

obradoiro de artesanía

Publicación cuatrimestral de Artesanía de Galicia / Publicación cuatrimestral de Artesanía de Galicia, n.º 7 decembro / diciembre 2010



XUNTA DE GALICIA



ARTESANÍA
DE GALICIA



ARTESANÍA
DE GALICIA





Javier Guerra Fernández
Conselleiro de Economía e Industria

Chega unha das épocas máis importantes para a venda do produto artesán, o Nadal que, neste ano Xacobeo, pode marcar un punto de inflexión para o sector dentro do contexto económico actual. A través da nova campaña da marca Artesanía de Galicia, iniciada no mes de agosto, ofrecemos tamén unha nova imaxe, elegante e moderna, na que o tradicional se une coas pezas máis contemporáneas, que se incorporan como complementos da vida cotiá, e nos permiten reflectir a heteroxeneidade do sector artesán galego.

Asemade, neste novo número, quixémoslle dedicar un apartado especial a “Tesouros Privados”, unha exposición que reflicte a alta calidade da xoiería creada e feita en Galicia, e tampouco nos esquecemos da X edición do Encontro de Torneiros, na que se amosa unha vez máis a maestría dos artesáns galegos.

A parte máis tradicional deste número, céntrase na traxectoria do ourive compostelán Julio Lado, nun espazo dedicado á olería de Niñodaguia e nunha reportaxe que nos leva ata o obradoiro de Elena Ferro, reflexo da adaptación e mais da fusión dun estilo tradicional coas novas tendencias contemporáneas.

Os complementos de Helena López e a reportaxe sobre o curso “Acción de apoio para a innovación da artesanía de Galicia”, organizado pola Fundación completan os contidos da última edición da revista.

Decembro é tamén o mes dos agasallos únicos, das pezas especialmente escollidas e coido que aí é onde a artesanía pode xogar un papel fundamental, xa que supón a mellor oferta para os consumidores que buscan a diferenza, a personalidade, a autoría e a historia que hai detrás dos produtos artesáns.

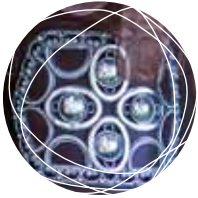
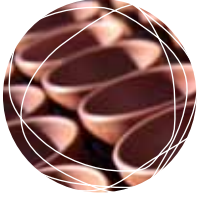
Llega una de las épocas más importantes para la venta del producto artesano, la Navidad que, en este año Xacobeo, puede marcar un punto de inflexión para el sector dentro del contexto económico actual. A través de la nueva campaña de la marca Artesanía de Galicia, iniciada en el mes de agosto, ofrecemos también una nueva imagen, elegante y moderna, en la que lo tradicional se une con las piezas más contemporáneas, que se incorporan como complementos de la vida cotidiana, y nos permiten reflejar la heterogeneidad del sector artesano gallego.

Así mismo, en este nuevo número, hemos querido dedicar un apartado especial a “Tesouros Privados”, una exposición que refleja la alta calidad de la joyería creada y hecha en Galicia, y tampoco nos olvidamos de la X edición del Encontro de Torneiros, en la que se muestra una vez más la maestría de los artesanos gallegos.

La parte más tradicional de este número, se centra en la trayectoria del orfebre compostelano Julio Lado, en un espacio dedicado a la alfarería de Niñodaguia y un reportaje que nos lleva hasta el taller de Elena Ferro, reflejo de la adaptación y la fusión de un estilo tradicional con las nuevas tendencias contemporáneas.

Los complementos de Helena López y el reportaje sobre el curso “Acción de apoyo para la innovación de la artesanía de Galicia”, organizado por la Fundación completan los contenidos de la última edición de la revista.

Diciembre es también el mes de los regalos únicos, de las piezas especialmente escogidas y pienso que ahí es donde la artesanía puede jugar un papel fundamental, ya que supone la mejor oferta para los consumidores que buscan la diferencia, la personalidad, la autoría y la historia que hay detrás de los productos artesanos.



sumario

- 4 Elena Fabeiro, xerente da Fundación Centro Galego da Artesanía e do Deseño
Elena Fabeiro, gerente de la Fundación Centro Galego da Artesanía e do Deseño
- 8 Un futuro brillante / Un futuro brillante
- 24 Na casa do zoqueiro / En casa del zoqueiro
- 32 A flor de pel / A flor de piel
- 40 Niñodagua, berce de oleiros / Niñodagua, cuna de alfareros
- 48 Broche de prata / Broche de plata
- 54 Actualidade de Artesanía de Galicia / Actualidad de Artesanía de Galicia
- 56 Innovación na artesanía / Innovación en la artesanía
- 62 Xermade: meeting point de torneiros / Xermade: meeting point de torneros

Edición

Xunta de Galicia
Consellería de Economía e Industria
Dirección Xeral de Comercio

Coordinación

María Guerreiro
Fundación Centro Galego da Artesanía e do Deseño
L25MN Área Central 15707 Santiago de Compostela
Tel.: +34 881 999 523 Fax +34 881 999 170
e-mail: prensa.artesania@xunta.es
www.artesaniadegalicia.org

Maquetación, realización

dardo ds
dardo@dardo-ds.com

Redacción

Eliana Martins, Alfredo Puentes (dardo ds)

Fotografía

Miguel Calvo, Tamara de la Fuente, Laura Gómez, Otto Roca,
Daniel Loncan, Sandra Sertal, Eduardo Armada, Saúl Jiménez,
Xènia Viladàs, Grupo Dúplex, AGA, Concello de Camariñas
e contribucións dos artesáns

D.L.: C-4788-2008

obradoiro de artesanía



XUNTA DE GALICIA



XUNTA DE GALICIA
CONSELLERÍA DE ECONOMÍA
E INDUSTRIA
Dirección Xeral de Comercio



FUNDACIÓN CENTRO GALEGO
DA ARTESANÍA E DO DESEÑO

ARTESANÍA  DE GALICIA



“Existe un mercado para a artesanía pero é preciso investir tempo e esforzo para atopalo”



Elena Fabeiro

XERENTE DA FUNDACIÓN CENTRO GALEGO DA ARTESANÍA E DO DESEÑO

GERENTE DE LA FUNDACIÓN CENTRO GALEGO DA ARTESANÍA E DO DESEÑO

Os novos retos cara os que dirixe o seus esforzos a Fundación Centro Galego da Artesanía e do Deseño, dependente da Consellería de Economía e Industria, pasan polo impulso á comercialización da artesanía galega, e pola identificación dos potenciais compradores, daqueles que aprecian a peza especial, o valor engadido do feito á man. Convencida da calidade e das grandes posibilidades do produto artesán galego dentro dun mercado global que cada vez máis demanda exclusividade e a peza única, a súa xerente, Elena Fabeiro, reflexiona sobre o estado do sector da artesanía en Galicia e explica como tamén en épocas difíciles poden xurdir novas oportunidades de negocio.

Los nuevos retos hacia los que dirige sus esfuerzos la Fundación Centro Galego da Artesanía e do Deseño, dependiente de la Consellería de Economía e Industria, pasan por el impulso a la comercialización de la artesanía gallega, y la identificación de los potenciales compradores, de aquellos que aprecian la pieza especial, el valor añadido de lo hecho a mano. Convencida de la calidad y las grandes posibilidades del producto artesano gallego dentro de un mercado global que cada vez más demanda exclusividad y la pieza única, su gerente, Elena Fabeiro, reflexiona sobre el estado del sector de la artesanía en Galicia y explica cómo también en épocas difíciles pueden surgir nuevas oportunidades de negocio.

Cando hai dificultades económicas hai que agudizar o enxeño e a imaxinación. O ideal é aproveitar calquera recurso de achegamento aos posibles compradores que non supoña un elevado custo, como pode ser a presenza en internet, a través de webs, blogs ou das redes sociais que cada día están chegando a un maior número de usuarios. Dende a Dirección Xeral de Comercio convócanse anualmente axudas a obradoiros que cubren aspectos relacionados coa promoción, coa creación dunha marca e tamén facilitan a elaboración do seu propio sitio web.

Por outro lado, dende a Fundación ofrecémoslle a todos os artesáns e obradoiros inscritos no Rexistro Xeral de Artesanía a posibilidade de contar cun apartado dedicado ao seu traballo dentro da nosa páxina www.artesaniadegalicia.org. Deste xeito, proporcionámoslles, sen custo ningún, un espazo propio de promoción da súa artesanía, ao tempo que reciben o apoio de seren presentados en público baixo o amparo da marca Artesanía de Galicia. En tempos de crise é preciso optimizar os recursos dos que se dispón e internet ofrece grandes posibilidades a custos moi reducidos.

De que outro xeito se pode impulsar o achegamento ao mercado?

Os artesáns teñen que mentalizarse de que o seu traballo non se pode limitar á elaboración das pezas, de que o seu traballo creativo se desenvolve no marco dunha empresa. Por iso, deben dedicarlle tamén unha parte do seu tempo a outras cuestións que non son propiamente artesanía, pero que si forman parte do seu traballo e, como tales, marcarán tamén a imaxe do seu produto e deles mesmos como artesáns diante dos consumidores. Simplemente o como se entregan as pezas é un elemento clave. O feito de estar presentes na rede, de contar con tarxetas de presentación e logotipos eficaces, o xeito de colocar as cousas, os envoltorios, a imaxe dos seus stands nas feiras, así como pequenas accións de marketing directo, son elementos cruciais que determinarán tanto o acceso como a percepción por parte do público. Aquí é onde a marca Artesanía de Galicia xoga un papel fundamental, como identificador común da calidade e do prestixio do produto artesán feito en Galicia.

Onde poden estar os compradores do século XXI?

Hoxe en día os artesáns teñen que desenvolver a súa actividade económica no contexto dun mercado global no que o local está a ter cada vez máis protagonismo. A artesanía destaca nun entorno ateigado de produtos seriados, que poden estar elaborados en calquera lugar do mundo e en ningún concreto. Trátase de pezas de duración moi limitada, pouco versátiles e de produción masiva. O produto artesán destaca sobre todos eles e busca

Cuando hay dificultades económicas hay que agudizar el ingenio y la imaginación. Lo ideal es aprovechar cualquier recurso de acercamiento a los posibles compradores que no suponga un elevado coste, como puede ser la presencia en internet, a través de webs, blogs o las redes sociales que cada día están llegando a un mayor número de usuarios. Desde la Dirección Xeral de Comercio se convocan anualmente ayudas a talleres que cubren aspectos relacionados con la promoción, la creación de una marca y también facilitan la elaboración de su propio sitio web.

Por otro lado, desde la Fundación ofrecemos a todos los artesanos y talleres inscritos en el Registro Xeral de Artesanía la posibilidad de contar con un apartado dedicado a su trabajo dentro de nuestra página www.artesaniadegalicia.org. De este modo, proporcionamos, sin coste alguno, un espacio propio de promoción de su artesanía, a la vez que reciben el apoyo de ser presentados en público bajo el amparo de la marca Artesanía de Galicia. En tiempos de crisis es preciso optimizar los recursos de los que se dispone e internet ofrece grandes posibilidades a costes muy reducidos.

¿De qué otro modo se puede impulsar el acercamiento con el mercado?

Los artesanos tienen que mentalizarse de que su trabajo no se puede limitar a la elaboración de piezas, de que su trabajo creativo se desarrolla en el marco de una empresa. Por eso, deben dedicar también una parte de su tiempo a otras cuestiones que no son propiamente artesanía, pero que sí forman parte de su trabajo y, como tales, marcarán también la imagen de su producto y de ellos mismos como artesanos delante de los consumidores. Simplemente el cómo se entregan las piezas es un elemento clave. El hecho de estar presentes en la red, de contar con tarjetas de presentación y logotipos eficaces, el modo de colocar las cosas, los envoltorios, la imagen de sus stands en las ferias, así como pequeñas acciones de marketing directo, son elementos cruciales que determinarán tanto el acceso como la percepción por parte del público. Aquí es dónde la marca Artesanía de Galicia juega un papel fundamental, como identificador común de la calidad y el prestigio del producto artesano hecho en Galicia.

¿Dónde pueden estar los compradores del siglo XXI?

Hoy en día los artesanos tienen que desarrollar su actividad económica en el contexto de un mercado global en el que lo local tiene cada vez más protagonismo. La artesanía destaca en un entorno repleto de productos seriados, que pueden estar elaborados en cualquier lugar del mundo y en ninguno concreto. Se trata de piezas de duración muy limitada, poco versátiles y de producción masiva. El producto artesano destaca sobre todos ellos

“Existe un mercado para la artesanía pero es preciso invertir tiempo y esfuerzo para encontrarlo”

un cliente moi específico, aínda que moi esixente tamén, concienciado do valor do feito á man, que está a buscar unha peza orixinal, personalizada, única, cun autor e cunha historia detrás que lle permita sentir que posúe algo que ninguén máis ten.

Nun informe elaborado recentemente polo Crafts Council falábase de que a maior parte dos compradores de pezas de artesanía son persoas que se relacionan dalgún xeito cos artesáns. Por iso entendemos que a presenza dos artesáns nas feiras, as exposicións de artesanía, os cursos de iniciación que imparten algúns talleres e mesmo as demostracións ao público dos nosos oficios, poden ser unha vía para entrar en contacto coa sociedade e converter a estas persoas abstractas en compradores potenciais. Estamos convencidos de que existe un interesante mercado para a artesanía e, en concreto, para o produto artesán galego, pero é necesario investir tempo e esforzo para atopalo.

Como encaixa a artesanía tradicional dentro das novas tendencias?

Entendemos que é imprescindible conservar a tradición para poder contar cun sector artesán consolidado que teña posibilidades de futuro. A tradición debe ser a base fundamental sobre a que se aplique calquera tipo de innovación. Só deste xeito poderemos contar con pezas artesanais de actualidade coas que nos poidamos identificar.

Por exemplo, Galicia conta cunha longa tradición elaborando zocos, que casualmente esta tempada volven estar de moda. Pois aí temos un mercado que debemos aproveitar, neste caso, empregando o xeito tradicional da elaboración dos zocos galegos e incorporando elementos, cores ou texturas que permitan crear modelos novos axustados a esta nova tendencia. O resultado serán sen dúbida produtos de alta calidade, cun deseño actual e co valor engadido que lle outorga o seu carácter artesanal e, por suposto, a marca Artesanía de Galicia.

y busca un cliente muy específico, aunque muy exigente también, concienciado del valor de lo hecho a mano, que busca una pieza original, personalizada, única, con un autor y una historia detrás que le permita sentir que posee algo que nadie más tiene.

En un informe elaborado recientemente por el Crafts Council se hablaba de que la mayor parte de los compradores de piezas de artesanía son personas que se relacionan de algún modo con los artesanos. Por eso entendemos que la presencia de los artesanos en las ferias, las exposiciones de artesanía, los cursos de iniciación que imparten algunos talleres e incluso las demostraciones en público de nuestros oficios, pueden ser una vía para entrar en contacto con la sociedad y convertir a estas personas abstractas en compradores potenciales. Estamos convencidos de que existe un interesante mercado para la artesanía y, en concreto, para el producto artesano gallego, pero se necesario invertir tiempo y esfuerzo para encontrarlo.

¿Cómo encaja la artesanía tradicional dentro de las nuevas tendencias?

Entendemos que es imprescindible conservar la tradición para poder contar con un sector artesano consolidado que tenga posibilidades de futuro. La tradición debe ser la base fundamental sobre la que se aplique cualquier tipo de innovación. Sólo de esta forma podremos contar con piezas artesanales de actualidad con las que nos podamos identificar.

Por ejemplo, Galicia cuenta con una larga tradición elaborando zuecos, que casualmente esta temporada vuelven a estar de moda. Pues ahí tenemos un mercado que debemos aprovechar, en este caso, empleando el modo tradicional de la elaboración de los zuecos gallegos e incorporando elementos, colores o texturas que permitan crear modelos nuevos ajustados a esta nueva tendencia. El resultado serán sin duda productos de alta calidad, con un diseño actual y el valor añadido que le otorga su carácter artesanal y, por supuesto, la marca Artesanía de Galicia.

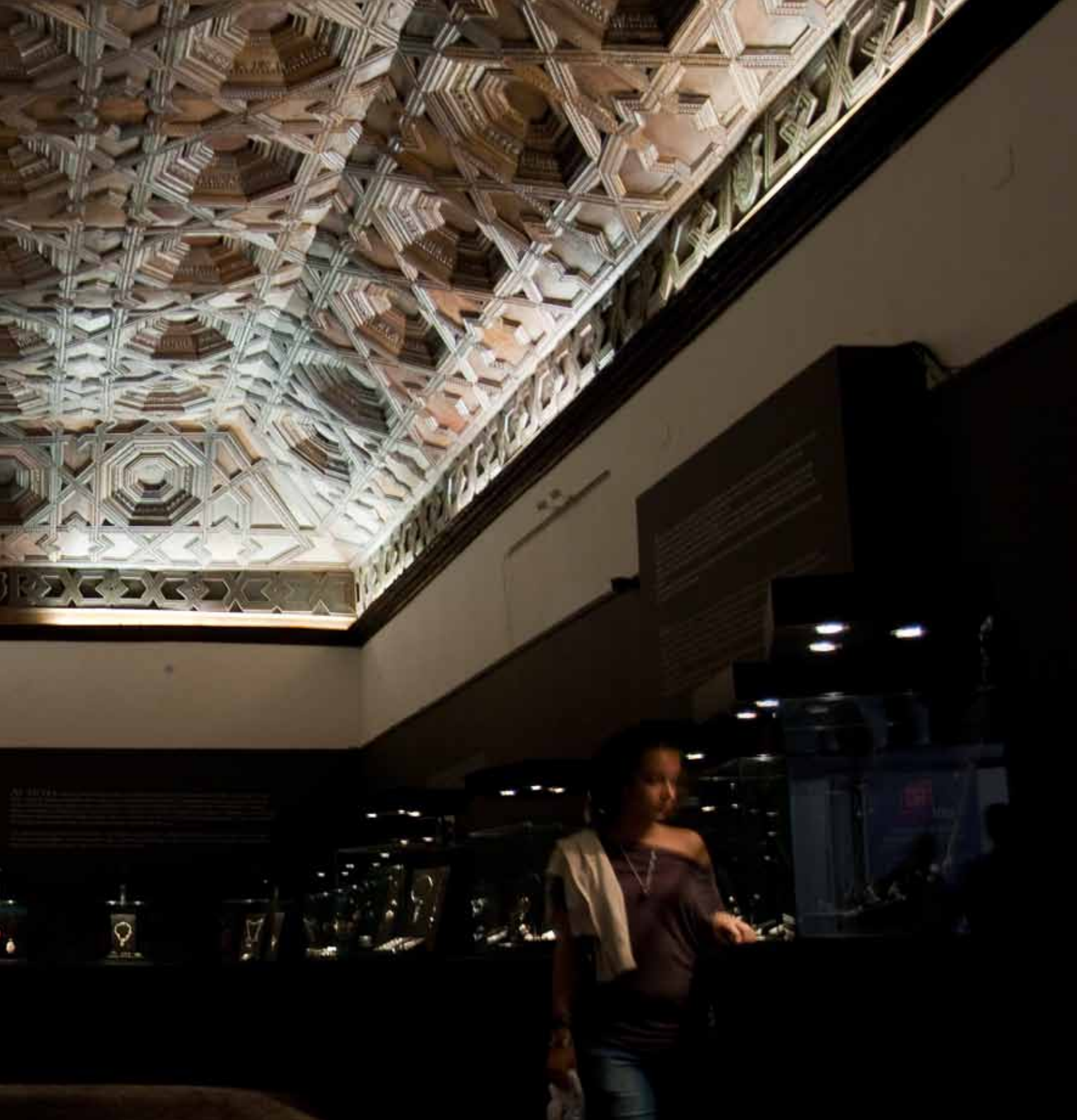
ARTESANÍA
DE GALICIA





Un futuro brillante

UN FUTURO BRILLANTE



No Colexio de Fonseca, a escasos metros da imponente Catedral que é obxecto de desexo de todos os visitantes, Galicia amosa os seus tesouros. Non son cofres rescatados dun navío afundido na Costa da Morte, son mostras dun dos sectores onde a Galicia de hoxe é máis punteira: a xoiería. En pleno casco vello compostelán, onde a Acibechería e a Praza de Praterías lembran a pasada gloria do oficio, a xoiería galega adianta o seu porvir.

En el Colegio de Fonseca, a escasos metros de la imponente Catedral que es objeto de deseo de todos los visitantes, Galicia muestra sus tesoros. No son cofres rescatados de un navío hundido en la Costa da Morte, son muestras de uno de los sectores donde la Galicia de hoy es más puntera: la joyería. En pleno casco viejo compostelano, donde la Acibechería y la Praza de Praterías recuerdan la pasada gloria del oficio, la joyería gallega adelanta su porvenir.



Do 9 de setembro ao 24 de outubro deste ano, a xoiaría galega tivo un lugar destacado no centro neurálxico de Santiago de Compostela, visitada por máis de cincuenta mil galegos e foráneos. A Consellería de Economía e Industria, a través da Dirección Xeral de Comercio e da Fundación Centro Galego da Artesanía e do Deseño permitiulle ao sector xoieiro galego brillar en todo o seu esplendor, grazas á exposición “Tesouros Privados” que, a través da colaboración da Universidade de Santiago de Compostela, puido hospedarse nun recinto de excepción: o Colexio de Fonseca.

Alí, case 40 autores expuxeron a súa obra e ensináronlle ao mundo o que Galicia é quen de ofrecer no terreo da xoiaría. “Estas exposicións non se adoitan facer”, destaca a súa comisaria, María García-Alén, “hai moitas exposicións históricas ou conmemorativas pero isto non é un museo, é un escaparate do que hai hoxe en día, que abrangue a todo un sector e amosa un potencial económico”. Un potencial que é especialmente grande en Galicia, cun dos sectores xoieiros máis punteiros de España pero, por desgraza, aínda moi descoñecido.

