

A cultura bótase a explorar as empresas

O contexto empurra ós axentes culturais a buscar fórmulas imaxinativas de cooperar con outros sectores

ALFONSO PATO

A cultura xa non é o que era. A idea tradicional da cultura apoiada pola Administración e polos patrocinios directos de empresas está a escachar no novo contexto de crise, e os xestores culturais espremen os miolos buscando novas ideas. “Os fondos públicos reducíronse, as grandes empresas que patrocinaban anulan as axudas e dun par de anos para aquí descendeu a *cesta da compra* do consumo cultural”, di o xestor cultural Marcos Lorenzo. Ante este panorama, os axentes culturais precisan sentar a reflexionar e abrir novas vías de creatividade, de negocio ou de simple subsistencia. E aí emerxe unha vía de recente aparición, propiciada polo actual contexto económico: explorar a interrelación entre cultura e empresas máis alá do patrocinio directo. Esta nova busca de “fórmulas imaxinativas de cooperación” son as que se analizarán no Encontro Internacional de Economía e Cultura os vindeiros 16 e 17 de febreiro na Cidade da Cultura.

“Xúntanse dúas crises, a do contexto global e a interna do consumo cultural, daquela estase a producir unha especie de reconversión industrial encuberta que hai que afrontar. É unha idea que se está debatendo en Europa”, explica Lorenzo, ideólogo deste encontro e un dos coordinadores xunto co seu compañeiro Alberto

Lorenzo: “Na cultura está a se producir unha reconversión encuberta”

A deseñadora Uqui Permui traballa cunha empresa de grupos electrógenos

García, creador da empresa Novaxestión. Seguindo modelos culturais xa testados nos países nórdicos, en Estados Unidos ou no Brasil, a nova idea que emerxe é que “os creativos poidan ser axentes de innovación rendibles nos procesos de produción de empresas doutros sectores”, expón García. Trátase de xuntar cultura con empresas non culturais. “A cultura ten que permeabilizarse”, resume.

Disto así todo podería parecer demasiado teórico, pero en Galicia hai varios casos prácticos. Son combinacións que poderían resultar *a priori* impensables, por exemplo que unha deseñadora

gráfica poida facer unha aportación creativa no modelo de produción dunha fábrica de grupos electrógenos. A persoa que mellor pode definir este proceso é Uqui Permui, do estudio Uqui/Cebra. Permui recibiu de Genesal, unha empresa deste sector, un encargo para realizarlles o deseño gráfico. O encargo converteuse nun amplo proxecto e nun exemplo de como unha fábrica de maquinaria reordena a súa cultura empresarial filtrada a través das súas achegas. “Importa tanto a imaxe gráfica como a imaxe xeral que proxectan. Se todos eses factores non se complementan, a imaxe gráfica igual tería servido de pouco”, describe Permui acerca do seu traballo con esta empresa, na que está a introducir elementos creativos que a axuden ó posicionamento. O último foron micropezas audiovisuais onde os traballadores falan do seu produto ós clientes nun estilo coloquial.

Uqui Permui exporá o seu proxecto nos Encontros de Economía e Cultura, do mesmo xeito que estará outro deseñador, Juan Ares, que tamén busca conxuntar o seu talento creativo con empresas aparentemente distantes do seu ámbito. “É moi interesante que o sector privado aposte a nivel creativo e vexa que poden acceder a outras cotas de mercado sen variar o seu modelo de produción”, explica este creativo de Boiro. No seu caso, Ares creou unha alianza coa empresa de acuicultura Chicolino, que se dedica a elabora redes e cordas. “Propúxenlles traballar no ámbito do deseño e elaborar produtos que saian desde as redes, como por exemplo unha liña de lámpadas de deseño”, explica este deseñador responsable da firma Espazo Showroom. Juan Ares traballa noutra vía semellante cunha empresa de cunchas de mexilón da Illa de Arousa, neste caso experimentando en ámbitos de investigación que teñen que ver coas propiedades aillantes das cunchas. “Un creativo pode



Enriba, o deseñador boirense Juan Ares. Á esquerda, a deseñadora compostelá Uqui Permui. / Ó. CORRAL. / A. IGLESIAS

explorar desde produtos aparentemente convencionais dos que viven as empresas, hai que tratar de mesturarse máis”, explica.

