamos a meter na máquina unha folla de bacallau. Logo veu a fotocopiadora a cores, un prodixio, de novo a revolución. Lembro que fotocopiámos unha chave inglesa para a capa do Land-Rover de Suso de Toro. O computador persoal, o escáner de sobremesa e a fotografía dixital viñeron en vinte anos. No 1987 xa deseñamos con Macintosh o Diario de Galicia, o primeiro xornal que se fixo no territorio do Estado Español con estes aparellos californianos. No noso atelier temos escaneado de todo, mesmo unha lisca de

(*) Parte das imaxes comentadas pódense ollar na web gruporevision.net

chourizo. Pero a cámara dixital abreunos as portas da rúa e ampliamos horizontes. Mesmo así, a vantaxe do novo aparello está na inmediatez, no traballo en tempo real. Desde a cámara, a imaxe dá un chimpo electrónico até o computador e en nada xa estás a ollar a fotografía, xa a podes ampliar ou reducir, retocar e ubicar onde desexes. O tempo, a compresión do tempo, cambiounos o xeito de traballar e a técnica cambiounos o tema.

Non é que antes da chegada do dixital non utilizáramos fotografías, mesmo pormenores ampliados, pero o percorrido, desde a elección do asunto até a imaxe en pantalla, lista para traballar, pasaba pola compra da película, o acto de fotografar, o revelado do carrete, a elección do negativo e aínda o positivado en papel, a bo tamaño. Pode que no canto dos negativos tivéramos utilizado diapositivas. Pero non concluía aí o proceso, había que enviar o orixinal a unha empresa fotomecánica que realizaba o escaneado nun aparello ben sofisticado. Nos últimos anos, todo isto podería acoutarse a dous días. Finalmente recibías un disco coa imaxe dixitalizada e de aí ao computador. Non quero pensar que nese intre decidíramos que a elección do orixinal fose errada ou sinxelamente que a imaxe, unha vez procesada e posta en páxina, cos seus textos, con intervencións ou retoques, resultara un fracaso. O trasacordo non era doado, había que comezar de novo... Non me entendan mal, non quero dicir que agora sempre utilicemos fotografías para resolver as encomendas, pero a nova técnica dixital cambiounos o tema e abreunos outros mundos. De eles voltamos con moito, moitísimo de novo que ver.

Tres vagoas / Museo de Belas Artes da Coruña

Hai algúns anos, antes de que o Google permitira achegar a nosa ollada á bagoa do san Xoán no Descendimento de Van der Weyden no Prado, nun traballo para o Museo de Belas Artes da Coruña, fixemos chorar á María Madalena do anónimo do s. XVI da súa colección. Tres bágoas escorregan pola face da santa. Non foi un milagre, ocorreu nun calendario de sobremesa para o ano 2006. Un ollo distinto cada mes fítanos de fronte. Os calendarios que o museo coruñés nos ven encomendando desde hai anos, resultaron un magnífico campo de probas para explorar a elocuencia das imaxes ao pormenor. As variacións, os diferentes enfoques, manteñen unha forte identidade ano a ano. Coa cámara penetramos nas obras. Os detalles permiten olladas vedadas á contemplación natural. Non só facilitan a visualización das técnicas pictóricas de cada autor, permiten novas lecturas, novos cadros dentro do cadro, tal como titulamos a primeira destas pezas (2005), Pinturas nunha pintura. Naquel ano fixemos unha viaxe polos diferentes mundos do Gabinete do coleccionista, obra de Frans Francken II, ca. 1630, na que o autor fai inventario das pezas atesouradas no que podemos considerar case coma un proto-museo. No recanto da dereita, o coleccionista e máis un acompañante papan unha mariscada, o pormenor achéganos moita información, fáisenos auga na boca. Máis aínda, a visión aillada, independente, mes a mes, dalgunhas das pinturas pintadas naquela pintura, pon de evidencia o que xa nos fora advertido polos conservadores da institución, que aqueles cadros

son reais, mesmo de algún sábese título, autor e actual paradeiro. Todo un prodixio de síntese nas escasas pinceladas apreixadas naquelas miniaturas.

Fixarse nos detalles

Desenvolver unha certa estratexia de marca é necesario cada vez máis para os museos. Non se trata só de utilizar de xeito sistemático o símbolo gráfico polo que é recoñecida a entidade, trátase de activar todos os seus soportes comunicativos, non só para manterse identificada dentro dos ámbitos sociais, locais ou nacionais aos que se dirixe habitualmente, se non para tentar a sorpresa, suscitar o interese, despertar a curiosidade, é dicir, para prolongar o propósito da institución máis alá das suas salas de exhibición.

Témonos plantexado modestamente estas cuestións e, a pequena escala, temos asumido o reto ao deseñar as comunicacións do Museo de Belas Artes da Coruña, sexan envíos postais, entradas, pequenos cartaces, programas de concertos, convites a obradoiros, cursos ou ciclos de cine. En todo lugar o asunto é a propia colección do Museo, ollada ao pormenor, pregada ou despregada segundo a peza gráfica en cuestión. Tema e técnica terman da coherencia do conxunto. En diferentes momentos temos elaborado series distintas, nas que mesmo teñen intervido as propias sinaturas dos artistas. Todo ollado a unha escala que transmite novas e nunca antes vistas expresións, todo tamén combinado de xeito imprevisto. Velaí a forte personalidade deste proxecto gráfico, velaí a maxia. Unha nota ao dorso explica

sempre o truco, mostra o pormenor utilizado e indica a procedencia, título e autor da peza protagonista.

Imaxes esenciais / Museo Etnolóxico

Non son cadros. As fotos móstran diferentes texturas, materiais e técnicas de traballo artesanal. Son rectángulos escuetos, estreitas bandas ou amplos planos, pero nunca deixan ver máis que o esencial. Quizáis suxiren un cheiriño, evocan un tacto ou a calidez e imperfección dos enxovais tradicionais, non son imaxes descritivas, non explican un obxecto en particular. O conxunto ten un papel importante na definición da identidade corporativa proxectada para o Museo Etnolóxico, desde os cartóns de visita, á propia sinalización interna. O repertorio fotográfico elixido ten asignada unha función emblemática e a súa utilización simultánea actúa como unha banda sonora, mellor, coma unha sintonía. As notas son as mesmas que existen noutros museos etnolóxicos, a composición, a partitura, é só para o de Ribadavia.

Traballo extra / Museo Massó

As fotografías viñeron do Museo Massó. Tíñase encomendado o traballo a un fotógrafo profesional. Viñan todas a bó tamaño, pero mesmo así, se pretendíamos reproducilas máis grandes, habería que amplialas a través dun programa especial, directamente do CD, a ampliación tería provocado o pixelado de todas as imaxes. O caso é que, moi ao

noso pesar, fomos asumindo este traballo extra. En 2007 o Museo Massó de Bueu acordou dedicar unha exposición ao deseño gráfico nas coleccións propias, nomeadamente ás follas de lata litografadas, que constitúen a historia visual da empresa conserveira e ilustran un capítulo importante da historia industrial do país e, por suposto, da historia do deseño gráfico galego. Entenderán vostedes, que o noso interese na edición deste catálogo ía alén da encomenda profesional. As ampliacións asumidas tiñan unha intención, procurábase conseguir mostrar, simultaneamente, as pezas enteiras —follas de lata litografadas de 50 x 70 cm., aproximadamente— e a visión ampliada dun fragmento de cada. A repetición dos motivos nas pezas, a estampación por xunto de moitas unidades na mesma folla, permitíanos explicar a lata enteira con só mostrar unha parte, a tamaño real. A metonimia impúxose como argumento gráfico e así, xoubas e luras, escenas portuarias, modernas fábricas art-decó e mesmo a esfínxe das pirámides de Exipto, viñeron todas a primeiro plano. Un catálogo non debe ser, non é, a reprodución da exposición. O xénero utilizado, o libro gráfico, debe ser explorado nas súas posibilidades e linguaxes. A fotografía dixital e os seus periféricos todos posibilitan outras visións. Debemos procuralas. Foi tamén unha sentida homenaxe ao noso ilustre colega Federico Ribas (1890-1952), veraneante en Beluso, amigo dos Massó e autor dunha parte da identidade gráfica da empresa.

Texto presentado como comunicación por Barro, Salgado, Santana no *X Coloquio Galego de Museos*. Museo Etnolóxico. Ribadavia, 2008.

O deseño da camiseta da Selección Galega de Fútbol

Crónica dunha idea sinxela

Trema a nosa pluma riscando as follas do caderno, o rato do noso computador tenta fuxir... non é para menos, hai máis de dous millónse medio de proxectos de camiseta da Selección por aí adiante. No maxín de todos e cada un dos galegos bule un deseño. O noso, mesmo sendo o da encomenda oficial da Consellaría de Cultura e Deporte, nunca vai ser o bo, o mellor é o propio de cada un.

Ao comezo foi a discusión arredor das nosas mesas de traballo, pero o debate xa non abandonou o noso atelier durante os días intensos nos que plantexamos, esbozamos, estudamos e decidimos desenvolver o proxecto presentado. Porque de entrada, a grande dúbida foi se crear dentro do xénero ou se afastarnos do canon futbolístico, se seguir a norma e deseñar

unha equipación normal —nun país coma o noso, tan necesitado de ser e parecer normal— ou se innovar, para procurar un maior impacto visual —nunha sociedade como a nosa tan necesitada de afirmación e confianza en si mesma—.

Nos supermercados, de todos é coñecida a norma no deseño de produtos, chamada da imitación necesaria: unha nova lata de conservas debe semellar unha lata de conservas, é un proceso espontáneo que xurde polo procedemento de imitar á marca líder. Xéranse así as familias de produtos: as conservas de peixe, os iugurtes, os champús... que van colonizando os interminables andeis dos supermercados e, coidado, se unha nova marca decide romper a norma, pode que os compradores non a recoñezan nos escasos segundos da decisión de compra. Máis, tamén é certo que algunhas veces a innovación, a ruptura é imprescindible se queremos, non xa ir máis alá, senón sinxelamente existir. Con todos os matices que se queiran, o deseño gráfico é aquí un recurso estratéxico para conseguir que un produto, un obxecto con escaso ou nulo investimento publicitario, consiga chegar ao seu público potencial. Nisto temos nós algunha experiencia. Mesmo así o deseñador nunca ten doada a toma de decisión e mesmo neste caso chegamos a pedir algunhas opinións externas que nos axudaran con outros puntos de vista.

Sen saída aparente

Pero a cousa resultou aínda máis complexa, porque postos a documentarse, a botar man da memoria de amadores do fútbol e consultar varios sitios web, resultou que están xa feitas

todas as camisetas posiblese as propias seleccións europeas son todas moi semellantes, fóra matices e cores lisas, mesmo hai seis coa camiseta toda branca, oito con toda vermella, catro con toda azul... Postaos a pintar bandas transversais, a cada nova proposta xurdía sempre unha réplica: “esa é como a do Ajax pero en azul. A da transversal da nosa bandeira non pode ser, porque ademáis de que é a da selección do noso fútbol modesto, tamén é a do Atlético dos Castros e non sei se tamén a do Cea, por non dicir que lle imita ao do River Plate arxentino, á do Vasco da Gama brasileiro ou á do Rayo Vallecano español. Tamén hai dúas seleccións así, a do Perú, coa banda vermella e a de Guatemala, coa transversal azul, pero do revés. Ah, si, a do Mónaco tamén é algo semellante...”. Estábamos aviados, o conto de nunca acabar, un labirinto sen saída.

Pero quizais cómpre dicir agora que moitas veces o importante non está no que se di, senón no como se di. Por iso ás veces é preferible traballar sobre un tema xa coñecido do público ao que te dirixes e, máis que buscar algo novo que dicir, cómpre innovar na forma de dicir, na forma na que as ideas deben encarnar para facerse patentes. Esta doutrina é ademais un bo antídoto contra a vaidade, contra a erección de formas gratuítas, sen sentido ningún.

A Transversal

E esta reflexión centrou o noso proxecto e conseguíu acoutar a nosa busca na procura dunha idea sinxela, graficamente concisa, que non se afastara moito da expresión esencial da bandeira galega. Tíñamos claro que desenvolver un proxecto sobre o

tema da bandeira branca e azul transversal era a liña a seguir, se conseguíamos revirar o tópico, se chegábamos a expresalo dun xeito remozado. E así, se acertáramos, o resultado do noso traballo non precisaría explicación simbólica ningunha, todos os galegos saberían a que se referiría e iso é unha gran vantaxe á hora de deseñar unha peza tan delicada.

O tema elixido, as transversais azuis dispostas en pauta regular, todas a coarenta e cinco graos. Ademais de texturizar a camiseta, a grella de bandas transversais pode estampar bolsos, bufandas, identificar unha chapiña, protagonizar unha animación para un anuncio de televisión ou mesmo forrar todo un autobús, que todo estaba previsto. Mesmo un posible nome de *guerra*, cariñoso e expresivo para a nosa selección: A Transversal.

No noso gremio adóitase dicir que dos dez produtos máis vendidos, poucos están ben deseñados, memo algúns presentan eivas abraiantes. Pero tamén estamos afeitos a escoitar á xente dicir marabillas sobre o deseño de logotipos ou produtos que colleitan grandes éxitos de mercado, mesmo despois de fortes investimentos publicitarios. Por iso estamos no certo, se a nosa selección gaña partidos, o noso deseño vai mellorar moito. Seremos os primeiros en quedar roucos no campo. Vamos alá!

De sangue azul

Todo proceso de deseño é unha reflexión sobre a identidade e o deseño dunha camiseta de fútbol é con moito un verdadeiro exercizo de identificación, máxime cando é unha peza de roupa

que soborda a súa función práctica de distinguir a un equipo de outro e provoca unha fervenza de sentimentos.

E é sobre esta base que comezamos o noso traballo: “o fútbol une”, díxonos a conselleira Ánxela Bugallo, E conviñemos coa conselleira e co director xeral, que a azul e a branca serían as nosas cores, as mesmas que desde a bandeira tuinguiron de azul e branco as camisetas das principais agrupacións deportivas do noso país, desde principios do século XX.

E ademáis das cores, o que caracteriza á nosa bandeira, a que a fai singular, practicamente única no mundo, é a banda transversal e, tal como explica a teoría da percepción, as liñas oblícuas transmiten dinamismo, comunican acción. Nada máis acaído a un equipo disposto a gañar. “O fútbol une” e se xuntamos moitas liñas transversais, oblicuas, se as ordeamos seguino unha grella regular, quizais estemos a expresar a idea de unión, de grupo, de equipo. Tamén xurde no noso maxín a potente imaxe dun estadio ateigado de bandeiras, porque dun xeito ou doutro, nese partido vamos xogar todos os galegos, aínda que, temos a certeza, os once elixidos serán todos de sangue azul, non polo berce no que naceron, senón pola calidade do seu xogo.

Da cruz á bandeira

Poucas serán as persoas que entendan hoxe na Galiza o significado daquela cruz de Santiago espetada no peito da camiseta daquela primeira selección de 1923, que xogou en Coia, Vigo, contra unha selección de xogadores de Lisboa. Serán

contados os galegos que consigam entender o porqué desta cruz que aínda campa no escudo da actual Federación Galega de Fútbol e no do Celta de Vigo e mesmo no do Compostela. Son testemuños dun tempo de transición, porque hai agora un século, esta icona vermella comezou a ceder o seu simbolismo á bandeira branca e azul transversal*.

O caso é que a histórica cruz ten a súa orixe no emblema da medieval Orde de Santiago pero desde antigo foi utilizada tamén como símbolo do Apóstolo e mesmo da cidade de Santiago. Pero a xeralización desta cruz como emblema de Galicia procede de América. Durante o século XVIII, as primeiras sociedades de emigartes nomeáronse *Congregación del Apóstol Santiago*, como a fundada primeiramente en Madrid en 1740, ao ano seguinte en México e xa en 1787 en Bos Aires. Todas utilizaron como emblema máis ou menos oficial a cruz de Santiago, de aí a identificación dos galegos e por tanto de Galicia. Hoxe en día aínda é en América o símbolo dos centros galegos e mesmo do Banco de Galicia, unha entidade arxentina con moitas oficinas na cidade de Bos Aires.

Pero hai agora cen anos, ao comezar o século XX, concluía en Galicia un ciclo ideolóxico, cultural e político chamado Rexurdimento, un longo proceso que viña do XIX, con implicacións na arte, na literatura, na ciencia, na política, na sociedade toda, que vai dar como resultado o descubrimento

(*) Sobre a orixe e evolución do escudo de Galiza e a aparición e popularización da bandeira galega, pódese consultar: Barro, Xosé. “Transversal, do escudo do reino á bandeira da nación” en *A patria enteira. Homenaxe a Xosé Ramón Barreiro Fernández*. Consello da Cultura Galega, Real Academia Galega, Universidade de Santiago de Compostela, 2008, pp. 1106-1131.

to, hoxe parece obvio, de que os galegos habitamos nun pequeno país europeo chamado Galicia. Comezaba outro ciclo e toda sociedade con vontade de ser necesita unha bandeira. A branca e azul transversal xurde en 1891, na traslación dos restos mortais de Rosalía de Castro ao Panteón de Galegos Ilustres, e comeza a popularizarse na primeira década do século XX. Ningún exército levouna por enseña, ningún goberno tívola como emblema, pero pouco a pouco foi izada nos mastros por vontade popular.

Un feixe de fotos deste proxecto
pódense ver no primeiro epígrafe
da web gruporevision.net

Artigo publicado en *Los domingos de La Voz*,
o 16 de outubro de 2005, asinado conxuntamente
por Pepe Barro, Xosé Salgado e Lía Santana.

O deseño da caixa de ovos do Pazo de Vilane,
premio Best-Pack de prata en Alimentaria 2014.
Relatorio exposto en Rego de Auga, 38, A Coruña.

Expresión e convicción

Un viño é moi sensible, decía Álvaro Cunqueiro, mesmo un personaxe funesto que pase a carón dunha viña, pode estragar toda unha colleita. Un viño, decía o escritor, recolle até o son dunhas campás na lonxanía, e desde logo a fala e as cancións da xente na vendima.