“‘Tesouros Privados’ quere dar a coñecer o sector á xente, que saiban da importancia da xoiaría galega e recoñezan as súas marcas máis importantes”, afirma a comisaria. Seguindo esta idea, a exposición montouse de tal forma que cada artesán teña o seu momento de gloria.

Del 9 de setembro ao 24 de outubro, la joyería gallega ha tenido un lugar destacado en el centro neurálgico de Santiago de Compostela, visitada por más de cincuenta mil gallegos y foráneos. La Consellería de Economía e Industria, a través de la Dirección Xeral de Comercio y la Fundación Centro Galego da Artesanía e do Deseño ha permitido brillar al sector joyero gallego en todo su esplendor gracias a la exposición “Tesouros Privados” que, gracias a la colaboración de la Universidade de Santiago de Compostela, ha podido hospedarse en un recinto de excepción: el Colegio de Fonseca.

Alí, casi 40 autores han expuesto su obra y han enseñado al mundo lo que Galicia es capaz de ofrecer en el terreno de la joyería. “Estas exposiciones no se suelen hacer”, destaca su comisaria, María García-Alén, “hay muchas exposiciones históricas o conmemorativas pero esto no es un museo, es un escaparate de lo que hay hoy en día, que abarca a todo un sector y muestra un potencial económico”. Un potencial que es especialmente grande en Galicia, con uno de los sectores joyeros más punteros de España pero, por desgracia, todavía muy desconocido.

“‘Tesouros Privados’ quiere dar a conocer el sector a la gente, que sepan de la importancia de la joyería gallega y reconozcan a sus marcas más importantes”, afirma la comisaria. Siguiendo esta idea, la exposición se ha montado de tal forma que cada artesano tenga su momento

As pezas de cada autor están individualizadas para centrar a atención un por un, grazas á iluminación especial que se dispuxo. Evítase a mestura de pezas que, en moitos casos, pouco teñen que ver e lógrase que o espectador poida respirar entre a contemplación das obras dos diferentes autores, conseguindo unha visita relaxada e agradable. “É un sector amplo e moi variado, ten que facerse así”, comenta María García-Alén, “evidentemente os autores expostos non son os únicos, tivemos que facer unha selección porque non cabían todos, pero ‘Tesouros Privados’ axudará o sector por completo”.

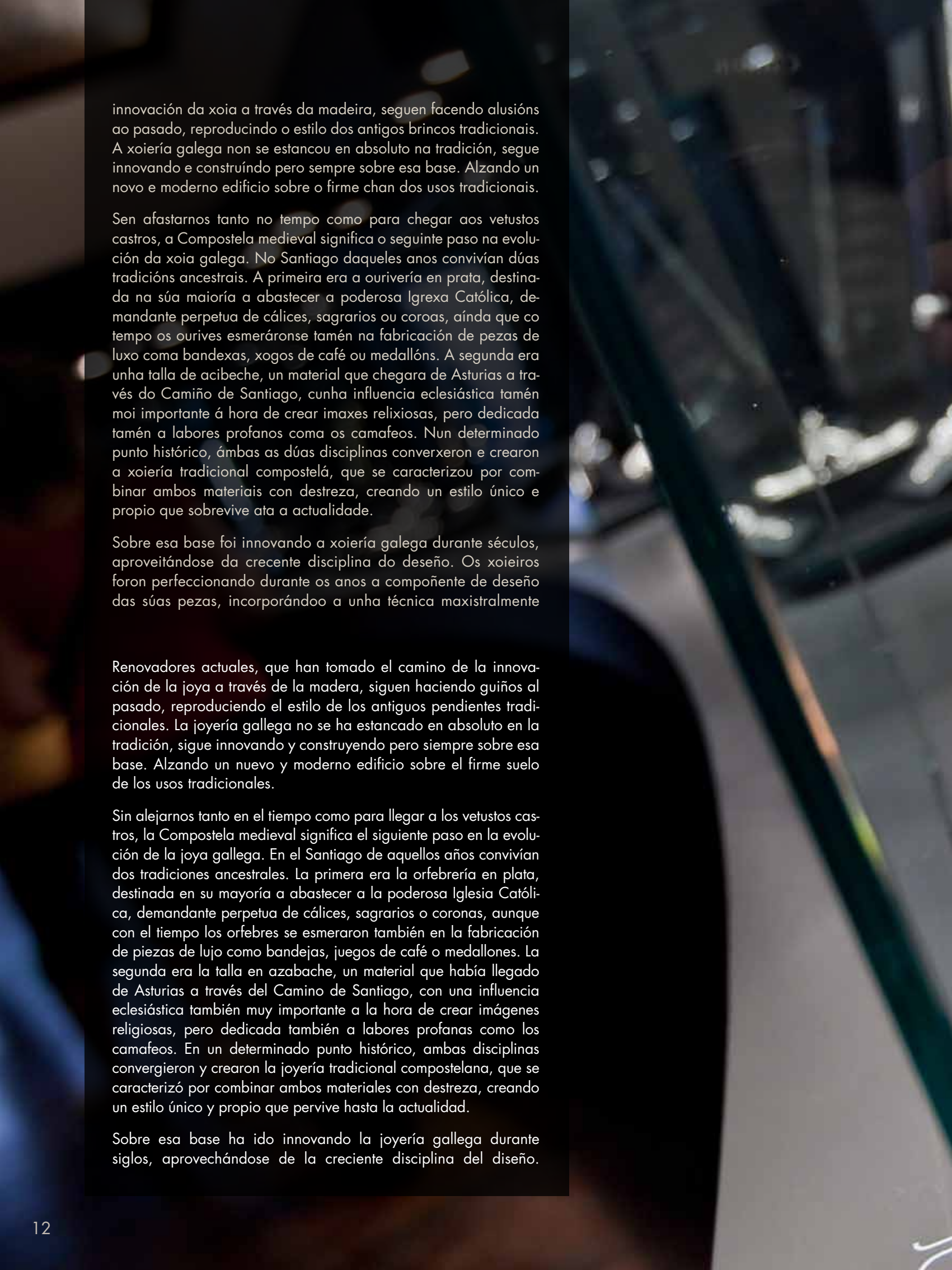
É o da xoia un sector cunha implantación en Galicia que non é nin moito menos flor dun día. A xoiería forma parte da nosa cultura desde a época dos castros e eses elementos, que proveñen do mundo atlántico e nos unen con países coma Portugal ou Irlanda, continuaron cos anos. A influencia dos oficios históricos vese recollida en “Tesouros Privados”. En calquera dos sectores podemos ver exemplos de torques que se retrotraen aos medievais. Unha visión que inclina a pensar que no mesmo miolo do xoieiro galego latexa aínda a tradición ancestral. O deseño tradicional está vivo e a súa pegada afúndese moi profundamente na produción actual. Renovadores actuais, que tomaron o camiño da

de gloria. Las piezas de cada autor están individualizadas para centrar la atención uno por uno, gracias a la iluminación especial que se ha dispuesto. Se evita la mezcla de piezas que, en muchos casos, poco tienen que ver y se logra que el espectador pueda respirar entre la contemplación de las obras de los diferentes autores, consiguiendo una visita relajada y agradable. “Es un sector amplio y muy variado, tenía que hacerse así”, comenta María García-Alén, “evidentemente los autores expuestos no son los únicos, hemos tenido que hacer una selección porque no cabían todos, pero ‘Tesouros Privados’ ayudará al sector por completo”.

Es el de la joya un sector cuya implantación en Galicia no es ni mucho menos flor de un día. La joyería forma parte de nuestra cultura desde la época de los castros y esos elementos, que provienen del mundo Atlántico y nos unen con países como Portugal o Irlanda, han continuado con los años. La influencia de los oficios históricos se ve recogida en “Tesouros Privados”. En cualquiera de los sectores podemos ver ejemplos de torques que se retrotraen a los medievales. Una visión que inclina a pensar que en el mismo túetano del joyero gallego late todavía la tradición ancestral. El diseño tradicional está vivo y su huella se hunde muy profundamente en la producción actual.



“En Galicia somos una potencia en creatividad y tenemos una espléndida tradición artesanal”



innovación da xoia a través da madeira, seguen facendo alusións ao pasado, reproducindo o estilo dos antigos brincos tradicionais. A xoiería galega non se estancou en absoluto na tradición, segue innovando e construíndo pero sempre sobre esa base. Alzando un novo e moderno edificio sobre o firme chan dos usos tradicionais.

Sen afastarnos tanto no tempo como para chegar aos vetustos castros, a Compostela medieval significa o seguinte paso na evolución da xoia galega. No Santiago daqueles anos convivían dúas tradicións ancestrais. A primeira era a ourivería en prata, destinada na súa maioría a abastecer a poderosa Igrexa Católica, demandante perpetua de cálices, sagrarios ou coroas, aínda que co tempo os ourives esmeráronse tamén na fabricación de pezas de luxo coma bandexas, xogos de café ou medallóns. A segunda era unha talla de acibeche, un material que chegara de Asturias a través do Camiño de Santiago, cunha influencia eclesiástica tamén moi importante á hora de crear imaxes relixiosas, pero dedicada tamén a labores profanos coma os camafeos. Nun determinado punto histórico, ámbas as dúas disciplinas converxeron e crearon a xoiería tradicional compostelá, que se caracterizou por combinar ambos materiais con destreza, creando un estilo único e propio que sobrevive ata a actualidade.

Sobre esa base foi innovando a xoiería galega durante séculos, aproveitándose da crecente disciplina do deseño. Os xoieiros foron perfeccionando durante os anos a compoñente de deseño das súas pezas, incorporándoo a unha técnica maxistralmente

Renovadores actuales, que han tomado el camino de la innovación de la joya a través de la madera, siguen haciendo guiños al pasado, reproduciendo el estilo de los antiguos pendientes tradicionales. La joyería gallega no se ha estancado en absoluto en la tradición, sigue innovando y construyendo pero siempre sobre esa base. Alzando un nuevo y moderno edificio sobre el firme suelo de los usos tradicionales.

Sin alejarnos tanto en el tiempo como para llegar a los vetustos castros, la Compostela medieval significa el siguiente paso en la evolución de la joya gallega. En el Santiago de aquellos años convivían dos tradiciones ancestrales. La primera era la orfebrería en plata, destinada en su mayoría a abastecer a la poderosa Iglesia Católica, demandante perpetua de cálices, sagrarios o coronas, aunque con el tiempo los orfebres se esmeraron también en la fabricación de piezas de lujo como bandejas, juegos de café o medallones. La segunda era la talla en azabache, un material que había llegado de Asturias a través del Camino de Santiago, con una influencia eclesiástica también muy importante a la hora de crear imágenes religiosas, pero dedicada también a labores profanas como los camafeos. En un determinado punto histórico, ambas disciplinas convergieron y crearon la joyería tradicional compostelana, que se caracterizó por combinar ambos materiales con destreza, creando un estilo único y propio que pervive hasta la actualidad.

Sobre esa base ha ido innovando la joyería gallega durante siglos, aprovechándose de la creciente disciplina del diseño.

**“En Galicia somos unha
potencia na creatividade
e temos unha espléndida
tradición artesanal”**



dominada e transmitida a través das xeracións. Hoxe, a revolución vivida no mundo do deseño aconsella máis ca nunca realizar unha nova acometida, conseguindo a conexión perfecta entre os profesionais do deseño e os da xoyería. O tándem xoieiro/deseñador é unha das apostas de futuro de María García-Alén, a comisaria da mostra: "En Galicia somos unha potencia na creatividade e temos unha espléndida tradición artesanal". Unha combinación que é un diamante en bruto agardando a ser pulido, cun deseñador explotando ao máximo a súa habilidade creativa e un experimentado xoieiro utilizando o seu virtuosismo técnico para plasmar e levar a cabo as ideas do seu compañeiro.

E porén, a viraxe máis revolucionaria que sufriu a xoyería galega contemporánea non ten que ver tan só coa incorporación de deseños cada vez máis innovadores e arriesgados senón coa ruptura dun esquema fundamental que en certo modo constrinxía o avance da xoyería: o dos materiais. A ruptura dun vencello férreo que unía o sector xoieiro cos materiais preciosos, que se convertían en requisito imprescindible para o oficio. Hoxe en día, esta estreita comunión rompe. María García-Alén prevén "evidentemente sempre hai un material nobre, habitualmente prata, pois se non poderíamos estar entrando no campo da bixutería", aínda que cada vez máis novos materiais menos luxosos teñen cabida dentro das pezas

Los joyeros han ido perfeccionando durante los años el componente de diseño de sus piezas, incorporándolo a una técnica magistralmente dominada y transmitida a través de las generaciones. Hoy, la revolución vivida en el mundo del diseño aconseja más que nunca realizar una nueva acometida, consiguiendo la conexión perfecta entre los profesionales del diseño y los de la joyería. El tándem joyero/diseñador es una de las apuestas de futuro de María García-Alén, la comisaria de la muestra: "En Galicia somos una potencia en creatividad y tenemos una espléndida tradición artesanal". Una combinación que es un diamante en bruto esperando a ser pulido, con un diseñador explotando al máximo su habilidad creativa y un experimentado joyero utilizando su virtuosismo técnico para plasmar y llevar a cabo las ideas de su compañero.

Y sin embargo, el viraje más revolucionario que ha sufrido la joyería gallega contemporánea no tiene que ver tan sólo con la incorporación de diseños cada vez más innovadores y arriesgados sino con la ruptura de un esquema fundamental que en cierto modo constreñía el avance de la joyería: el de los materiales. La ruptura de una vinculación férrea que unía al sector joyero con los materiales preciosos, que se convertían en requisito imprescindible para el oficio. Hoy en día, tan estrecha comunión se ha roto. María García-Alén previene "evidentemente siempre hay un material noble, habitualmente plata, pues si no podríamos estar entrando en





de xoiaría: madeira, vidro, caucho, cerámica. A comisaria de "Tesouros Privados" resume así o cambio de concepto: "Xa non se compra unha xoia polo seu valor material. A xoia non soamente é unha peza valiosa, as xoias lócense, hérdanse, regálanse, recordan momentos, forman parte da túa historia e poden non ter ouro e brillantes e ser tan atractivas como calquera outra. Se ten un deseño interesante e ten detrás un desenvolvemento intelectual e cultural, transmite algo aínda que sexa un anaco de vidro. O resultado dá unha peza única que o portador sente que o embelece".

Isto de ningún modo marca a morte da alta xoiaría, cuxo mimo cara aos materiais máis preciosos do planeta fai-na única e insubstituíble. Pero ben seguro que si abre o abano e inaugura unha convivencia entre modelos alternativos de xoiaría que reforza o sector e amplía as súas posibilidades expoñencialmente. Catalizado polo prezo cada vez maior dos materiais preciosos, o enxeño do sector desenvolveu unha nova fórmula de crear produtos de xoiaría accesible, con menos valor intrínseco pero cun mesmo valor estético. Este fenómeno, que se produciu anteriormente en ámbitos como a moda, o calzado ou os complementos, provoca unha serie de consecuencias: poténciase a imaxinación e amplíase a posibilidade de risco. Ao non traballar con materiais tan valiosos, o artesán ten maior marxe para producir produtos arriesgados e o ritmo da innovación acelérase. Poden mudar tamén os hábitos de consumo: xoias de tempada, pezas para combinar cun determinado vestido. O feito de que



el campo de la bisutería", aunque cada vez más nuevos materiales menos lujosos tienen cabida dentro de las piezas de joyería: madera, vidrio, caucho, cerámica. La comisaria de "Tesouros Privados" resume así el cambio de concepto: "Ya no se compra una joya por su valor material. La joya no solamente es una pieza valiosa, las joyas se lucen, se heredan, se regalan, recuerdan momentos, forman parte de tu historia y pueden no tener oro y brillantes y ser tan atractivas como cualquier otra. Si tiene un diseño interesante y tiene detrás un desarrollo intelectual y cultural, transmite algo aunque sea un trozo de vidrio. El resultado da una pieza única que el portador siente que le embellece".

Esto en ningún modo marca la muerte de la alta joyería, cuyo mimo con los materiales más preciosos del planeta la hace única e insustituible. Pero desde luego sí abre el abanico e inaugura una convivencia entre modelos alternativos de joyería que refuerza al sector y amplía sus posibilidades exponencialmente. Catalizado por el precio cada vez mayor de los materiales preciosos, el ingenio del sector ha desarrollado una nueva fórmula de crear productos de joyería asequible, con menos valor intrínseco pero con un mismo valor estético. Este fenómeno, que se produjo anteriormente en ámbitos como la moda, el calzado o los complementos provoca una serie de consecuencias: se potencia la imaginación y se amplía la posibilidad de riesgo. Al no trabajar con materiales tan valiosos, el artesano tiene mayor margen para producir productos arriesgados y el ritmo de la innovación se acelera. Pueden mudar también los hábitos de consumo: joyas de

sexa accesibles permite unha maior variación nas xoias que se locen e é este cambio no concepto o que permite que se acheguen ao mundo da xoiería artesáns especializados noutros materiais ou mesmo outros profesionais coma os arquitectos e os mencionados deseñadores ou deseñadores gráficos, atraídos polo menor custo do risco na innovación.

A nova xoiería que nace, advirte María García-Alén, ten porén a necesidade de entroncar coa clásica pois, tal e como ela mesma apunta, "a nova xoia de autor é un despregue de deseño e creatividade pero debe perfeccionar a súa técnica, estamos vendo practicamente prototipos a mellorar, e para iso os novos artesáns deben aprender a técnica dos mestres da xoiería tradicional". Un deseño moi arriesgado sustentado nunha técnica de realización exquisita. É a sinerxía que falta, unha unión que por propia natureza terá inexorablemente un resultado magnífico.

temporada, piezas para combinar con determinado vestido. El hecho de que sean asequibles permite una mayor variación en las joyas que se lucen y es este cambio en el concepto lo que permite que se acerquen al mundo de la joyería artesanos especializados en otros materiales o incluso otros profesionales como los arquitectos y los mencionados diseñadores o diseñadores gráficos, atraídos por el menor coste del riesgo en la innovación.

La nueva joyería que nace, advierte María García-Alén, tiene sin embargo la necesidad de entroncar con la clásica pues tal y como ella misma apunta "la nueva joya de autor es un despliegue de diseño y creatividad pero debe perfeccionar su técnica, estamos viendo prácticamente prototipos a mejorar, y para ello los nuevos artesanos deben aprender la técnica de los maestros de la joyería tradicional". Un diseño muy arriesgado sustentado en una técnica de realización exquisita. Es la sinergia que falta, una unión que por propia naturaleza ha de tener inexorablemente un resultado magnífico.





Adonis / Al Joyas de autor / Aldo de Marinis / Ana Martínez / Ángel Porto / Ardentia / Arela de Fe / Artesanía Pampín / Atípika Galería de Joyas / Banjoy / Baraka / Candame / Clavo Metal Joyas / Cristina T / Druída / Eduardo Iglesias Artesán / Eloy Gesto Orfebre / Fink Orfebres / Joyería Mayer / Juan Lamas / Manuel Tojo / Marta Armada / Mayer Joyeros / Maysil / Obradoiro Joyeros / Orfega / Óscar Rodríguez / Plata Nativa / Platería Alfonso Iglesias / Ramón González Orfebres / Rosa Higuero / Rosa Méndez / Sánchez-Cano Orfebres / Soledad Mato / Sonia Ares / Unión Joyera de Bergondo / Xabier de Sousa / Zimzelatum



Unha cuestión de autoestima

Malia toda esta puxanza, o sector xoieiro é no entanto, como lamenta a comisaria da mostra, amplamente descoñecido para boa parte do público. E non falamos só dos foráneos, senón do público potencial que existe dentro de Galicia. "Se hai algo que nos caracteriza é a calidade", proclama María García-Alén, "a calidade da xoia galega é algo moi destacable, no mundo xoieiro coñécesenos porque utilizamos bos materiais e non escatimamos con eles". Ao que se suman as enormes dotes creativas dos artesáns da nosa contorna.

Agora falta que o gran público o saiba e nese sentido vai dirixida a exposición "Tesouros Privados": "Este sector adoita usar feiras no canto de exposicións. É moi extraordinario, case diría que non coñezo outros casos, organizar unha mostra sobre a produción actual dun sector, pero cremos que é a mellor maneira". Tirando do turismo compostelán no Ano Santo a idea é "aproveitar para dar a coñecer o que se está facendo actualmente e vender o produto feito en Galicia". Os contactos comerciais non fixeron máis ca intensificarse e a comisaria coñece xa varios casos de visitantes que se puxeron en contacto cos autores expositores para adquirir algunha das súas pezas, para interesarse polo resto da súa obra ou mesmo para facer novos encargos. De momento, o notable éxito de público que está a recoller podería levar a "Tesouros Privados" ata algunha outra cidade de Galicia ou, mesmo, a Madrid.

Todo sexa por dar a coñecer o traballo dun sector que pola súa propia natureza gremial e familiar se converteu en descoñecido, pechado e escuro para unha parte maioritaria do público. María García-Alén narra a súa propia experiencia: "Sorprendeume saber que o 80% do que se vende en Santiago é fabricado en Santiago e comarca. É unha industria local que lle dá de comer á zona e é un sector económico importante. E isto é descoñecido para a xente, que cre que estes produtos



"Xa non se compra unha xoia polo seu valor material. Se ten un deseño interesante e ten detrás un desenvolvemento intelectual e cultural, transmite algo aínda que sexa un anaco de vidro. O resultado dá unha peza única que o portador sente que o embelece"



veñen da China. Ti ves as xoias nos escaparates pero non sabes como se fan nin de onde veñen. Entrar nos obradoiros é todo un descubrimento. O público coñece o resultado, pero non o proceso”.