Nestas novas sinerxias de aproximación entre empresa e cultura tamén se move a empresa viguesa Sinsal. Dedicados desde hai dez anos á promoción de concertos para público escollido e con aforos limitados e moi ben medidos, agora comezarán a desenvolver outra liña. “Estamos nun momento de traballar un intercambio de servizos con outros sectores. Non é un ánimo de lucro de empresas que poñen cartos, senón que este troco beneficie a ambos”, explica o produtor Xulio Gómez. Entre esas ideas está a de facer actividades nas instalacións dunha marca de deseño industrial como Sirvent, para facer visible esa maquinaria a través destes concertos. “Estase establecendo un novo tipo de relación, mesmo co pequeno comercio, que pode facer contribucións indirectas”, explica Gómez, que puxo en marcha un club de so-

Experimentar co turismo

A. P.

“Faltou ter potenciado desde a administración liñas de apoio para promover encontros entre cultura e empresa, un terreo a desenvolver moi interesante”, expón Marcos Lorenzo desde a súa experiencia como xestor cultural e bo observador do panorama actual. “Sen embargo si que houbo unha conciencia de traballar máis en turismo e cul-

tura, onde xa hai un camiño andado pero algo clásico e con certas carencias no ámbito creativo”, engade Lorenzo, que bota de menos “recursos de guión e traballo creativo” para *vender* mellor o patrimonio. E tomar exemplo de lugares onde potenciaron a presenza de escritores en hoteis ou residencias de artistas vinculados a empresas, como fixo a factoría vasca de electrodomésticos Fagor. “O sector

productivo non cultural e o ámbito cultural viviron de costas ata agora, pero estamos tirando cara a diversificación de ingresos, aínda que a administración debería seguir apoiando as iniciativas” matiza Lorenzo.

Unha desas iniciativas que se están desenvolvendo no ámbito da creatividade aplicada ós contidos culturais é o da empresa On the way, que trata de facer evolucionar as audioguías a

través dunha innovadora aplicación para *tabletas*. “Cremos que se pode conxugar a creatividade, a tecnoloxía e unha vía interesante de negocio nos contidos culturais”, explica Pablo González, responsable deste empresa. Neste ámbito de introducir a creatividade dentro da promoción turística traballou tamén Uqui Permui, no seu concepto *Rías Baixas, Territorio gastronómico*, no que mesturou nun do-

Galicia escrita en francés

Henrique Harguindey publica a súa pescuda sobre a presenza galega en memorias, crónicas, obras dramáticas ou relatos da literatura francesa

ALBERTO LEYENDA

Desde a mención ao país coma unha sorte de El Dorado no texto fundacional da literatura gala, o poema épico *La Chanson de Rolland*, ata novelas actuais ou reportaxes xornalísticas sobre a catástrofe do *Prestige*, Galicia tivo o seu papel, pequeno pero “sorprendente”, ao longo de máis de 1.000 anos de cultura escrita en Francia. As referencias —algunhas tópicas, outras fantasiosas, moitas certeiras— pódense atopar en Internet e de balde no estudo, escrito en francés, *Le Galice racontée par des Français*, do filólogo Henrique Harguindey.

Tradutor ao galego de Molière ou Rabelais, entre outras figuras, Harguindey foi atopando durante 40 anos de lecturas e investigacións alusións a Galicia. “Este é un país pequeno para a literatura francesa, non ten grande impacto, pero sorprende a cantidade de referencias e a súa continuidade porque se pensaba que non había case nada”, expón. Ante o material achado, en 2004 decidiu darlle forma de estudo e acordou publicalo cunha editorial francesa. Porén, a publicación non se materializou, así que o editou a través da Universidade de Santiago en galego. Agora retomou a idea orixinal de dirixirse ao público francés, engadindo novos achádegos, e colgándoo no seu sitio web (www.palabrasdesconxeladas.com).

A presenza galega nas letras francesas é ben heteroxénea e abrangue campos do saber diversos coma a literatura, a socioloxía ou a investigación científica. Por exemplo, Alberto de Mónaco, bisavó do actual rei monárquico, estudou no século XIX a pesca da sardiña en Galicia para averiguar por que en Francia se estaba a esgotar e concluíu que os mariñeiros galegos facían unha explotación racional e conservacionista dos recursos. Na segunda metade de século, o hispanista Jean Charles Davillier, acompañado do xenial ilustrador Gustave Doré, percorre España redactando unhas crónicas que se publicaban no xornal de viaxes *Le Tour du monde*. Chama a atención como nos seus textos, coetáneos do *Cantares gallegos* de Rosalía, capta o drama da emigración e a actitude de desprezo que se tiña cara aos emigrantes galegos espallados polo resto do Estado, así coma a emoción destes cando lembran a súa terra. Avanzando no tempo, un dos escritores clave da literatura do século XX, Raymond Queneau, deixa constancia do seu paso por Vigo cunha surrealista (como non) chanza a conta do imaxinario can Dino. Máis afamada é a localización en Rande dun dos episodios das *20.000 leguas de viaxe submarina* de Jules Verne.