Lembro tamén agora que o meu colega Carlos Rolando explicaba que para un norteamericano, o viño é un produto máis; hai champú, zume de froitas, coca-cola, viño... pero para un europeo, o viño forma parte da cultura.

Teño para min que o que están a dicir Cunqueiro e Rolando pódese estender a todo o que son os alimentos e as comidas, todo é parte da cultura, dunha cultura determinada. Porque para un europeo, o país, o territorio, cambia a cada pouco que

se percorre o continente e hai diferencias na alimentación e na culinaria, pero tamén na lingua que expresa esa cultura, porque a un francés non lle cabe na cabeza que un galo cante *quiquiriquí*, porque todos os galos da Francia francófona cantan *cocoricó*. Tamén é certo que por culpa dunha galiña que tiña amores cun galo, miña nai e máis a vosa quedaron no río berrando e, por tanto, se hai cantares, lingua, formas de cría ou receitas culinarias diferentes, poño por caso, hai cultura diferente. O que estou a dicir é que os europeos somos ricos, ricos en culturas distintas que son a expresión de como un pobo está no mundo, velái tamén a cultura como orixe, que en concreto é a garantía dos produtos alimentarios con personalidade.

Quen perde as orixes perde identidade

Debo dicir que unha das decisións tomadas no proceso de deseño da caixa de ovos do Pazo de Vilane foi a de incorporar á embalaxe, de xeito visible, a palabra Galicia, é dicir explicitar a orixe. Se algún creto temos acadado os galegos nos países da Península Ibérica é o de cultivar, criar, pescar e elaborar uns bos produtos alimentarios.

Pero quizais nesta cidade da Coruña, o metrosidero non deixe ver o bosque, a fraga, o souto, a carballeira, o piñeiral. Se non é por esta falta de visión non se explica que un proxecto tan interesante, concebido para dar visibilidade a emprendementos innovadores do campo galego, promovido neste local por Hijos de Rivera, R e Gadis, acabe encarnado en nomes tan fóra de lugar como o metrosidero das antípo-

das: *Pop-up store*, máis propio do corozón de Manhattan ou *Mercado de la Cosecha*, arrancado quizais de Motilla del Palancar. Máis ilustrativo é o cartaz elaborado para a ocasión, unha parodia do cadro *American Gothic* de Grant Wood, que pasa por ser a representación emblemática dos granxeiros norteamericanos de principios do século XX. En todo caso, o que parece que queren indicar é que para ser modernos, para promover iniciativas innovadoras, cómpre erradicar todo vestixio da orixe, parece que neste lugar de Rego de Auga, 38, quérese construír un non lugar. Entenderán mellor vostedes o meu abraio se lles lembro que en 1906, cando bota a andar noutro lugar da Coruña a *Estrella de Galicia*, aquí mesmo, no primeiro andar desta casa, abre as súas portas a Real Academia Galega, que mantén aquí por moitos anos a súa sede social, tantos que en 1916, un grupo de coruñeses pide prestado este local para celebrar a fundación das Irmandades da Fala, unha agrupación que en primeiro lugar procura pasar da teoría da *lingua* á práctica da *fala*. Aquelas persoas formaban parte dos que desde finais do século XIX e durante os principios do XX, na cidade da Coruña construíron unha cultura galega urbana, poboada de cantares e de *lieder*, de poemas e de lendas, de historia, de paisaxes pintadas, de teatros, xornais e orfeóns.

E todo isto que lles estou a contar non forma parte do marketing, ou quizais si, pero desde logo ten moito que ver coa orixe, coa identidade. É unha bagaxe que ao seu xeito estaba no maxín dunha persoa que en 1966 fundou en Lugo o máis grande equipo de baloncesto do noso país, ao que non por casualidade nomeou Breogán. Estou a falar de Juan Va-

rela-Portas y Prado (1930-2010), o iniciador deste proxecto do Pazo de Vilane e pai de Nuria, Piedad e Juan, que hoxe continúan e desenvolven con éxito a súa empresa.

Un novo concepto, un novo reto

E lembro a Juan Varela-Portas e á súa filla Nuria no meu atelier, en 1997. “Claro que temos que facer produtos de calidade, todo o que se pon á venda debe ter calidade, pero en realidade o difícil, o verdadeiro reto, é facer un produto con personalidade”. Juan falaba de ovos, da Ulloa, de liberdade, das galiñas que coidaba a súa filla Nuria nos terreos do Pazo, pero o seu entusiasmo parecía a anunciación duha causa. E os deseñadores necesitamos facernos un pouco cómplices dos nosos clientes e non hai nada que nos seduza máis que un novo reto. Porqué a convicción forma parte da expresión, aquel mesmo día comecei a traballar, daquela reunión no atelier de Grupo Revisión Deseño xurdiron a caixa de ovos e a identidade corporativa do proxecto que se xestaba naquel pazo da Ulloa (lembren de novo a cultura, *Los Pazos de Ulloa*, a novela de Emilia Pardo Bazán, que por certo naceu nesta mesma rúa do Rego de Auga).

Como deseñador teño o privilexio de vivir, nos dezasete anos transcorridos desde aquela primeira conversa, como xurde e se desenvolve un novo estándar. Desde que deseñamos a caixa de ovos, estamos a ver sucesivas imitacións. Pouco a pouco, polo clásico proceso de imitar ao líder, a partir de Pazo de Vilane configúrase un novo tipo de produto que probablemente acade un espazo propio nos

liñais do supermercado. En 1997, Pazo de Vilane puxo no mercado un novo concepto e desencadeou unha tendencia, aqueles “ovos de galiñas en liberdade”, como aínda seguen a nomearse na caixa, acadaron anos despois a tipificación e foron homologados pola autoridade competente como “huevos camperos”.

Todos os champús deben parecer un champú, os aceites, un aceite, a marxe para a diferenza entre marcas é escasa. Compre deseñar dentro das convencións do xénero ou subxénero que identifica cada familia de produtos. Arredarse e romper coas pautas pode resultar fatal para unha nova marca que se aventura ao mercado. As decisións de compra no super son rápidas e se o deseño se afasta moito, pode que non nos identifiquen, se se confunde excesivamente non destacan. Velaí un dilema que os deseñadores de embalaxes deben afrontar. Hai unha estreita marxe para a orixinalidade, todo aconsella unha actitude conservadora á hora de deseñar unha nova embalaxe. Só en poucos casos a ruptura, a creación *ex novo*, é posible por ser absolutamente necesaria. Innovación na granxa = innovación na caixa, éste foi o caso de Pazo de Vilane, debíamos romper o estándar de ovos e crear unha diferenza, se queríamos expresar a verdadeira personalidade do produto do noso cliente. Podería saír mal pero todo estaba medido, iso forma parte tamén do proceso de deseño —en 2011, a empresa encomendou un pequeno estudo de marketing en Madrid, o resultado indicou que a mensaxe codificada no deseño da caixa foi entendida na súa totalidade—.

Difícil alonxarse dunha forma de embalaxe tan refinada, como as oveiras de cartón moldeado. Protexen e caracterizan a

familia ovos, pero ademais, deseñar para o ovo é tratar coa fraxilidade por antonomaxia. Tivemos que aceptar incluír na caixa unha base de niños de ovo. Pero había que ir máis alá. “En Vilane, din eles, non producimos ovos, coidamos galiñas”.

Procuramos que a caixa fose compacta, feita de cartón ondulado, troquelado e pregado, sen cola nin plástico. Arroupa e protexe de abondo o produto, pero a protección é só unha das funcións da embalaxe, a comunicación se cadra é máis importante. O cartón ondulado, impreso en tampografía era tamén perfecto, encaixaba, integrouse no propio vocabulario elixido para o discurso a transmitir: artesanía, coidado, valores tradicionais, empresa de ámbito rural... O cartón non só é un material idoneo por prezo e adaptación, o cartón é tamén parte da mensaxe.

Houbo que superar o medo a que o produto non se vira sen abrir a caixa, necesitábase desbotar o plástico e en Vilane apoiaron a aposta. Deseñouse unha caixa fácil de armar sen medios mecánicos, a primeira produción da empresa non podía permitirse un investimento en maquinaria só para a embalaxe. Hoxe, coa produción actual, pódese dicir que un posto de traballo ocúpase só en armar caixas, cousas da vida.

E aquela caixa resultou case un estoxo que os clientes valoran positivamente e mesmo algúns namóranse dela. Recentemente, unha iniciativa de Pazo de Vilane na rede, levou a unha especie de concurso no que diferentes compradores explicaron os usos que lle dan á caixa: para gardar fíos, programas de ordenador, téis, mostras científicas de sedimentos, para diferentes envíos postais... Dentro das tres “r” que prescribe a norma ecolóxica, o “r” de reutilizar cumpriuse

por sedución e empatía xerada cos clientes. Ademáis, dixeridos os ovos, a caixa continúa a comunicar a marca. Claro que tamén hai quen a forra con fermosos papeis pintados.

O segundo “r” estaba implícito na elección da materia, o cartón ondulado vai e ven de reciclar. Só nos pasamos en tamaño, non conseguimos reducir, o terceiro “r”, pero é só unha pequena diferenza, amplamente compensada. Postos a aforrar materia e enerxía decidimos estampar a caixa só cunha tinta e, unha vez máis, a elección do verde fíxose con intención, o verde tamén é parte do discurso. Unha pequena etiqueta autocolante contén o texto informativo que prescribe a normativa, pero ademais, a etiqueta actúa como sinal de garantía, de autenticidade, de frescura...

A representación de imaxes mediante fotografía é moi difícil nos métodos de impresión utilizados, pero ademais, a fotografía está ligada a produtos industriais e nós necesitá-bamos dicir todo o contrario. Recrear unha representación tradicional de orixe artesanal, imperfecta —creo lembrar que copiamos fielmente todas as imperfeccións do modelo elixido—, e utilizar unha estampa inxenua pero encantadora foi a nosa estratexia. Buscamos o motivo no repertorio popular, porque o popular prima o simbólico sobre o naturalista, de aí esa galiña de grande forza expresiva, achada nunha vaixela de cerámica popular de Barçelos. O xeito de definir as imaxes con puntos non ten que ver coa cultura aborixe australiana, é consecuencia da estampación dos pratos a través dunha lámina de múltiples furados que deixan pasar o baño de cor, aplicado a man sobre cada peza. De aí esa imperfección que fai de cada prato un exemplar único.

Velaí o proceso de deseño. Oxalá que neste relatorio escoitárades tamén ao lonxe as campás de Vilane e a fala e as cancións dos deseñadores no desenvolvemento do proxecto. Velaí tamén o esforzo dunha xente de Lugo, da Ulloa que coidan galiñas que se crían en liberdade, na Galicia máis verde e máis fiel á súa esencia natural.

Relatorio exposto no local de Rego de Auga, 38 da Coruña, con motivo da mostra e venda de produtos do Pazo de Vilane, o día 5 de agosto de 2014.

Desde a súa creación até agora, a caixa de ovos Pazo de Vilane foi escollida para participar en sete exposicións de deseño:

1997 : **Conformando ideas**,
proxectos de Barro, Salgado e Santana, 1977-1997.
Universidade de Santiago de Compostela.

2000 : **Signos del siglo. 100 años de diseño en España.**
Museo Nacional Centro de Arte Reina Sofía, Madrid.

2001 : **Diseño español.**
Feira industrial de Delhi, India.
Ministerio de Industria de España.

2002-2003 : **Pasión, spanish design.**
Salamanca capital europea da cultura.
Salamanca, Viena, Berlín, Chicago.

2004 : **A creación do necesario,**
aproximacións ao deseño en Galicia.
MARCO, Museo de Arte Contemporánea, Vigo.

2009 : **Produce, consume, recicla.**
Diseño de envase y embalaje.
Círculo de Bellas Artes, Madrid.

2014 : **Best Brandign: Packaging.**
Alimentaria, Fira de Barcelona.

Exposición / 1810-2010:

Bicentenario da publicación do primeiro libro en galego.

A Coruña na creación do libro galego

O libro galego moderno é unha creación coruñesa. En 1810, hai agora douscentos anos, imprímese na cidade o primeiro libro en galego, tres anos despois édítase o primeiro super-vendas da literatura galega, pero é no período 1885-1931 cando se configura na Coruña a moderna empresa editora. A partir de 1885, a *Biblioteca Gallega* de Martínez Salazar comeza a formar un público e a seguinte xeración de editores xa é quen de soñar un mercado. Leandro Carré e Ánxel Casal comezan a cadrar os números do libro galego. Sentido empresarial e compromiso ideolóxico están sempre presentes nos editores coruñeses.

1810. O primeiro libro impreso en galego

Antigo guerrilleiro contra os franceses polas terras do Deza e Lemos, o coruñés Xosé Fernández e Neira escolle a lingua galega para armar unha conversa entre os compadres Chinto

e Mingote. Velaquí o libro *Proezas de Galicia* no que dous labregos, afervoados defensores do país, relatan coloridos episodios da loita popular contra o exército de Napoleón. O espírito progresista e a causa da lingua xa non abandonan a historia da literatura galega. Neira marca un fito e adianta o carácter dos futuros escritores. O seu roteiro coruñés ten dúas referencias obrigadas, a casa dos seus pais, quizais a do seu nacemento, na rúa das Tinallas, 10, e o número 3 da rúa da Barreira onde Manuel María de Vila imprime o libro.

1813. O primeiro éxito editorial

Todos sabían que era el, os absolutistas tíñano denunciado. Algún xornal sinalaba o perigo, aquelas follas estaban a chegar a todas as aldeas. En pouco tempo fixéranse dúas edicións, unha delas de 10.000 exemplares, anos despois aínda dúas máis. Era sabido, os 616 versos anónimos daqueles *Rogos de un escolar gallego a Virxe do Bo Acerto para que libre a nosa terra da Inquisición*, eran da autoría de Manuel Pardo de Andrade. “Impío y demócrata en sumo grado”, como é nomeado nunha *Lista de enemigos...*, foi procesado e perseguido a morte. Despois de ter fundado catro xornais na Coruña, morreu exiliado en París en 1830, tiña 70 anos de idade. En 1841 os liberais coruñeses honrárono con outra fermosa edición dos *Rogos...* Con este libro, a lectura soborda os círculos intelectuais e chega ás feiras e aos adros das aldeas.

1860. Pioneiros na lingua e na edición

Os irmáns De la Iglesia van ser os iniciadores dun proceso que conduce á edición moderna: en 1860 crean *O vello do Pico*

Sagro, a primeira publicación periódica en galego; no mesmo ano poñen en marcha *Galicia, Revista universal de este reyno* (1860-65), que vai editar primeiro dicionario galego-castelán (1863). En 1862, Antonio prepara a edición da primeira antoloxía da poesía galega, o *Álbum de la Caridad*, que recolle as pezas presentadas o ano anterior aos Xogos Florais da Coruña. En 1882, Francisco publica *A fonte do xuramento*, a primeira obra teatral en galego. Xa na Biblioteca Gallega, Antoiño chega a editar, en tres tomos, a antoloxía *El Idioma Gallego* (1886).

1885. A primeira editora moderna

Con Martínez Salazar, o libro galego dá un salto adiante. Coa súa Biblioteca Gallega aparece na Galiza o concepto de editor moderno, que fixa un rumbo a seguir e crea unha marca que respalda os diferentes títulos a editar. A intención tradúcese, tamén por primeira vez, nun deseño gráfico unificado que dá carácter a toda a colección. Tras un comezo asociado a Juan Fernández Latorre, que imprime os primeiros títulos nos seus talleres de *La Voz de Galicia*, na rúa de Santiago 1, Andrés Martínez Editor será o selo empresarial co que a colección chega aos 52 títulos no ano 1903, desde a librería do editor, na rúa do Rego de Auga, 16. A súa Biblioteca presenta obras en galego e tamén en castelán, pero a colección enteira está ao servizo da cultura galega. Nacido en Astorga, arquiveiro de profesión, Martínez Salazar chegou a suceder a Murguía como presidente da Real Academia Galega en 1923.

1891. Uxío Carré: libreiro, editor e poeta

Abandonou o comercio de tecidos para dedicarse ao libro.

En 1889 merca a librería de Martínez Salazar e cobra vida a Librería Regional na que Carré vai ser un referente cultural na cidade, ben en Rego de Auga 16, ben na rúa Real 30. Desde estes baluartes, Carré exerce como libreiro, como editor ou como anfitrión da *Cova Céltica*, a tertulia que dá orixe á fundación da Real Academia Galega. A súa actividade como editor comeza co tomo *IV da Historia de Galicia* (1891) de Murguía e até 1908, publica arredor de 24 obras, rematando a súa actividade co emblemático *La Revolución Gallega de 1846* de Francisco Tettamancy. Redactor e impresor da *Revista Gallega*, vai ser o fundador e director d'*A Nosa Terra* en 1907. O seu nome na masonería coruñesa é *Gutenberg*.

1924. Lar: o galego faise esencial

Obras curtas, formato de peto, forte identidade gráfica, tiradas de 3.000 exemplares, prezos populares, todo sempre en galego. A fórmula estaba madura, o libro debe chegar ás masas. No 1919, o xornal coruñés *El Noroeste* ensaia a colección *¡Terra a Nosa!* na que saen 13 números. No 1921-22, *Céltiga* de Ferrol chega aos 15. Agora é o tempo de Leandro Carré na dirección e do entusiasta Ánxel Casal na administración, sempre a pé de máquina. Entre os dous xurde *Lar*, que en tres anos chega aos 40 títulos, sempre co mesmo deseño de Camilo Díaz Baliño, que marca a forte identidade gráfica da colección. En 1927, Casal decide dar un paso máis, Carré céntrase na elaboración do seu Dicionario.