Ese é o obxectivo de “Tesouros Privados”: amosar o que hai detrás da artesanía galega, que o público sexa consciente da súa calidade e coñeza o virtuoso traballo de artesáns concretos, con nomes e apelidos. Lograr que estes artesáns poidan crearse unha imaxe de marca entre os potenciais clientes. Comezando polo propio público galego. María García-Alén explica a súa intención: “A compra de calquera elemento de artesanía propio do país é unha cuestión na que incide moito a cultura, é preciso que ao mercar unha peza o comprador atope un valor engadido en que sexa unha peza galega. Ese sentimento noutros sitios está moito máis desenvolvido e hai que traballar niso. Temos que defender un pouco o noso, sobre todo cando sabemos que é dunha calidade estupenda, un produto do que deberíamos estar orgullosos. É unha cuestión de autoestima que noutros lugares xa teñen: o gusto polos produtos propios e a vontade dos compradores galegos de investir e comprar nun sector no que Galicia é unha potencia”. Unha conciencia colectiva que axude a facer públicos estes tesouros privados.

Una cuestión de autoestima

Pese a toda esta pujanza, el sector joyero gallego es sin embargo, como lamenta la comisaria de la muestra, ampliamente desconocido para gran parte del público. Y no hablamos sólo de los foráneos sino del público potencial que existe dentro de Galicia. “Si hay algo que nos caracteriza es la calidad”, proclama María García-Alén, “la calidad de la joya gallega es algo muy destacable, en el mundo joyero español se nos conoce porque utilizamos buenos materiales y no escatimamos con ellos”. A lo que se suman las enormes dotes creativas de los artesanos de nuestro entorno.

Ahora falta que el gran público lo sepa y en ese sentido va dirigida la exposición “Tesouros Privados”: “Este sector suele utilizar ferias en lugar de exposiciones. Es muy extraordinario, casi diría que no conozco otros casos, organizar una muestra sobre la producción actual de un sector, pero creemos que es la mejor manera”. Aprovechando el turismo compostelano en Año Santo la idea es “aprovechar para dar a conocer lo que se está haciendo actualmente y vender el producto hecho en Galicia”. Los contactos comerciales no han hecho más que intensificarse y la comisaria conoce ya varios casos de visitantes que se han puesto en contacto con los autores expositores



Os catro elementos

“Tesouros Privados” quereulle amosar ao interesado o sector da xoia galega en toda a súa extensión e en todo o seu esplendor. Tomando un ramo tan diverso e rico coma o mencionado, é habitual que dentro del convivan varias tendencias, estilos e concepcións enormemente diferentes. “Tesouros Privados” trazou unhas finas liñas para segmentar en catro a enorme amalgama que existe na xoiería de Galicia. A exposición divídese, polo tanto, en catro espazos:

Alta Xoiería: formada por profesionais que utilizan uns materiais de moi alto custo: pedras preciosas, ouro, platino. Trabállana xoieiros que se converteron xa en empresarios de éxito e se concentran maioritariamente en Bergondo, centro da alta xoiería galega por excelencia. O seu traballo é xa de por si único e excepcional, fai orgullosa gala da fama de calidade que se lle atribúe á xoia galega.

Xoiería Tradicional: concentrada especialmente en Santiago de Compostela e a súa comarca adxacente. É a xoiería xurdida da combinación da prata e o acibeche, unha mestura que deu prolíficos e belos froitos ao longo da historia e que aínda se mantén a día de hoxe, repetindo formas e produtos durante décadas sen que sexan susceptibles de pasar de moda, como sinal de identidade que son do estilo e do deseño galegos.

Xoiería Contemporánea: falamos aquí da que nace do tradicional pero incorpora novas tecnoloxías e deseño contemporáneo. Enfocada máis cara ao consumo, obrígase a innovar sobre as bases da tradición. A dimensión comercial provoca a continua renovación.

Novos Materiais: un sector que nace grazas ás contribucións de artesáns especialistas en diversos materiais (cerámica, caucho, madeira, vidro...) que se decidiron a crear xoias como complemento á súa actividade primixenia, provocando un resultado sorprendente. Esta xoiería de autor que destaca especialmente na área de Vigo, ten a particularidade de ser un sector predominantemente feminino, rompendo o clásico dominio masculino sobre a creación de xoias. As súas creacións son únicas, apenas repiten pezas e usan profusamente os motivos naturais e tradicionais, conservando o fio condutor coa xoiería clásica.





“Ya no se compra una joya por su valor material. Si tiene un diseño interesante y tiene detrás un desarrollo intelectual y cultural, transmite algo aunque sea un trozo de vidrio. El resultado da una pieza única que el portador siente que le embellece”

para adquirir alguna de sus piezas, interesarse por el resto de su obra o incluso hacer nuevos encargos. De momento, el notable éxito de público que está cosechando podría llevar a “Tesouros Privados” a alguna otra ciudad de Galicia o, incluso, a Madrid.

Todo sea por dar a conocer el trabajo de un sector que por su propia naturaleza gremial y familiar se ha convertido en desconocido, cerrado y oscuro para una parte mayoritaria del público. María García-Alén narra su propia experiencia: “Me sorprendió saber que el 80% de lo que se vende en Santiago se fabrica en Santiago y comarca. Es una industria local que da de comer a la zona y es un sector económico importante. Y esto es desconocido para la gente, que se cree que estos productos vienen de China. Tú ves las joyas en los escaparates pero no sabes cómo se hacen ni de dónde vienen. Entrar en los talleres es todo un descubrimiento. El público conoce el resultado pero no el proceso”.

Ése es el objetivo de “Tesouros Privados”: mostrar lo que hay detrás de la artesanía gallega, que el público sea consciente de su calidad y conozca el virtuoso trabajo de artesanos concretos, con nombres y apellidos. Lograr que estos artesanos puedan crearse una imagen de marca entre los potenciales clientes. Empezando por el propio público gallego. María García-Alén explica su intención: “La compra de cualquier elemento de artesanía propio de país es una cuestión en la que incide mucho la cultura, es necesario que al comprar una pieza el comprador encuentre un valor añadido en que sea una pieza gallega. Ese sentimiento en otros sitios está mucho más desarrollado y hay que trabajar en ello. Tenemos que defender un poco lo nuestro, sobre todo cuando sabemos que es de una calidad estupenda, un producto del que deberíamos estar orgullosos. Es una cuestión de autoestima, tenemos que creernos lo buenos que somos, necesitamos ese punto de autoestima que en otros lugares ya tienen: el gusto por los productos propios y la voluntad de los compradores gallegos de invertir y comprar en un sector en el que Galicia es una potencia”. Una conciencia colectiva que ayude a hacer públicos estos tesouros privados.

Los cuatro elementos

“Tesouros Privados” quiere mostrar al interesado el sector de la joya gallega en toda su extensión y en todo su esplendor. Tomando un ramo tan diverso y rico como el mencionado, es habitual que dentro de él convivan varias tendencias, estilos y concepciones enormemente diferentes. “Tesouros Privados” ha trazado unas finas líneas para segmentar en cuatro la enorme amalgama que existe en la joyería de Galicia. La exposición se divide, por tanto, en cuatro espacios:

Alta Joyería: formada por profesionales que utilizan unos materiales de muy alto costo: piedras preciosas, oro, platino. La trabajan joyeros que se han convertido ya en empresarios de éxito y se concentran mayoritariamente en Bergondo, centro de la alta joyería gallega por excelencia. Su trabajo es ya de por sí único y excepcional, hace orgullosa gala de la fama de calidad que se atribuye a la joya gallega.

Joyería Tradicional: concentrada especialmente en Santiago de Compostela y su comarca adyacente. Es la joyería surgida de la combinación de plata y azabache, una mezcla que ha dado prolíficos y bellos frutos a lo largo de la historia y que todavía se mantiene a día de hoy, repitiendo formas y productos durante décadas sin que sean susceptibles de pasar de moda, como seña de identidad que son del estilo y el diseño gallegos.

Joyería Contemporánea: hablamos aquí de la que nace de la tradicional pero incorpora nuevas tecnologías y diseño contemporáneo. Enfocada más hacia el consumo, se obliga a innovar sobre las bases de la tradición. La dimensión comercial provoca la continua renovación.

Nuevos Materiales: un sector que nace gracias a las aportaciones de artesanos especialistas en diversos materiales (cerámica, caucho, madera, vidrio) que se decidieron a crear joyas como complemento a su actividad primigenia, provocando un resultado sorprendente. Esta joyería de autor que destaca especialmente en el área de Vigo, tiene la particularidad de ser un sector predominantemente femenino, rompiendo el clásico dominio masculino sobre la creación de joyas. Sus creaciones son únicas, apenas repiten piezas y usan profusamente los motivos naturales y tradicionales, conservando el hilo conductor con la joyería clásica.



Na casa do zoqueiro

EN CASA DEL ZOQUEIRO



“Son artesá porque traballo para min, pero sobre todo pola satisfacción de que a xente merque o que ti fas, e sobre todo que lle guste, iso é moi gratificante”



Pensemos nuns zocos de coiro: a súa pel pode vir dunha vaca, en cor natural, ou por que non, verde. Ou vermella, ou azul. Ou máis exótico, como dunha cebra. Os límites dilúense e dan vía libre á creatividade. Elena Ferro crea pezas únicas en coiro, onde mestura a tradición coas últimas tendencias de moda, dun oficio que lle chega por vía paterna, agora de terceira xeración. O obradoiro desta artesá constitúe un magnífico exemplo de como é posible gozar da liberdade do oficio artesán e mais garantir unha boa calidade de vida. E todo iso grazas ao seu propio traballo e mais ao de súa irmá Chicha, de súa outra irmá Teresa, de seu pai Alfonso, de súa nai Emilia, da tía Agripina, e se algún día fai falta tamén bota unha man algún sobriño...

Elena Ferro era unha cativa un pouco inquieta. “Non había maneira de quitarla de xunto miña, xa lle levaba idea”, explica a tía Agripina, que para tela contenta lle deixaba cravar as puntas nas zocas que fabricaban ela e seu irmán Alfonso, pai da rapaza. E cando a un lle leva a idea, o mellor é deixar que flúa e ver en que dá. No caso de Ferro, esta terceira xeración de zoqueiros da parroquia de Merza (Vila de Cruces), supuxo unha auténtica revolución. Elena, xunto con súas irmás Chicha e Teresa, elaboran toda unha serie de produtos en coiro nos que se fusionan pezas moi tradicionais, coma os zocos, con outras absolutamente modernas, contemporáneas e prácticas.

A familia Ferro está contenta. “Gustoume moito”, di súa tía, e asegura que lle dan moito xeito e que a técnica está moi ben aprendida. Sobre estas propostas máis arriesgadas que realiza Elena, reconece que “agora é outra vida”, non os ve moi adecuados para ir traballar na leira pero si que lle parecen moi bonitos. “¿Como íamos andar nós antes con eses zocos?”, comenta Agripina, que lembra que era todo o calzado que tiña moita xente daque-

Pensemos en unos zuecos de cuero: su piel puede venir de una vaca, en color natural, o por qué no, verde. O roja, o azul. O más exótico, como de una cebra. Los límites se diluyen y dan vía libre a la creatividad. Elena Ferro crea piezas únicas en cuero, en las que mezcla la tradición con las últimas tendencias de moda, de un oficio que le llega por vía paterna, ahora en la tercera generación. El taller de esta artesana constituye un magnífico ejemplo de cómo es posible disfrutar de la libertad del oficio artesano y garantizar una buena calidad de vida. Y todo eso gracias a su propio trabajo y al de su hermana Chicha, su otra hermana Teresa, su padre Alfonso, su madre Emilia, la tía Agripina, y si algún día hace falta también echa una mano algún sobriño...

Elena Ferro era una niña un poco inquieta. “No había forma de quitarla de mi lado, ya le tiraba esto”, explica la tía Agripina, que para tenerla contenta le dejaba clavar las puntas en los zuecos que fabricaban ella y su hermano Alfonso, padre de la pequeña. Y cuando a uno le tira algo, lo mejor es dejar que fluya y comprobar cómo acaba. En el caso de Ferro, esta tercera generación de zoqueiros de la parroquia de Merza (Vila de Cruces) supuso una auténtica revolución. Elena, con sus hermanas Chicha y Teresa, elaboran toda una serie de productos en cuero en los que se fusionan piezas muy tradicionales, como los zuecos, con otras absolutamente modernas, contemporáneas y prácticas.

La familia Ferro está contenta. “Me gustó mucho”, dice su tía, y asegura que tienen mucho estilo y que la técnica está muy bien aprendida. Sobre estas propuestas más arriesgadas que realiza Elena, reconece que “ahora es otra vida”, no los ve muy adecuados para ir a trabajar al campo, pero sí que le parecen muy bonitos. “¿Cómo íbamos a andar nosotros con estos zuecos?”, comenta Agripina, que recuerda que eran todo el calzado que tenía mucha gente por aquel



la, “non había zapatillas para ir para a habitación”. De feito, o avó de Elena, Perfecto Ferro, comezara en 1915 reparando zocos vellos cando aprendeu doutro zoqueiro da Bandeira. “Antes gastábanse as madeiras e despois o coiro volvíase usar seis ou sete veces, aproveitábase o que se podía”. Eran tempos difíciles e había que gañar o caldo, así que tocaba compaxinalo coa horta e coas vacas, a outra vía para alimentar a toda a familia.

Lembra cando tiñan que ir no medio da noite buscar o coiro de estraperlo, amparados pola escuridade cómplice de tanta xente coma eles durante os férreos anos trinta. “Antes da guerra o coiro estaba intervido, usábano todo para o exército e comprábase de contrabando. Pasaba igual que para facer o pan, non podías comprar nada, ías de noite e ás agachadas”.

A finais dos setenta acabou a época dos zocos, a medida que o traballo no campo disminuía e que chegaban materiais novos, coma o plástico. Para compensalo, Alfonso, a segunda xeración de zoqueiros, botouse á rúa, percorrendo as feiras de toda Galicia e con el unha pequena Elena que lle ía collendo o gusto ao coiro. “Sempre ía con el, xa daquela me gustaba xogar cos restos do coiro, facía pulseiras”, e di que foi así, “sen querer, sen pensalo”, como chegaron a este taller que teñen agora.

entonces, “no había zapatillas para ir para la habitación”. De hecho, el abuelo de Elena, Perfecto Ferro, había empezado en 1915 reparando zuecos viejos cuando aprendió de otro zoqueiro de Bandeira. “Antes se gastaban las maderas y después el cuero se volvía a usar seis o siete veces, se aprovechaba lo que se podía”. Eran tiempos difíciles y había que ganar el caldo, así que tocaba compaginarlo con la huerta y con las vacas, la otra vía para alimentar a toda la familia.

Recuerda cuando tenían que ir en medio de la noche a buscar el cuero de estraperlo, amparados por la oscuridad cómplice de tanta gente como ellos durante los férreos años treinta. “Antes de la guerra el cuero estaba intervido, lo usaban todo para el ejército y lo comprábamos de contrabando. Pasaba igual que para hacer pan, no podías comprar nada, ibas de noche y a escondidas”.

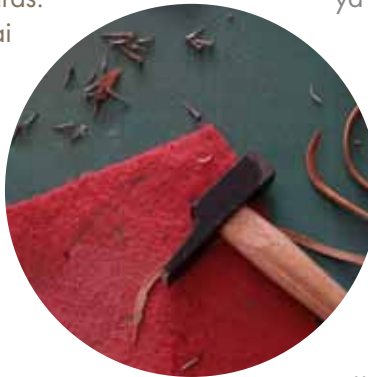
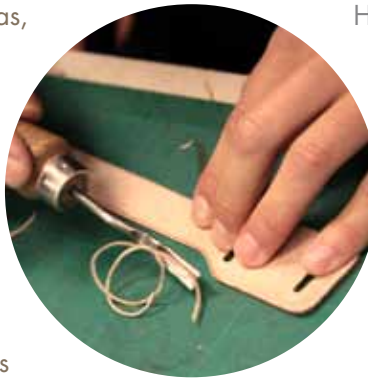
A finales de los setenta se acabó la época de los zuecos, a medida que el trabajo en el campo disminuía y que llegaban materiales nuevos, como el plástico. Para compensarlo, Alfonso, la segunda generación de zoqueiros, se echó a la calle, recorriendo las ferias de toda Galicia y con él una pequeña Elena que le iba cogiendo el gusto al cuero. “Siempre iba con él, ya entonces me gustaba jugar con los restos del cuero, hacía pulseiras”, y dice que fue así, “sin querer, sin pensarlo”, como llegaron a este taller que tienen ahora.



"Soy artesana porque trabajo para mí, pero sobre todo por la satisfacción de que la gente compre lo que tú haces, y que sobre todo le guste, eso es muy gratificante"

Hoxe ademais de zocos fan bolsos, pulseiras, aneis, colares, carteiras, moedeiros, cintos, baleirapetos... "Todo o que se poida facer en coiro", concreta Elena. A situación de ser ela a que vende directamente os seus produtos ofrécelle unha vantaxe única: pode experimentar e ver a reacción do consumidor co seu produto. "Cando fas algo novo, levalo ás feiras e probas para ver se ten saída, se a xente pregunta, e se funciona, xa fas moitos máis. Tamén hai outras cousas que non saen ben, e dedicaste a outras. Custa traballo dicir que unha cousa non se fai máis, pero hai que renovarse". E se ben no obradoiro toda a familia traballa unida, si que é máis do dominio de Elena o de discurrir novos deseños, aínda que "todo o mundo contribúe", matiza a artesá. "O que adoito facer é que cando vexo un material novo, traio para o obradoiro, porque ao mellor nese momento non o uso, pero sempre hai momentos especiais nos que creo e traballo con iso".

Aínda que o máis duro é botarse á rúa de verán ou de inverno e facer quilómetros para vender polas feiras. "As feiras é sobre todo esforzo físico", aínda que explica Elena que xa teñen un calendario distribuído na familia Ferro. Todos os meses están en Lalín, Arzúa, Monterroso, Bandeira e Agolada. A nova furgoneta, "o camión dos xeados", como din as irmás Ferro, facilítalles montar o posto en menos de dez minutos, xa que desprega por un late-



Hoy además de zocos hacen bolsos, pulseiras, anillos, collares, carteras, monederos, cinturones, vaciábolos... "Todo lo que se pueda hacer en cuero", concreta Elena. La situación de ser ella la que vende directamente sus productos le ofrece una ventaja única: puede experimentar y ver la reacción del consumidor con su producto. "Cuando haces algo nuevo, lo llevas a las ferias y pruebas para ver si tiene salida, si la gente pregunta, y si funciona ya haces muchos más. También hay otras cosas que no salen bien, y te dedicas a otras. Cuesta trabajo decir que una cosa no se hace más, pero hay que renovarse". Y si bien en el taller toda la familia trabaja unida, sí que es más del dominio de Elena lo de discurrir nuevos diseños, aunque "todo el mundo aporta", matiza la artesana. "Lo que suelo hacer es que cuando veo un material nuevo, lo traigo para el taller, porque a lo mejor en ese momento no lo uso, pero siempre hay momentos especiales en los que creo y trabajo con eso".

Aunque lo más duro es echarse a la calle en verano o en invierno y hacer kilómetros para vender por las ferias. "Las ferias es sobre todo esfuerzo físico", aunque explica Elena que ya tienen un calendario distribuido en la familia Ferro. Todos los meses están en Lalín, Arzúa, Monterroso, Bandeira y Agolada. La nueva furgoneta, "el camión de los helados", como dicen las hermanas Ferro, les facilita montar el puesto en



ral o mostrador, e mais protexe do vento e da chuvia. “Ao final quedou moi cómoda para traballar, tiñamos medo de que a xente non se achegara igual ou non vira ben as cousas, pero as feiras ás que fomos vendemos o mesmo ca o ano pasado”. Para elas é importante asistir de forma continuada ás feiras, xa que boa parte da súa clientela habitual está alí e ademais non adoitan ter competencia. “Antes –explica a tía Agripina– ao mellor había dez ou quince postos con zocos, á Bandeira viña xente de Santiago”, pero hoxe en día son o único posto con artesanía neste tipo de mercados.

Segue a haber venda de zocos para traballo, pero ás veces prodúcese unha reacción curiosa no posto de Elena Ferro. “Zocos e pan de broa, non quero nin velos!”, é un comentario que escoitan, porque aínda están vinculados coa pobreza, “con infancia duras, sobre todo coméntao a xente maior”. Hoxe, Lugo é a zona por onde máis venden, e Monterroso é a súa mellor feira. “Desde hai dous anos subiu a venda, houbo unha época na que non se movía o mercado, pero desde hai un ano si que se empezou a vender máis”. O que freou son os zocos para grupos de baile, nos que a tendencia actual son as zocas de madeira.

Traballo en equipo


A maior parte das saídas, á parte das feiras habituais, son no verán. O resto do ano hai que dedicalo a producir para contar con stock dabondo sobre todo para os meses de xullo e agosto. “Imos ás feiras de artesanía, ás medievais, festas gastronómicas, mercados... Case todos os días hai feiras”. E iso implica que a produción estea ben organizada, polo que no obradoiro cada un ten o seu papel. “Eu fago un pouco de todo: zocos, bolsos... Tamén temos os encargos, fundas, pezas especiais... Miñas irmás fan todo o que é bixutería. Combinámonos moi ben. Miña tía aínda cose nas pezas e miña nai fai os zoquiños pequenos de xoguete e

menos de diez minutos, ya que despliega por un lateral el mostrador, y protege del viento y la lluvia. “Al final ha quedado muy cómoda para trabajar, teníamos miedo de que la gente no se acercase igual o no viese bien las cosas, pero las ferias a las que hemos ido, hemos vendimos lo mismo que el año pasado”. Para ellas es importante asistir de forma continuada a las ferias, ya que gran parte de su clientela habitual está allí y además no suelen tener competencia. “Antes –explica la tía Agripina– a lo mejor había diez o quince puestos con zuecos, a Bandeira venía gente de Santiago”, pero hoy en día son el único puesto con artesanía en este tipo de mercados.