Malia esta variedade de miradas e enfoques, o autor atina a trazar algúns fíos de continuidade. Así, no primixenio *Chanson*



O filólogo Henrique Harguindey, na súa casa de Cangas. / LALO R. VILLAR

cios de Sinsal, entre os que se sortean agasallos procedentes do pequeno comercio. Ou mesmo utilizando os escenarios para dar a coñecer mobles de tendas de deseño, intentando reinventarse “ante as limitacións da Administración e do patrocinio como aportación directa”.

Este tipo de colaboracións xa se explorou en países como Inglaterra, a través das *Arts and Business*, que os concellos poñían en marcha para promover vías de encontro entre artistas e empresas locais, pero Galicia dista do modelo inglés. “As empresas non ven a cultura como industria, daquela non te ven como socio estratéxico. Hai que poñerse á par e falar como socios, podemos xenerar recursos e ó mesmo tempo favorecer unha industria cultural máis libre”, reivindica Alberto García. Desde a súa visión como artista e a súa experiencia nun proceso, Uqui Permui aínda cre que queda traballo por facer: “Hai que educar ás empresas neste contexto”. E polo que se ve, tanto ten que sexan de cuncha de mexilón como de grupos electróxicos. Contra o que puidese parecer, a experiencia di que este encontro é posible.

cumental a varios cocineiros desta zona nun proxecto que buscaba algo máis que un aspecto promocional da gastronomía. Permui partiu dun libro, pero tamén diversificou ese traballo cara o audiovisual porque “cantas máis ferramentas haxa, mellor será para comunicar”. A artista compostelá fai a súa particular análise entre creatividade e rendabilidade: “Temos un excelente nivel de produción, pero fáltanos orgullo de vendelo. Ese desequilibrio é o que un creativo pode paliar no proceso de innovación dunha firma”.

Davillier, coetáneo de Rosalía, capta o drama da emigración galega

Víctor Hugo narra a usurpación da coroa do rei García n’ *A lenda dos séculos*

de *Rolland*, amais de referirse ao “ouro de Galicia” —que alude de xeito case mítico ás minas auríferas de época romana— un dos seus protagonistas é Hemón de Galice, o histórico Reimundo de Borgoña e pai de Afonso Reimóndez, quen logo foi coroado rei de Galicia na Catedral de Santiago e máis tarde tamén de Castela e León, como Afonso VII o emperador. Esta temática dinástica atópanse en textos dos séculos XI, XV, XIV e ata do XIX, cando Víctor Hugo,

unha das cimeiras da literatura gala, inclúe na magna *A lenda dos séculos* un poema que narra a usurpación da coroa ao rei García por parte dos seus fillos —en realidade foron os seus irmáns, Sancho de Castela e o citado Afonso VII.

Desta veta sobre as leas de poder, con base histórica pero con altas doses de ficción, Harguindey salienta outro aspecto: as relacións que os textos reflicten entre as chamadas nacións celtas. De feito, no *Roman de Ponthus et Sidoine*, unha novela cabaleiresca bretona que servía de modelo de conduta para os fillos da nobreza, relátanse as peripecias de Ponthus nunha imprecisa e temperá Idade Media. O protagonista, fillo de rei suevo galego, consegue escapar por mar da Coruña tras un ataque musulmán que destrúe a cidade. Establécese en Bretaña, namórase da filla do rei, é traizoado por un compañeiro galego, pero tras variadas reviravoltas narrativas á fin reconquista a súa terra, casa coa namorada

e é nomeado soberano de Galicia e Bretaña. Polo camiño ten contactos, ademais, con Irlanda e Escocia, o que fortalece a tese do celtismo.

Outra das constantes son os diversos conflitos que desde comezos do XIX implican a franceses no Estado español. A crueza da Guerra de Independencia narra nas súas memorias o capitán Nicolas Marcel, quen fica abraído pola barbaridade de ámbolos dous bandos e relata como as tropas das que el participaba arrasan Camariñas asasinando homes, mulleres e nenos sen distinción. Ademais destas e moitas máis olladas francesas sobre Galicia, no web de Harguindey pódense consultar algunhas das traducións ao galego que ten feito, aquelas non suxeitas a dereitos do autor, cuxa descarga autorizaron as editoriais que as publicaron. Así, pode lerse en galego a Molière, Voltaire, François Rabelais ou mesmo o citado poema de Víctor Hugo sobre *O reiciño de Galicia*.