1927. Nós, o soño dun mercado

Ánxel Casal decide perseguir o soño dun mercado para

o libro galego, decide dedicarse profesionalmente á edición. O seu obradoiro primeiro será no primeiro andar do número 36 da rúa Real. Cunha imprenta pequena, tecnicamente moi limitada, cadrando os números, axudando el mesmo aos caixistas e maquinistas, *Casal, rexo, ledó, outimista...*, como quería Otero Pedrayo, bota os alicerces das modernas editoras galegas. A revista *Nós* presta o seu nome á editora, sen Casal, a publicación nunca tería pasado do número 18, con el chega ao 139. En 1931, o constante traballo de impresión para o Seminario de Estudos Galegos condiciona o seu traslado a Santiago de Compostela, cidade da que chegará a ser alcalde. Coa Guerra Civil, Casal cae paseado nunha virada de Cacheiras, nos andeis quedan os cen millores libros da literatura galega do seu tempo.

Texto publicado como comisario da exposición nun pequeno folleto. A mostra celebrouse na Coruña, na sala de exposicións do pazo municipal de María Pita, entre o 13/10/2010 e o 21/11/2010, organizada pola Concellaría de Cultura coa colaboración da Real Academia Galega.

Respostas a un cuestionario de Esther Garrido López,
a propósito da iniciativa
A volta ás Letras en cincuenta días

Suma insólita

Resposta 1. Ben satisfeito quedei. Primeiro, por ter conseguido a participación de doce entidades diversas e a colaboración de cen creadores, nunha suma insólita* de forzas e saberes como exemplo nestes tempos de crise.

Segundo, porque poder xuntar cincuenta deseñadores (un mérito da DAG, a Asociación Galega de Diseñadores) é sinal

(*) O proxecto consistiu na celebración en 2012 dos cincuenta anos do Día das Letras Galegas, editando cincuenta carteis, un para cadanseu personaxe homenaxeado nos cincuenta días. Foron realizados por cincuenta deseñadores e cincuenta escritores, todo organizado pola Real Academia Galega, a Asociación Galega de Diseñadores, a Asociación de Escritoras e Escritores en Lingua Galega, a Asociación de Empresarios de Artes Gráficas de Galicia, a Asociación Galega de Editores, a Federación de Libreiros de Galicia, a Asociación de Bibliotecarios Municipais de Galicia, ANABAD-Galicia, o Faro de Vigo e a Xunta de Galicia. Difundiuse o manifesto titulado *As letras que nos fixeron*. Todos os institutos e bibliotecas de Galicia recibiron unha colección de carteis.

da maioría de idade desta profesión no noso país. E isto dígo-llo case con coarenta anos de oficio ao lombo.

Terceiro, porque o deseño aparece neste proxecto en parcería con outras profesións, colaborando cos escritores nun xénero clásico do noso oficio, o cartel, que ten xa un século de plena madurez e que pola súa natureza sintética, poética, sinxela e concisa goza aínda de gran prestixio. Está morto, pero non dá morrido.

Cuarto, porque parece que acadamos os obxectivos de difusión e xerar interese no público, utilizando as linguaxes contemporáneas na celebración da cultura.

Distribuíronse mil coleccións de carteis, cincuenta mil pezas en total. Pódense ver en institutos e bibliotecas de moios lugares de Galicia nos que armaron pequenas exposicións. Por exemplo, sei que hai poucos días inagurouse unha no IES Sardiñeira da Coruña cunha montaxe espectacular. Compre lembrar tamén que o mesmo 17 de maio, a colaboración do *Faro de Vigo* forneceu unha difusión extra, ao agasallar aos seus lectores un xornal coas cincuenta pezas realizadas, foron máis de 25.000 exemplares. Tamén é sinal de boa acollida que a colección de carteis sexa a nova máis vista na web da Real Academia Galega, tamén é o documento máis descargado na mesma web institucional, aí pódese seguir vendo e descargando: www.realacademiagalega.org/50-carteis-das-letras

Resposta 2. Xa dixen que estou satisfeito do número de participantes acadado n' *A volta ás Letras en cincuenta días*, máis tamén da calidade. Creo que temos polo menos unha

ducia de pezas exportables, máis do 20% do total, o normal nunha convocatoria semellante nun país normal. Como profesión debemos sentirnos orgullosos.

Resposta 3. O sector está en risco. Coma moitos sectores da creación cultural. Pero un poeta, poño por caso, mesmo que non poida publicar pode seguir escribindo para gardar nun caixón, para ler aos amigos ou a un auditorio cumprido. Pero a diferenza da maioría dos escritores, os deseñadores necesitamos clientes para exercer a creación, pero é que ademáis vivimos de resolver encomendas coa nosa creación.

Non sei se propoñerse inventar clientes é unha arrogancia utópica, pero penso que pode ser un práctico aguillón para facernos reaxer e non quedar paralizados nos nosos ateliers ou nas nosas casas. É tempo de que esa parte creativa, que todo deseñador sabe utilizar, se empregue agora na invención de traballos, é dicir, detectar necesidades, prescribir solucións de deseño, descubrir posibles financzamentos, atopar os necesarios clientes. Si, xa sei que é difícil. É unha proposta de pesimismo activo.

Resposta 4. O deseño de envases e embalaxes, o *packaging*, debería ser case un servizo nun país coma o noso. O sector agroalimentario é na Galiza un dos máis amplos, co maior número de empresas, e cunha alta porcentaxe de emprego, entre directo e indirecto e ademais a materia prima é nosa ou tirada por nós dos mares do mundo. Pero a volta do asunto é que a maioría destas empresas son pequenas, case familiares en moitos casos, sempre tentando aforrar investimentos e o

deseño é en moitos casos considerado innecesario. Deberíamos dispor dunha acción institucional como incentivo económico e cultural, porque en moitas empresas o *packaging* pódese resultar unha ferramenta estratéxica, teño participado nalgunhas experiencias ben interesantes, con bos resultados.

Resposta 5. Nos últimos anos ampliamos os xéneros que tratamos no noso atelier, como o deseño web ou a creación de exposicións, desenvolvendo en moitos casos a museoloxía (o que se debe contar) e, por suposto a museografía (como se debe mostrar). Foi necesario tamén realizar arquitectura expositiva e internarnos no deseño de audiovisuais, onde temos abordado o guión e a realización. Nunca se dá aprendido de todo e a migración e mestura de xéneros e saberes é interminable. Debería ser. Con todo, o que nos dou máis notoriedade nos últimos anos foi o deseño da equipación da Selección galega de fútbol.

Resposta 6. Cataluña é un dos países da Europa rica, non se pode comparar con España e moito menos con Galicia. Tamén ten maior nivel cultural. Se ademais consideramos que é un país industrializado xa desde o século XIX, podemos deducir que debe ter unha tradición de deseño moito máis alongada que a nosa. Ademais, o deseño catalán do século XX soubo asumir o que de moderno e modernizante ten o produto da profesión e tomouno como ingrediente da súa identidade. Os profesionais cataláns conseguiron tamén nos últimos anos que o deseño se convertera nun sinal propio da Cataluña contemporánea.

Resposta 7. Debería ser como decides, pero non. Moitos dos produtos máis vendidos están mal deseñados, aquí e na China. O que deberíamos saber é que pasaría se estiveran ben deseñados, esa é a cuestión.

É unha mágoa para a profesión, pero as empresas case sempre perciben que algo está ben deseñado cando están usando ou vendendo algo ben deseñado, pero non antes, cando menos no noso país, cando menos pola miña experiencia persoal. Si, é un círculo vicioso que só rompe a acción institucional decidida. Exemplos hainos, deberíamos intentalo.

*Designar,
dar un nome*

Desenfoque de Xulio Correa

Pídelle cincocentos soños por segundo

Vasmo dicir a mín?... A min que ando a facer que entendo, que explico, que sei de que vai a cousa...? E mira ti. Pero isto que significa, que ven sendo? E ala, algún espelido xa che espetou que é o infindo matemático que significa a calidade e... Abonda! Dálle outra.

Ti guíate por min, pero a modo, he, que non sei ben cara onde vou. E que máis ten, o caso é ir. Pero haberá alguén que poida decodificar? Algún gaibolo que poida desovar aquilo de $A + B = C$, así clariño? Serán teterellas... Pois hainos.

A cousa tense que sentir aquí, que che entra por baixo e sáeches por riba e dache un arreguizo que che deixa tremando os pectorais. Que que significa? Isto vai ou non vai dereito ao peito, dache o arreguizo ou non, pero non pidas explicación. Que ven sendo?

E dalle! Ti déixate levar —e lavar a cara e os ollos, galopín—. Pero non lle pidas unha foto do IVE (15%), é un con-

cepto demasiado concreto. Pídelle un recendo da noite de san Xoán, o vento do norte a 100 ASA, unha imaxe diacrónica do tempo. Pídelle cincocentos soños por segundo.

Porque a Xulio árdelle o eixo e árdelle a Canon, a Leica ou a caixa de zapatos, que tanto lle ten. Sérvelle todo. E ala, listo, a ver agora como clasificas? Esta foto fíxochá cunha persiana baixada, impresionando unha parede por un burato practicado convenientemente. Ves? Que mérito! Pero non sexas paspallás, que mérito de que? Esquécete do como, do porqué, do tal e que sei eu. Ti ponte aí, como no medio da ría, respira, ponte a ver, non pares quedo, revírate, arregala os ollos, bota a pacer os miolos, debulla os cibacróns e déixate ir máis alá coma unha troita de pé.

Publicado no catálogo da exposición
de Xulio Correa na sala de exposicións
de Durán Loriga do Concello da Coruña.

Presentación da exposición

Unha ducia de veciños

Onde cantan os Grilos

Eu son veciño da Cidade Vella da Coruña, xa vai para quince anos que vivo na rúa do Príncipe, pero non nacín aquí. Nacín nunha vila vella, vella tal como a Cidade Vella, onde a xente ten orgullo de ser de alí. É un sentimento que eu recoñezo en vilas históricas como Celanova ou Pontedeume, un amor á propia comunidade que atoparedes en Noia ou Ribadavia, en Betanzos ou en Tui (con Betanzos e con Tui coidadiño, que non son vilas, que son cidades). Pero ese orgullo de pertenza é o mesmo que hai na Cidade Vella. Ben é certo que este é un amor para ben e para mal, porque aquí (como alá ou acolá) coñecémonos todos e todos e cada un estamos moi expostos. Por unha banda podemos ser moi criticados, con razón ou sen ela, pero tamén por outra, os individuos podemos sentir o cariño dos nosos veciños e deixarnos acubillar baixo o manto protector da tribo. Velaquí a cara e a cruz da veciñanza nas vilas e cidades históricas.

O que non sei se aínda hai ou xa se perderon na Cidade Vella da Coruña son os alcumes, unha das características das pequenas comunidades, alcumes persoais ou familiares. Porque o que quero contar agora trata do alcume dunha familia, contoumo hai pouco miña nai. Na vila onde eu nacín había unha familia á que todos chamaban os Grilos. Eran moitos de familia e todos cantaban moi ben e, cando chegaban as festas do patrón, ou cando era polo Nadal, os Grilos xuntábanse e botaban todo o tempo a cantar, daba gloria escoitalos, pero enriba da mesa da súa casa, nos pratos, non había moito que comer, mesmo así os Grilos non deixaban de cantar, era a súa condición. Pois tamén aquí, na Cidade Vella, a Asociación de Veciños ten pouco nos pratos e aos artistas convocados para esta acción-exposición apenas temos que lles ofrecer o noso recoñecemento e a promoción pública que poidamos recadar nos medios de comunicación. Como sabedes, a Deputación da Coruña cobre os custes materiais da exposición, paga as pancartas, as reproducións fotográficas que se mostran, pero a subvención*, con ser xenerosa, non dá para pagar os custes intelectuais. Mesmo así, todos os doce fotógrafos convocados aceptaron participar, aceptaron porque é condición do artista cantar.

Pero desde aquí, desde a Cidade Vella queremos enviar unha mensaxe a institucións e fundacións, públicas e privadas. Se non coidamos dos creadores culturais de todo signo,

(*) Meses despois de celebrado o acto, a subvención foi denegada e finalmente os custes tiveron que ser asumidos pola Asociación de Veciños. Mágoa do logotipo da institución impreso en todas as comunicacións, mágoa tamén das concelleiras que viñeron presidir o acto representando á Deputación.

se non procuramos os medios para que fotógrafos e actores, pintores e escritores, deseñadores e arquitectos, escultores ou directores de cine poidan desenvolverse na nosa sociedade, moito nos tememos que en breve os Grilos deixarán de cantar. Unha cidade, unha sociedade cunha comunidade feble de artistas non favorece o coñecemento nin a innovación. Potenciar a nosa comunidade de artistas é o único xeito de enriquecer artisticamente a cidade.

Mesmo así, aínda hai na Cidade Vella algúns espazos verdes nos que cantan os Grilos. Non son nin o xardín de San Carlos nin tampouco a praza da Fariña, na Asociación de Veciños queremos dicir quen son e onde é que cantan os Grilos:

O bar *Novo Celestino* mostra o traballo de **José Salgado**, o fotógrafo tróuxonos aquí o sorriso tenro e aínda párvulo de Silvia. Tocoulle a Salgado a sempre difícil tarefa de retratar unha recén nacida, pero afortunadamente o seu traballo dou pé para un símbolo tan cariñoso como o do xornalista Luís Pousa en *La Voz de Galicia*, “a Cidade Vella, o sorriso de pedra”.

No *Deportivo Ciudad* poderedes ollar o labor de **Sandra García Rey**. Ela sabe conciliar os contrarios, xunguindo nunha imaxe a visión simultánea do cubismo co retorno á orde do clasicismo, para apreixar un pouco do rebuldeiro Antón Garda Patiño.

Alba Vázquez Carpentier fixo a súa montaxe no bar *A Vella*, botando man da súa experiencia videográfica e da

súa vontade de artista plástica para conxugar unha instalación con fragmentos do tempo escintilante e múltiple de Cristina Carnicero Fernández.

Antía García Sendón apostou por unha imaxe rotunda, construída coa face policromada de Charo Collazos e a esvaída torre barroca entre os cristais de inverno. Antía fai unha reflexión sobre a melancolía, un traballo que podedes ver na *Adega Os Arcos*.

O *Nova Ría*, antes *Ría de Viveiro*, é o espazo no que expón **Xoán Piñón**, un fotógrafo que é dono do poder de disparar todo un filme cada vez que dispara unha fotografía, sempre quereremos saber que pasou antes ou como vai rematar aquela historia. Nesta ocasión Javier Pardiñas, a súa dona Chus e a súa filla Noa son os protagonistas.

Xulio Correa sempre anda cun pouco de unto. Pero é unha sustancia mental, é o espírito do unto. Pode que faga as fotos cunha Leica ou cunha caixa de zapatos, pero Correa sempre fai caldo, é un caldo persoal no que mestura fondo e figura, paisaxes e paisanaxes. Coa súa contribución, o veciño Ico Cabanas quedou servido en catro cuncas entre os xamóns da *Leonesa*.

Plano a plano, **Juan Rodríguez** constrúe con rigor arquitectónico un mundo que hai e que non hai, pero que el sabe que existe apreixado nunha raiola de luz. Todos coñecemos a José López Parada, pero sen dúbida ninguén

o vira así, Juan tróuxonos a outra face. Unhas imaxes que podemos ollar no *Bar Ciudad*.

José Caruncho quiere ser e sen dúbida é un retratista. El foi quen de atravesar a tona superficial do carácter da persoa para legarnos uns profundos retratos de Maribel Castelo. Caruncho é un lírico exquisito, visitade e esculcade o seu traballo no bar *Momos*.

Xosé Castro é un xornalista. Din que coñece A Coruña rúa por rúa, podendo sinalar de memoria onde é que hai que asfaltar un bache ou onde falta unha farola. Non che é por aí, Castro o que coñece de verdade son os coruñeses, un por un, casa por casa. Dese interese pola humanidade ven esa crónica cariñosa de Manuel Galán no bar *La Farola*.

Luís Carré sabe ben da luz escura, desa luz que non é a luz clásica, mediterránea, cegadora. Carré manexa a luz escura do Atlántico, unha luz matizada, sempre cambiante, como peneirada por nubes e ventos. Con esa luz tróuxonos ao *Sporting Ciudad* os retratos de Carlos Carballada.

Xosé Abad era para min un misterio. Nunca entendía de onde quitaba aquela luz que xurdía de ningures. Foi o amigo común Juan Fernández quen me puxo no segredo: “É un devoto de Caravaggio”. Con esa mestría e coa palabra segura, co diálogo constante coa modelo, foi que elaborou os catro elegantes retratos de María Dolores Ozores, velaí están no bar *La Fortaleza*.

Vitor Mejuto pecha a ducia. El sabe entender á persoa no seu lugar. Ten o ollo rápido, a vista é a que traballa. E de veras Dorinda parece que sempre estivo aí recibindo a veciños e visitantes, co seu amplo sorriso na porta verde das Bárbaras. De novo, Mejuto afirma no bar *Concord* que a Cidade Vella é o sorriso de pedra.

Estos son e así cantan os Grilos.

Texto lido o 27 de decembro de 2012
nas Portas Ártabras, como presentación da exposición
Unha ducia de veciños, promovida pola Asociación
de Veciños da Cidade Vella da Coruña.

Textos que acompañaron as fotos
da exposición *Unha ducia de veciños*

Retratos a pé de foto

Silvia. Non ten vagar, da escola infantil do barrio vai para a piscina da Hípica, ten seis meses e xa case sabe nadar. Cantos traballiños!, apenas hai tempo para enredar cos irmanciños. Silvia sempre anda enguedellada, agora bota unha man na compra familiar e os comerciantes, coma pastores de Belén, saen a celebrar á recién nacida na Cidade. E veñen aí as festas e a nena xa está ao colo do Pai-Nadal, que lle pedirá?, por unha fiestra pequerrechiña, os seus pais parecen querer espreitar (quen lles dera!) toda a súa vida futura. Ha ser unha boa veciña e de seguro ha querer vivir no seu barrio. Pero hai que agardar, “o que será, será”.