Sigue habiendo venta de zuecos para trabajo, pero a veces se produce una reacción curiosa en el puesto de Elena Ferro. “¡Zuecos y pan de broa, no quiero ni verlos!”, es un comentario que escuchan, porque aún están vinculados con la pobreza, “con infancia duras, sobre todo lo comenta la gente mayor”. Hoy, Lugo es la zona por donde más venden, y Monterroso es su mejor feria. “Desde hace dos años ha subido la venta, hubo una época en la que no se movía el mercado, pero desde hace unos años sí que se ha empezado a vender más”. Lo que está frenado son los zuecos para grupos de baile, en los que la tendencia actual son las zuecas de madera.

Trabajo en equipo

La mayor parte de las salidas, a parte de las ferias habituales, son en verano. El resto del año hay que dedicarlo a producir para contar con suficiente stock sobre todo para los meses de julio y agosto. “Vamos a las ferias de artesanía, a las medievales, fiestas gastronómicas, mercados... Casi todos los días hay ferias”. Y eso implica que la producción esté bien organizada, por lo que en el taller cada uno tiene su papel. “Yo hago un poco de todo: zuecos, bolsos... También tenemos los encargos, fundas, piezas especiales... Mis hermanas hacen todo lo que es bisutería. Nos combinamos muy bien. Mi tía todavía cose piezas y mi madre hace los zuequitos pequeños de juguete y también las billeteras”. Del almacén están encargadas Teresa y Chicha, que



tamén billeteiras. No almacén están encargadas Teresa e Chicha, que reparten as cousas para ir ás feiras". Toda unha mecánica que en familia se fai máis agradable e natural.

Ademais das feiras e dos encargos, tamén realizan agasallo de empresa e mais distribúen para seis tendas. O criterio é que paguen ao contado: "hai dez anos vendíamos máis a tendas, pero decidimos non seguir facendo, como a produción nos fai falta, é mellor vendela e cobrala ca repartila por tendas e non cobrala". Tamén se debe a que prefiren axustar máis os prezos, e a miúdo os comercios solicitan marxes moi amplias. "Nós temos os prezos axustados para que a mercadoría teña mellor saída, e así non podes facerlle un 50% de desconto a unha tenda. Entre un 10% e un 20% sería o normal, e iso non interesa. Non pasa nada, porque nós xa temos a nosa maneira de distribución consolidada".

Está tan asentada que de momento a rede ten que esperar. "Pensamos en internet, pero a longo prazo", porque teñen medo a non ser quen de facer fronte a todo. "Se isto vai mal, teremos que facelo. Cada ano tratamos de que nos vaia mellor. Non podes facer sempre o mesmo porque a xente abúrrese, e mesmo eu tamén". Prefire non perder ese trato directo co cliente, a satisfacción de quen volve ao seu posto buscando as novidades. "En cada feira vén sempre a mesma xente, que se fixa, e tes que molestarte en innovar para o público, porque que agora se venda ben algo non significa que nun par de anos se siga vendendo". Enfronta cada mercado como "algo moi entretido, son retos", aínda que lamenta que ao final o tempo non dea para facer aquilo que desexaría.

reparten las cosas para ir a las ferias". Toda una mecánica que en familia se hace más agradable y natural.

Además de las ferias y los encargos, también realizan regalo de empresa y distribuyen para seis tiendas. El criterio es que paguen al contado: "hace diez años vendíamos más a tiendas, pero decidimos no seguir haciéndolo, como la producción nos hace falta, es mejor venderla y cobrarla que repartirla por las tiendas y no cobrarla". También se debe a que prefieren ajustar más los precios, y a menudo los comercios solicitan márgenes muy amplios. "Nosotros tenemos los precios ajustados para que la mercancía tenga mejor salida, y así no puedes hacerle un 50% de descuento a una tienda. Entre un 10% y un 20% sería lo normal, y eso no interesa. No pasa nada, porque nosotros ya tenemos nuestra manera de distribución consolidada".

Está tan asentada que de momento la red tiene que esperar. "Pensamos en internet, pero a largo plazo", porque tienen miedo a no ser capaces de hacer frente a todo. "Si esto va mal, tendremos que hacerlo. Cada año tratamos de que nos vaya mejor. No puedes hacer siempre lo mismo porque la gente se aburre, e incluso yo también". Prefiere no perder ese trato directo con el cliente, la satisfacción de quien vuelve a su puesto buscando las novedades. "En cada feria viene siempre la misma gente, que se fija, y tienes que molestarte en innovar para el público, porque que ahora se venda algo bien no significa que en un par de años se siga vendiendo". Enfronta cada mercado como "algo muy entretenido, un reto", aunque lamenta que al final el tiempo no dé para hacer aquello que desearía.



Elena Ferro, Premio Antón Fraguas 2010

Este ano o traballo de Elena Ferro foi recoñecido co oitavo premio de artesanía Antón Fraguas, que convoca a Deputación da Coruña, dentro da categoría de artesanía contemporánea. A obra, *Voa mariquiña voa*, eran un par de zocos que imitaban a dúas xoaniñas. O xurado premiou a artesá de Vila de Cruces porque estaban "considerados desde unha visión contemporánea, refrescante e sen complexos, que demonstra, felizmente, que a tradición e modernidade son perfectamente compatibles". Estas pezas nacen da vocación creativa que domina a produción de Elena Ferro, onde xoga coa tradición e co contemporáneo, e que un oficio con tanta liberdade como a artesanía pode permitir. "Son artesá porque traballo para min, pero sobre todo pola satisfacción de que a xente merque o que ti fas, e sobre todo que lle guste, iso é moi gratificante", asegura Elena Ferro.

Elena Ferro, Premio Antón Fraguas 2010

Este año el trabajo de Elena Ferro ha sido reconocido con el octavo premio de artesanía Antón Fraguas, que convoca la Deputación da Coruña, dentro de la categoría de artesanía contemporánea. La obra, *Voa mariquiña voa*, eran un par de zuecos que imitaban a dos mariquitas. El jurado premió a la artesana de Vila de Cruces porque estaban "considerados desde una visión contemporánea, refrescante y sin complejos, que demuestra, felizmente, que la tradición y la modernidad son perfectamente compatibles". Estas piezas nacen de la vocación creativa que domina la producción de Elena Ferro, donde juega con la tradición y lo contemporáneo, y que un oficio con tanta libertad como la artesanía puede permitir. "Soy artesana porque trabajo para mí, pero sobre todo por la satisfacción de que la gente compre lo que tú haces, y sobre todo que le guste, eso es muy gratificante", asegura Elena Ferro.

○
María Elena Ferro Lamela
Reboredo, Merza, Vila de Cruces
36580, Pontevedra
Tel.: +34 986 583 524
mail: e-ferro@terra.es
Obradoiro artesán/Taller artesano nº 426





A flor de pel

A FLOR DE PIEL

Cando un leva nas mans o talento de crear é imposible frealo. Isto pasa na maioría dos artesáns e, dun xeito particular, no caso de Helena López. Leva creando coas mans desde que ten memoria, e agora fixo diso o seu modo de vida. Goza do que fai e máis aínda vendo a excelente acollida que teñen os complementos que diseña e elabora. Pezas que están cargadas de vida, de natureza e de movemento para quen desexe levar algo especial e diferente.

Cuando se lleva en las manos el talento de crear es imposible frenarlo. Esto pasa en la mayoría de los artesanos y, particularmente, en el caso de Helena López. Lleva creando con las manos desde que tiene memoria, y ahora ha hecho de ello su modo de vida. Disfruta de lo que hace y más aún viendo la excelente acogida que tienen los complementos que diseña y elabora. Piezas cargadas de vida, de naturaleza y movimiento para quien desee llevar algo especial y diferente.



"Se tes a virtude nas mans é moito máis fácil". Helena López sabe que o seu ten moito de talento, porque desde que tiña dezaseis anos leva creando: desde mosaicos ata xoias, complementos ou azulexos; todo ao seu redor leva o selo de Helena López, unha contribución que converte en únicos os obxectos que forman parte da súa vida. No seu caso, vivir da artesanía é unha necesidade vital: "cando es pequena xa tes unhas tendencias, a min sempre me gustaron as cousas artísticas". A raíz de viaxar e de ir ampliando as súas referencias viu as enormes posibilidades que lle ofrecía o feito á man, a liberdade e a independencia económica, e orientou a súa carreira cara a este eido.

Sempre foi de xeito autodidacta e tocando os máis diversos paus, "unha formación concreta marca demasiado", matiza. Baixo a marca "Helena López Lohizo" comercializa complementos para muller que van desde diademas, a broches, pasando por tocados, brincos ou aneis. "Movemento, romanticismo e elegancia" son os tres elementos que impregnan as súas creacións, en palabras da propia autora. "Cando vexo o ben que lle queda a unha clienta, eu mesma me sorprendo", reconece Helena.

"Si tienes la virtud en las manos es mucho más fácil". Helena López sabe que lo suyo tiene mucho de talento, porque desde que tenía dieciséis años lleva creando: desde mosaicos hasta joyas, complementos o azulejos; todo a su alrededor lleva el sello de Helena López, una contribución que convierte en únicos a los objetos que forman parte de su vida. En su caso, vivir de la artesanía es una necesidad vital: "cuando eres pequeña ya tienes unas tendencias, a mí siempre me han gustado las cosas artísticas". A raíz de viajar y de ir ampliando sus referencias vio las enormes posibilidades que ofrecía lo hecho a mano, la libertad y la independencia económica, y orientó su carrera hacia este campo.

Siempre ha sido de forma autodidacta y tocando los más diversos palos, "una formación concreta marca demasiado", matiza. Bajo la marca "Helena López Lohizo" comercializa complementos para mujer que van desde diademas a broches, pasando por tocados, pendientes o anillos. "Movimiento, romanticismo y elegancia" son los tres elementos que impregnan sus creaciones, en palabras de la propia autora. "Cuando veo lo bien que le queda a una clienta, yo misma me sorprendo", reconoce Helena.

“Cuando veo lo bien que le queda a una clienta, yo misma me sorprendo”



La idea, el diseño, la creatividad son la base de su trabajo. De hecho, se define como una “creativa artesanal”, que va más allá de la producción de piezas hechas a mano. Es palpable en su relación con los materiales, que salen a su encuentro sin tener siempre clara su aplicación posterior. Es el caso del papel que ahora integra en sus diademas y tocados, un papel nepalí que se desgarga de una forma muy especial y que le da un toque único. “El papel lo compré en Milán en una nave de expositores, fue lo único que me interesó. Cuando compro los materiales sé que voy a hacer algo con ellos, aunque la idea no esté definida, ni siquiera sé si lo acabaré haciendo”. Habla de un proceso mental en el que detecta las potencialidades del material, “lo manipulas y haces algo precioso”. Y mezcla esas nuevas posibilidades con materiales más habituales, como plata, cobre, aluminio, piedras semipreciosas, nácares, etc.

La creatividad bebe directamente de las energías y del estado de ánimo, y para Helena es determinante a la hora de dar forma a sus piezas. “Si yo estoy encantada, salen cosas hermosas: es como si las cosas se fuesen poniendo en tu camino y tú tienes la capacidad para transformarlas”. Un fluir que se percibe en sus creaciones, tanto que sus piezas tienen que transmitir algo de



A idea, o deseño, a creatividade son a base do seu traballo. De feito, defínese como unha “creativa artesanal”, que vai máis alá da produción de pezas feitas á man. É palpable na súa relación cos materiais, que saen ao seu encontro sen ter sempre clara a súa aplicación posterior. É o caso do papel que agora integra nas súas diademas e tocados, un papel nepalí que esgaza dun xeito moi especial e que lle dá un toque único. “O papel compreino en Milán nunha nave de expositores, foi o único que me interesou. Cando compro os materiais sei que vou facer algo con eles, aínda que a idea non estea definida, nin sequera sei se o rematarei facendo”. Fala dun proceso mental no que detecta as potencialidades do material, “manipúlalo e fas algo precioso”. E mestura esas novas posibilidades con materiais máis habituais, como prata, cobre, aluminio, pedras semipreciosas, nácaras, etc.

A creatividade bebe directamente das enerxías e do estado de ánimo, e para Helena é determinante á hora de darlle forma ás súas pezas. “Se eu estou encantada, saen cousas fermosas: é como se as cousas se fosen poñendo no teu camiño e ti tes a capacidade para transformalas”. Un flúir que se percibe nas súas creacións, tanto que as súas pezas teñen que transmitir algo dela mesma, que é o que procura o cliente que merca artesanía: “hai un ollo que quere a distinción, e aí entramos nós, porque utilizamos a cabeza e o corazón; é todo unha sinerxía, a do bo facer e a do ser bo, eu creo que con iso era máis ca dabondo, non necesitamos moito máis”. Nas súas pezas, se hai unha influencia clara é a da natureza, “e galega”, precisa, que se vai filtrando nas súas producións, aínda que sen ser de xeito consciente.

ella mesma, que es lo que busca el cliente que compra artesanía: “hay un ojo que quiere la distinción, y ahí entramos nosotros, porque utilizamos la cabeza y el corazón; es todo una sinergia, la del buen hacer y la del ser bueno, yo creo que con eso era más que suficiente, no necesitamos mucho más”. En sus piezas, si hay una influencia clara es la de la naturaleza, “y gallega”, precisa, que se va filtrando en sus producciones, aunque sin ser de forma consciente.

Un proceso máis espontáneo que premeditado, por lo que las colecciones no tienen cabida en el modo de trabajar de Helena. Aunque algo que sí detecta en las ferias es que los clientes van a los últimos productos antes que a las piezas más antiguas, “puede ser una cuestión de energía”, comenta. Para esta artesana, cada lugar al que va le supone un nuevo desafío, y no rechaza ningún tipo de propuesta, por curiosa que sea. Los retos son el verdadero estímulo: sabe que sus productos se venden bien y le gusta experimentar con nuevos formatos.

A parte de la venta directa, también distribuye sus piezas con ciertos comercios, pero necesita libertad. “Me cuesta atender a las tiendas porque es muy complicado reproducir mis cosas; lo peor que pueden hacerme es no darme libertad para crear”. Un modelo que sí funciona es con algunas peluquerías que realizan encargos específicos para fechas especiales, como bodas o ceremonias. Son excelentes ocasiones para dar vía libre a su creatividad.

Esto es posible porque la artesana siente que hay un “respeto absoluto” por su trabajo, que nota tanto aquí como en las ferias internacionales a las que ha acudido, en Milán, Florencia o Frankfurt. La razón considera que es



“Cando vexo o ben que lle queda a unha clienta, eu mesma me sorprendo”



Un proceso máis espontáneo ca premeditado, polo que as coleccións non teñen cabida no xeito de traballar de Helena. Aínda que algo que si detecta nas feiras é que os clientes van aos últimos produtos antes que ás pezas máis antigas, “pode ser unha cuestión de enerxía”, comenta. Para esta artesá, cada lugar ao que vai supónlle un novo desafío, e non rexeita ningún tipo de proposta, por curiosa que sexa. Os retos son o verdadeiro estímulo: sabe que os seus produtos se venden ben e gústalle experimentar novos formatos.

Á parte da venda directa, tamén distribúe as súas pezas con certos comercios, pero precisa liberdade. “Cústame atender as tendas porque é moi complicado reproducir as miñas cousas; o peor que poden facer é non darme liberdade para crear”. Un modelo que si funciona é con algunhas perruquerías que realizan encomendas específicas para datas especiais, como vodas ou cerimonias. Son excelentes ocasións para darlle vía libre á súa creatividade.

Isto é posible porque a artesá sente que hai un “respecto absoluto” polo seu traballo, que nota tanto aquí como nas feiras internacionais ás que ten acudido, en Milán, Florencia ou Frankfurt. A razón considera que é a calidade do traballo. Son as propias pezas as que se ocupan de falar. “O público ademais é moi agradecido, as creacións están ben pagadas”, porque reconece o traballo que hai detrás.

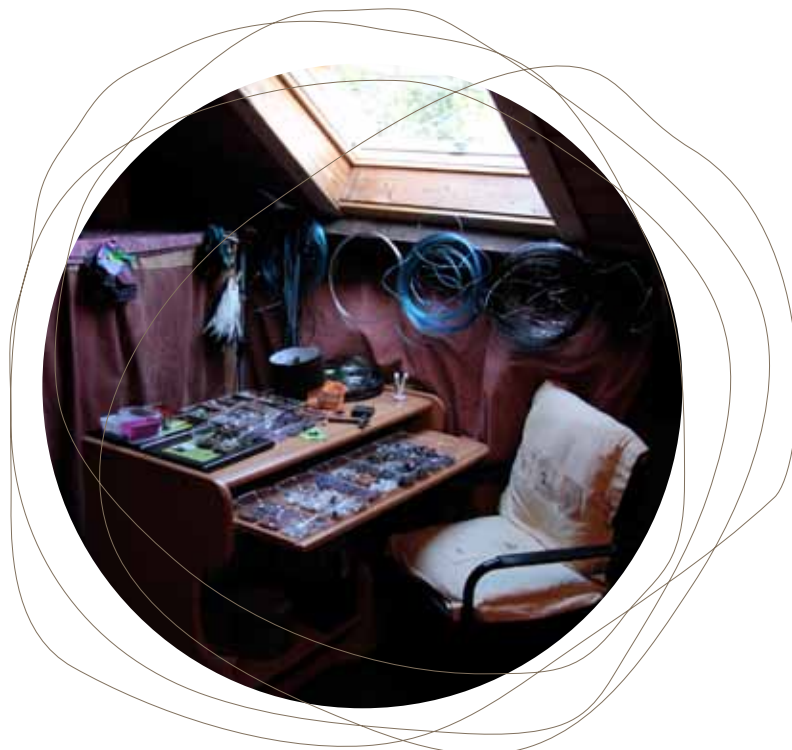
la calidad del trabajo. Son las propias piezas las que se ocupan de hablar. “El público además es muy agradecido, las creaciones están bien pagadas”, porque reconoce el trabajo que hay detrás.

Otra vía que prevé explorar en breve es la venta por internet. Está convencida de que una página web simplemente no es suficiente, que la red ofrece grandes posibilidades, sobre todo para la distribución. Sabe, por el contacto con los clientes, que sus piezas gustan y que mucha gente querría comprar más, y la red es la mejor opción.

Para Helena, el artesano está condenado a evolucionar, porque viene una generación de creadores muy fuerte, “la gente joven lo tiene todo en la mano y evoluciona de una manera alucinante, mezcla las artes increíblemente”. Y a pesar de la diferencia de edad, la artesana se ve reflejada en esta generación, “tengo cincuenta años, pero aún soy niña en cuanto a adaptarme a cosas nuevas”. “En Galicia hay una cantera de artistas increíble y, si uno se mueve, se da cuenta de lo que tenemos aquí”, comenta Helena López que, sin duda, forma parte de esta nueva generación de creadores.

Outra vía que ten previsto explotar en breve é a venda por internet. Está convencida de que unha páxina web simplemente non é suficiente, que a rede ofrece grandes posibilidades, sobre todo para a distribución. Sabe, polo seu contacto cos clientes, que as súas pezas gustan e que moita xente quereda mercar máis, e a rede é a mellor opción.


Para Helena, o artesanado está condenado a evolucionar, porque vén unha nova xeración de creadores moi forte, "a xente nova teno todo na man e evoluciona dunha maneira alucinante, mestura as artes increíblemente". E malia a diferenza de idade, a artesanía vese reflectida nesta xeración, "teño cincuenta anos, pero aínda son nena en canto a adaptarme a cousas novas". "En Galicia hai unha canceira de artistas increíble e, se un se move, dáse de conta do que temos aquí", comenta Helena López que, sen dúbida, forma parte desta nova xeración de creadores.



Helena López
Ascensión, 26 – Entenza
Salceda de Caselas (Pontevedra)
Tel.: +34 691 501 313
mail: lohizoart@gmail.com
http://lohizoart.com/

Carta de artesá / Carta de artesana nº 1.356





**“Hai que loitar polo
teu e polo teu produto”**

Niñodaguia, berce de oleiros

NIÑODAGUIA, CUNA DE ALFAREROS

Se un vén dunha familia de cacharreiros, se con once anos xa se lle daba as primeiras voltas ao torno e por riba, nace en Niñodaguia, fuxir do destino é cousa ben difícil. Agustín Vázquez tentouno cunha pequena incursión en Suíza coa vaga de emigración dos anos 1970, pero a roda tiraba e pouco máis dun ano despois xa estaba de volta. E non foi unha mala decisión, xa que chegaron a traballar nove oleiros no taller. Hoxe comparte espazo co seu fillo José, ao que lle deixa un oficio que xa lle ten dado moitas satisfaccións ao seu pai, como o premio Antón Fraguas de olería tradicional en 2008.

Si uno viene de una familia de cacharrereros, si con once años ya se le daban las primeras vueltas al torno y encima, nace en Niñodaguia, huir del destino es algo muy difícil. Agustín Vázquez lo intentó con una pequeña incursión en Suiza con la ola de emigración de los años 1970, pero la rueda tiraba y poco más de un año después ya estaba de vuelta. Y no fue una mala decisión, ya que llegaron a trabajar nueve alfareros en el taller. Hoy comparte espacio con su hijo José, al que le deja un oficio que le ha dado muchas satisfacciones a su padre, como el premio Antón Fraguas de alfarería tradicional en 2008.

