

Una historia que merecía ser contada

Fernando Franco publica "40 años da moda en Galicia", un libro que recorre los buques insignia e hitos del diseño gallego ▶ 150 personalidades arrojan la presentación en Vigo

MAR MATO
VIGO

Asegura el periodista Fernando Franco—insigne pluma de FARO DE VIGO— que su volumen "40 años da moda en Galicia" (Editorial Guiverny) es un libro sobre la moda que surgió en un país que ahora mismo lleva su diseño de ropa, calzado y complementos por el mundo de la mano de marcas punteras como Inditex, Bimba y Lola, Florentino, Roberto Verino, Purificación García, Adolfo Domínguez, Oky Coky, Selmark, Foque y Nanos, entre otras.

Añade Franco que se trata de una publicación con "un arsenal de voces" aportando opiniones e informaciones para entender un sector clave en la economía hoy pero con el despertar en los temerosos años 70 con las camisas de Regojo-Dalí y los irreverentes 80.

En definitiva, es "una historia que merecía ser contada", tal y como destacó él mismo en la presentación de la obra ayer en el Museo do Mar de la ciudad olívica. Allí, unas 150 personalidades del mundo social, cultural, de la moda, música y política abarrotaron el espacio para disfrutar de un cóctel con dj.

Eran corazones intergeneracionales entre los que pudimos ver a diseñadores insignes (fíjense en las fotos) pero también al músico Fon Román, Superpiñeiro, Antón Pulido, Bieito Ledo, Diana Nogueira, Mon Santiso, Manolo Romón, Luis Sirvent, Ángel Sánchez (codirector del Play Doc), el cronista de Vigo, Celerino de Blas; el escultor Silverio Rivas; el artista audiovisual Juanma Lodo; o la directora de cine, Xisela Franco, hija de Fernando Franco.

El relato del libro no se ha realizado desde el academicismo, sino a través de una crónica de un periodista que "vivió todo el proceso desde un puesto de combate", como redactor de FARO, pero también desde el área de comunicación de la diseñadora María Moreira o del aparato de la revista Galicia Moda.

En la presentación del libro, Franco recordó cómo Regojo—la marca de camisas que desde Re-



Pedro Regojo, Gene Cabaleiro, Fernando Franco, Marta Fernández, Belén Fortes, Florentino Cacheda, José Castro, María Moreira y Carlos López en la presentación ayer en Alcobre (I-d). // Marta G. Brea



El público abarrotó el salón de actos y después disfrutó de un cóctel. Franco, con su libro // Marta G. Brea



dondela conquistó al mundo fichando a Dalí— fue pionera en los años 70: "Hizo la primera publicidad de moda en televisión de España", lo que corroboró. Pedro Regojo, entre el público.

Franco recalcó que "no estaba hecho el relato del proceso de la moda" gallega por lo que dio gracias a la editora, Belén Fortes, y a la Xunta. A la primera, por haberle escogido para el proyecto; a la Administración gallega, por respaldarlo. De hecho, Marta Fernández Tapias, delegada de la Xunta en Vigo, par-

ticipó en la presentación. En ella, comentó: "Si Fernando contase todo lo que sabe haría otros dos libros más", para añadir que "ojalá pudiéramos vivir algo aquí en la ciudad" (Vigo) como lo experimentado en los 80, para finalmente recordar la figura de Luis Carballo, ya fallecido, diseñador del Pelegrín, la mítica mascota del Xacobeo 93, así como responsable de la revista "Galicia moda", todo un referente.

Compartiendo mesa con Franco y Tapias, se encontraba la editora, Belén Fortes, quien alabó la creati-

vidad, vitalidad y conocimientos de Franco al que resumió como "una persona de enorme talento".

También en la rueda de prensa participó David Cabaleiro, de la agencia de comunicación Pin Up e hijo del mítico diseñador Gene Cabaleiro, que también asistió.