Antón Garda Patiño. Só hai un Antón, pero fai por sete. Bule e rebule. El é o dono da praza da Fariña, como o son todos os antóns e antías que hai, que houbo e haberá na Cidade

Vella. A praza non é pequena, el quere e alí cabe o estadio de Riazor con 35.000 espectadores; a selva virxe africana coa casa de Tarzán e todo; o Reino dos Cogumelos de Mario e Luigi a salvar á princesa e calqueira argallada que poida imaxinar. Antón naceu nun recanto deste espazo infinito e desde a galería da súa casa calcula a próxima xogada. Non precisa chutar para marcar gol, abóndalle co seu sorriso franco e rebeldeiro para render a defensa de veciños e visitantes.

Cristina Carnicero Fernández. Alegría, ese é o seu sinal de identidade. Quen coñece a Cristina así o testemuña. A súa nai ten nela unha fonte de enerxía. Poden afirmalo os amigos todos que hoxe quedaron de saír, á noite vai de ruada pola Cidade. O can abanea o rabo, tamén asinte, xuntos van pasear (chove, a mal tempo, boa cara). Pero aínda hai que estudar, matriculouse en psicoloxía, non contaba con atopar traballo de enfermeira, hai que chapar. Quizais aínda poida ler un pouco da novela... Non sabe como, pero o tempo sempre estira.

Charo Collazos. A revirada torre é o seu faro. O campanario de San Domingos é a súa Torre de Hércules; as súas campás, a luz que guía os seus pasos, desde nena. Naceu alí a carón e cando con oito anos pasou a vivir extramuros da Cidade, volvía diariamente a estudar no Montel-Toucet e logo nos Dominicanos. Charo nunca deixou de sentir as badaladas. Mesmo no campus, na Facultade de Dereito, sentía chamar por ela, “cando vos oio tocar / mórrome de soidades”. Volveu vivir ao barrio, trouxo canda ela a Rafael e buscaron casa. Á sombra da requintada torre barroca naceron Santi, Blanca e Teresa.

Javier Pardiñas. Arredor da medianoite, o detective iluminou a tenda cos faros do seu carro. Non, aquel non era Pilar, xa lle dixeran que a señora deixara todo nas mans do seu fillo Javier. Si señor, fora el quen puxera o letreiro, “Ultramarinos Pilar, desde 1900”. Non, a súa nai xa o colleu funcionando, nos anos sesenta. Si, claro, agora tocáballe a el, mesmo estaba a cambiar a tenda para un baixo novo, enfrente. Ao detective, aquel home cordial, que lle ofrecía unha maruxa de nata, non lle pareceu o que buscaba. Encomendáranlle dar cun glamuroso contrabaixista de jazz e profesor de música, que anos antes percorrera Galicia tocando nunha orquestra. Tamén lle falaran dun xogador de rugby. E se o músico, o comerciante e o deportista foran a mesma persoa? Botouse á rúa, xa estaba farto daquel caso enguedellado. Tiña que volver polo ultimarin, o pastelón de Cedeira tiña boa cara.

Ico Cabanas. Aos oito meses veu para a praza das Bárbaras. Criouse cun pé no bar Casa Francisco dos seus pais e outro na terra batida da praciña barroca. Forma e fondo mestúranse. Fíxose home nas rúas do barrio e aí anda, aí está sempre para botar unha man, sempre cunha chiscadela para os picariños, sempre guiando algún traballo comunal. Paisaxe e figura confúndense. Algunhas persoas acadan un valor simbólico dentro da comunidade, para todos os veciños Ico forma parte da paisaxe da Cidade Vella. O espazo marca ás persoas, pero son as persoas as que fan o lugar.

José López Parada. Houbo un tempo no que os gremios artesáns eran o cerne e propio da Cidade. Batían no ferro na

rúa dos Ferreiros, cortaban na carne na Cortadoría, cosían no coiro na Zapataría... José López Parada é desta xinea, o seu pai coñecía xa a dirección de todas as vetas da madeira e cando o plástico ameazaba con acabar cun oficio máis que medieval, José tivo o valor de recoller o martelo e a serra paternas. Entrou no gremio e comprometeuse a dar expresión á madeira. Hai un recendo a serradura e verniz na rúa do Rosario, hai un artesán empeñado en volver ao seu as antigas formas queridas.

Maribel Castelo. Trone ou neve, todos os días do ano nada no Mar do Parrote (ela sabe que debaixo do formigón da Solana está a area da praia). Pero leva tantos anos mergullándose nas augas que prefire ser tratada de serea, que non de nadadora. Porque esta muller é dona de moitas brincadeiras, sempre a enredar cos amigos, nunha rexouba da escola do salón de peiteado que a súa nai tivo fronte á igrexa de Santiago. Pero desde os vinte anos Maribel non oe, perdeu a audición e por forza tivo que aprender a ler nos beizos das persoas. Quizais poida entender tamén as falas das bonecas que andaban pola súa casa, con elas mantén de sempre unha boa e cariñosa amizade.

Manuel Galán. Ferro e pedra. Manuel Galán domina as duras materias. As súas mans gobernaron as formas do ferro en Wonenburger e cos pés continúa a modelar a tona do empedrado da Cidade Vella. Á volta de calqueira esquina pode aparecer. Por alí ven Manolo! Andar e andar é o seu, nunca se rende. Pero os seus pasos non o afastaron moito do barrio e

mesmo foi dispoñer o seu lar a escasos metros do lugar onde naceu. Afeito á dureza, Manuel procurou un diamante que atemperara o seu carácter, a súa dona Carmen.

Carlos Carballada. Decían que Carlos trouxera a praia á rúa das Donas. Aínda non hai tantos anos, todas as temporadas de baño, “Carballada” convertíase no maior fornecedor de bañadores de toda a cidade da Coruña. Algún ano foron máis de tres mil as pezas vendidas. En Riazor e Santa Cristina non se falaba doutra cousa. Foi a estratexia de Carlos para competir cos grandes comercios multi-produto, foi a especialización o que aguantou o negocio até a súa xubilación, moitos colegas non conseguiron resistir. Carlos vai hoxe para a finca, coída dos cans, poda as árbores..., acouga. Nun recanto do xardín campa un vello letreiro recuperado: “Calle Damas”, a querida rúa das antigas e históricas Donas da Cidade.

María Dolores Ozores. O transatlántico ven de atracar diante da sala de estar. Mentras almorza, olla os iates e bota de menos aquela Dársena sempre cheirando a frescura e o tráfego dos barcos nos varadoiros, ao pé da súa casa. Todo mudou, o mundo cambia, pero esta muller ten aínda algunhas certezas. A escasos metros, o pazo que foi dos seus abós maternos, os Marqueses de San Martín de Hombreiro; mesmo a carón, a igrexa de Santiago, a parroquia da súa devoción, e un pouco máis arriba as Escolas Populares Gratuitas, que a súa familia sempre apoiou. Nai de cinco fillos, aboa de quince netos, María Dolores foi tamén muller traballadora como enfermeira no Hospital Militar.

Dorinda Pérez Ponte. Da Porta Real á Porta dos Ares. Hai persoas que fan as costuras dunha comunidade, a súa vida transita polas vidas dos demais, fiando, cosendo, unindo ao barrio coa súa xenerosidade. É o caso das vidas entregadas de Dorinda e *Pepiño*, o seu marido, o ATS e podólogo José Castiñeira, xa falecido. Velaquí a parella, todo un centro de saúde na Cidade Vella, só eles os dous. Da punta do pé á palma da man, nengunha doenza quedou sen atender, todas cos coidados precisos. E aínda máis. O barrio todo ten unha enorme débeda de gratitude con eles. O sorriso de Dorinda é un inmenso capital.

Textos que acompañaron os retratos
expostos nos bares da Cidade Vella da Coruña,
durante a mostra *Unha ducia de veciños*,
promovida pola Asociación de Veciños.
Do 21 de decembro de 2012 ao 15 de febreiro de 2013.

A palabra precisa para Luís Seoane

Un soño que soña

En cada país americano cumpriuse o soño dun galego. Foi Seoane quen o dixo e tiña razón, pero no seu caso foi tamén ao revés, porque houbo un país americano que soñou ser Luís Seoane, a Arxentina toda soñouse un día, suígueo a facer, nos cadros, nos murais, nos gravados, nos libros de Luís Seoane. Foi nun tempo, anos cincuenta e sesenta, no que o artista soñaba tamén unha patria distante, prohibida, desdebuxada, un país que construír con soños, que necesitaba ser figurado con “recuerdos”, coa vista nas flores que nacían entre as cinzas que deixaba ao seu paso o fascismo español e as esperanzas —sempre agardando— do exilio galego en América.

Nacido en 1910 en Bos Aires, de pais galegos, será emigrante retornado a Galicia con seis anos. Infancia na aldea de Arca, mocidade estudante e xa política e artística en Santiago de Compostela, o seu primeiro traballo será de abogado laboralista na cidade da Coruña. Pero aos vinteseite anos, Seoane

vive o fin trágico do soño de liberdade da Galicia dos anos trinta. En 1936 ten que voltar ao lugar do seu nacemento. Pero o que volve non é xa un mozo arxentino, é un galego que fuxe dunha morte segura da outra banda do mar. Volve para combatir o fascismo desde o exilio, coas letras e as artes nas mans. Durante anos debuxa e escribe, loita e agarda. O final da Guerra Mundial crea unha ilusión, pero a Guerra Fría conxela o réxime de Franco e a partir de 1945 os exiliados comezan a desfacer as súas maletas, Seoane volve a vista arredor de si e comeza a desfacer e refacer os seus soños. Xa non quererá traballar de abogado, continuará deseñando libros, pero a arte forma parte da súa vida e comeza a pintar. Aprende pintando emigrantes galegos e paisaxes porteñas, traballadores e mulleres soas sempre na beira do mar, agardando, quen sabe se na ribeira de acá ou na de alá. O fío de Ariadna está enredado na identidade, na propia, na común. Pero hai alguén máis arxentino que un emigrante galego? Hai alguén máis galego que un emigrante?

Cando a finais dos anos cincuenta, o presidente dos Estados Unidos de América visita a Arxentina, o galano oficial da república ao seu distinguido hóspede será un óleo de Luis Seoane. O artista é xa parte dos soños e dos sinais de identidade da nación austral. O senado concédelle a súa medalla, os selos de correos reproducen os seus cadros, pero o artista, que é un artista arxentino, non deixa de ser un artista galego. Soña e pinta en galego, escribe e publica longos poemarios en lingua galega —todo un océano enteiro entre os seus libros e os seus posibles lectores en Europa—. Fidelidade e lealdade. “Estou embarcado nunha peneira, pero nunha peneira que-

ro navegar”. E vai ser nesa embarcación imposible que Luis Seoane realice unha das singraduras máis fecundas da cultura galega na segunda metade do século XX. Dos seus sonhos, sempre a piques de naufragar, xurde un mundo intelectual que apenas arribou aínda ás costas galegas.

A diferenza da lingua española, a galega posúe dúas palabras para o que na Arxentina se di sempre “sueño”. No galego, as dúas palabras responden a conceptos distintos, “sono” refírese ao durmir, “soño” á fabulación, ao voo da mente en liberdade. Ésta é a palabra precisa para Luís Seoane.

Unha encomenda de Lois Rodríguez
para *Lertas de Galicia*, 2008, un artigo
publicado orixinalmente en español
nun número dedicado á cultura galega en América,
especialmente dirixido á sociedade arxentina.

O medio e a mensaxe de Reimundo Patiño

Impagados

Ao final dun longo corredor, nalgún andar elevado da sede central dun banco español, Patiño traballa no seu búnker do Departamento de Impagados, a foto que acompaña este artigo, retrátao neste escenario kafkiano*. Dos seus innumerábeis pequenos caixóns metálicos podían saír incesantes estímulos, inimaxinábeis, se un non sabía da súa dobre vida: unha novela de ciencia-ficción, o último *Triunfo*, un cómic underground americano, o último *Grial* e máis unha monografía de Karel Appel. Foi se cadra nalgunha das visitas a aquel recanto que lle escoitei aquela lúcida reflexión, logo

(*) A foto, que si aparece no catálogo onde foi publicado este artigo, tireina quizais no ano 1976, no intermedio dunha viaxe a Barcelona, onde cursaba estudos de deseño. A escala en Madrid para visitar a Patiño era sempre obrigada, a ida e a volta facíanse máis levadeiras, Patiño sempre enchía de soños renovados o meu fardel.

desenvolvida nunha entrevista. Aquela frase, sen máis, podía xerar todo un movemento: «O cómic leno centos de persoas, e é a única arte que serve para envolver o bocadillo coas súas follas. Chega ás persoas».

No desenvolvemento da cultura *underground* americana, na tamén chamada contracultura, o cómic vai ser un xeito de expresión privilexiada onde a liberdade creativa e a vontade crítica van ir da man. Pero Reimundo non imita, experimenta coa propia linguaxe, e naquelas propostas americanas Patiño reconece a liberdade, admira a audacia, concorda na irreverencia e comparte a actitude de revolta. Pero ademais, cadra-ba aquí que participar na propia cultura é xa participar nunha revolta, crear na cultura galega vén ser, quérirase ou non, unha forma de contestación, unha alternativa á cultura dominante. Nalgún sentido —vontade crítica e escasa difusión— a cultura galega, especialmente a producida baixo o franquismo, pódese considerar como unha cultura *underground*. Así o expresa Patiño na introdución ao seu libro *Dúas viaxes*, publicado en 1975: «Cercados nas bouzas de cemento, nas casas-cemiterios de 100 apartamentos, unha serie de homes: cantantes, poetas, gravadores, debuxantes traballan para revirar a imaxe comercializada e invasora, ineludíbel é facer que a arte da comunidade volva ser unha realidade amais dunha lembranza e dunha esperanza».

Ten trinta e seis anos cando realiza en 1972 o cómic mural *O home que falaba vegliota*, pero viña xa doutras aventuras creadoras e políticas sempre radicais, sempre innovadoras, sempre comprometidas. Cadrara con Pollock no informalismo dos cincuenta, creara grupos e manifestos —A Gadaña,

Brais-Pinto— e promovera a Estampa Popular Galega. Entre 1963, data da súa fundación, e 1971, ano no que abandona a organización, Reimundo Patiño é un membro activo da Unión do Povo Galego, partido político que virou o rumbo do nacionalismo galego da posguerra cara a posicións de esquerda. Mesmo fóra do partido, Patiño non abandonará a causa da liberdade do seu país e do seu pobo. A partir deste esbozo da súa traxectoria, pódese deducir que Reimundo, coma outros creadores europeos de esquerda, bate deseguido nunha contradición dificilmente resolta, a necesidade de comunicar co pobo, de procurar unha función social para a arte, sen renunciar ás máis arriscadas experiencias de vangarda:

Se acudimos á axuda da arte culta, que batalla pode ofrecer en canto á inmediatez e á eficacia de difusión de mensaxes colectivas? Se polas súas propias características intrínsecas, de obra minoritaria necesitada de comprensión intelectual coa súa conseguinte iniciación docente, sería necesaria para acadar tal fin, unha transformación total da sociedade comezando pola escola primaria.

Neste mesmo escrito do propio Patiño, nas «Tres notas» que publica no catálogo da exposición do *Home...* xa citado, vai facer tamén o eloxio das vantaxes que albisca no novo xeito de expresión; a banda deseñada preséntase coma unha síntese posíbel para recuperar unha linguaxe popular:

Por un compromiso sobreentendido, entre debuxante e lector, calquera deformación expresiva e calquera liberdade estilística é permitida sen que ninguén proteste por cores arbitrarias, campos roxos, ceos verdes, etc. Todas as conquistas formais da suce-

sión de ismos teñen cabida nel para complementar, nun estilo do século XX, a alternancia paixón-razón, surrealismo-abstracción xeométrica, informalismo-pop art, ao pór dita linguaxe ao servizo dun contido narrativo admitido polas xentes.

Pero esta proposta leva implícita unha inversión. A arte pop ollá a cultura de masas como a máis xenuína produción cultural americana; prensa, radio, TV, cine e publicidade van-se converter daquela —«o medio é a mensaxe»— na máis enxebre expresión cultural de Norteamérica. A arte pop sitúa como obxecto das súas obras os medios de masas, eles son as súas paisaxes e a montaña de Sainte Victoire non se atopa xa en terras da Provenza, os novos *cezannes* atoparán a súas montañas nas pequenas viñetas do cómic. Pero unha vez máis, Patiño dá un chimpo:

Namentres os pop americanos e os seus imitadores ibéricos —que os hai— levan á pintura a linguaxe da publicidade e a banda deseñada comercial, os grafistas galegos levan aos medios de comunicación masiva a linguaxe da pintura e da máis inxel arte popular. En troques de acoller no lenzo os xeitos icónicos da mass-media son unhas vellas tradicións formais e mais os derradeiros modos de arte nova os que se citan no cadriño e mais na páxina.

Velaquí todo un programa estético que Reimundo Patiño saberá desenvolver con altura intelectual, creando no cómic algunhas das achegas máis orixinais da cultura galega contemporánea. Pode que os debuxantes e lectores de hoxe consideren innecesaria toda a bagaxe teórica edificada por Patiño e non dubido que haberá unha maioría que saltará di-

rectamente ás súas historietas: quen saiba ler alén das letras vai bater coa súa enteira coherencia ética e estética.

Ben sei que Reimundo Patiño (1936-1985) non forma parte aínda do canon da galeguidade, as súas propostas plásticas e literarias seguen sen ser engulidas e dixeridas pola intelectualidade orgánica. Patiño continúa no Departamento de Impagados, desde alí segue a propor revulsivos que aínda conducen á vertixe.

Xesús Campos retorneado

Retrato do artista incandescente

Non sei se foi antes o ovo ou a galiña, a función ou o órgano, o medio, a mensaxe ou a paisanaxe. Descoñezo se o humor se adaptou ao medio ou se éste foi consecuencia de aquel. O caso é que *Chichi* non publicou nos xornais de gran tirada. Apenas algún debuxo ciscado aquí e alá nalgunha publicación militante, practicante ou protestante. O seu medio foi o caderno, a folha voante, o libelo, a octavilla, o mantel de papel da mesa dalgún bar, unha caixa de mixtos, un anaco de papel de xornal... Todo soporte servía cando lle daba a ferverza debuxística. E dáballe sempre. O bule-bule levouno a unha incesante produción privada, disparada, disparatada, feita a man (alzada). Pero súa obra chegou a competir en difusión (OJD) cos grandes medios. E todo de man en man, de ti a ti —lé, comenta, difunde, pasa a bola— até converter os seus cadernos en verdadeiros medios de comunicación de masas, pastas e biscoitos.