Agustín Vázquez podería ser presentado como un activista da artesanía galega. O seu é paixón polo seu traballo, a olería, algo natural se temos en conta que xa lle vén de familia. Comezou de neno, con once anos ao saír da escola xa ía practicar na roda, e con catorce quixo ir á primeira feira, para a que fixo unhas 700 xerriñas que vendeu todas. "Gustaríame ver algunha, porque non estaban moi ben feitas", sorri ao lembrar aquela primeira produción. Despois dunha estadía en Suíza durante catorce meses, regresou porque non estaba satisfeito co seu traballo mentres estivo emigrado. "Tamén tiña a miña vea de artesán", así que no ano 1975 montou o seu

A Agustín Vázquez se podría presentarlo como un activista de la artesanía gallega. Lo suyo es pasión por su trabajo, la alfarería, algo natural si tenemos en cuenta que ya le viene de familia. Empezó de niño, con once años al salir de la escuela ya iba a practicar en la rueda, y con catorce quiso ir a la primera feria, para la que hizo unas 700 jarritas que vendió todas. "Me gustaría ver alguna, porque no estaban muy bien hechas", sonríe recordando aquella primera producción. Después de una estancia en Suiza de catorce meses, regresó porque no estaba satisfecho con su trabajo mientras estuvo emigrado. "También tenía mi vena de artesano", así que en el



propio obradoiro, no que durante unha década chegaron a traballar nove artesáns.

Era un momento no que se vendía todo o que producían: xogos de café, xerras, queimadas... "todo utilitario", matiza Agustín, e no que tamén había que traballar arreo, con xornadas dunhas doce horas. "Traballábase moito, pero xa se gañaba un salario moi bo, cerca das 300.000 pesetas ao mes". Hoxe as pezas que se venden son diferentes, máis ornamentais; mesmo incluíu unha liña moi moderna con gres no canto do barro tradicional de Niñodagua. Pero detrás do descenso da demanda de olería, Agustín identifica dous grandes problemas: a produción chinesa e os artesáns "clandestinos", xubilados que con-

año 1975 montó su propio taller, en el que durante una década llegaron a trabajar nueve artesanos.

Era un momento en el que se vendía todo lo que producían: juegos de café, jarras, queimadas... "todo utilitario", matiza Agustín, y en el que también había que trabajar mucho, con jornadas de unas doce horas. "Se trabajaba mucho, pero ya se ganaba un salario muy bueno, cerca de las 300.000 pesetas al mes". Hoy las piezas que se venden son diferentes, más ornamentales; incluso ha incluido una línea muy moderna con gres en lugar del barro tradicional de Niñodagua. Pero detrás del descenso de la demanda de alfarería, Agustín identifica dos grandes problemas: la producción china y los artesanos clandestinos, jubilados



"Hay que luchar por lo tuyo y por tu producto"





“Na olería tradicional, se a peza non vai asinada a xente xa non a compra, e iso é moi boa cousa”

tinúan producindo de xeito ilegal. Para este artesán, a solución pasa por “quererlle á terra”: “hai que loitar polo teu e polo teu produto”.

Esta solución pode aplicarse tamén á omnipresente crise económica, “hai que moverse”, como sinala o oleiro, para asegurar unha boa calidade de vida a través dun oficio con tanta liberdade coma o da artesanía. E o outro camiño que na opinión de Agustín necesitan percorrer os oleiros é a unión do colectivo: “hai que traballar e comercializar en equipo, a única posibilidade de supervivencia que ten a artesanía é esa”. Evitar caer nas guerras de prezos e presentarse con unidade pode reforzar o seu negocio, darlle maior difusión e asegurarse a sustentabilidade. Segundo as contas de Agustín, en Niñodagua quedan arredor de seis oleiros, pero co obradoiro ben organizado estima que só con el poderían traballar sete ou oito artesáns.

O obradoiro de Agustín comparte local cun espazo para a exposición e a venda e mais cun almacén, unha fórmula que para el é a adecuada, xa que considera que debe ser o artesán, sen intermediarios, quen comercialice o seu propio produto. Deste xeito garántese por unha banda que o produto sexa presentado dun xeito correcto, e mais cobrar prezos dignos. O resto das vendas fainas nas feiras, para as que conta co seu fillo tamén oleiro, José, e mais a súa muller. Así e todo recoñece que as feiras son un risco, xa que asistir implica moitos gastos e sempre hai a posibilidade de que non vaia ben.

que continúan producindo de forma ilegal. Para este artesano, la solución pasa por “querer a la tierra”: “hay que luchar por lo tuyo y por tu producto”.

Esta solución puede aplicarse también a la omnipresente crisis económica, “hay que moverse”, como señala el alfarero, para asegurar una buena calidad de vida a través de un oficio con tanta libertad como el de la artesanía. Y el otro camino que en la opinión de Agustín necesitan recorrer los alfareros es la unión del colectivo: “hay que trabajar y comercializar en equipo, la única posibilidad de supervivencia que tiene la artesanía es esa”. Evitar caer en guerras de precios y presentarse con unidad puede reforzar su negocio, darle mayor difusión y asegurarse la sostenibilidad. Según las cuentas de Agustín, en Niñodagua quedan alrededor de seis alfareros, pero con el taller bien organizado estima que sólo con él podrían trabajar siete u ocho artesanos.

El taller de Agustín comparte local con un espacio para la exposición y venta y también un almacén, una fórmula que para él es la adecuada, ya que considera que debe ser el artesano, sin intermediarios, quien comercialice su propio producto. De este modo se garantiza por un lado que el producto sea presentado de una forma correcta, además de cobrar precios dignos. El resto de las ventas las hace en ferias, para las que cuenta con su hijo también alfarero, José, y con su mujer. Aún así, reconoce que las ferias son un riesgo, ya que asistir implica muchos gastos y siempre hay la posibilidad de que no vaya bien.



Agustín Vázquez Ferreiro
Igrexa de Niñodaguía
(Xunqueira de Espadanedo)
Tel.: +34 988 29 11 90

Carta de artesan / Carta de artesano nº 484
Obradoiro artesan / Taller artesano nº 157

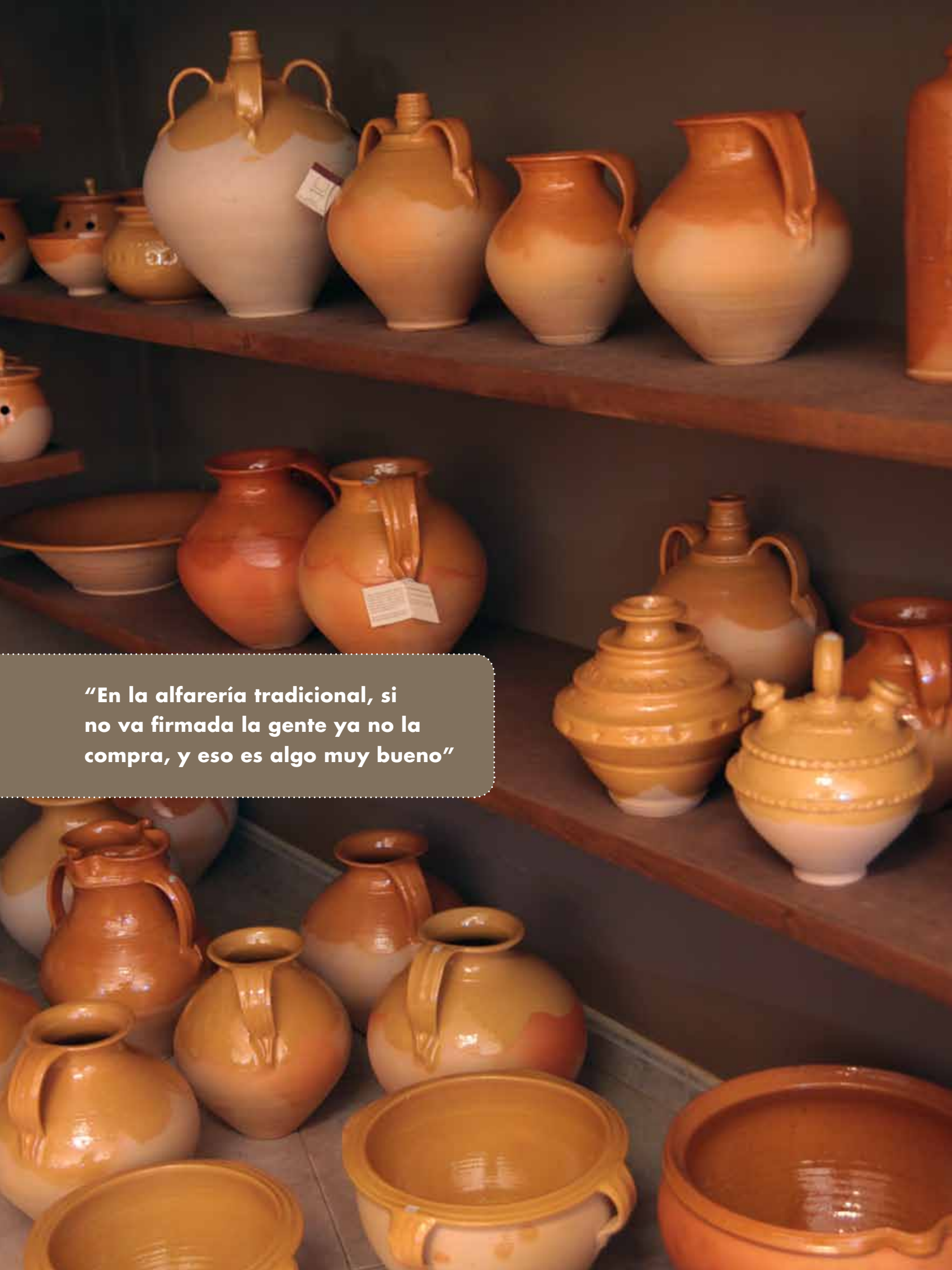
Recoñecemento

Para este oleiro de Niñodaguía, é importante que a xente aprecie as diferenzas do feito á man fronte á competencia industrial. "O barro non é o mesmo, as industriais escapan do lume, non aguantan o mesmo", e a forma máis adecuada é que todas as pezas vaian identificadas. "Na olería tradicional, se a peza non vai asinada a xente xa non a compra, e iso é moi boa cousa". E ao mesmo tempo destaca o papel da Administración para fomentar espazos de exhibición e feiras nas que poder amosar e vender o seu traballo.

Porque ademais de darlle ao torno para producir pezas para a venda, Agustín tamén leva dezaseis anos realizando un importante traballo de recuperación da olería tradicional de Niñodaguía. "Por sorte, cada vez vendo un pouco máis", asegura. "A xente, cando toca a nosa artesanía dáme moita alegría, porque miran e din, ¡que bonito!, e iso queiras ou non, dáche moito ánimo". Como el mesmo indica, é maior a satisfacción que a rendibilidade.

Tanto que no ano 2008 o seu traballo foi recoñecido co Premio de Artesanía Antón Fraguas na modalidade de artesanía tradicional, pola obra chamada "ola de graxa". Esta peza, vidrada e feita no característico barro amarelo de Niñodaguía, ten forma de xerra con dúas asas e borde cilíndrico, e estaba concibida para gardar a graxa dos animais tras a matanza. Agustín continúa o seu labor de recuperación coa súa grande implicación nun novo centro que se ocupará de divulgar a olería de Niñodaguía, o Museo-taller de Olería de Niñodaguía.

Este espazo conta cunha parte expositiva onde se recollen numerosos cacharros tradicionais da zona, partes didácticas con explicacións arredor do traballo dos oleiros, do barro único de Niñodaguía e das pezas; así como outro local habilitado para dar formación. Unha iniciativa fundamental para a pervivencia da artesanía local, xa que Niñodaguía constitúe un dos principais centros oleiros de Galicia.



“En la alfarería tradicional, si no va firmada la gente ya no la compra, y eso es algo muy bueno”

Reconocimiento

Para este alfarero de Niñodaguia, es importante que la gente aprecie las diferencias de lo hecho a mano frente a la competencia industrial. "El barro no es el mismo, las industriales escapan al fuego, no aguantan lo mismo", y la forma más adecuada es que todas las piezas vayan identificadas. "En la alfarería tradicional, si la pieza no va firmada la gente ya no la compra, y eso es algo muy bueno". Y al mismo tiempo destaca el papel de la Administración para fomentar espacio de exhibición y ferias en las que poder mostrar y vender su trabajo.

Porque además de darle al torno para producir piezas para la venta, Agustín también lleva dieciséis años realizando un importante trabajo de recuperación de la alfarería tradicional de Niñodaguia. "Por suerte, cada vez vendo un poco más", asegura. "La gente, cuando toca nuestra artesanía me da mucha alegría, porque miran y dicen, ¡qué bonito!, y eso quieras o no, te da mucho ánimo". Como él mismo indica, es mayor la satisfacción que la rentabilidad.

Tanto que en el año 2008 su trabajo fue reconocido con el Premio de Artesanía Antón Fraguas en la modalidad de artesanía tradicional, por la obra llamada "ola de graxa". Esta pieza, vidriada y hecha en el característico barro amarillo de Niñodaguia, tiene forma de jarra con dos asas y borde cilíndrico, y estaba concebida para guardar la grasa de los animales tras la matanza. Agustín continúa su labor de recuperación con su gran implicación en un nuevo centro que se ocupará de divulgar la alfarería de Niñodaguia, el Museo-taller de Olería de Niñodaguia.

Este espacio cuenta con una parte expositiva donde se recogen numerosos cacharros tradicionales de la zona, partes didácticas con explicaciones sobre el trabajo de los alfareros, el barro único de Niñodaguia y las piezas; así como otro local habilitado para dar formación. Una iniciativa fundamental para la pervivencia de la artesanía local, ya que Niñodaguia constituye uno de los principales centros alfareros de Galicia.





Broche de prata

BROCHE DE PLATA

Aos seus 73 anos, Julio Lado bota a vista atrás e confesa: “A ourivería é un oficio que se aprende durante toda unha vida”. Ou varias vidas. No seu caso, Julio pertence á cuarta xeración de ourives. Instalados durante máis dun século no corazón da cidade vella compostelá, os Lado pechan con Julio unha historia centenaria de artesáns cun currículo tan reluciente como a prata que traballaron. Hoxe, contando os días para a súa retirada e sen xeración que lle dea o relevo, un dos últimos ourives pule con nostalxia un oficio que se oxida.

A sus 73 años Julio Lado echa la vista atrás y confiesa: “La orfebrería es un oficio que se aprende durante toda una vida”. O varias vidas. En su caso, Julio pertenece a la cuarta generación de orfebres. Instalados durante más de un siglo en el corazón de la ciudad vieja compostelana, los Lado cierran con Julio una historia centenaria de artesanos con un curriculum tan reluciente como la plata que trabajaron. Hoy, contando los días para su retirada y sin generación que le dé el relevo, uno de los últimos orfebres pule con nostalgia un oficio que se oxida.

Aínda que hai xa moitos anos que podería terse retirado definitivamente, Julio Lado non escatimou esforzo e dedicación para o oficio que tanto ama e que marcou de forma definitiva a súa vida. Pero non pode ser para sempre e o peche do seu obradoiro é cuestión de tempo, e non de moito. “Os meus fillos non queren saber nada disto”, afirma contrariado aínda que de inmediato os exculpa: “neste negocio hai que romper moito a cabeza e noutros sitios gáñase igual ou máis que aquí e sen rompela tanto”.

Quen enrolou a familia Lado neste mundo foi o bisavó de Julio, Andrés Lado Puente. Os seus descendentes non coñecen con certeza a localización do seu primeiro obradoiro, aínda que todo indica que estaría no lugar compostelán da Rapa da Folla. Grazas a unha carta dunha pastelería de Padrón que lle encarga aos Lado media ducia de culleriñas de prata existe constancia escrita de que en 1910 o obradoiro xa se atopaba no seu actual emprazamento da rúa do Vilar, en pleno casco histórico de Santiago. Julio aventura que o inmovible puido ser mercado polo seu avó Andrés Lado Pensado co diñeiro recibido da Medalla de Ouro ao mérito artesán que gañou en 1909.

Ese mesmo obradoiro foi herdado por Manuel Lado, pai de Julio e tras a súa temperá morte, o negocio pasou ao fillo maior, Ángel, que era quen o rexentaba cando Julio Lado, aos seus 16 anos, comezou a aprender o oficio. Lado lembra como ao saír do colexio pasaba polo obradoiro para aprender a traballar a prata. Pouco despois, o percorrido era o inverso. Julio pasaba o día no obradoiro e ao saír, ás sete ou oito da tarde, plantábase na Escola de Artes e Oficios, onde ata as dez da noite recibía clase de debuxo lineal, debuxo artístico, modelado ou cicelado.

Aunque hace ya muchos años que podría haberse retirado definitivamente, Julio Lado no ha escatimado esfuerzo y dedicación para el oficio que tanto ama y que ha marcado de forma definitiva su vida. Pero no puede ser para siempre y el cierre de su taller es cuestión de tiempo, y no de mucho. “Mis hijos no quieren saber nada de esto”, afirma contrariado aunque de inmediato les exculpa: “en este negocio hay que romper mucho la cabeza y en otros sitios se gana igual o más que aquí sin romperla tanto”.

Quien enroló a la familia Lado en este mundo fue el bisabuelo de Julio, Andrés Lado Puente. Sus descendientes no conocen con certeza la localización de su primer taller, aunque todo indica que estaría en el lugar compostelano de A Rapa da Folla. Gracias a una carta de una pastelería de Padrón que encarga a los Lado media docena de cucharillas de plata existe constancia escrita de que en 1910 el taller ya se encontraba en su actual ubicación en la Rúa do Vilar, en pleno casco histórico de Santiago. Julio aventura que el inmueble pudo ser comprado por su abuelo Andrés Lado Pensado con el dinero recibido de la Medalla de Oro al mérito artesano que ganó en 1909.

Ese mismo taller fue heredado por Manuel Lado, padre de Julio y tras su temprana muerte, el negocio pasó al hijo mayor, Ángel, que era quien lo regentaba cuando Julio Lado, a sus 16 años, comenzó a aprender el oficio. Lado recuerda como al salir del colegio pasaba por el taller para aprender a trabajar la plata. Poco después, el recorrido era el inverso. Julio pasaba el día en el taller y al salir, a las siete u ocho de la tarde, se plantaba en la Escuela de Artes y Oficios donde hasta las diez de la noche recibía clase de dibujo lineal, dibujo artístico, modelado o cincelado.



Esa escola, hoxe a Escola Superior de Arte e Deseño Mestre Mateo, funcionaba dun modo moi distinto ao actual, moito máis centrado no oficio. “Entón aquelas clases eran para tallistas, escultores, ourives... Non había materias senón que ao final de curso os profesores dábanlle un premio e un diploma aos máis destacados”. Julio lembra que o horario facíalle imposible asistir a todas as clases e alternaba as dúas materias ás que acudía cada día.

Unha vez aprendeu o oficio, Julio Lado quixo facer a súa propia vida e marchou a Austria, onde traballaría o ouro nunha fábrica que exportaba pulseiras e reloxos por toda Europa e onde a técnica estaba moito máis avanzada. Máis tarde, xa emigrado en Alemaña, deixaría a un lado a súa faceta de ourive para traballar na imprenta dun importante diario, *Bild Zeitung*, no centro de Munich. De alí lembra con particular nostalxia aqueles especiais que se editaban sobre a Copa de Europa: “Ías ao soto e estaba toda a historia do Real Madrid”.

Cando regresou a Santiago de Compostela, Julio Lado converteuse no xefe do obradoiro. Seu irmán Ángel decidírase a montar o seu propio negocio en Ribeira e anos despois lograría o Premio Nacional de Ourivería. O oficio da prata vivía a súa idade de ouro e Julio chegou a ter oito empregados no seu obradoiro, traballando en pezas para o máis selecto da sociedade compostelá.

“Las cosas de la iglesia son clásicas. Aunque les hagas un diseño moderno, siempre se van al más antiguo. Eso no pasa de moda nunca”

Esa escuela, hoy la Escuela Superior de Arte y Diseño Mestre Mateo, funcionaba de un modo muy distinto al actual, mucho más centrado en el oficio. “Entonces aquellas clases eran para tallistas, escultores, orfebres... No había asignaturas sino que a final de curso los profesores daban un premio y un diploma a los más destacados”. Julio Lado recuerda que el horario le hacía imposible asistir a todas las clases y alternaba las dos materias a las que acudía cada día.

Una vez hubo aprendido el oficio, Julio Lado quiso hacer su propia vida y se marchó a Austria, donde trabajaría el oro en una fábrica que exportaba pulseras y relojes por toda Europa y donde la técnica estaba mucho más avanzada. Más tarde, ya emigrado en Alemania, dejaría a un lado su faceta de orfebre para trabajar en la imprenta de un importante diario, *Bild Zeitung*, en el centro de Munich. De allí recuerda con particular nostalgia aquellos especiales que se editaban sobre la Copa de Europa: “ibas al sótano y estaba toda la historia del Real Madrid”.

Cuando regresó a Santiago de Compostela, Julio Lado se convirtió en el jefe del taller. Su hermano Ángel se había decidido a montar su propio negocio en Ribeira y años después lograría el Premio Nacional de Orfebrería. El oficio de la plata vivía su edad de oro y Julio llegó a tener





Por aquel entón unha persoa corrente non podía permitirse luxos como unha bandexa ou cubertos de prata. Aquelles que traspasaban a porta da Xoyería Lado pertencían ao reducido círculo da clase alta da época. Julio Lado recórdalos como xente cunha grande sensibilidade e con moito gusto para a artesanía máis exquisita: “era xente moi entendida e que sabía moi ben o que procuraba”, capaces de examinar con lupa os brillantes das pezas para determinar a súa calidade.

O obradoiro dos Lado recibía todo tipo de encargos de pezas que sería entregadas como obsequio a personalidades e autoridades que visitaban Galicia. Julio coñece casos concretos de obras súas que hoxe se atopan en edificios de Estados Unidos, Xapón e moitos outros recunchos do mundo. Por exemplo, no Palacio da Zarzuela, xa que Julio Lado ciselou persoalmente varias pezas encargadas como agasallo para os Reis de España, desde bandexas ata apóstolos. Tamén para a raíña Fabiola de Bélxica, que lle encargou a Lado unha lámpada con forma de corazón para lembrar o seu defunto esposo, un home de gran corazón segundo a monarca belga. Cando xa estaba esbozado o deseño, a propia Fabiola presentouse no obradoiro de Julio Lado para dar o seu visto bo.

ocho empregados en su taller, trabajando en piezas para lo más granado de la sociedad compostelana.