David recordó cómo su padre contribuyó a la revolución de la moda en Galicia, aunque apostó más por el futuro que por anclarse en el pasado. "Lo mejor está por llegar", concluyó, lo que fue recibido por aplausos del público.

Una crónica coral de un país-moda

No esperen de "40 años de moda en Galicia" el típico libro tocho de historia de la creación de ropa y accesorios gallegos. Su autor, el periodista Fernando Franco, ha dejado su huella amena de testigo fiel de la eclosión de las marcas que comenzaron a situar a Galicia en la cartografía de este sector en los 80. Pero también ha contado con otras firmas para ofrecer una crónica coral y poliédrica de una época en la que eran "más modernos que nadie".

Así, encontramos textos del fotógrafo Víctor González, la periodista Amalia Gallego, el creativo David Cabaleiro o el músico Silverio Díaz, entre otros.

La elección—como arranque del relato en las páginas interiores— de una foto promocional de Zara con una modelo junto al Empire State Building es un mensaje claro de cómo en 40 años la moda gallega ha ido a la caza del mundo.

Para lograrlo, tuvo que despertar, proponerse ser "país-moda", una "idea quimérica", apunta Franco, en un territorio donde abundaban modistas, sastres y ropa sin marca.

El libro relata cómo se dio la vuelta a esa realidad gracias a un plan urdido por el publicista vigués Luis Carballo con el apoyo institucional de Xunta y Gobierno central que permitieron y animaron el nacimiento de multitud de empresas dedicadas a vestir mujeres, hombres y niños.

Eran años en los que María Moreira desfilaba en Cibeles y Gene Cabaleiro en la pasarela Gaudi en Barcelona; en la que los creadores gallegos se subían a desfiles en París.

Pero la obra se fija también en el milagro de Inditex, el nuevo pulso de Bimba y Lola y de una sociedad que creyó que sí podía.

LA VISIÓN DE LOS MAESTROS DISEÑADORES

JOSÉ CASTRO
Diseñador

"Hay que ser más arriesgados al vestir"

"La moda es una forma de atacar el pensamiento del momento", destaca el diseñador José Castro, quien resalta que el libro de Franco demuestra "lo maravillosos que somos" en Galicia en moda. No obstante, lanza un mensaje a los consumidores: "Hay que ser más arriesgados al vestir. Se acaba siendo neutro; hay que cambiar".

MARÍA MOREIRA
Diseñadora

"Las administraciones deberían apoyar más"

María Moreira, mujer pionera de la moda en Galicia, señala que "hay gente con mucho talento pero en estos tiempos el proceso de asentar una marca es más lento". Añade que "las administraciones deberían apoyar más" a quienes están comenzando con el fin de que se creen y fortalezcan nuevas firmas de moda.

FLORENTINO CACHEIRA
Diseñador de Florentino

"Hoy no es fácil dedicarse a la moda"

Florentino Cacheda opina que el éxito de la moda gallega de los 80 radicó principalmente: en el marketing e imagen del creador Luis Carballo y la receptividad de la Xunta. "Fue un momento excepcional que hoy sería más difícil hacerlo; nos costaría mucho más", defiende. "Hoy no es fácil dedicarse a la moda", concluye.

GENE CABALEIRO
Diseñador

"Hay problema de dinero y sentido común"

"Hoy hay un problema de dinero y de sentido común. Todos los chavales compran lo mismo y no saben distinguir, ponen ropa de verano en invierno y no lo saben porque no conocen ni se fijan en los tejidos", reflexiona Gene Cabaleiro, quien recuerda también a Luis Carballo como el gran impulsor de la marca moda de Galicia.

CARLOS LÓPEZ
Diseñador de Foque

"En los 80, era más fácil que ahora"

El diseñador y propietario de la marca Foque, Carlos López, está convencido de que "en los 80, era más fácil que ahora" poner en marcha un negocio de moda en Galicia. A su juicio, en estos momentos, hay más competitividad pero sobre todo lo que más pesa en contra es que "por desgracia, lo único que importa aquí es el precio barato".