Todo como se el fose un inmenso departamento de axitación, propaganda, chorreo e cachondeo, que non paraba de matinar, retratar, satirizar, ironizar e taladrar a todo bicho vivinte. Toda situación era un xogo, Convertía en obxecto da súa obra a toda persoa ou cousa, ser animado ou apampado, ningún se libraba. O seu humor agudo, incisivo, como de Black & Decker, non tiña acougo e a súa arte visual, inusual, insólita e insolente tiña o seu perfecto complemento nun verbo certo, na palabra revirada, na estimulación oral ou escrita.

E nunca tiña vagar, arte na rúa (Nova), na galería (Sargadelos), para a galería, na casa, no traballo, no bar, no pub, na discoteca, no almorzo do día despois. Calqueira momento e lugar eran propicios para perpetrar a súa arte apegada ao inmediato, ao instante, ao minuto, ao amigo, ao coñecido, ao que despistado pasaba por alí. Arte instantánea, arte popular, arti-mañá, arte a medida, prêt a porter, arte pronta, impronta (persoal). Chiste gráfico, chiste rápido, (só coa lingua era máis rápido que coa pluma), chiste dedicado, disparado, furado, desaforado, demoedor, *desmadrado*, desgraciado, desesperado, destrutor, acorazado, fragata, corbeta, portavións, galeón, carabela, traíña, gamela, dorna, caiuco, salvavidas, salvamantel, salvaslips, *salva sea la parte*, salvaterra, salvaxe, salvador, *sal de aí!*, saltinbanqui, sal e pementa picante.

Publicado co título *Bule-bule* no caderno de Cultura de *La Voz de Galicia*, o 25 de febreiro de 1993, ao cumprirse o segundo cabodeano do pasamento de Xesús Campos (1952-1991).

O debate de Isaac Díaz Pardo

Misión e produción

Os artistas din que máis que nada foi deseñador, os deseñadores que foi un empresario, os empresarios falan del como artista, aínda hai quen di que tamén fixo de arquitecto e mesmo que foi editor... Isaac Díaz Pardo doulle a todo isto e a moito máis, pero cómpre abandonar o tópico do home renacentista e centrar a súa personalidade, deliberadamente ensarillada entre a morea de empresas e sociedades que el mesmo foi facendo arredor de si.

Non sei ben por que decide abandonar a profesión de pintor*, que xa desenvolve con éxito ao pouco de rematar Be-

(*) Isaac foi seleccionado, no ano 1941, entre estudantes de Arquitectura e Belas Artes de Madrid para seguir un curso de deseño industrial, auspiciado por Carlos Sáez de Tejada (1897-1958), artista vinculado ao réxime fascista. En 1942 remata a carreira de Belas Artes e comeza a pintar desenvolvéndose con grande éxito como retratista. En 1947, despois dunha entrevista con Álvarez de Sotomayor, que lle propón colaborar na decoración mural do “Valle de los Caídos”, abandona Madrid e a súa clientela e volve a Galicia. En 1948, instala un obradoiro de porcelana a carón da Casa Grande do Castro de Samoedo (Osedo, Sada), propiedade do seu sogro, o ano seguinte crea formalmente as Cerámicas do Castro. Despois de publicado este artigo, tomo estos datos de Xosé Díaz, “Isaac Díaz Pardo e as Cerámicas do Castro”, opúsculo publicado pola A.C. Irmáns Suárez Picallo de Sada en 2013.

las Artes, pero mesmo despois de poñer a andar Cerámicas do Castro (1949), con 29 anos, continúa a pintar e aínda as primeiras pezas que saen da fábrica son pequenas esculturas, extensións da súa obra plástica, que mesmo mostra en exposicións xunto aos seus cadros. É na estadia americana (1955-1968) onde está a clave. Isaac acode a Bos Aires, é sabido, buscando o encontro cos exiliados. É alí onde se opera a conversión industrial, a transfiguración total do pintor de cabaleta tradicional, dotado de extraordinaria facilidade, a un deseñador que se fai empresario para xerar as súas propias encomendas. É Luís Seoane quen lle achega o coñecemento dos modelos teóricos do deseño europeo, nomeadamente a Bauhaus, pero tamén a experiencia que naqueles mesmos anos se está a desenvolver na escola da cidade alemá de Ulm (1953-1968), todo peneirado pola actitude crítica cara ao estilo internacional que todo o estandariza na arquitectura e no deseño daqueles anos. “Nós queremos enriquecer o mundo coa nosa diferenza”, e Seoane e Díaz Pardo propoñen a necesidade de ollar as “formas esquecidas” de Galiza para atopar “os signos do seu propio sistema de expresión” tal como afirma o Manifesto (1970) do Laboratorio de Formas, entidade con vocación reitora fundado polos dous en 1963.

Isaac abandona a fábrica de cerámica que emprendera na Pampa arxentina —“non sei que se nos perdía alí, na fin do mundo”— e volve a Galiza. Seoane sinala o norte. De traballar na cerámica hai que recuperar o espírito do Sargadelos de Ibañez, o pioneiro da Ilustración que se anticipa á creación da industria española. Alí perto está aínda o caolín, a materia prima da porcelana, e as ruínas dun motivo de orgullo para

os galegos. Tamén un nome, un topónimo que pode volver a ser marca de prestixio. Armado con toda esta bagaxe e xa cun grande coñecemento tecnolóxico, Isaac bota a andar a nova fábrica en 1970. Nunha década consegue ocupar os espazos íntimos de todos os galegos. As clases medias, que nos anos setenta entran nun acelerado proceso de urbanización, enchén as súas salas con aquela cerámica. Ao mesmo tempo que o plástico remata totalmente coa produción de pezas artesanais, étnicas, un novo enxoval simbólico é elevado aos andeis dos cuartos de estar.

Se agora tentamos explicar o éxito e facer balance, apresurado e probablemente inexacto, do traballo de Isaac Díaz Pardo, teño que constatar de entrada que é a de deseñador a faceta central da súa personalidade. Pero non como deseñador industrial, que tamén, senón como produtor de signos, como deseñador de comunicación ou máis exactamente do que hoxe chamaríamos *branding*, termo inglés que, na xirra profesional do deseño de identidade, expresa a construción deliberada, planificada e continuada dunha marca, descubriendo e cultivando os valores propios, dotándoa de atributos materiais e inmateriais e, por suposto, creando a súa identidade gráfica, packaging, deseñando un modelo de tendas a implantar, creando acontecementos para xerar notoriedade, producindo noticias... Todo un programa, hoxe clásico, que Isaac desenvolve persoalmente, sen modelo a imitar, intuitivamente, mais sen crear equipos nin contar con colaboradores. Pero o máis importante, Díaz Pardo dota á súa empresa dunha misión. Anticípase así ao que aínda hoxe é unha novidade en moitas empresas, a responsabilidade social corpora-

tiva, concepto que pretende algo máis que o mecenado pero que aí comeza. Coa ambición que sempre puxo en todo, Isaac asume que pode “cambiar o mundo e máis concretamente Galiza”, fin elevado e nobre como excesivo e desmesurado para unha fábrica de porcelana. É un ideario que el mesmo recoñece utopista, que xa está en Morris, Gropius e outros pais fundadores da disciplina do deseño, pero que Isaac aborda cunha dobre estratexia, como deseñador e como empresario. Como deseñador de produto practica a relectura de formas tradicionais para dotar de sinais de identidade galega aos obxectos, prima a comunicación pero pon pouco interese noutras funcións. Como empresario tentará sempre investir os beneficios en investigación, pero sobre todo en financiar acontecementos culturais, edicións de libros, soste institucións, crear museos..., “todo un movemento para axudar a Galiza”. É a política por outros medios, Isaac pon en práctica con Sargadelos un proxecto de redención social e persoal.

Alén dos beneficios, Díaz Pardo ofrece á sociedade a súa empresa, é a última carta do comunicador, ofrece un paradigma, presenta un modelo a seguir na utilización da materia prima do país, no desenvolvemento tecnolóxico que precisa, na creación de marca e no deseño propio, todo co obxectivo de producir formas galegas. Ese era o debate, oxalá volvamos a el, os tempos fannos retroceder ao límite porque agora o debate é, sen máis, se os galegos aínda podemos producir algo.

Publicado o 13 de xaneiro de 2012 en *El País*, no especial *Luzes* dedicado a Isaac Díaz Pardo aos poucos días do seu falecemento.

Xosé Luís Axeitos, académico

Nunha de Cinzano

Non sei se foi na da Torre ou na de Tanxil, pero todo o mundo en Asados asegura que algo lle pasou naquela noite de xaneiro sinalada, cando nas praias de Rianxo caían coma bagoas as estrelas. Andaría el polos cinco anos e os do seu tempo concordan en que desde aquela quedoulle ao pícaro na fronte unha estrela e no bico un cantar. Todos asinten. Do Pazo a Burés, os que o tratan din que daquel extraño suceso venlle ao profesor Axeitos a súa sensibilidade para entrar no miolo da creación literaria e o poder de abrírla a todos coa súa certa capacidade de análise.

Pola contra, poucos son os que saben que foi naquel verán do mesmo ano 1950, no que aquel meniño aínda fazuleiro bateu, quizais na de Tanxil, quizais na da Torre, cunha botella ao mar, guindada aquel mesmo ano na pratense ribeira, naquel “mar dulce” bonaerense no que xa se esvaía o sorriso de Daniel. Que aquela garrafa fose de Cinzano non é un cativo pormenor anecdótico, resultou un indicio claro para identi-

ficar anos despois ao remitente, aquel náufrago que nunha peneira quería navegar con teima.

Aquel achado foi definitivo e marcou de por vida a Xosé Luís Axeitos. Naquela garrafa viña encerrada unha fiestra, certamente baldeira, pero que pouco a pouco foi revelando o seu poder. Coma nun extraño burato cósmico, polo que se podería ir do principio ao fin do universo só con chiscar un ollo, por aquela fiestra, se se olla para fóra vese o mundo todo, se para dentro, Galiza enteira.

Pero non foi doado aprender a manexar así unha fiestra, sen mainel nin nada. Houbo de embarcar e facer unha singradura terra adentro no *Constantino Candeira*, aquel pailebote de branco ronsel, que o levou aos mares mesetarios, onde estaba todo Pensado.

Só despois daquel coñecemento profundo, guiado polo mestre de Negreira, a fiestra comezou paseniño a deixar ver Máis alá! E de súpeto, Axeitos bateu, porta con porta, no lugar de Cerdeiras, ao pé da estrada que cruza Asados para chegar a Rianxo, coa casa familiar de Manuel Antonio. Por aquela fiestra, liberada da garrafa de Cinzano aos cinco anos, o profesor comezou entón, desde aquel lugar de Cerdeiras, a ollar o mundo enteiro e os cinco continentes e os sete mares, todo estaba alí, de par da súa casa, apreixado nas poucas horas que van de catro a catro. Por aquela fiestra, Axeitos foinos traendo o coñecemento da vangarda galega e a xeración fuxida, desenterrou o universo epistolar de Rafael Dieste ou puxo en pé a obra completa de Lorenzo Varela..., xunto ao profesor Barreiro Fernández, o noso presidente, anda agora a tirarlle o veo que aínda cobre a figura senlleira de Manuel Murguía.

E pouco e pouco, o náufrago remitente daquela botella ao mar, o navegante naquela peneira do Mar de Prata, foi desveando o seu ser e Axeitos conseguiu identificar a Luís Seoane, mesmo poido chegar a coñecer á súa dona. Agora, de vagar, a rexa figura de Seoane colle forma e cor mentres o profesor vai estampando as madeiras do gravado que revela a figura deste exiliado, teño para min que o intelectual galego máis importante da segunda metade do século XX. Hoxe, con Seoane, Axeitos entra na Real Academia Galega. Será no lugar de Rianxiño, en Rianxo, no pazo que foi do antigo cacique. Arrabea, Viturro! Cousas da vida.

Publicado en *La Voz de Galicia*,
no especial *Axeitos académico*
da edición do Barbanza,
o sábado 30 de outubro de 2004.

Aprendendo con Segura Torrella

Coñecer un artista

As clases artelláronse onde aínda era o *Frente de Juventudes* de Pontedeume. Debían ser dous días á semana, non lembro ben os meses que duraron. “Perde coidado, esquece a lóxica real, procura só a lóxica plástica”. O asunto organizábase a Asociación de Cabezas de Familia. Todo cheiraba aínda a aquel Réxime sen fin, pero naquel ano 1972 algo estaba a cambiar. “Na arte, o motivo é só un pretexto”. Luís Carrillo, presidente daquelas *Cabezas* asociadas, botara todo o seu entusiasmo para xuntar un pequeno grupo de mozos, catorce, dezaseis, vinte anos, que queríamos debuxar. “Que che pasou aquí, estabas canso, nonsí? O fondo é tan importante como a figura”. Trouxéranos papeis, cadernos, lápices, carbóns... Lembro, por ser máis do meu tempo, a Víctor Garabana, Javier Feal e a Noli, Manuel Vilariño, todos tres debuxantes admirados, intuitivos, autodidactas, sobre todo Noli, que xa

daquela era quen de armar un mundo nun pequeno anaco de papel. “Non debuxes o que sabes, debuxa só o que ves”. Viñan tamén algunhas rapazas e agora que caíu, creo ver tamén a debuxar a Lapique, José María, mesmo teño para min que fora el quen prendera a mecha o ano anterior, ao chantar na tasca de Noche un exemplar dun gravado en madeira coa lenda “Se hacen gravados de encarga”, ou algo así. Aquelo dera para falar abondo naquel *parlamento* onde acudían decote as forzas vivas, cabezas de familia todas. Eu deducira o que era un gravado lendo aquelas biografías épicas dos heroes do impresionismo. Cunha táboa de piñeiro e unhas trenchas que andaban pola casa malfixen a face dun home barbado. Carlos convencera ao seu pai, Miguel López, o libreiro e impresor da vila, para que nos deixara enredar na imprenta cos rolos de caucho, tinta, papel e un tórculo algo eivado. Moncho o da Eumesa dixérame entón que el tiña un amigo en Madrid que gravaba nunha sorte de plástico que se chamaba linoleum. Xa en 1972 viaxei a Madrid ao rematar o curso, para botar unha semana no obradoiro de Reimundo Patiño, na Galería Redor, moito me prestou, vin de Madrid co formigo no corpo. Daquela parara na casa de José Piñeiro e aquel verán fíxenlle un retrato. “Alí non hai un ollo, son luces e sombras, son masas, planos, formas...”. Aquel ano foi todo debuxar.

Carrillo trouxéranos o material, pero puxera o máis importante, dera cun profesor en Ferrol que nos había marcar. “Ten conta, o branco do papel tamén debuxa”. Fora Álvaro Espilla, o libreiro de Helios, quen recomendara a Ricardo Segura Torrella. Teño para min que Álvaro tivo que pregarlle ao pintor para que accedera a dar clase fóra de Fe-

rrol. Aprendemos a encaixar, ensaiamos formas facetadas, planos de grises diversos, Ricardo parábase con cada un e aconsellaba. Quedáronme del moitas frases. Coñecemos os rudimentos do debuxo, pero o máis importante foi que coñecemos un artista.

Mergullado no ámbito artístico local, situado no posibilismo da figuración, Segura Torrella (1927-2002) tiña unha ambición intelectual que o elevaba por riba da tristura, da pobreza artística do tempo e lugar que habitábamos. Algúns mantivemos o contacto alén das clases rematadas e decidimos soste unha amizade que el mesmo nos brindou, a pesares da nosa inxenua mocidade. Os Cabezas de Familia tíñano que ir buscar e levar de volta a Ferrol para as clases, nós escapábamos algún sábado no seiscentos de Victor até Doniños. Naquela casa de Ricardo e a súa dona abríansenos os ollos e botábamolos a pacer en cadros, debuxos, libros e cadernos que xenerosamente Segura Torrella partillaba con nós, sempre con algún comentario certoiro.

O ano anterior soubera da existencia dun museo de pintura galega en Sada, no Castro de Samoedo, alí onde a cerámica, pero foi naquel 1972 que coñecín aquel mundo, meus pais puidéranme levar un día, de volta da Coruña cara Pontedeume. Habería voltar moitas veces ao Museo Carlos Maside.

Tamén foi 1972 o ano no que mataron en Ferrol a Amador e Daniel, obreiros da Bazán en folga. O instituto da cidade, no que estudábamos COU, pechou aquel día. Lembro a praza de España ateigada de policía arredor da estatua de Franco e a xente doente, silandeira, a andar polas rúas. Á tarde, na vila, víramos pasar pola ponte carros e carros sen fin enchi-

dos de grises, a policía antidisturbios. Tentei coller e collín papel e lapis para expresar aquela confusión de raiba, terror e carraxe. Non fun quen de esbozar algo intelixible.

Todos seguimos a debuxar aquel verán e cadrando coas festas de setembro, tamén no *Frente de Juventudes*, organizouse unha exposición de todos os que daquel grupo de Segura quixemos amosar o noso traballo. Os meus bodegóns fuxiron das flores e das froitas, non presentei máis que zapatos, sós ou en grupo, de home ou de muller, baixos ou de tacón, todos usados, enrugados, amoreados, mesmo algúns esmagados. Vendín unhas zocas.

Publicado co título *O tempo tamén debuxa* no catálogo da exposición *Artexove 2008*, organizada polo Concello de Pontedeume.

Esbozo de Víctor Garabana

Perspectiva aérea

Afortunadamente para nós, non tivo vista dabondo para pilotar avións, pero cada risco de buril gravado na prancha, cada signo marcado por Víctor na cera está conducido con precisión de aviador. Foi polo ar e veu polo vento da arte.