Por aquel entonces una persona corriente no podía permitirse lujos como una cubertería o una bandeja de plata. Aquellos que traspasaban la puerta de la Joyería Lado pertenecían al reducido círculo de la clase alta de la época. Julio Lado les recuerda como gente con una gran sensibilidad y con mucho gusto para la artesanía más exquisita: “era gente muy entendida y que sabía muy bien lo que buscaba”, capaces de examinar con una lupa los brillantes de las piezas para determinar su calidad.

El taller de los Lado recibía además todo tipo de encargos de piezas que serían entregadas como obsequio a personalidades y autoridades que visitaban Galicia. Julio conoce casos concretos de obras suyas que hoy se encuentran en edificios de Estados Unidos, Japón y muchos otros rincones del mundo. Por ejemplo, en el Palacio de la Zarzuela, ya que Julio Lado ha ciselado personalmente varias piezas encargadas como regalo para los Reyes de España, desde bandejas hasta Apóstolos. También para la reina Fabiola de Bélgica, que le encargó a Lado una lámpara en forma de corazón para recordar a su difunto esposo, un hombre de gran corazón según la monarca

“As cousas da igrexa son clásicas. Aínda que lles fagas un deseño moderno, sempre van ao máis antigo. Iso non pasa de moda nunca”

Julio Lado tivo moita sorte co seu mellor cliente, un comprador fiel que foi aumentando progresivamente a súa demanda: a Igrexa Católica, que dedicaba aos seus encargos oito meses de cada ano. Julio Lado produciu centos de coroas de santos, cálices, sagrarios, botafumeiros... Un material que segundo Julio, é o que menos marxe dá para a innovación: “As cousas da igrexa son clásicas. Houbo unha época de cálices modernos pero non callou moito. Aínda que lles fagas un deseño moderno, sempre van ao máis antigo. Sempre queren o de hai douscentos anos. Iso non pasa de moda nunca”. E aínda antes a demanda de material eclesiástico estaba máis repartida, hoxe Julio Lado concentra as peticións non só de Galicia, senón do exterior. En Castela xa apenas quedan ourives que saiban traballar estas pezas e o obradoiro dos Lado recibe encargos de Zamora ou Valladolid.

“Cando peche serei un menos que saiba facer isto”, reconece Julio Lado, quen describe con indignación pezas que chegaron ás súas mans desfeitas por non ter pasado por mans profesionais. Lado expresa o temor real polo futuro destas pezas, obras de museo que requiren de verdadeiros profesionais para atender o seu mantemento.

Aínda así, Julio Lado non cre na morte da ourivería. Poderá ir a menos mais non desaparecer por completo. Se hai aprendices, a ourivería pode saír adiante se mide ben os seus pasos. Pola súa experiencia, Julio Lado sabe que hai pezas que precisan os poucos ourives que hoxe quedan, a cuestión é atopalas e por iso aposta por abrir novos mercados e recibir encargos do mundo enteiro.

É a visión de futuro dun home que dentro de pouco, cando peche o seu obradoiro, será o pasado da ourivería. Un pasado glorioso que deixa como herdanza pezas dunha beleza impresionante. É Julio o último dunha estirpe que mimou a prata como poucos e que lamenta hoxe que esa prata familiar que chegou a todos os recunchos do planeta non volva chegar nunca a ningún outro Lado.

Julio Lado Martínez
Rúa do Vilar, 40
Santiago de Compostela
Tel.: +34 981 58 33 58



belga. Cuando ya estaba esbozado el diseño, la propia Fabiola se presentó en el taller de Julio Lado para dar su visto bueno.

Julio Lado ha tenido mucha suerte con su mejor cliente, un comprador fiel que ha ido aumentando progresivamente su demanda: la Iglesia Católica, a cuyos encargos dedica el taller ocho meses de cada año. Julio Lado ha producido cientos de coronas de santos, cálices, sagrarios, botafumeiros... Un material que, según Julio, es el que menos margen da para la innovación: "Las cosas de la iglesia son clásicas. Hubo una época de cálices modernos pero no cuajó mucho. Aunque les hagas un diseño moderno, siempre se van al más antiguo. Siempre quieren el de hace doscientos años. Eso no pasa de moda nunca". Y aunque antes la demanda de material eclesiástico estaba más repartida, hoy Julio Lado concentra las peticiones no sólo de Galicia sino del exterior. En Castilla ya apenas hay orfebres que sepan trabajar estas piezas y el taller de los Lado recibe encargos de Zamora o Valladolid.

"Cuando cierre seré uno menos que sepa hacer esto", reconoce Julio Lado, quien describe con indignación piezas que han llegado a sus manos destrozadas por no haber pasado por manos profesionales. Lado expresa un temor real por el futuro de estas piezas, obras de museo que pronto tendrán un taller menos para atender su mantenimiento.

Aún así, Julio Lado no cree en la muerte de la orfebrería. Podrá ir a menos pero no desaparecer por completo. Si hay aprendices, la orfebrería puede salir adelante si mide bien sus pasos. Por su experiencia, Julio Lado sabe que hay piezas que necesitan a los pocos orfebres que hoy quedan, la cuestión es encontrarlas y por eso apuesta por abrir nuevos mercados y recibir encargos del mundo entero.

Es la visión de futuro de un hombre que dentro de poco, cuando cierre su taller, será el pasado de la orfebrería. Un pasado glorioso que deja como herencia piezas de una belleza impresionante. Es Julio el último de una estirpe que ha mimado la plata como pocas y que lamenta hoy que esa plata familiar que ha llegado a todos los rincones del planeta no vuelva a llegar jamás a ningún otro Lado.







Actualidade de Artesanía de Galicia

ACTUALIDAD DE ARTESANÍA DE GALICIA





Innovación na artesanía

INNOVACIÓN EN LA ARTESANÍA

Entre os meses de setembro e outubro, a Fundación Centro Galego da Artesanía e do Deseño puxo en marcha a Acción de Apoio para a Innovación en la Artesanía. Para isto contou coa consultora Xènia Viladàs, que coordinou un curso de formación destinado a proporcionar aos profesionais da artesanía nocións de deseño, finanzas, marketing, comunicación e vendas, habilidades especialmente necesarias para a xestión dos seus negocios no século XXI.

Entre los meses de septiembre y octubre, la Fundación Centro Galego da Artesanía e do Deseño ha puesto en marcha la Acción de Apoyo para la Innovación en la Artesanía. Para ello ha contado con la consultora Xènia Viladàs, que ha coordinado un curso de formación destinado a proporcionar a los profesionales de la artesanía nociones de diseño, finanzas, marketing, comunicación y vendas, habilidades especialmente necesarias para la gestión de sus negocios en el siglo XXI.

O curso foi estruturado en cinco módulos guiados por expertos en cada materia. Setembro incluíu os módulos de marketing con Marisa del Río, profesora de Marketing Internacional na USC, e de deseño co deseñador alemán Pitt Berkemeyer. Para outubro reserváronse tres módulos máis. O de finanzas estivo dirixido por Luis Otero, profesor de Economía Financeira e Contabilidade na USC, e o módulo de comunicación por Anxo López González, un enxeñeiro técnico en Deseño Industrial que traballa como consultor de deseño e comunicación. Finalmente, o curso pechouno a propia coordinadora Xènia Viladàs, que impartiu o módulo destinado ás vendas.

Manexar as ferramentas de xestión, comunicarse col mercado, formar unha imaxe a través do deseño, orientar a produción a través do marketing e saber utilizar todo isto no momento da venda son destrezas vitais para calquera empresario cun produto que ofrecer.

Responsable do curso, **Xènia Viladàs** é unha economista de recoñecido prestixio nos campos do deseño e da estratexia corporativa.

¿É especialmente necesaria a innovación na artesanía?

Si, innovación entendida como adaptación á contorna económica e de mercado. O mercado cambiou e é distinta a forma en que esa persoa vai levar o seu produto ao mercado e como o vai comunicar. O contexto variou tanto que o artesán xa non pode estar metido no seu taller illado de todo. O que fai xa non ten valor de uso. Se alguén o quere é porque lle gusta, chámalle a atención, ten afección, quere facer un agasallo... pero o que é necesitar, ninguén o necesita e vai percorrer o camiño á casa do artesán. O artesán ten que mandar sinais. Para manterse neste mundo e seguir facendo o que fai, o artesán ten que cambiar a maneira de enfocar o seu negocio.

El curso fue estructurado en cinco módulos guiados por expertos en cada materia. Septiembre incluyó los módulos de marketing con Marisa del Río, profesora de Marketing Internacional en la USC y de diseño con el diseñador alemán Pitt Berkemeyer. Para octubre se reservaron tres módulos más. El de finanzas estuvo dirigido por Luis Otero, profesor de Economía Financiera y Contabilidad en la USC y el módulo de comunicación por Anxo López González, un ingeniero técnico en Diseño Industrial que trabaja como consultor de diseño y comunicación. Finalmente, el curso fue cerrado por la propia coordinadora Xènia Viladàs, que impartió el módulo destinado a ventas.

Manejar las herramientas de gestión, comunicarse con el mercado, formar una imagen a través del diseño, orientar la producción a través del marketing y saber utilizar todo esto en el momento de la venta son destrezas vitales para cualquier empresario con un producto que ofrecer.

Responsable del curso, **Xènia Viladàs** es una economista de reconocido prestigio en los campos del diseño y de la estrategia corporativa.

¿Es especialmente necesaria la innovación en la artesanía?

Sí, innovación entendida como adaptación al entorno económico y de mercado. El mercado ha cambiado y es distinta la forma en que esa persona va a llevar su producto al mercado y cómo lo va a comunicar. El contexto ha variado tanto que el artesano ya no puede estar metido en su taller aislado de todo. Lo que hace ya no tiene valor de uso. Si alguien lo quiere es porque le gusta, le llama la atención, tiene afición, quiere hacer un regalo

**“Para seguir haciendo lo que hace,
el artesano tiene que cambiar la
manera de enfocar su negocio”**

**“Para seguir facendo o que fai,
o artesán ten que cambiar a
maneira de enfocar o seu negocio”**



este país, ha faltado durante 40 años en los que el país estaba blindado a la influencia del exterior. Y además, las actividades más creativas por tradición se han mantenido más alejadas de la gestión. Ha habido como una barrera y se ha considerado que los que gestionaban las empresas no tenían que ser creativos y que los creativos no tenían que saber gestionar. No tiene sentido y ha traído consecuencias muy negativas: la gente creativa no puede vivir de lo que hace y la gente que está en la gestión se queda estancada porque no utiliza su parte creativa.

¿Cómo puede la artesanía ser un sector estratégico?

Imaginemos en la industria. Hay determinadas partes del proceso productivo que se pueden subcontratar a artesanos para darle al producto un toque único. Pensemos en una fábrica de libretas que, una vez manufacturadas, las manda a talleres artesanales para que hagan una intervención en las tapas que les dé un valor diferencial. Con esto estás manteniendo un oficio y mejorando tu producto para sacarle más beneficio. Se trata de un acuerdo que beneficia a ambas partes. También para el turismo conviene fomentar la artesanía. Crea

¿Pero está o artesán máis inadaptado que outros empresarios?

Non, os problemas que ten o artesán como empresario tenos calquera outra persoa cunha microempresa. Falta cultura empresarial, pero falta en xeral neste país, faltou durante 40 anos nos que o país estaba blindado á influencia do exterior. E ademais, as actividades máis creativas por tradición mantivéronse máis afastadas da xestión. Houbo como unha barreira e considerouse que os que xestionaban as empresas non tiñan que ser creativos e que os creativos non tiñan que saber xestionar. Non ten sentido e trouxo consecuencias moi negativas: a xente creativa non pode vivir do que fai e a xente que está na xestión queda estancada porque non utiliza a súa parte creativa.

¿Como pode a artesanía ser un sector estratégico?

Imaginemos na industria. Hai determinadas partes do proceso productivo que se poden subcontratar a artesáns para darlle ao produto un toque único. Pensemos nunha fábrica de cadernos que, unha vez manufacturados, os manda a obradoiros artesáns para que fagan unha intervención nas tapas que lles dea un valor diferencial. Con isto estás mantendo un oficio e mellorando o teu produto para sacarlle máis benefi-

pero lo que es necesitar, nadie lo necesita y va a recorrer el camino a casa del artesano. El artesano tiene que mandar señales. Para mantenerse en este mundo y seguir haciendo lo que hace, el artesano tiene que cambiar la manera de enfocar su negocio.

¿Pero está el artesano más inadaptado que otros empresarios?

No, los problemas que tiene el artesano como empresario los tiene cualquier otra persona con una micro-

cio. Trátase dun acordo que beneficia a ambas as dúas partes. Tamén para o turismo convén fomentar a artesanía. Crea un relato e fixa a lembranza. Dáselle ao turista unha experiencia única que non vai atopar na súa terra. Sobre todo se o obxecto está caracterizado coa historia que está detrás del.

Vostede dixo que a artesanía pode ser a nova gastronomía, ¿como explica iso?

A gastronomía encapsula unha serie de valores que hoxe recoñecemos como positivos: o local, o gozoso, algo que nos permite ter os nosos heroes, os mellores chefs, pero que ao mesmo tempo é participativo porque publican o seu recetario... e foi o gran boom e arrastrou a industria da alimentación e da hostalería. Pero a gastronomía terá o seu tempo e o seu ciclo e poderá ser substituída pola artesanía, que tamén incorpora valores culturais, materiais locais e estimula os recordos e os sentimentos de pertenza. Tamén abre a posibilidade de recoñecer aos artesáns locais, valoralos, facer que sexa un orgullo ter en casa algo dun deles e ata establecer un vínculo entre o artesán e a súa terra, que unha obra de certo artesán sexa o propio dunha zona. E da mesma forma que están facendo doutores honoris causa aos chefs, farano con estas persoas que teñen un coñecemento único sobre o seu traballo. Penso que pode chegar a pasar.



un relato y fija el recuerdo. Se le da al turista una experiencia única que no va a encontrar en su tierra. Sobre todo si el objeto está caracterizado con la historia que está detrás de él.

Usted ha dicho que la artesanía puede ser la nueva gastronomía ¿cómo explica eso?

La gastronomía encapsula una serie de valores que hoy reconocemos como positivos: lo local, lo gozoso, algo que nos permite tener nuestros héroes, los mejores chefs, pero que al mismo tiempo es participativo porque publican su recetario y ha sido el gran boom y ha arrastrado la industria de la alimentación y la hostelería. Pero la gastronomía tendrá su tiempo y su ciclo y podrá ser sustituida por la artesanía, que también incorpora valores culturales, materiales locales y estimula los recuerdos y los sentimientos de pertenencia. También abre la posibilidad de reconocer a los artesanos locales, valorarlos, hacer que sea un orgullo tener en casa algo de uno de ellos y hasta establecer un vínculo entre el artesano y su tierra, que una obra de cierto artesano sea lo propio de una zona. Y de la misma forma que están haciendo doctores honoris causa a los chefs, lo harán con estas personas que tienen un conocimiento único sobre su trabajo. Pienso que puede llegar a pasar.

Marisa del Río Araujo é doutora en Ciencias Empresariais e profesora de Promoción Comercial e Marketing Internacional na Universidade de Santiago de Compostela. Dentro do curso correu ao seu cargo o módulo centrado en marketing.

¿Está a artesanía especialmente perdida fronte ao marketing?

Tanto como calquera outro sector fragmentado, onde hai moitas empresas e o empresario debe repartir o seu tempo entre todas as parcelas de actividade. Cada un vale para o que vale e eles especialmente pois son persoas envorçadas na creatividade que deixan algo máis abandonadas cuestións máis prosaicas. Pero si o necesitan máis ca outro sector polo tipo de produto que eles venden. Un produto artesanal por definición terá uns custos de fabricación máis altos. ¿Como competir con produtos industriais de custe máis baixo? O que o compra ten que coñecer o seu valor, que hai detrás do produto.

“Facer marketing é dar aos meus clientes o mellor que poden darlles e que eles o saiban”

¿Como se poderían explicar eses valores engadidos?

Tal e como están as tendencias do mercado internacional, a grande vantaxe é que o que a artesanía de calidade vende encaixa con elas. O sustentable, o que está vinculado á cultura e ás tradicións é algo que os consumidores dos países ricos valoran. O cliente de artesanía ten inquietudes culturais, un poder adquisitivo que lle permite pagar un sobreprezo e é receptivo ás actividades que non lesionan o ambiente, que recuperan a esencia cultural, que permiten que certas zonas teñan desenvolvemento económico... todo isto son valores que importan ao consumidor potencial. Os artesáns deben facerse valer un pouco. Moitas veces ao artesán o seu traballo parécelle natural pero non todo o mundo sabe como é o proceso, cales son os materiais, por que son distintos, por que é máis valioso. Iso hai que saber explicalo.

Marisa Del Río Araujo es doctora en Ciencias Empresariales y profesora de Promoción Comercial y Marketing Internacional en la Universidad de Santiago de Compostela. Dentro del curso corrió a su cargo el módulo centrado en marketing.

¿Está la artesanía especialmente perdida frente al marketing?

Tanto como cualquier otro sector fragmentado, donde hay muchas empresas y el empresario debe repartir su tiempo entre todas las parcelas de actividad. Cada uno vale para lo que vale y ellos especialmente pues son personas volcadas en la creatividad que dejan algo más abandonadas cuestiones más prosaicas. Pero sí lo necesitan más que otro sector por el tipo de producto que ellos venden. Un producto artesanal por definición tendrá unos costes de fabricación más altos. ¿Cómo competir con productos industriales de coste más bajo? El que lo compra tiene que conocer su valor, qué hay detrás del producto.

¿Cómo se podrían explicar esos valores añadidos?

Tal y como están las tendencias del mercado internacional, la gran ventaja es que lo que la artesanía de calidad vende encaja con ellas. Lo sostenible, lo que está vinculado a la cultura y a las tradiciones es algo que los consumidores de los países ricos valoran. El cliente de artesanía tiene inquietudes culturales, un poder adquisitivo que le permite pagar un sobreprecio y es receptivo a las actividades que no lesionan el ambiente, que recuperan la esencia cultural, que permiten que ciertas zonas tengan desarrollo económico todo esto son valores que importan al consumidor potencial. Los artesanos deben hacerse valer un poco. Muchas veces al artesano su trabajo le parece natural pero no todo el mundo sabe cómo es el proceso, cuáles son los materiales, por qué son distintos, por qué es más valioso. Eso hay que saber explicarlo.

¿Qué nivel ha apreciado en los alumnos?

El problema de las nociones de marketing es que la gente que las tiene no sabe que son de marketing. Es sentido común pero si confías únicamente en él desperdicias todo aquello que a ti no se te ocurre. Es bueno que alguien que se empapa de los libros te haga un pequeño resumen con ideas. Ellos lo han agradecido mucho. Pero todos estaban

¿Que nivel apreciou nos alumnos?

O problema das nocións de marketing é que a xente que as ten non sabe que son de marketing. É sentido común pero se confías unicamente nel desperdicias todo aquilo que a ti non se che ocorre. É bo que alguén que se empapa dos libros che faga un pequeno resumo con ideas. Eles agradéceno moito. Pero todos estaban utilizando xa marketing na súa empresa sen ser conscientes. Se alguén fai un produto nunha cor porque sabe que ao mercado lle gusta, xa está facendo marketing. O marketing é un conxunto de técnicas que intenta que a interacción entre consumidores e produtores sexa da mellor maneira posible.

¿Son os artesáns receptivos ao mundo do marketing?

Os artesáns ao que son remisos é a prostituír a súa actividade. Non queren venda dura ou contar mentiras como tantas outras empresas. Normalmente o marketing identifícase coa busca do beneficio a toda costa pero as novas tendencias non van nesa liña senón na de facer ás organizacións sensatas e buscar un obxectivo de supervivencia a longo prazo. Os artesáns queren vivir dunha actividade que continúe mesmo máis alá da súa morte. Se as empresas son destrutivas coa sociedade son destrutivas para si mesmas co que a única alternativa é ser respectuoso co que tes arredor.

¿É accesible o marketing para unha empresa pequena?

Moitas cousas poden facerse na casa. O primeiro é a mentalidade. Facer marketing non é facer dano a ninguén. É dar aos meus clientes o mellor que podo darlles e que eles o saiban. ¿Para que? Para manter a miña actividade, para que os meus fillos sigan vivindo disto. O ideal é que quen estea ao fronte da empresa teña clara esta concepción do marketing. As accións concretas virán despois pero moitas son perfectamente factibles para unha pequena empresa.

utilizando ya marketing en su empresa sin ser conscientes. Si alguien hace un producto en un color porque sabe que al mercado le gusta, ya está haciendo marketing. El marketing es un conjunto de técnicas que intenta que la interacción entre consumidores y productores sea de la mejor manera posible.

¿Son los artesanos receptivos al mundo del marketing?

Los artesanos a lo que son reacios es a prostituir su actividad. No quieren venta dura o contar mentiras como tantas otras empresas. Normalmente el marketing se identifica con la búsqueda del beneficio a toda costa pero las nuevas tendencias no van en esa línea sino en la de hacer a las organizaciones sensatas y buscar un objetivo de supervivencia a largo plazo. Los artesanos quieren vivir de una actividad que continúe incluso más allá de su muerte. Si las empresas son destructivas con la sociedad son destructivas para sí mismas con lo que la única alternativa es ser respetuoso con lo que tienes alrededor.

¿Es accesible el marketing para una empresa pequeña?

