



A burro regalado no le mires los dientes! Eso acostumbra a decir aún en nuestros pueblos de Castilla y León ¿Regalado? La acuarela, aun siendo creación del afamado artista Miquel Barceló para el Octavo Centenario de la Universidad de Salamanca, es de un caduco y manido estilo ochentista. Los colores azul y naranja, «claramente» institucionales de la Usal, están salpicados con excesos estéticos 'Parque Güell', aires mironianos o mariscaleños. Claro que hay gustos para todos y todo. Personalmente ese marca no me parece acertada. Sin embargo, al rector de nuestra universidad si le encanta («lo disfrutaremos todos los que sientan la institución como propia»). El caso es que el rector no pertenece a las áreas de Arte, de Pintura y Diseño, Bellas Artes, tan propias de la universidad salmantina como otras. Centran la imagen del logo del artista mallorquín, bestias, dragones, monstruos y serpientes, pero no simbolizan todo el rico patrimonio artístico y el repertorio iconográfico de la universidad como estudio académico, fundado allá por 1218. Sin duda, como apunte de una acuarela donada para la conmemoración del evento será memorable, un 'Barceló' (!), pero no por representar las esencias de la universidad de Salamanca. Pero, ¿estará de acuerdo el creador con el remate final de la marca, con más de tres colores y casi cuatro tipologías? Aunque creo que la parte inferior del lo-



gotipo no lo ha realizado Barceló, me desagrada la combinación de tal popurri de cosas metidas con calzador. Una marca ha de ser sencilla, clara y limpia. Todo lo contrario en este caso. Además, vemos muy difícil, casi imposible, el desarrollo de sus aplicaciones en los diferentes soportes.

Incluso, la acuarela, vista como representación de los 800 años de la universidad salmantina, parece la simple esquematización del icono del bicho malo del film 'Monstruos S.A.', de Pixar, o del virus -tiñoso- de la serie televisiva 'La Vida es así'; o también, la de un caballito de mar. Eso sí, todos ellos escupiendo grandes llamaradas de fuego. O sea, para expertos y profesionales semeja el diseño del Averno (el logotipo de Satanás), y no algo propio de una institución pionera de estudios superiores, con referencia relevante del Español y demás Academias.

Convertir la creación, la acuarela, de Miquel Barceló en «marca institucional» de la Universidad de Sala-

manca para la celebración del VIII Centenario es un error. Primero, porque Usal no es cien por cien marca registrada propiedad de la universidad salmantina. Segundo, porque este desfasado logo está más visto y manido que «el hilo negro». Y tercero, porque el bestiario, la mitología antigua y su simbolización, que aparecen en fachadas y muros, son muchos más, muy cambiantes y difíciles de descifrar. Las evocaciones sobre serpientes, dragones y bichos están más cerca de la significación de lo demoníaco y del fuego devorador -del pecado, del temor o pavor, de la lucha fratricida, del reino del Infierno- que de la vida, la sabiduría y la renovación. Hay más elementos iconográficos de objetos, personajes, animales, mitos -los referentes al mito imperial de Carlos V y a los dioses del Olimpo-, que los que algunos catedráticos -no de Arte precisamente- insinúan. Por ejemplo, no sabemos dónde está la fuente de inspiración del sello oficial, que expresa el dinamismo de la vocación

de universalidad y búsqueda del conocimiento a través de los siglos. Con ello, con sus comentarios facilonos y simples de las tradiciones míticas, con sus interpretaciones pomposas y presuntuosas sobre los trazos cromáticos de los «incunables» salmantinos, algunos muestran ignorancia y quizá hubiera sido mejor callar. Ya nos lo advertía en 1531 en la dedicación de su libro 'De Emblemas' el humanista italiano Andrés Alciato: «Cum tacet, haud quicquam differt sapientibus amens Stulticiae est index lingua- que voxque suae...». Visionamos el 'making of' que inspiró a Barceló y escuchamos sus motivaciones, apreciando el esfuerzo creativo realizado en sus múltiples bocetos, hasta que el monte parió un ridículo ratoncillo, como ya relataran Fedro, Horacio y Samaniego en sus fábulas.

Pero regalada o no, esta creación -este gracioso divertimento- que lleva la firma de Barceló, ilustrará todos los carteles, diseños, promociones, acciones, eventos, etc. de las entidades colaboradoras, patrocinios, del Octavo Centenario. Reclamarán gabelas particulares a sus intereses económicos por sufragar actividades de la efeméride universitaria. Y ahí está, nos imaginamos, la rentabilidad del diseño del artista, al aparecer en todos estos sitios, empresas y actos. Bienvenido sea el «regalo envenenado parisino», si es que lo es... Lo sabrá mejor la consultora internacional con la que colabo-

ra Miquel Barceló. En los últimos treinta años otros artistas diseñadores, como Alberto Corazón y Marcello Llorente, también desarrollaron proyectos muy interesantes sobre el logotipo Usal que no vieron la luz final de la publicidad, pero sí fueron remunerados económicamente.

Y como complemento al sello del artista, abajo como copy, aparece una adaptación de la clásica leyenda de Fray Luis de León: «...Decíamos ayer. Diremos mañana...» Pero, qué es lo que decíamos ayer y qué es lo que diremos mañana. Dejémoslos a un lado la crítica del continente -la marca sello de Barceló- y empequemos a desarrollar lo importante, el contenido del Octavo Centenario.

Según la Comisión Interministerial se impulsarán cinco grandes planes. Se habla, se promete, se propone, como otras tantas veces, haciendo conjeturas, con poca practicidad y precisión.

En términos posibilistas, la vicepresidenta primera del Gobierno, Soraya Sáenz de Santamaría, afirmó: «Será un proyecto de Estado». Quizás venga, tras las Navidades, otro Gobierno distinto del PP, y diga y promueva otras cosas distintas para esta efeméride.

El caso es que, lamentablemente, aún no se ha resuelto un plan concreto de la financiación del evento, tan importante ¿Será con las lanzaderas financieras, de las que tanto habla, y con gusto, el presidente Herrera, las que desplegarán los fatuos del Octavo Centenario?