Se facedes o esforzo de non mirar nas súas imaxes o castelo de Andrade, o mosteiro de Caaveiro ou as rúas aquelas de Pontedeume, se deixades de ver o todo para reparar nas liñas esgarabelladas aquí e acolá, descubriredes un preciso plan de voo. Percorridos aéreos por nubes, ventos e tronadas.

Algúnhas dioptrías de máis impedíronlle guiar avións, pero a teima aniñada no máis fondo deulle pulo para outro xeito de voar. Tamén é certo que o sangue pesa, a partes iguais entre a *liñaxe errante* do seu avó afiador, que veu cantar a roda á vila, e a paciencia oriental do seu outro avó, que na Ribeira construía, artellaba caiucos, buquetas ou veleiros xeitosiños para ir polo mar abaixo. Seu pai, sen dúbida, legoulle

a paixón de figurar soños en lenzos e papeis. E Víctor comezou a construír avións pequeniños que voaban cun motor gobernado por un aramio. Seguiu na teima e os avións voaron en liberdade controlada por radio; estudou logo a precisión das liñas para poder deliñar barcos enormes que construían en Astano, cando aínda os galegos podíamos construír naves; tocou o bombo en sonados grupos de gaiteiros —*Yes Pataca nova, Os Pendellos*—; foi pioneiro en botarse en á-delta polo ceo de Brema e mergullouse na ría de Ares para coñecer a intimidade das augas. Tamén entende polo miúdo como ha de facer para volver ao seu variñas de paraugas estragadas. Algúnha embarcación tamén fixo.

Pero un día descubriu o gravado, o augaforte, sempre o seu maxín inqueda e as súas mans a rebulir, descubriu outra forma de voar. Nela mestura a habelencia do artesán coa creatividade do artista e os papeis poboáronse todos de soños aéreos, sempre nunha permanente térmica ascendente.

Os ollos da cara negáronlle a aventura de pilotar aparellos, cos ollos do corazón condúcenos agora por voos interminables estampados no papel.

Publicado no catálogo da exposición

Victor G. Garabana, gravados, debuxos e pinturas,
organizada polo Concello de Pontedeume en 1999.

Carta aberta a Xosé Ramón Barreiro
con noticia de Ramiro Fonte e aínda máis.

Non podías faltar

Prezado amigo:

Desculpa a tardanza. Daquela agradecínche a túa carta e o teu apoio decidido á nosa iniciativa, pero do que tal pasou nada che dixen. Aínda agora, se o penso venme un arrepío. Pero o curioso do caso é que todos os que integramos o Cortexo Cívico dos Veciños da Cidade Vella da Coruña, todos digo, vivimos aquilo con normalidade, nada no 17 de maio de 2004 se nos fixo extraordinario. Velaquí pois os feitos tal como me veñen á memoria, atrapallados, tentando fiar farrapos esgazados, tentando recompoñer os *frames* retallados do vídeo vivido.

Lembro de primeiras o amigo común que se nos foi. Abaneaba a cabeza cun aceno afirmativo, Ramiro Fonte repetía: “Este é o acto, este é o acto do Día das Letras...” Diante do escritor, no mesmo cuarto daquel segundo andar da rúa do Príncipe, Zita Tanafecu emocionábanos co piano e coa forza da súa Romanía natal apertaba a poderosa voz de Antón de Santiago. Desde o balcón daquela casa, o cantor convocaba coa súa música o Lorca dos *Seis poemas galegos* para dicirle a Rosalía de Castro: “Érguete miña amiga, que xa cantan os galos co día...” De súpeto, unha nube encheu de sombra toda

a rúa do Príncipe e a casa na que viviu ela. A xente que escoltaba o cantar ao pé do balcón sentiu como se lle arreguizaba o cabelo. Foi só un momento, logo, o sol volveu ao ceo. Había menos dunha hora que desde o balcón da Real Academia Galega, o aínda académico electo, Xosé Luis Axeitos, cumpría a encomenda de ler a todos a túa carta aberta aos veciños: “Levaredes a palabra desde o corazón da Coruña até o corazón de todos os galegos...” No mesmo balcón, Bernardino Graña chamaba ao público e aos escritores, vivos e mortos a camiñar neste 17 de maio: “Todos estamos en marcha, Rosalía, Vasco da Ponte, todos, Seoane, Garcés...” E mesmo ao adro da Collexiata viñeron ese día os peixes todos da plataforma continental galega, convocados por Xurxo Souto, novo frautista de Hamelín dos reinos submarinos, ao chamalos un por un polos seus nomes galegos, tal como ensina o ilustrado Xosé Cornide, que alí ten a súa casa. Todo quedou cheirando a frescura. Había pouco que no número 6 da rúa das Donas, onde é a casa que foi do teu colega, o historiador Vasco da Ponte, Santiago Jaureguizar axudara a toda a cabalería feudal das Mariñas a integrar o noso cortexo. Daba xenio vela, andando a Cidade a paso lixeiro, marchando detrás das gaitas mozas e ben temperadas de Dubi Baamonde e o seu Monte das Medas. Viñan xa con nós desde moito antes as cigarreiras de Marineda, desde o balcón do número 6 da rúa do Parrote, desde a traseira do pazo de dona Emilia, María Xosé Queizán convidáraas a unirse á nosa comitiva, son as mulleres rexas e liberais que habitan en *La Tribuna* e as novelas todas da Pardo Bazán. As rúas arrecendían a fume de faria. E viñeron tamén as leiteiras a engrosar a nosa infantería literaria, viñeron da man de

Pilar Pallarés, que debruzada na baranda do balcón da casa de Francisca Herrera, dicía o seu canto ás de Culleredo, que todos os días achegaban a estas casas as palabras frescas e nutritivas da fala popular coas que Francisca tecía paseniño as súas historias. E ao xardín de San Carlos fómonos mergullar, alí onde a Atlántida de Garcés salvou do naufraxio as lembranzas de Urbano Lugrís cos seus versos mollados, a voz de Xosé María Álvarez Cáccamo, enésima reencarnación daquel barqueiro remador que Mendiño puxo na Illa de San Simón, enchía agora aquel castelo vexetal. Sentíase ben a emoción da palabra, do acto e do dicir. Huete, no patio porticado da de Luis Seoane, contaba fóra de programa que había corenta e un anos, tal día coma éste, cando se celebraba en Ourense o primeiro Día das Letras Galegas, aquel mozo pintor decidiu, nun compromiso íntimo, galeguizar o seu nome de pía. Foi agora cando Ánxel Huete foi quen de nomear entre nós a inmensa contribución intelectual de Luis Seoane, un artista que por vontade do poeta Xulio L. Valcárcel, transformou a masa de público asistente nun inmenso polbo popular para reclamar, xunto ao presidente da Asociación de Veciños, Xan Caxigal, “mil escritores, cen mil artistas máis para Galiza”.

O acto saíra ben, aqelo tiña un xeito. Na rúa das Tinallas, uns grols de cervexa refrescaban xa as nosas emocións. Foi daquela cando viñeron avisar, vírante sair da casa de Rosalía a falar cun raro personaxe. Non podía ser, Ánxo Varela, Carlos Mazaira e outros organizadores daquel Cortexo Cívico aseguraron que un minuto antes, o presidente da Real Academia Galega saíra pola televisión en directo, era en Ourense, falando a carón dun daqueles carros de Xocas. Busquei a

Axeitos, marchara, disque tiña que dar unha charla en Boiro. Ninguén reaxía, Pepe Galán, Carlos Rei e máis eu quedamos pasmados; Gonzalo Flores, Rosa Quiroga e María Calvo saían xa acompañando aos convidados ao *Sauce*, onde logo xantamos. Moitos nin se decataron do asunto, pero Ramiro Fonte fitoume de fronte, arregañou os ollos, calou e botouse á rúa. Dixo despois que apurou o paso e que xa á altura da Leonesa albiscou ao lonxe, como na brétema, unha estraña parella, un alto el, ben cumprido, o outro de curta estatura, chisteira, levita e pantalóns negros. Dixo que lle brincou o corazón no peito e botou a correr perseguindo aquelas sombras, pero ao abocar a rúa das Tabernas, nada, brétema, fume, ar. Ramiro marchou aquel día amolado pero coa certeza de que aquilo sucedera, habíacho preguntar. El sabía o motivo, ti non podías faltar a aquela cita, non podías deixar de cumprimentar a Manuel Murguía no aniversario do seu nacemento.

Velaí o asunto, non che pregunto se si ou se non, aí queda o conto.

Velaí tamén, a carón destas letras, outra carta, é un as de copas, se lle pinto unha coroa, o escudo de Galicia. É apenas un convite a volver ao xogo, que ben sei que tratándose da cultura do país, de seguro xogarás moitas mans, trunfos e triúnfos non che han faltar.

Saúde e Terra!

Apertas a oito.

Publicado no libro-homenaxe *Xosé Ramón Barreiro Fernández. Saber de nós*, con motivo da entrega do Premio Trasalba 2010, na Casa Grande de Cimadevila, morada que foi de Otero Pedrayo.

*Dar un nome,
Rosalía de Castro*

Palabras na inauguración da exposición

No principio foi o verso: Rosalía de Castro

Como comisario da exposición debo dicir en primeiro lugar que este proxecto non sería posible sen o interese e entusiasmo que suscita Rosalía. Con calqueira outro personaxe, nin as institucións darían xuntado os cartos necesarios, sempre escasos, nin todo o equipo que traballou con denodo tería axustado os seus honorarios, escasos sempre tamén, para facer posible este canto de dignidade e liberdade que é o que aquí pretendimos facer. Un canto que todos os vigueses poden ver, que todos os galegos deberían mirar.

E pode que haxa en Galicia alguén que nunca lera a Rosalía, pero teño a certeza de que todos os galegos recoñecemos a súa imaxe e todos sentimos algunha vez un cantar, unha canción, un *lied* ou unha cantiga cos seus versos. Porque ela é a verdadeira *Mater Gallaeciae*; a Terra-Nai, como dicimos na nosa cultura; ou se o perfiren a “princesa”, como a saudaba o vigués Eduardo Chao. Dela é o Día de Rosalía, o 24 de febrei-

ro; por ela é o Día das Letras Galegas; velaí a nosa laica deusa galaica, o paradigma da cultura galega.

Porque dicir Shakespeare é achegarse moito a dicir Inglaterra, aínda que dicindo Goethe non dicimos Alemaña e Dante non é Italia nin Cervantes, España. Pero dicindo Rosalía dicimos Galicia enteira, o seu caso non ten paralelo, para nós ela encarna a nación. Se fose francesa sería unha metade de Marianne, a personificación da República; un cuarto de Moliere, o clásico; e outro tanto de Victor Hugo, o intelectual comprometido. Pero aí non estaría Rosalía toda. Porque ela ademais de todo iso é muller e foi a “Virxe do Consolo” para os emigrados, foi a “santiña” que sobreviviu ao franquismo e volve agora, no noso tempo, como adiantada do feminismo. E aínda habería que contar a Rosalía que explora todos os recunchos da intimidade. Cada xeración trae unha nova Rosalía, cada xeración ve, acha, constrúe outra Rosalía. Estou a falar, xa se decataron, do mito enorme que é a nosa escritora, tan grande que non somos quen de vela, que non a damos mirado. Velaí nesta exposición un achegamento ás mil caras dun personaxe que é tamén a vedadeira face da matria.

No principio foi o verso, velaí o título desta exposición tomado dun artigo de Álvaro Cunqueiro, publicado no xornal *El Sol* na véspera do plebiscito do Estatuto Galego do ano 1936. O escritor explicaba daquela aos españois que todo o que estaba a ocorrer en Galicia coa autonomía comezou por uns versos, que toda a cultura galega contemporánea comezou cos poetas. E hoxe dicimos que aquel principio foi en Vigo, coa publicación dos *Cantares gallegos* de Rosalía de Castro na rúa Real, en 1863, hai agora 150 anos.

E todos os que dun xeito ou doutro participamos no proxecto desta exposición, queremos que aqueles *Cantares* resoen hoxe en toda Galicia. Se no principio foi o verso, que hoxe sexa a canción.

O texto recolle as palabras na inauguración da exposición conmemorativa dos 150 anos da edición de *Cantares gallegos*, o 15 de maio de 2013, unha mostra celebrada en Vigo, organizada pola Fundación Rosalía de Castro, Real Academia Galega, Xunta de Galicia, Concello de Vigo e Fundación Barrié.

Un video de cinco minutos recolle a esencia do que foi a exposición:
<http://www.youtube.com/watch?v=gY6H75EsLzE>

Textos explicativos na exposición conmemorativa dos cento cincuenta anos de *Cantares gallegos*.
Vigo, 15 de maio-15 de setembro 2013.

No principio foi o verso: Rosalía de Castro*

PRIMEIRA PARTE

I / No principio foi en Vigo

Os amigos de Vigo. Murguía ten apenas vinte anos en 1853 cando pronuncia un brindado premonitorio. Ese día o sol ilumina a ría de Vigo e na mesa serven ostras recen collidas, probablemente están presentes os Avendaño, os Chao e outros amigos: *iPola nosa Galicia, polos seus novos destinos; por canto hai nela de bo e fermoso; polas nosas esperanzas, polos nosos soños de gloria...!* O compromiso está selado, a vida e a obra de todos fúndese nunha mesma arela.

(*) Un vídeo de cinco minutos recolle a esencia do que foi a exposición:

www.youtube.com/watch?v=gY6H75EsLzE

Nestas ligazóns pódese acceder aos comentarios sobre unha dúcia de pezas escollidas da exposición: culturagalega.org/noticia.php?id=22834
culturagalega.org/noticia.php?id=22835

Pensar Galicia en Vigo. A mediados do século XIX, os progresistas de Vigo deciden acoller a unha xeración que está a pensar un país novo. Son os intelectuais que naquel remoto noroeste de España ven un pequeno país de Europa chamado Galicia e traballan pola súa dignidade. O xornal *La Oliva-El Miño* será o voceiro desta xeración que é a de Rosalía e Murguía.

Unha cidade en construción. Un soterrado pulo económico e social fai de Vigo unha cidade con gran futuro pero de escaso presente, esta é a cidade á que chegan Rosalía e Murguía en 1859. Durante cinco meses a parella vive na rúa Real, na casa da imprenta e redacción de *El Miño*, xornal no que Murguía substitúe temporalmente a Compañel como director.

*Vigo, antiga vila que non puido aínda arranxarse un traxe de cidade [...] Poden facer del un dos portos máis ricos e concorridos do Océano [...] O día que o Areal teña dúas rúas no canto de unha, aquel Vigo que se agacha entre as ondas da ría [...] xa morreu. Morreu de consunción, de vello: o seu fillo lexítimo soubo facerse coa súa grande presa, o comercio. Manuel Murguía, “La Ribera y san Francisco en Vigo”, *El Museo Universal*. Madrid, 1859.*

A Rosa e a Oliva. Á sombra da oliveira de Vigo ven a luz os cantos de liberdade de Rosalía e Murguía, que casaran en Madrid en 1858. Ese mesmo ano ela publica *Lieders*, un manifesto en defensa da liberdade e da independencia da muller; no

ano seguinte, Murguía bota á rúa *La primera luz*, o primeiro libro de texto para escolares galegos. Nesta obra a lingua galega é considerada por primeira vez como un signo de identidade nacional. Nos dous casos, Compañel é xa o editor.

O meu corazón é bo, pero non acato os mandados dos meus iguais [os homes] e creo que a súa feitura é igual á miña feitura, e que a súa carne é igual á miña carne. **Rosalía de Castro**, “Lieders”. *El Album del Miño*. Juan Compañel, editor. Vigo, 1858

Amade a vosa lingua na que falamos aínda; o pobo que esquece e escarnece o seu idioma, ese pobo dille ao resto do mundo que perdeu a súa dignidade. **Manuel Murguía**, *La primera luz*. Juan Compañel, editor. Vigo, 1859

II / Do folclore á literatura nacional

Guiada por aqueles cantares. O romanticismo descobre o pobo e o seu saber, o folclore. Velaí onde apunta Manuel Murguía, os cantares do pobo son os clásicos que nos faltan, eles deben ser o paradigma da nosa literatura futura. Así o declara Rosalía no prólogo a *Cantares gallegos*, “ n’ habendo deprendido en máis escola que a dos nosos pobres aldeáns, guiada solo por aqueles cantares...” Non é a única, moitos intelectuais buscan e recollen cantares galegos.

A Alborada de Rosalía, a música da letra. Case ao remate do seu libro *Cantares gallegos*, Rosalía sitúa un

poema titulado “Alborada”. Segue aquí outro procedemento para crear a partir do folclore: *A máis grande dificultade qu’ achey para escribir esta alborada, foy ó meu deseyo de que saíse nun todo arregrada á música...* A principios do século XX, os pontevedreses Casto Sampedro e Perfecto Feijoo, o musicólogo e o fundador dos coros galegos, fanlles cantar a Alejandra, a filla máis vella de Rosalía, a Xosé Hermida e a outros parentes e veciños da escritora, na procura da verdadeira “Alborada”.

III / *Cantares gallegos*

O primeiro canto. Toda a súa xeración pedía a aparición dun poeta que escoitara o cantar do pobo. E en 1863 Rosalía canta, supera as expectativas de todos e consegue a primeira obra mestra da literatura galega. Non imita o folclore, úsao, revírao en función do seu ideario, a dignificación do país e das súas xentes. Cos seus *Cantares gallegos* anuncia e constrúe a Galicia contemporánea, o país que somos.

Que cante e que cante. O canto popular percorre Europa. A busca da fonte limpa, da creación sen artificio, está na base da renovación poética do movemento romántico. Pero nos cantares de cada país hai que buscar ademais a autenticidade, así o di Rosalía: *puxen o maior coidado en reproducir o verdadeiro espírito do noso pobo*. E de Irlanda a Polonia, os pobos que cantan os seus cantares sempre acaban por conquistar a liberdade.