Muchas cosas se pueden hacer en casa. Lo primero es la mentalidad. Hacer marketing no es hacer daño a nadie. Es dar a mis clientes lo mejor que puedo darles y que ellos lo sepan. ¿Para qué? Para mantener mi actividad, para que mis hijos sigan viviendo de esto. Lo ideal es que quien esté al frente de la empresa tenga clara esta concepción del marketing. Las acciones concretas vendrán después pero muchas son perfectamente factibles para una pequeña empresa.



“Hacer marketing es dar a mis clientes lo mejor que puedo darles y que ellos lo sepan”

Xermade: meeting point de torneiros

XERMADE: MEETING POINT DE TORNEROS

Cúmprese unha década desde que nunha aldea ao norte un grupo de torneiros comezara a xuntarse para darlle pulo con ese encontro a unha actividade que parecía condenada á desaparición. Hoxe o Encontro de Torneiros en Galicia é unha cita indiscutible e constitúe un síntoma inequívoco da súa vitalidade. Mostra tamén da innovación que domina as novas creacións de tornería, pezas ornamentais e de gran peso estético que van ocupando o espazo das utilitarias.

Se cumple una década desde que en una aldea al norte un grupo de torneros empezara a juntarse para darle impulso con ese encuentro a una actividad que parecía condenada a la desaparición. Hoy el Encontro de Torneiros en Galicia es una cita indiscutible y constituye un síntoma inequívoco de su vitalidad. Muestra también de la innovación que domina en las nuevas creaciones de tornería, piezas ornamentales y de gran peso estético que van ocupando el espacio de las utilitarias.

“Por aquí ando, aínda dándolle voltas”, escóitase comentar nunha roda ao torneiro máis veterano do Encontro de Torneiros en Galicia que tivo lugar entre o 23 e o 26 de setembro no concello lucense de Xermade. Un dos que está nesa roda onde comparte as súas experiencias o octoxenario é Fernando Vérez, un dos coordinadores do evento, xunto co seu fillo, un cativo de doce anos que dá os seus primeiros pasos coa madeira.

“Por aquí ando, todavía dándole vueltas”, se escucha comentar en un círculo al tornero más veterano del Encontro de Torneiros en Galicia que tuvo lugar entre el 23 y el 26 de septiembre en el ayuntamiento lugués de Xermade. Uno de los que está en ese corro donde comparte sus experiencias el octogenario es Fernando Vérez, uno de los coordinadores del evento, junto con su hijo, un niño de doce años que da sus primeros pasos con la madera.

E esta é a esencia da xuntanza que desde hai dez anos se vén celebrando: reunir a profesionais e afeccionados para compartir a sabedoría e a súa experiencia, ao tempo que achegarlle ao público en xeral o mundo da tornería. Esta iniciativa xurdiu de Vicente Ledo, segundo explica o torneiro Fernando Vérez, co obxectivo de poñer en contacto os afeccionados que mantiñan de xeito illado esta artesanía. De feito, ese primeiro contacto foi bastante complicado, pola falta de puntos de encontro previos.

Y esta es la esencia del encuentro que desde hace diez años se celebra: reunir a profesionales y aficionados para compartir sabiduría y experiencia, y al mismo tiempo acercar al público en general el mundo de la tornería. Esta iniciativa surgió de Vicente Ledo, según explica el tornero Fernando Vérez, con el objetivo de poner en contacto a los aficionados que mantenían de modo aislado esta artesanía. De hecho, ese primer contacto fue bastante complicado, por la falta de puntos de encuentro previos.

As xornadas xa consolidadas e que agora cumpren, constan de catro días, nos que se presta especial atención á formación, “no sentido de que os mestres torneiros que veñen traballar aquí estanelle transmitindo a moita xente o seu saber e o seu xeito de traballar, ensinando todo o seu potencial”. Fernando Vérez refírese aos catro especialistas que exhibiron o seu traballo en Xermade: Nick Agar (Reino Unido), Jean Dominique Denis e Gérard Genestier (Francia),

Las jornadas, ya consolidadas y que ahora cumplen diez años, constan de cuatro días, en los que se presta especial atención a la formación, “en el sentido de que los maestros torneros que vienen a trabajar aquí le están transmitiendo a mucha gente su saber y su forma de trabajar, enseñando todo su potencial”. Fernando Vérez se refiere a los cuatro especialistas que exhibieron su trabajo en Xermade: Nick Agar (Reino Unido), Jean Dominique Denis y Gérard Genestier (Francia), junto con el pontés Manuel Castro. Unas



“Suxerimos unha serie de torneiros moi coñecidos e que sabemos que traballan ben, que fan demostracións amenas e interesantes”



xunto co pontés Manuel Castro. Unhas demostracións que congregaron boa parte do interese por parte dos visitantes, que se amoreaban arredor dos stands. Nelas dedicouse tempo a afondar na pintura no torneado, nas texturas, nas combinacións de metais coma o cobre coa madeira, ou nas técnicas tradicionais. Tamén tivo o seu espazo a innovación, da man do deseñador Isaac Piñeiro, de Nadadora Estudio, que analizou o deseño na artesanía, revisando as novidades en tradicións e métodos.

“Suxerimos unha serie de nomes de torneiros que están máis ou menos no candeiro, moi coñecidos e que sabemos que traballan moi ben, que fan demostracións amenas e interesantes e que poden ter un certo interese público aquí”. Unha selección que consegue converter este encontro nunha referencia a nivel nacional xa que, de acordo coa súa experiencia, non hai moitas citas semellantes. “Pasaron máis de trinta torneiros franceses e ingleses e por iso este encontro se coñece fóra”, sinala. Tamén reservan tempo para asegurarse o seu futuro. “Estase a facer unha plantación de árbores para facer o bosque dos torneiros, no lugar da Fraga, onde orixinariamente se fixeron os encontros”.

demostraciones que congregaron gran parte del interés por parte de los visitantes, que se amontonaban alrededor de los stands. En ellas se dedicó tiempo a profundizar en la pintura en el torneado, las texturas, las combinaciones de metales como el cobre con la madera, o en las técnicas tradicionales. También tuvo su espacio la innovación, de mano del diseñador Isaac Piñeiro, de Nadadora Estudio, que analizó los diseños en la artesanía, revisando las novedades en tradiciones y métodos.

“Sugerimos una serie de nombres de torneros que están más o menos en el candelero, muy conocidos y que sabemos que trabajan muy bien, que hacen demostraciones amenas e interesantes y que pueden tener un cierto interés público aquí”. Una selección que consigue convertir este encuentro en una referencia a nivel nacional ya que, de acuerdo con su experiencia, no hay muchas citas similares. “Han pasado más de treinta torneros franceses e ingleses y por eso este encuentro se conoce fuera”, señala. También reservan tiempo para asegurarse su futuro: “se está haciendo una plantación de árboles para hacer el bosque de los torneros, en el lugar de A Fraga, donde originariamente se hicieron los encuentros.



A exposición

Pero o protagonismo é para as pezas que se expoñen ao longo do Polideportivo Municipal, “unha exposición aberta e na que pode participar calquera persoa”, explica Fernando Vérez. Así, percorrendo as mesas que acollen as pezas poden observarse dende obxectos tradicionais e utilitarios ata verdadeiras esculturas, obras de arte cun deseño absolutamente contemporáneo. “A inmensa maioría da xente que nos visita é afeccionada o seu interese non é comercial nin profesional. En España xente que viva profesionalmente de ser torneiro hai moi pouca”, asegura.

Vérez explica que, precisamente, un dos obxectivos dos encontros era dar a coñecer ao maior número posible de persoas as posibilidades que ofrece o torneado e o torno. “Pensabamos que ao traer torneiros de fóra era importante tamén no sentido de que a xente de aquí puidera ver que, efectivamente, noutros países hai xente que se dedica profesionalmente a isto, e que non é só vender pezas nunha feira”. E menciona as demostracións ou os cursos como outra vía de ingresos para que así poida considerarse a tornería como unha actividade económica rendible. “Quizais no futuro si que haberá máis xente que se dedique a isto”, conclúe.

La exposición

Pero el protagonismo es para las piezas que se exponen a lo largo del Polideportivo Municipal, “una exposición abierta y en la que puede participar cualquier persona”, explica Fernando Vérez. Así, recorriendo las mesas que acogen las piezas pueden observarse desde objetos tradicionales y utilitarios hasta verdaderas esculturas, obras de arte con un diseño absolutamente contemporáneo. “La inmensa mayoría de la gente que nos visita es aficionada y su interés no es comercial ni profesional. En España, gente que viva profesionalmente de ser tornero hay muy poca”, asegura.

Vérez explica que, precisamente, uno de los objetivos de los encuentros era dar a conocer al mayor número posible de personas las posibilidades que ofrece el torneado y el torno. “Pensábamos que el traer torneros de fuera era importante también en el sentido de que la gente de aquí pudiese ver que, efectivamente, en otros países hay gente que se dedica profesionalmente a esto, y que no es sólo vender piezas en una feria”. Y menciona las demostraciones o los cursos como otra vía de ingresos para que así pueda considerarse la tornería como una actividad eco-

Unha das finalidades que persegue este encontro é divulgar o oficio, algo que está a ter resultados moi satisfactorios: “o público xa se empeza a dar conta da diferenza cando colle unha peza de tornería, sabe o que teñen na man e o traballo que hai detrás”. Así, Vérez apunta que “antes non se consumía porque non había e ninguén o coñecía, ves moita xente que pasa pola exposición e se sorprende co que atopa”. De feito, se algo se pode sinalar no balance destes dez anos é que “tecnicamente houbo unha evolución asombrosa”, para Vérez “o salto cualitativo” é verdadeiramente notable.



“Sugerimos a una serie de torneros muy conocidos y que sabemos que trabajan bien, que hacen demostraciones amenas e interesantes”

nómica rentable. “Quizás en el futuro sí que habrá más gente que se dedique a esto”, concluye.

Una de las finalidades que persigue este encuentro es divulgar el oficio, algo que está teniendo resultados muy satisfactorios: “el público ya se empieza a dar cuenta de la diferencia cuando coge una pieza de tornería, sabe lo que tiene en la mano y el trabajo que hay detrás”. Así, Vérez apunta que “antes no se consumía porque no había y nadie lo conocía, ves a mucha gente que pasa por la exposición y se sorprende con lo que encuentra”. De hecho, si algo se puede señalar en el balance de estos diez años es que “técnicamente ha habido una evolución asombrosa”, para Vérez “el salto cualitativo” es verdaderamente notable.



Contornos

Unha das actividades máis relevantes deste encontro era a selección das pezas que pasarán a integrar a IV Exposición Itinerante de Madeira Torneada Contornos, de entre aquelas expostas no Encontro de Xermade a criterio dos mestres torneiros. Contornos, que finalizaba en Xermade o seu percorrido nesta terceira edición, amosara o traballo de 38 autores chegados de Galicia, da Ríoxa, de Navarra, de Andalucía, de Cataluña, de Asturias, do País Vasco, das Illas Baleares, das Illas Canarias, de Madrid e de Francia. Unhas cincuenta pezas de madeira torneada tanto por profesionais como por afeccionados, cunha elevada calidade artesanal.

Contornos

Una de las actividades más relevantes de este encuentro es la selección de las piezas que pasarán a integrar al IV Exposición Itinerante de Madera Torneada Contornos, de entre aquellas expuestas en el Encontro de Xermade a criterio de los maestros torneiros. Contornos, que finalizaba en Xermade su recorrido en esta tercera edición, mostró el trabajo de 38 autores llegados de Galicia, La Rioja, Navarra, Andalucía, Cataluña, Asturias, País Vasco, las Islas Baleares, las Islas Canarias, Madrid y Francia. Unas cincuenta piezas de madera torneadas tanto por profesionales como por aficionados, con una elevada calidad artesanal.





ARTESANÍA DE GALICIA MARCHA DE FEIRA

Sempre co obxectivo final de dar a coñecer o sector artesanal galego, a Fundación Centro Galego da Artesanía e do Deseño está a estimular a participación dos nosos artesáns en feiras de todo tipo, tanto nacionais coma internacionais. Crearse un nome, facer contactos profesionais ou ampliar mercados son obxectivos primordiais para calquera artesán e todos eles poden conseguirse a través da participación en feiras, unha oportunidade que ningún artesán debería perder.



“Coas feiras vas subindo chanzos”

Olalla Casás e Sara Álvarez, ambas as dúas da localidade pontevedresa de Moaña, forman La Bocöque, unha firma de moda e complementos artesanais que comezou de forma moi humilde e experimentou un notable crecemento nos últimos anos. Para elas, a participación nas feiras tivo unha repercusión directa na súa traxectoria profesional: “Vas subindo chanzos, o máis importante é o contacto con novos clientes que aprecien o produto e ir vendo o que hai que mellorar, as carencias...”. Para elas o primeiro chanzo foi distribuír as súas obras entre amigas e compañeiras; consolidáronse no segundo cando comezaron a producir complementos para tendas galegas e foi o pulo da Fundación Centro Galego da Artesanía e do Deseño o que lles permitiu subir un terceiro chanzo: o da internacionalización. La Bocöque ten participado en feiras como Art, en Florencia, L’Artigiano in Fiera, en Milán, Tendence en Frankfurt e Maison&Object, en París.

ARTESANÍA DE GALICIA SE VA DE FERIA

Siempre con el objetivo final de dar a conocer el sector artesanal gallego, la Fundación Centro Galego da Artesanía e do Deseño está estimulando la participación de nuestros artesanos en ferias de todo tipo, tanto nacionales como internacionales. Crearse un nombre, hacer contactos profesionales o ampliar mercados son objetivos primordiales para cualquier artesano y todos ellos pueden conseguirse a través de la participación en ferias, una oportunidad que ningún artesano debería perderse.

“Con las ferias vas subiendo escalones”

Olalla Casás y Sara Álvarez, ambas de la localidad pontevedresa de Moaña, forman La Bocöque, una firma de moda y complementos artesanales que comenzó de forma muy humilde y ha experimentado un notable crecimiento en los últimos años. Para ellas, la participación en las ferias ha tenido una repercusión directa en su trayectoria profesional: “Vas subiendo escalones, lo más importante es el contacto con nuevos clientes que aprecien el producto e ir viendo lo que hay que mejorar, las carencias...”. Para ellas el primer escalón fue distribuir sus obras entre amigas y compañeras, se consolidaron en el segundo cuando empezaron a producir complementos para tiendas gallegas y ha sido el impulso de la Fundación Centro Galego da Artesanía e do Deseño el que les ha permitido subir un tercer peldaño: el de la internacionalización. La Bocöque ha participado en ferias como Art, en Florencia, L’Artigiano in Fiera, en Milán, Tendence en Frankfurt y Maison&Object en París.

Elas mesmas relátano desta maneira: “participar en feiras a través da Fundación Centro Galego de Artesanía e do Deseño é un luxo, e sen este apoio non poderíamos internacionalizar o noso produto a esta escala”. Cada feira, contan ademais, achega cousas diferentes: “As feiras de venda directa como a de Milán de decembro son necesarias xa que che dan a posibilidade de achegarlle o teu produto a un consumidor final cun nivel adquisitivo superior ao que temos en España, o que supón un ingreso extra posto que se animan a comprar máis. Ademais do factor económico testas o teu produto máis alá das fronteiras do noso país. Esta particularidade pódese aplicar ás feiras para profesionais, que nós consideramos máis interesantes xa que che dan a posibilidade de establecer relación con tendas, que poden chegar a ser puntos de venda no estranxeiro. Achegarse a ofrecer os teus produtos a estas tendas sería imposible sen a participación nestas feiras xa que o feito de estar en Maison&Object ou Tendence dálle credibilidade á marca e é máis fácil que un cliente deposite a súa confianza. A feira na que máis encaixamos foi Maison&Object, pola boa situación do stand e polos visitantes que atopaban o noso produto con facilidade e se correspondía co espazo no que nos atopabamos”.

Non teñen ningunha dúbida en animar a outros artesáns a seguir os seus pasos, e a aquel artesán que, por calquera motivo, poida ser reticente a abordar esta experiencia recoméndanlle “que se anime a participar. A experiencia, sexa boa ou mala, servirlle para poder afirmar unha ou outra cosa. O peor é quedar coas dúbidas ou coas ganas”. Para La Bocöque as dúbidas remataron. As ganas, pola contra, acaban de empezar.

Ellas mesmas lo relatan de esta maneira: “participar en ferias a través de la Fundación Centro Galego da Artesanía e do Deseño es un lujo, y sin este apoyo no podríamos internacionalizar nuestro producto a esta escala”. Cada feria, cuentan además, aporta cosas diferentes: “Las ferias de venta directa como la de Milán de diciembre son necesarias ya que te dan la posibilidad de acercar tu producto a un consumidor final con un nivel adquisitivo superior al que tenemos en España, lo que supone un ingreso extra puesto que se animan a comprar más. Además del factor económico testas tu producto más allá de las fronteras de nuestro país. Esta particularidad se puede aplicar a las ferias para profesionales, las cuales nosotras consideramos más interesantes ya que te dan la posibilidad de establecer relación con tiendas, que pueden llegar a ser puntos de venta en el extranjero. Acercarse a ofrecer tus productos estas tiendas sería imposible sin la participación en estas ferias ya que el estar en Maison&Object o Tendence aporta credibilidad a la marca y es más fácil que un cliente deposite su confianza. La feria en la que más hemos encajado ha sido Maison&Object, por la buena ubicación del stand y por los visitantes que encontraban nuestro producto con facilidad y se correspondía al espacio en el que nos encontrábamos”.

No tienen ninguna duda en animar a otros artesanos a seguir sus pasos, y a aquel artesano que, por cualquier motivo, pueda ser reticente a abordar esta experiencia le recomiendan “que se anime a participar. La experiencia, sea buena o mala, le servirá para poder afirmar una u otra cosa. Lo peor es quedarse con las dudas o con las ganas”. Para La Bocöque las dudas se han terminado. Las ganas, sin embargo, acaban de empezar.



La Böcöque
Tel.: +34 665 409 100
+ 34 665 156 595
info@labocoqueweb.com
www.labocoqueweb.com
Obradoiro artesán /
Taller artesano nº 759

“Animaría a todos os artesáns a que proben cando menos unha feira fóra de España”

O ceramista redondelán Iñaki Tellería confesa que nun principio el mesmo era “reticente” á participación en feiras. Pola contra, todo cambiou cando finalmente se decidiu a expoñer o seu traballo na feira Art de Florencia, un evento que a Tellería lle deixa un balance enteiramente “positivo tanto na experiencia como no económico”.

A experiencia non foi exactamente igual que a de La Bocöque, dado o particular do seu produto. Como el mesmo explica: “os contactos que eu fixen foron máis encamiñados á venda directa e non á venda a tendas polo problema que ten enviar cerámica por transporte comercial”. Malia as súas reticencias iniciais hoxe xa non ten dúbidas sobre a utilidade da participación neste tipo de eventos, unha práctica que hoxe lle recomenda a todos os profesionais coma el: “como a experiencia para min foi boa, animaría a todos os artesáns a que probasen cando menos unha feira fóra de España”.



E faino cun argumento poderoso, o da vantaxe que o produto galego e español ten sobre outros produtos artesanais estranxeiros, un feito que el mesmo comprobou coa súa experiencia, que asegura “serviume para comprobar que temos unha calidade bastante alta comparada coa artesanía de fóra de España”.

“Animaría a todos los artesanos a que prueben al menos una feria fuera de España”

El ceramista redondelano Iñaki Tellería confiesa que en un principio él mismo era “reticente” a la participación en ferias. Sin embargo todo cambió cuando finalmente se decidió a exponer su trabajo en la feria Art de Florencia, un evento que para Tellería le deja un balance enteramente “positivo tanto en la experiencia como en lo económico”.

La experiencia no fue exactamente igual que la de La Bocöque, dado lo particular de su producto.

Como él mismo explica: “los contactos que yo hice fueron más encaminados a la venta directa y no a la venta a tiendas por el problema que tiene enviar cerámica por transporte comercial”. Pese a sus reticencias iniciales hoy ya no tiene dudas sobre la utilidad de la participación en este tipo de eventos, una práctica que hoy recomienda a todos los profesionales como él: “como la experiencia para mí fue buena, animaría a todos los artesanos a que probasen por lo menos una feria fuera de España”.

Y lo hace con un argumento poderoso, el de la ventaja que el producto gallego y español tiene sobre otros productos artesanales extranjeros, un hecho que él mismo ha comprobado con su experiencia, que asegura “me ha servido para comprobar que tenemos una calidad bastante alta comparada con la artesanía de fuera de España”.

Iñaki Tellería
Tel. +34 986 453 558
tellerialorenzo@yahoo.es
<http://tellerialorenzo.es>
Obradoiro artesan /
Taller artesano nº 538

Busca en Galicia a garantía de calidade e servizo



Q é unha certificación do Instituto de Calidade Turística

Española que garante a calidade do servizo. Búscala en

hoteles, balnearios, restaurantes, espazos naturais protexidos, casas rurais, axencias de viaxes e campamentos turísticos de Galicia...

Para máis información, chama ao **+ 34 902 200 432**

TRES FINALISTAS NOS V PREMIOS NACIONAIS DE ARTESANÍA

Os artesáns galegos Viviana Araújo (Pontevedra), Rosa Méndez (Teo) e Óscar Rodríguez (Viveiro) foron seleccionados finalistas dos V Premios Nacionais de Artesanía, convocados polo Ministerio de Industria, Turismo e Comercio, na categoría "Produto". Estas candidaturas forman parte das propostas realizadas pola Fundación Centro Galego da Artesanía e do Deseño –dependente da Consellería de Economía e Industria– e pola Asociación Galega de Artesáns Tradicionais para a edición deste ano. Os tres candidatos dispoñen da carta de artesán outorgada pola Dirección Xeral de Comercio así como co obradoiro artesán inscrito dentro do Rexistro Xeral de Artesanía da Xunta de Galicia.