Has de cantar, meniña gaiteira. Desde 1856 Murguía teoriza sobre como debe ser a literatura galega. A lingua ha ser a propia, pero o poeta debe ter a voz grave, como en Escocia debe ser un bardo, un home... Ao ano seguinte, a lectura das copras de Sarmiento revira a súa opinión, o poeta galego debe escoitar o canto do pobo. Finalmente, en 1858, despois de coñecer a Rosalía, invoca de novo a Sarmiento: o corazón que sinta por todos debe ser unha muller.

El [Sarmiento] foi o primeiro, quizais sen sabelo, que botou os alicerces da literatura indíxena, tal como a concibimos nós; literatura nacida no seo de Galicia, cuxas aspiracións son as do pobo, e cuxos sentimentos, descrições, horizontes, todo, todo sexa dela, por ela e para ela. Manuel Murguía

Dezaseis reais de poesía. Rosalía e Murguía mobilizan aos amigos e todos actúan de axentes de vendas de *Cantares gallegos*, un libro querido e caro, segundo algúns, que custaba 16 reais, tal como figuraba no lombo do libro, un dato que por esta exposición, agora coñecemos. A fins do século XIX, con este diñeiro pódese mercar un kilo de carne, un kilo de garavanzos, un kilo de pan e un litro de viño. En 1863, os traballadores dunha fábrica viguesa cobran once, nove ou sete reais por día, segundo a súa categoría.

IV / Vigo, a capital editorial de Galicia

Juan Compañel, o precursor. O libro *Cantares gallegos* non existiría sen o enorme talento de Rosalía, sen a teoría e o alento de Murguía, sen a vontade de editor de Compañel.

ñel. Formado na imprenta familiar de Compostela, emigrado a Madrid, Juan Compañel (1829-1897) chega a Vigo para incorporarse a *La Oliva* como impresor e ao pouco tempo é xa o seu editor, director e impresor. Durante dezasete anos combina o xornalismo coa impresión comercial e os proxectos editoriais, sempre ligados ao seu ideario galeguista.

Alejandro Chao, o editor na emigración. Aínda que fixo gran parte da súa carreira fóra de Galicia, Alejandro Chao debe ser considerado como un dos grandes precursores do mundo editorial galego. Fundador e primeiro administrador de *La Oliva*, foi na Habana en 1876, ao mercar La Propaganda Literaria, onde o seu labor de impresor, editor e libreiro deu os seus mellores froitos. Forneceu á colonia galega de libros de Rosalía, bustos de Sarmiento ou mapas de Fontán. O seu gran proxecto editorial, ideado desde A Habana e botado a andar en Madrid foi *La Ilustración gallega y asturiana* (1879-1882). Chao confíalle a dirección desta publicación ao seu amigo Manuel Murguía desde o primeiro momento, e sitúa a redacción da revista en Madrid para acadar a calidade de impresión dos modelos europeos, que lle permitiría editar arredor de oitocentos gravados con vistas e escenas de Galicia e Asturias.

Os sucesores de Compañel no século XX

1941 CIES. Inventou o libro de peto para a novela popular en castelán e en 1958 chegou aos 1.500 títulos e a seis millóns de exemplares vendidos. O editor Eugenio Barrientos foi o descubridor de Marcial Lafuente Estefanía, que escribiu en Vigo máis de duascenas novelas, do Oeste, policiais ou sentimentais.

1950 MONTERREY. Selo editorial de bibliofilia vinculado á librería de vello do mesmo nome fundada por Luís Viñas Corregoso e Xosé María Álvarez Blázquez.

1950 GALAXIA. Promovida polos galeguistas como resistencia cultural ao franquismo, é, despois de sesenta anos, o selo editorial dos clásicos da literatura galega ao que se incorporan tamén novos autores galegos e internacionais, en cuidadas traducións, que crean un catálogo de máis de 2000 libros. Estivo dirixida por Francisco Fernández del Riego, Xaime Illa, Ramón Piñeiro ou Carlos Casares.

1964 CASTRELOS. Dirixida por Xosé María Álvarez Blázquez co apoio de seus irmáns, acometeu proxectos innovadores como a popular colección o Moucho, que acadou 58 títulos. Cando pechou en 1979, levaba vendidos seiscentos mil libros.

1979 XERAIS. Ligada ao Grupo Anaya, Xerais xorde parella ao comezo do ensino da lingua galega para o que fornece os primeiros libros de texto ao tempo que fomenta a literatura infantil e xuvenil. Editora innovadora, ensanchou o territorio do libro galego superando os dez millóns e medio de libros vendidos.

1984 NOVA GALICIA. Especializada en libros de arte de gran formato, ten vocación de inventariar a creación galega de pintores, escultores e arquitectos en cuidadas edicións.

1985 IR INDO. Editorial con máis de 500 títulos, entre eles a Enciclopedia Galega Universal (EGU), con 16 volumes.

1986 A NOSA TERRA. Ligada ao histórico xornal do mesmo nome, até 2006 a editora publicou máis de 1.000 títulos, con especial dedicación á historia e ao medio natural. O proxecto dos Bolechas de Pepe Carreiro acadou 400 títulos e máis dun millón de libros vendidos.

SEGUNDA PARTE

V / A familia, unha factoría cultural

Ambición creadora. A dedicación á literatura, ao xornalismo, á historia... foi sempre a vocación de Rosalía e Murguía, os dous partillan a ambición creadora. Pero ser e vivir como intelectuais non foi doado e mesmo así tentaron orientar algúns fillos cara á creación cultural. Ovidio comeza a carreira de pintor, Alejandra colabora co pai, Gala, a última descendente, transmite o legado familiar.

A Rosa de cen follas. A difusión da fotografía feita por Sellier marcou en gran medida a percepción de Rosalía. “En el gesto, en la inclinación de la cabeza” Azorín viu “un sentimiento suave, de resignación y conformidad con el espectáculo del mundo...” Nada máis lonxe do “grande atrevemento” que é a obra e a vida dunha muller consciente de selo, dunha intelectual crítica, dunha galega orgullosa da súa patria. Cunha práctica literaria profundamente renovadora e distante dos círculos literarios españois, en só corenta e oito anos de vida, Rosalía dá a luz a sete fillos, publica cinco novelas e compón cinco poemarios, legando varias obras mestras da literatura universal.

Murguía, nación e construción. Con vinte e cinco anos decide regresar e construír a Historia de Galicia, cinco tomos ao longo de 46 anos, a metade da súa longa vida. Xunto con Rosalía decide volver ao país, renuncia á súa carreira literaria, sete novelas publicadas, e regresa xa convertido no líder da súa xeración. Peza a peza estuda o pasado pensando no futuro dun país que hai, pero que poucos ven. A idea da nación galega é o seu gran legado, pero tamén a idea da acción cara un horizonte de dignidade e liberdade.

Os cinco de Manolo e Rosa. Alejandra é a máis vella de Manolo e Rosa, como é na casa o trato dos pais. Iniciadora de Ovidio na arte, colaboradora do pai como debuxante e correctora de probas, coída dos máis novos e da nai enferma. Ovidio non chega a facer os vinte e nove anos, a tise deixa fanada unha carreira de pintor que iluminaba xa a paisaxe galega. Aura e Gala casan, Amara queda solteira. Ao fin da súa vida, Gala acode aos actos rosalianos de resistencia cultural ao franquismo; con noventa e un anos recibe os académicos o primeiro Día das Letras Galegas. Ningún dos cinco deixou descendencia.

VI / Os pais do país

O país que somos. A Galicia de hoxe non se entendería sen a súa obra. Se temos un parlamento e un goberno, se existen partidos políticos galegos, débese ao esforzo intelectual de Murguía e Rosalía. El sinala o pobo galego como

suxeito político, ela configura a lingua galega como signo e símbolo do país que somos.

Na lingua que eu falo. Ao escribir en galego, Rosalía demostra a viabilidade da lingua do país para a creación literaria. Velái o enorme esforzo realizado nunha sociedade na que as clases acomodadas falan e escriben na lingua castelá. Aínda máis, maman o desprezo a Galicia e as aldraxes ao pobo galego, habituais na cultura española daquel tempo. Pero co seu esforzado empeño, Rosalía dá un froito máis, coloca o centro do mundo na súa terra e crea un novo territorio: a cultura galega contemporánea.

O que quixen foy falar un-ha vez máis d' as cousas d' a nosa terra, n' a nosa lengoa [...] Un libro de trescentas paxinas escrito n' o doce dialecto d' o país, era n' aquel estonces cousa nova [...] Aceptárono, y o qu' é máis, aceptárono contentos, e yeu comprendín que desd' ese momento quedaba obrigada a que non fose ó primeiro y o último. N' era cousa de chamar as xentes á guerra e desertar d' a bandeira qu' eu mesma había levantado. **Rosalía de Castro**, “Duas palabras d' a autora”, *Follas novas*, 1880

O discurso da galegitude. Galicia como suxeito político, Galicia nación é a síntese do esforzo intelectual de Manuel Murguía para crear o discurso da galegitude, concretado xa en 1865, no “Discurso preliminar” do tomo primeiro da súa *Historia de Galicia*. Pero en 1891 cómpre pasar á acción e Murguía funda o primeiro partido políti-

co galego, a Asociación Rexionalista de Galicia, e en vilas e cidades xorden os primeiros comités que fan de Murguía o seu presidente de honra.

[Galicia] *tiene territorio perfectamente delimitado, raza, lengua distinta, historia y condiciones especiales creadas gracias a esa misma diversidad [...] constituye, pues, una nación, porque tiene todos los caracteres propios de una nacionalidad. Suíza no tiene más población, ni Bélgica más territorio.* Manuel Murguía, “El Regionalismo”, *La Voz de Galicia*, 1899

VII / Muller intelectual galega

(Selección de textos da escritora na voz de Charo Portela, en escoita a carón do retrato de Rosalía por Modesto Brocos).

VIII / Muller bandeira

Un proceso de mitificación. Algúns galegos non leron a súa obra pero todos coñecemos a súa imaxe e sabemos cantar algúns versos seus. Porque Rosalía converteuse nun emblema da cultura galega, nun proceso que comeza xa co seu pasamento, e que Murguía administra, guía e modela durante os trinta e oito anos que a sobreviviu.

A verdadeira face da matría. Alborada, paradigma literario da cultura galega, dela é o Día de Rosalía, por ela é o Día das Letras Galegas, galaica musa, nai agarimosa dos emigrantes, Terra-Nai, encarnación de Galicia, marca país, bandeira do galego, bandeira das feministas galegas, bandeira de

O como é o que conta

Galicia, muller bandeira, muller canción, “Lieders”, cantiga, cantar, rap, merengue, jazz, muller música, “Santiña”, *Mater Gallaeciae*, laica deusa galaica. “Ben merecés reinar como reinades”, magnífica, democrática, soberana.

Rolda de prensa de presentación
dun exemplar único de *Cantares gallegos*

A vera icona da Rosalía dos Cantares

Podería ter aparecido a Rosalía de *Follas Novas*, a de *En las Orillas del Sar*, a de *La hija del mar* ou tantas outras, pero no ano que celebramos os 150 do noso libro fundacional, vai e aparece un exemplar que nos trae a Rosalía dos *Cantares*. Desde logo, habela haina, é cousa dela.

Porque este achado que axiña soubo valorar Ánxo Angueira, e que con tento e talento soubo conducir ás arcas da Fundación Rosalía de Castro, tráenos hoxe a *vera icona* da nosa autora, naqueles anos posteriores a 1863, cando a sociedade galega e española estaban a recibir *Cantares gallegos*.

E dicimos que é a verdadeira face dela porque o achado deste libro, enfeitado no seu tempo por Ramón Segade, intelectual e amigo persoal de Rosalía e Murguía, achéganos tres

documentos de extraordinario valor documental que complementan e axudan a entender máis e mellor á escritora. Lóxicamente, desde a Fundación Rosalía até a Fundación Barrié, todos concordamos en que esta exposición que propiciou a aparición da peza, tiña que incorporala e enriquecer o seu discurso para fixar a *vera icona* da escritora. Velaquí estará o prodixioso libro, para achegar aos eruditos e á toda a sociedade este achado que ao tratar sobre unha muller que é o paradigma da cultura galega, é todo un acontecemento. A cultura anglosaxona venera cada unha das catorce palabras manuscritas por Shakespeare que se conservan, son só catorce e só se dispón dun malfeito busto e dun desmañado gravado, realizados despois da súa morte, que mal representan a efixie do bardo inglés. As imaxes de Shakespeare sempre andan en voltas na polémica, que rexurde con forza cada poucos anos e mesmo é obxecto de exposicións monográficas.

Pero afortunadamente, de Rosalía cónservase algo máis, aínda que pouco máis. Compre lembrar que no seu leito de morte, ela mesma manda queimar os seus papeis ás súas fillas e moitas das súas palabras xa eran fume cando acude á casa o seu esposo, Manuel Murguía. El mesmo empeorou a herdanza, conta que xa maior, nun arrouto de saudade foi re lendo as cartas de Rosalía e foinas rompendo unha por unha. Poucas palabras manuscritas nos quedan dela e cada vez que alguén bate cunha carta ou cun documento relacionado coa nosa autora, é toda unha festa. Pois ben, hoxe debería ser festa rachada na república galega das letras.

A Rosalía dos Cantares que este libro ven fixar, recupera a carta perdida de Fernán Caballero agradecendo a dedicatoria

do libro. Esta carta, copiada e insertada ao final do libro, reflicte a Rosalía percibida pola intelectualidade española, que non entende o galego e non quere entender o galeguismo. As palabras da autora española nesta carta permítennos valorar mellor a afouteza da palabra poética da autora galega. Velaquí parte do retrato.

Coas súas prácticas de bibliofilia mitómana, Ramón Segade legounos tamén máis de catorce palabras manuscritas por Rosalía. Lóxicamente non forman parte dun manuscrito redaccional, previo á publicación da obra, senón que foron escritas adrede para enfeitar o libro do amigo, pero o acaso fixo destas palabras o único poema manuscrito de *Cantares* que se conserva, son os primeiros dezaseis versos do primeiro poema do libro, asinados e rubricados.

Para rematar de coñecer a verdadeira face da escritora, Segade achéganos tamén con este libro unha fotografía, unha imaxe até agora descoñecida, que explica polo miúdo os trazos faciais de Rosalía. Curiosamente é unha toma realizada na mesma sesión que outra xa coñecida, unha toma frontal realizada pola fotógrafa compostelá María Cardarely, que esvae os rasgos e mesmo deixa o narís reducido a unha leve sombra, o mesmo ocorre cos beizos e o queixo. Esa imaxe transmite a idea dunha nena e non a dunha muller de vinte e seis anos, que son os que ten cando publica os *Cantares*. A fotografía que ven aparecer agora entre as páxinas deste libro non só é máis dscritiva das faccións da autora, a foto tráenos unha Rosalía serea, seria e segura, na súa face ben labrada. É a imaxe que acae á madurez artística e intelectual que contén *Cantares gallegos*. Por iso atoparedes moita semellanza en-

tre esta Rosalía e a muller intelectual galega, que pinta Mosto Brocos case vinte anos despois.

Ramón Segade é a nosa Verónica. Tal como na Idade Media interpretaron a etimoloxía do nome desta santa, como a portadora da *vera-icona* de Cristo, Segade tráenos hoxe, a verdadeira face da nosa laica deusa galaica.

Unhas imaxes deste libro pódense ollar
no www.facebook.com/FundacionRosalia,
no título *Un achado extraordinario*.

Este texto recolle as palabras na rolda de prensa
de presentación deste exemplar único
de *Cantares gallegos*, no marco da exposición
No principio foi o verso, o venres 12 de xuño de 2013.

Tres Rosalías

Moito atrevemento é sen dúbida que un deseñador gráfico veña falar de imaxes á Casa de Rosalía, á casa que no noso país ven a ser o templo da palabra. Moito atrevemento é, digo, porque nunha cultura especialmente logocéntrica, que ten a palabra como signo e símbolo do país que somos, a imaxe carece de interese intelectual para a inmensa maioría da minoría culta e os que nos dedicamos a construír ou alindar imaxes somos considerados en xeral coma seres irreflexivos, quizais intuitivos e, no mellor dos casos, adornados por algunha calidade irracional que en ocasións nos fai acreedores ao apelativo de artistas.

Mesmo así, como deseñador gráfico e colaborador desta Casa, quixen vir hoxe aquí para salientar que o maior acontecemento rosaliano deste ano 2014 é sen dúbida o protagonizado por unha imaxe. Desde hai algúns meses, no cuarto caracterizado como sala de estar desta Casa de Rosalía recibimos o retrato dela pintado por Modesto Brocos nas Torres de Hermida de Lestrobe. Sen dúbida podemos afirmar que Rosalía voltou ás Terras de Iria.

Por tanto, como vostedes están a supoñer, non vou falar de tres estampas vans senón de tres retratos de fonda pegada. Porque os retratos non só están aí para representar un personaxe, todo retrato, e aínda máis o dunha figura pública, constrúe un sentido e comunica un discurso, ás veces tan potente ou máis que os discursos edificadas con palabras. Máis aínda, no caso de Rosalía, as tres imaxes das que lles quero falar encarnan e proxectan tres discursos, tres sentidos distintos: A Rosalía de Sellier, a de Portela e a Rosalía de Brocos. Hai máis fotos, máis retratos dela, pero éstas son as tres Rosalías que hai.

Tese: A Rosalía de Sellier

Velaquí o único retrato fotográfico da madurez, cando menos o único que conservamos. Pois velaquí tamén a foto oficial, non só por ser a que o propio Murguía chanta nas obras completas da escritora, editadas en Madrid a partir de 1909, senón porque é unha fotografía que a propia Rosalía agasalla a amigos e admiradores. No arquivo desta Casa consérvanse varias copias, unha asinada e dedicada en galego por Rosalía e outra cun apuntamento que di que foi “regalo que su esposo hizo a [un nome ilexíble] el 2 del 5 de 1892”. Nin é Rosalía un personaxe con poucas fotos, se temos en conta que naceu tres anos antes da aparición do invento, nin é moi críble a súa aversión a difundir os seus retratos. Ésta é máis ben unha teima de Murguía que xa viúvo, como administrador único da gloria de Rosalía, controlou ao extremo a publicación da súa obra e do seu retrato, cultivando a idea dunha muller mo-

desta, humilde, toda dozura e amabilidade. Esta é sen dúbida a Rosalía que aniña no retrato tirado por Luis Sellier, unha imaxe estandarizada que, coma todo retrato, contou co consentimento da retratada para compoñer unha pose que transmite esa idea da muller perfecta para a sociedade patriarcal do século XIX.