Viviana Araújo é unha artesá profesional dedicada á confección artesanal de sombreiros, tocados e turbantes. Foi seleccionada pola súa colección "Turbantes Aramar", unha gama de turbantes deseñados para pacientes que están a sufrir a perda do cabelo que provoca o tratamento contra o cancro. Deste xeito, ofrece unha alternativa máis cómoda e estética para estas mulleres, posto que as vantaxes desta peza non se limitan ao seu deseño: o turbante vai forrado en algodón sen costuras e ademais adáptase perfectamente ao contorno da cabeza, polo que resulta máis cómodo e suave que calquera outra opción, como as perrucas.

TRES FINALISTAS EN LOS V PREMIOS NACIONALES DE ARTESANÍA

Los artesanos gallegos Viviana Araújo (Pontevedra), Rosa Méndez (Teo) y Óscar Rodríguez (Viveiro) han sido seleccionados finalistas de los V Premios Nacionales de Artesanía, convocados por el Ministerio de Industria, Turismo y Comercio, en la categoría "Producto". Estas candidaturas forman parte de las propuestas realizadas por la Fundación Centro Galego da Artesanía e do Deseño –dependiente de la Consellería de Economía e Industria– y por la Asociación Galega de Artesáns Tradicionais para la edición de este año. Los tres candidatos disponen de la carta de artesano otorgada por la Dirección Xeral de Comercio así como con taller artesano inscrito dentro del Rexistro Xeral de Artesanía de la Xunta de Galicia.

Viviana Araújo es una artesana profesional dedicada a la confección artesanal de sombreros, tocados y turbantes. Ha sido seleccionada por su colección "Turbantes Aramar", una gama de turbantes diseñados para pacientes que sufren la pérdida del cabello que provoca el tratamiento contra el cáncer. De este modo, ofrece una alternativa más cómoda y estética para estas mujeres, puesto que las ventajas de esta pieza no se limitan a su diseño: el turbante va forrado en algodón sin costuras y además se adapta perfectamente al contorno de la cabeza, por lo que resulta más cómodo y suave que cualquier otra opción, como las pelucas.



www.estiloaramar.com



O artesán **Óscar Rodríguez** é un dos xoieiros máis recoñecidos tanto en España como en diferentes países europeos. Está especializado na elaboración de xoias con deseños exclusivos e de alta calidade, na creación de pezas únicas con nome propio. O selo especial de Óscar Rodríguez é a capacidade de innovación e de facer propostas frescas e sorprendentes con cada nova colección. En concreto, "Tesouros do Mar", seleccionada como finalista, toma como base as cunchas mariñas para preparar unha serie de xoias exclusivas combinadas con ouro e outros metais e con pedras preciosas.

El artesano **Óscar Rodríguez** es uno de los joyeros más reconocidos tanto en España como en diferentes países europeos. Está especializado en la elaboración de joyas con diseños exclusivos y de alta calidad, la creación de piezas únicas con nombre propio. El sello especial de Óscar Rodríguez es la capacidad de innovación y de hacer propuestas frescas y sorprendentes con cada nueva colección. En concreto, "Tesoros del Mar", seleccionada como finalista, toma como base las conchas marinas para preparar una serie de joyas exclusivas combinadas con oro y otros metales y piedras preciosas.



www.oscar-rodriguez.com





www.rosamendez.com

Rosa Méndez é unha artesá cunha ampla formación e experiencia no traballo do vidro a través de diferentes técnicas. A súa orixinal proposta é a introdución deste material no ámbito da xoiería para crear pezas únicas e persoais, como a súa colección de xoiería "Submarina", seleccionada entre os cinco finalistas do Premio Produto deste ano.

A comisión de selección da quinta edición dos Premios Nacionais de Artesanía escolleu outras dúas candidaturas na categoría "Produto": Cerámica Artística San Ginés, S.L. (Toledo) e mais Taller Pisaverde (Tenerife). Desde a Fundación queremos transmitir a nosa felicitación aos gañadores, que se darán a coñecer o 23 de novembro.

A Consellería de Economía e Industria impulsa diferentes liñas de actuación para apoiar o desenvolvemento e a promoción do sector artesán galego. O apoio ás candidaturas á quinta edición dos Premios Nacionais de Artesanía supón unha aposta para dar a coñecer a alta calidade do produto artesán que se está a elaborar hoxe en día en Galicia.

Rosa Méndez es una artesana con una amplia formación y experiencia en el trabajo del vidrio a través de diferentes técnicas. Su original propuesta es la introducción de este material en el ámbito de la joyería para crear piezas únicas y personales, como su colección de joyería "Submarina", seleccionada entre los cinco finalistas del Premio Producto de este año.

La comisión de selección de la quinta edición de los Premios Nacionales de Artesanía ha escogido otras dos candidaturas en la categoría "Producto": Cerámica Artística San Ginés, S.L. (Toledo) y el Taller Pisaverde (Tenerife). Desde la Fundación queremos transmitir nuestra enhorabuena a los ganadores, que se darán a coñecer el 23 de noviembre.

La Consellería de Economía e Industria impulsa diferentes líneas de actuación para apoyar el desarrollo y promoción del sector artesano gallego. El apoyo a las candidaturas a la quinta edición de los Premios Nacionales de Artesanía supone una apuesta para dar a conocer la alta calidad del producto artesano que se elabora hoy en día en Galicia.

ARTESANÍA
DE GALICIA



TENDAS ADHERIDAS Á MARCA / TIENDAS ADHERIDAS A LA MARCA:

A CORUÑA

Ataulfo Xoieiros

Rúa Real, 31
15003 A Coruña
Tel.: +34 981229804

Ataulfo Xoieiros

Rúa Bailén, 10
15001 A Coruña
Tel.: +34 981226376

Breogán

Praza de María Pita, 16
15001 A Coruña
Tel.: +34 881873483

Breogán

Rúa Montoto, 5
15001 A Coruña

Catina

Rúa Real, 68
15003 A Coruña
Tel.: +34 981224682

Silvela

Praza María Pita, 13
15001 A Coruña
Tel.: +34 981204685

Xoiería Amor

Rúa Nova, 10
15003 A Coruña
Tel.: +34 981224004

Xoiería Amor

Rúa Menéndez Pelayo, 12
15008 A Coruña
Tel.: +34 981224004

Xoiería Jose Lado

Rúa García Martí, 14
15940 A Pobra do Caramiñal
Tel.: +34 981831502

Agasallos Richard

Praza García Martí, 3
15940 A Pobra do Caramiñal
Tel.: +34 981831314

Xoiería Fernández

Praza Hermanos Ageitos, s/n.
15940 A Pobra do Caramiñal
Tel.: +34 981830849

Patagonia

Rúa Agro do Medio, 7 Baixo
15895 Milladoiro (Ames)
Tel.: +34 981536268

Patagonia

Praza da Mahía, 3
15220 Bertamiráns (Ames)
Tel.: +34 881972986

Xoiería Belmonte

Avda. García Naveira, 1
15300 Betanzos
Tel.: +34 981772261

A xoiería do encaixe

Rúa do Río, 10
15123 Camariñas
Tel.: +34 615852590

Calvelo Pratería Regalos S.L.

Praza de Galicia, 5
15100 Carballo
Tel.: +34 981702066

Xoiería Calvelo Seoane

Rúa Fomento, 1
15100 Carballo
Tel.: +34 981703057

Arte Mimo

Pontenova, 3 B
15350 Cedeira
Tel.: +34 981481513

Recuerdos El Santuario

Santuario de S. Andrés de Teixido, 7
15350 Cedeira
Tel.: +34 981480182

Cerámicas La Camelia

Avenida Pías 1-3
15500 Fene
Tel.: +34 981945218

Bazar Manuel Ángel Seijas

Mercado da Magdalena, 117
15402 Ferrol
Tel.: +34 696873403

Gaélico Artesanía

Rúa San Amaro, 23
15403 Ferrol
Tel.: +34 981326228

Xoiería Prieto

Rúa da Igrexa, 3
15402 Ferrol
Tel.: +34 981350394

Bazar de artesanía Costa da Morte

Rúa Santa Catalina, 48
15155 Fisterra
Tel.: +34 981740074

Comercio Rural Galego Casa Senra

Avenida 13 de abril, 29
15256 A Picota (Mazaricos)
Tel.: +34 981852454

Angarela

Rúa Progreso, 15
15800 Melide
Tel.: +34 981506096

María del Carmen Lata Sanjurjo

A Igrexa - Visantóña
15689 Mesía
Tel.: +34 681694098

O Lar da Chousa

Avenida Francisco Vizoso, 30
Franza. 15626 Mugardos
Tel.: +34 680438662

Floristería José Luis

R/ José María del Río, 28 - Baixo
15124 Muxía
Tel.: +34 981742554

Regalos Camuri

Rúa do Carmen, 6
15830 Negreira
Tel.: +34 981881743

Quercus

Santiago Álvarez, 1 - Santa Cruz
15179 Oleiros
Tel.: +34 981627316

Perfumería Quintela

Avda. de Lugo, 20
15821 Arca (O Pino)
Tel.: +34 981511419

Tasmania

Rúa Mercado, 14 - Baixo
15680 Ordes
Tel.: +34 981681248

Artegal

Rúa Xeneral Franco, 96
15330 Ortigueira
Tel.: +34 649509542

Xoiería Reloxería Jesús Manuel S.C.

Rúa Xeneral Franco, 63
15330 Ortigueira
Tel.: +34 981400193

Artesanía A Xesta

Rúa Pescadería, 25 - B
15600 Pontedeume
Tel.: +34 981434181

Galerías Pérez

Rúa Real, 1
15155 Fisterra
Tel.: +34 981740005

Meigas Artesanía

Rúa Gravina, 4 Baixo
15960 Ribeira
Tel.: +34 981835114

A Mougá

Rúa Xelmírez, 26
15704 Santiago de Compostela
Tel.: +34 981 560 796

Agasallos A Cesta

Rúa do Franco, 39
15702 Santiago de Compostela
Tel.: +34 981576982

Amboa

Rúa Nova, 44
15705 Santiago de Compostela
Tel.: +34 981583359

Amboa Azabachería

Rúa Acibecheira, 32
15704 Santiago de Compostela
Tel.: +34 981563932

Amboa Fontiñas

Área Central, LC. 16 B
15703 Santiago de Compostela
Tel.: +34 981560162

Andaina Regalos

Rúa do Vilar, 48
15705 Santiago de Compostela
Tel.: +34 981564874

Arela Regalos

Rúa do Vilar, 66
15705 Santiago de Compostela
Tel.: +34 981577594

Artesanía y Regalos Fariña Formigo

Acibecheira, 18
15704 Santiago de Compostela
Tel.: +34 981575917

Atrio Regalos

San Francisco, 6
15705 Santiago de Compostela
Tel.: +34 981565688

BS Artesanía SC

Rúa Algalia de Arriba, 14 Baixo
15704 Santiago de Compostela
Tel.: +34 981573377

Bulideira

Rúa San Lázaro, 108
15703 Santiago de Compostela
Tel.: +34 981576501

Cacharros de Compostela

Rúa do Vilar, 16 Baixo
15705 Santiago de Compostela
Tel.: +34 981583847

Dolmen Agasallos

Rúa República do Salvador, 31 - 5º B
15701 Santiago de Compostela
Tel.: +34 981563397

El Capricho

Rúa Acibecheira, 1
15704 Santiago de Compostela
Tel.: +34 981565877

El Pórtico

Rúa Fonseca, 1 Baixo
15704 Santiago de Compostela
Tel.: +34 981583925

Eloy Gesto Ferreiro

Rúa Santa Comba, 5 B
15705 Santiago de Compostela
Tel.: +34 981589596

Joyería Regueira

Rúa Acibecheira, 9
15704 Santiago de Compostela
Tel.: +34 981583627

Macri S.C.

Rúa Acibecheira, 29
15704 Santiago de Compostela
Tel.: +34 981571814

Mariña

Rúa Nova, 1
15704 Santiago de Compostela
Tel.: +34 981577432

Meigas Fóra

Rúa do Franco, 45
15702 Santiago de Compostela
Tel.: +34 881031624

Pratería Alfonso Iglesias

Rúa Nova, 2
15705 Santiago de Compostela
Tel.: +34 981581878

Triskel

Rúa Acibecheira, 31
15704 Santiago de Compostela
Tel.: +34 981576870

Xanela

Rúa do Franco, 35
15702 Santiago de Compostela
Tel.: +34 981575994

Xoiería - Pratería Augusto Otero

Praza das Praterías, 5
15704 Santiago de Compostela
Tel.: +34 981581027

Xoiería Bernardino Otero

Praza das Praterías 4-5
15701 Santiago de Compostela
Tel.: +34 98158880

Xoiería Gerardo

Rúa do Hórreo, 68
15702 Santiago de Compostela
Tel.: +34 981565531

Xoiería M Suárez SC
Rúa Fray Rosendo Salvado, 9
15701 Santiago de Compostela
Tel.: +34 981599318

LUGO

Xoiería Mario
Rúa Leonardo Rodríguez, 16
27500 Chantada
Tel.: +34 982440203

Atrio
Praza Pío XII, 2
27001. Lugo
Tel.: +34 982240104

Cerámica Freixo
Praza Campo Castelo, 50
27001 Lugo
Tel.: +34 982224169

Honorino Freire Seijas
Rúa Cruz, 15 Baixo
27001 Lugo
Tel.: +34 982253317

Xoiería Lamela
Rúa de San Pedro, 52
27001 Lugo
Tel.: +34 982224717

Triskel Artesanía
Rúa Buen Jesús, 4
27001 Lugo
Tel.: +34 982246866

Triskel Artesanía
Rúa Pío XII, 5
27001 Lugo
Tel.: +34 982244605

Regalos Vila
Praza de España, 22
27400 Monforte de Lemos
Tel.: +34 982404877

Xoería Alba Vila
Rúa Plácido Peña, 4
27800 Vilalba
Tel.: +34 982512430

OURENSE

A Tulla
Rúa Castelao, s/n.
32660 Allariz
Tel.: +34 988440103

Alfarería Alto do Couso
Lugar do Alto do Couso, 11
32720 Esgos
Tel.: +34 988290080

Luces de Bohemia
Rúa Galicia, 5 - Baixo
32005 Ourense
Tel.: +34 988255853

Magos
Rúa das Burgas, 10
32005 Ourense
Tel.: +34 988222739

Oreta Xiro
Rúa das Burgas, 14
32005 Ourense
Tel.: +34 988238471

OX
Rúa Ribeira Sacra, 50
Centro Comercial Ponte Vella
32003 Ourense
Tel.: +34 988602550

PONTEVEDRA

Arteman Galicia CB
Rúa Ventura Misa, 58
36300 Baiona
Tel.: +34 986357161

Artesanía Celsa
Rúa Ventura Misa, 56
36300 Baiona
Tel.: +34 986338366

Artesanía Nazaret
Rúa Ventura Misa, 51
36300 Baiona
Tel.: +34 986500182

Reloxería Gema
Rúa Ramón y Cajal, 3
36300 Baiona
Tel.: +34 986356057

Regalos Gemma Gestay
Avda. Montero Ríos, 157
36930 Bueu
Tel.: +34 986320438

Xoiería - Pratería Castro
Rúa Pazos Fontela, 58
36930 Bueu
Tel.: +34 986321449

O Pente douró
Rúa Real, 7 Baixo
36650 Caldas de Reis
Tel.: +34 986530025

Cucadas
Praza Fefiñáns, 8
36630 Cambados
Tel.: +34 986542511

Xoiería Villar e Hijos S.L.
Rúa Pontevedra, 1
36630 Cambados
Tel.: +34 986542032

A Cova da Laxe
Rúa do Hío, 10
36940 Cangas
Tel.: +34 986301552

O Rincón das Burgas
Praza de Ferrol, 9
36670 Cuntis
Tel.: +34 986532018

Quatro SC
Rúa Calvo Sotelo, 28
36680 A Estrada
Tel.: +34 986572761

Xoiería Fondévila
Praza de Galicia, 15
36680 A Estrada
Tel.: +34 986570228

Arco Iris
Rúa Beiramar, 80 B
36980 O Grove
Tel.: +34 986733680

Feito a man
O Redondo, Local 23
36980 O Grove
Tel.: +34 699140292

Regalos Marbel C.B.
Rúa Beiramar, 18
36980 O Grove
Tel.: +34 986731929

Tecla Baz CB
Rúa do Porto 57 Baixo
36780 A Guarda
Tel.: +34 986611394

Alberte Artesanía
Rúa F, 18 - Baixo
36500 Lalín
Tel.: +34 986783906

González Mato Xoiellos
Rúa Loriga, 13 Baixo
36500 Lalín
Tel.: +34 986780381

Ángeles Peón Pérez
Rúa Francisco Regalado, 8
36993 Combarro (Poio)
Tel.: +34 986770087

Artesanía Celsa
Rúa San Roque, 14
36993 Combarro (Poio)
Tel.: +34 986772189/986709103

María José Díez Rodríguez
Rúa Francisco Regalado, 38
36993 Combarro (Poio)
Tel.: +34 645168415

O Rincón de Xulia
Praza Peirao da Chouza, 4
36993 Combarro (Poio)
Tel.: +34 986770468

Regalos Alberto
Rúa do Mar, 32
36339 Combarro (Poio)
Tel.: +34 669844119

A Bodega
Avda. Covelo, 58
36992 Samieira (Poio)
Tel.: +34 986740425

Artico
Senén, 3 - Canido
36860 Pontearreas
Tel.: +34 986642099

Centro Recuperación De Cultura Popular, C.B.
Castelo De Sobroso
36860 Pontearreas
Tel.: +34 986 654 305

Agasallo
Praza da Peregrina, 6
36001 Pontevedra
Tel.: +34 986847257

Arteman Galicia S.L.
Soportais da Ferrería, 5
36002 Pontevedra
Tel.: +34 986859589

Xoiería Boucelas, CB
Ramón Cabanillas, 134
36950 Pontevedra
Tel.: +34 986310686

Cacharela Artesanía CB
Paseo da Xunqueira, 31 Baixo
36800 Redondela
Tel.: +34 986404804

Xoiería e Reloxería Esther Docampo S.L.
Rúa José Figuerola, 1
36800 Redondela
Tel.: +34 986400044

Xoiería - Reloxería Diamante
Estrada Lalín - Monforte, 27
36530 Rodeiro
Tel.: +34 986790304

Enri Lado Xoiería
Praza do Pazo, s/n.
36960 Sanxenxo
Tel.: +34 986690611

Baixo Miño
Rúa Ordoñez, 5 Baixo
36700 Tui
Tel.: +34 986603454

Trisquel e Modulo
Rúa Antero Rubín, 45
36700 Tui
Tel.: +34 986604039

Alfar
Rúa Hernán Cortés, 4
Vigo
Tel.: +34 986 434 806

Gaélica Artesanía
Rúa Joaquín Yáñez, 16 Baixo
36202 Vigo
Tel.: +34 986228058

Kristell
Rúa María Berdiales 1, Local 3
36203 Vigo
Tel.: +34 986435845

Xoiería - Reloxería Pato
Porta do Sol, 13
36202 Vigo
Tel.: +34 986222878

Arlequín
Rúa Castelao. Galerías Casino, LC 12
36600 Vilagarcía de Arousa
Tel.: +34 699505027

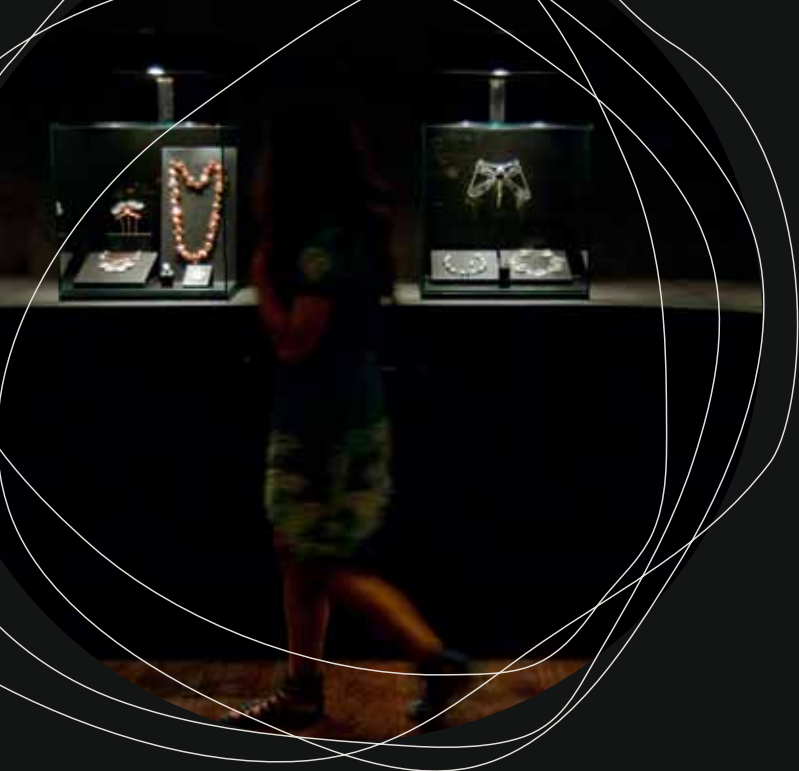
Ludoloa
Rúa García Caamaño, 13
36600 Vilagarcía de Arousa
Tel.: +34 686820939

Artesanía Galega - Casa Baulo
Caleiros, 66 A
36629 Vilanova de Arousa
Tel.: +34 986554433

OTHERS / OTROS

Doce Meigas S.C.
Calle Hermosilla, 132
28028 Madrid
Tel.: +34 917267066

Celtameiga C.B.
Calle Velázquez, 10 B - Baixo
70002 Palma de Mallorca



FUNDACIÓN CENTRO GALEGO
DA ARTESANÍA E DO DESEÑO

ARTESANÍA  DE GALICIA

obradoiro de artesanía

www.obradoirodeartesaniam.com
www.artesaniadegalicia.org



XUNTA DE GALICIA