Rosalía e a súa familia non querían asustar máis do necesario, querían escribir e vender a súa obra. E así, aquela muller de pensamento e obra realmente revolucionaria, adopta a pose de muller convencional do seu tempo. Non deixa de ser tamén outra *captatio benevolentiae*, un recurso para predispoñer ao público no seu favor, que a escritora utiliza nos limiares de *Cantares gallegos* e *Follas novas*, como ten sinalado o profesor Angueira.

A nosa escritora aparece na fotografía de Sellier co sorriso amplo, tentando mostrarse como unha persoa amable; o vestido escuro indica discreción e como toque feminino un pequeno e grácil toucado sobre o cabelo. A modelo olla directamente ao observador nunha imaxe tomada de fronte, que amortece as sombras e esvaece as faccións, unha fisionomía que só coñeceremos a partir da difusión do retrato de Brocos e da nova fotografía aparecida o ano pasado.

Pero a clave do retrato de Sellier é a cabeza ladeada. Cando redactaba estas liñas lembrei unha chiscadela que facíamos en Pontedeume cando rapaces. Ladeábamos a cabeza e preguntábase: Quen son? Don Pedro, dicían todos de contado. Don Pedro Casteleiro era o severo crego da parroquia que en misas e procesións compoñía sempre unha estampa de impostada humildade.

É Darwin, no seu libro *As emocións no home e nos animais*, publicado en 1872, o primeiro en relacionar o aceno de baixar a cabeza para indicar afirmación co feito de parecer máis baixo, é dicir non ameazante e, por tanto, mostrarse sumiso ante os demais.

O aceno de ladear a cabeza estaba xa codificado na tradición pictórica occidental do retrato. Un grupo de tres profesores italianos publicou un estudo no que analiza retratos entre o século XIII e o XIX, concluíndo que onde máis cabezas ladeadas aparecen é nos retratos dos relixiosos e nos das mulleres (Costa, Menzani, Ricci Bithi, “Head canting in paintings: an historical study”, *Journal of Nonverbal Behavior*, 2001)

Para rematar este asunto, é moi ilustrativo acudir a un blog popular de autoaxuda e ler os comentarios sobre a linguaxe corporal: “Ladear a cabeza é nunha muller o signo máis inequívoco de rendición, de afecto sincero, de interese, de querer interesarse”. (<http://eligetupropiaaventurasentimental.wordpress.com/2013/01/16>)

A difusión deste retrato de Rosalía condicionou a recepción da obra da escritora. “En el gesto, en la inclinación de la cabeza”, Azorín viu “un sentimiento suave, de resignación y conformidad con el espectáculo del mundo...” (Azorín, *Rosalía de Castro*, ABC, 18-1-1914) Velaí a lectura máis común que moitos outros autores comparten. Velaí a terra na que xermola a Rosalía da “melancolía”, a da “chorona”, a da “nai agarimosa” e mesmo tamén a da “santiña” que Xosé Mosquera ten que venerar para poder construír este santuario que é a Casa-Museo, xa desde 1947, a só once anos da Guerra Civil.

Foi quizais nun día de 1872, cando Rosalía bota a andar desde a súa casa da rúa do Príncipe da Coruña e nalgún lugar da Pescaría entra na Fotografía de París. Luis Sellier indícalle a pose que cre máis axeitada, ela debe manter o aceno uns segundos, e mentres o fotógrafo descobre o obxectivo da cámara para a toma, a muller lembra aquela carta que escribira ao seu marido (16-12-1861):

Si yo fuese hombre, saldría en este momento y me dirigiría a un monte, pues el día está soberbio; tengo, sin embargo que permanecer en mi gran salón, sea!.

Para rematar coa Rosalía de Sellier, quero convidar a vostedes a realizar un pequeno experimento nas súas casas. Prendan o seu computador, busquen na rede esta imaxe, lévena ao Photoshop ou a un programa semellante e reencadren a foto tentando endereitar a cabeza. Verán vostedes aparecer outra persoa, é a mesma Rosalía, pero totalmente distinta, tal como figura na pequena viñeta que preside a cabeceira da páxina web desta Fundación Rosalía de Castro.

Antítese: A Rosalía de Portela

Pero este retrato de Sellier axiña tivo unha réplica. Aqueles galegos que non debían nin querían chamarse españois, concebiron outra Rosalía. É o poeta Alberto García Ferreiro quen desde as páxinas de *La Patria gallega* anuncia xa outra muller, nuns versos publicados no mesmo número especial sobre a súa translación a Bonaval, en 1891. Velaí a “Cantora

que altiva / coa branca bandeira / da nosa Galicia / risoña e trunfante / na vanguardea iba”. Once anos despois, en 1902, xurde a Rosalía de Antonio Portela (1865-19279), como ben descubriu Lois Rodríguez. Recomendolles a lectura do seu traballo, publicado o ano pasado na páxina web da mesma Fundación que hoxe nos acolle (<http://rosaliadecastro.org/retrato-portela/>). Pois ben, resultou que non era unha fotografía, como moitos supoñían, senón unha idealización moi ben trabada por un fotógrafo e debuxante, discípulo de Sellier e formado tamén por Isidoro Brocos, o irmán máis vello de Modesto, na Escola de Atres da Coruña.

Portela constrúe deliberadamente un auténtico ideograma. Mantén os rasgos fundamentais do retrato tirado por Sellier pero realiza nas faccións da escritora unha verdadeira operación de ciruxía estética, logrando unha face máis atractiva. Pero ademáis, Portela retíralle a Rosalía o vestido e o toucado femininos e vístea con gabán masculino. Imaxinamos á Rosalía de Sellier sentada, a de Portela está de pé. Velaí unha Rosalía erguida, “risoña e trunfante” como quería García Ferrero. Na imaxe aparece ladeada, pero non é a cabeza que se abaixa, non hai sumisión, é todo o corpo o que se inclina para reforzar o parecido coa fotografía tirada por Sellier. O acabado esvaído polas beiras imita tamén aos acabados fotográficos. É probablemente un debuxo ao carbón, pero non se sabe, a peza orixinal, realizada para o Centro Galego de Madrid, perdeuse. Coñecida só por reproducións en branco e negro de mala calidade, creouse a confusión e chegou a considerarse un auténtico retrato fotográfico, mesmo a vera icona da nosa escritora. A convicción forma parte da expresión e

desde logo Antonio Portela é un convencido “rexionalista”. A súa Rosalía encarna a líder dun pobo.

Cando en 1917 se erixa o monumento a Rosalía en Santiago, a vestimenta da escritora será a de Portela, tampouco hai xa toucado, pero a cabeza ladeada, agora apoiada nunha man, a ollada perdida, e o corpo esfondado nunha cadeira de brazos volven recrear a “melancolía” da Rosalía de Sellier. Cabanillas canoniza esa figura e o Orfeón Valverde canta o seu poema “Nosa Virxe do Consolo” na inauguración do monumento; a “santiña” ten xa unha advocación asignada. A Rosalía de Portela deberá agardar a súa petrificación a 1957, cando o discípulo de Asorey, Xosé María Mateos, realiza o monumento de Padrón. Agora si, Rosalía aparece “en pé, se-rea” como tamén quería Cabanillas que cantáramos “o dereito á libre nova vida”.

Síntese: A Rosalía de Brocos

Velaí o cadro que se pode ver desde febreiro de 2014 no sobrado desta Casa-Museo, cedido pola Deputación da Coruña. Velaí unha obra que tardou en coñecerse e mesmo hoxe en día é aínda case descoñecida.

Foi Juan Naya Pérez, xornalista, Arquivoiro-Bibliotecario que foi da Real Academia Galega e herdeiro de Gala Murguía de Castro, a persoa que a dou a coñecer o cadro no libro *Inéditos de Rosalía*, publicado en 1953 polo antigo “Patronato Rosalía Castro”. Só cando Gala enferma e as visitas se achégan ao seu leito, nun cuarto durmitorio da na súa casa da rúa de San Agostiño da Coruña, o cadro aparece á vista por pri-

meira vez, fóra do ámbito familiar (Juan Naya Pérez, *El final de una estirpe: Rosalía de Castro y Manuel Murguía*, BRAG, nº 356, 1974). De seguro que aquela obra non foi do agrado da familia e por este motivo non se pendurou na sala de estar desta morada, desde logo non figura en ningunha das fotografías tiradas a Gala nesta estancia, nos anos sesenta.

Velaquí o único cadro para o que Rosalía posa. É o propio Modesto Brocos (1852-1936) quen conta que en 1880, á volta de París, de novo no seu Santiago natal, desprázase a Padrón en tres ou catro ocasións para subir ás Torres de Hermida de Lestrobe, onde mora Rosalía (Modesto Brocos, *Uno de los monumentos más antiguos del mundo, Almanaque Gallego*, 1924). Non é unha encomenda, Brocos quere pintar á súa amiga, así o declara, a unha amiga que admira, que é xa unha escritoria galega recoñecida. Pero ademais os Brocos, Modesto e Isidoro, son tamén correligionarios de Rosalía e Murguía, Isidoro será membro do Comité Rexionalista creado na Coruña en 1891.

Modesto volve a Santiago cunha formación plástica realizada en medio mundo, tamén en Madrid e París, unha formación que logo completará en Roma. O artista ten xa a habelencia, a experiencia e o coñecemento e, para retratar á escritora, elixe unha pose case idéntica á que el mesmo elixirá anos despois para pintar os seus catro autorretratos, un aínda novo, dous na madurez e outro xa con moitos anos. Brocos non pinta a unha muller convencional, pinta a unha igual.

No encadre en tres cuartos, o artista recolle toda a fisonomía da modelo, non quere edulcorar as súas faccións, Modesto practica o realismo. (Quero facer aquí un paréntese para

indicar que por este cadro sabemos agora que os ollos dela non son profundamente negros, nin siquera escuros, senón dun verde lixeiramente acastañado. É éste un pormenor que dou moito que discutir a antigos biógrafos, pero concorderán vostedes comigo en que hoxe non ten trascendencia ningunha, agás para min, porque é a mesma cor dos ollos da miña muller). Volvendo ao asunto, no cadro a escritora olla directamente ao observador, pero a diferenza dos autorretratos do autor, que sempre mostran un aquel de certa inquedaanza, Rosalía aparece serea e segura de si, recha pero non arisca. Coma todo retrato, xa o dixemos, a modelo dá o consentimento á pose elixida, pero probablemente ela non veu rematada a obra. A morte da escritora colle ao pintor en Italia e cando éste manda o pésame a Murguía, avisa: que ninguén toque o cadro, cando el volte quere rematalo (Modesto Brocos, carta a Murguía, Venecia 29 de setembro de 1885).

Pero a de Brocos non é a muller que Murguía cre que debe proxectar para que a escritora sexa querida. Esta Rosalía non é altiva, nin arrogante, pero tampouco é unha doce e prácida dona. Éste é o retrato dunha muller intelectual galega. Teño para min que ésta vai ser a Rosalía do porvir.

Se algunha vez podemos realizar o proxecto museolóxico e museográfico aprobado para renovar esta Casa-Museo, o óleo de Brocos presidirá o cuarto titulado “Quen é Rosalía?” Pero na Casa estarán tamén as Rosalías de Sellier e de Portela, porque, tal coma o falcón aquel do *Falcón maltés*, todas as tres Rosalías son da materia da que están feitos os soños.

Texto lido na Casa de Rosalía o 15 de xullo de 2014.

Respostas a un cuestionario
de Alejandro Macías pola edición ilustrada
de *Cantares gallegos* de Rosalía de Castro*.

Dicir o que o texto non di

Cal foi a túa reacción cando te propuxeron este traballo?

Gustaríame dicir que nestos *Cantares*, as miñas ilustracións levan a segunda voz. Pero sería ben arrogante se pretendera cantar a dúo coa persoa que convertiu a súa obra no paradigma da cultura galega. Nin siquera son quen de facerlle os coros. Non pretendín tal. Plantexei que debería facer o meu propio canto despois de escoitar e comprender o canto da autora, cantar con outra personalidade. Con esta certeza, pero tamén coa lexítima ambición de todo creador, desbotei lecturas historicistas e decidín celebrar o cento cincuenta aniversario da publicación do libro, tentando proxectar no futuro.

(*) O proceso de deseño das ilustracións pódese apreciar no videoclip realizado para a presentación do libro: www.youtube.com/watch?v=4NyXEzUno58

Ilustrar poesía esixe unha certa síntese de ideas, como foi o proceso de creación inicial?

Aínda hoxe, os que temos algúns anos falamos dos “santos” dun libro ao referirnos ás imaxes que contén. Durante varios séculos os santos relixiosos foron os únicos “santos” que aparecían nos libros. As imaxes tentaban recrear pasaxes da Biblia e poñer cara aos personaxes daquela Historia Sagrada facilitando a comunicación, ás veces con antigos códigos elaborados e outras pola palabra que acompañaba ás imaxes, ás veces segundo o aserto popular: “Se ten barba san Antón e se non a Purísima Concepción”. Estas primitivas ilustracións e mesmo as que se desenvolveron no século XIX cos novos progresos técnicos, sempre cumpriron unha función narrativa, representativa. Pero teño para min que xa non é, non debe ser así, sobre todo coa poesía. Os ilustradores queren conquistar maior liberdade e deben dispoñer de toda a liberdade que fornece a poesía. Velái a actitude contemporánea, as ilustracións queren cumprir unha función evocadora. Non estamos obrigados ao texto, estamos obrigados a dicir o que non di o texto, mesmo o que non pode dicir.

Cal foi a técnica empregada?

A técnica sempre é un problema para os que non temos técnica ningunha, ou dito doutro xeito, eu son un deseñador xeneralista, que toco e gusto de tocar todos os xéneros. O interese do cambio, da experimentación. Pero cada xénero pide diferentes e cambiantes formas de expresión e ningún estilo concreto. De aí que estivera bloqueado moito tempo, tentando aterrar nun campo que me permitira traballar entre

a confianza do coñecido e o risco de toda creación. Fotografías, montaxes de imaxes pero pouca cociña, poucos segredos, maxia de perto, a poesía das imaxes procúrase co mínimo artificio. Son coma pequenos carteis.

Sentiches certa presión polo peso de Rosalía de Castro na cultura galega?

Sentín, si. A encomenda é unha honra que me fan Gemma Sesar e Fausto Isorna, os editores e xa amigos de vello. Pero é tamén unha responsabilidade, ademais no ano do 150 aniversario do libro. Naturalmente, tocar a Rosalía é tocar o mito enorme que é; pon un pouco de medo. A encomenda fíxome moita ilusión, pero deixoume pampo. O que me fixo reaxer foi entender *Cantares gallegos* coma o libro que anuncia e ao tempo crea a Galicia contemporánea, o país que somos. Aí atopei a que agarrarme, con vontade de empregar unha linguaxe contemporánea no concepto e tamén na forma. Pero debo citar e facer propios os versos que a autora coloca ao remate do libro: “eu cantar, cantar, cantei, / a grasia non era moita”.

Estas ilustracións teñen entidade propia ou deben estar ligadas para sempre á poesía que as inspirou?

Están ligadas pero poden voar. Cando comecei co libro, o primeiro que fixen foi buscar unha segunda edición (1872) que herdei dun tío-bisabó. Lin os *Cantares* no mesmo libro no que lin a Rosalía por primeira vez, cando aínda era moi novo. Tamén comecei a dirixir a miña ollada á casa dos meus pais e aos apeiros de labranza herdados de xeraciónns pasa-

das. Son bisneto de labregos, son vilancho, pero aínda queda moita vida agraria no meu fardel de home urbano. Na casa paterna e na casa natal da miña muller, os vellos ferranchos, o millo, as herbas e unha fotografía da flor da pataca gardada para unha ocasión, foron os vimbios do cesto, un cesto que moitas veces tenta dicir cousas que non veñen no texto, pero que Rosalía sempre fai sentir. A lembranza do antigo mundo campesiño foi o meu íntimo punto de partida, pero o resultado vai máis alá. As imaxes son de seu aínda máis abertas que os textos e as olladas pódense disparar en calqueira dirección. Iso espero.

Entrevista difundida en febreiro de 2013,
con motivo da edición ilustrada
de *Cantares Gallegos* de Rosalía de Castro.
El Patito Editorial, Santiago de Compostela, 2013
ISBN 978-84-939434-9-3

Unha selección dos traballos
de deseño do autor
pódese ver na
www.gruporevisión.net

xosebarro@gmail.com

Pepe Barro

- 1955 Pontedeume, As Mariñas do Conde, Galiza
- 1972 Estudos de Letras na Universidade de Santiago
Primeiros traballos publicados.
- 1975 Estudos de deseño na Escola Eina de Barcelona
- 1977 Proxecto gráfico e deseño do semanario *A Nosa Terra*
- 1980 Atelier en Santiago de Compostela
- 1981 Exposición na Galería Sargadelos de Santiago
- 1984 BC&D (Barro, Campos e Díaz)
- 1885 Grupo Revisión Deseño (Barro, Díaz, Salgado, Santana)
- 1995 Grupo Revisión Deseño (Barro, Salgado, Santana)
- 1997 Exposición *Conformando Ideas*, proxectos 1977-1997
- 2006 Participa na fundación da Asociación Galega de Deseñadores
- 2013 Barro Deseño

Impresión ao coidado
de Jacobo Bermejo,
Víctor Ferreira
e outros amigos
do gremio das artes gráficas.

Agradecemento
a Xosé Salgado,
que se mergullou
nos arquivos dixitais
na busca dalgúns
textos aquí publicados.