

El azulejo sevillano busca nuevas fórmulas para su industria y comercialización

Declarado desierto el primer premio del Concurso de Diseños

Sevilla. Inmaculada Navarrete

Entre las más genuinas señas de identidad de la Sevilla artística y primorosa, artesanal y tímidamente industrial, sobrevive hoy (día de las efímeras vanguardias post-modernas) la producción y el deleite de la cerámica trianera. Y de ella, como ella, el azulejo vidriado: sus reflejos de cobre, sus colores, brillando siempre con luz propia. Epidermis delicada y romántica de la Exposición del 29, el azulejo tradicional sevillano intenta ahora insertarse en los tiempos que corren. Para ello busca nuevos diseños, sin perder el genuino arte de la tierra, que puedan convertirlo en floreciente industria. Volver a ser «útil» en el mercado arquitectónico, exportar buen gusto y seguir acaparando el interés de los jóvenes diseñadores es el reto.

Hoy se ha clausurado la exposición de los trabajos presentados al I Concurso de Diseños de Azulejos de Triana. Empresarios, arquitectos y jóvenes artistas son los pioneros en esta voluntad de abrirle horizontes creativos e industriales al azulejo sevillano, hoy presente en colecciones particulares, pero no tanto en los muros de las nuevas edificaciones.

NUEVOS DISEÑOS

Veintinueve diseños se han presentado al concurso. La participación, por el número de trabajos expuestos, es calificada de buena por los organizadores. Pero en el aspecto artístico y funcional no echan las campanas al vuelo. Rafael Lucas, coordinador de las actividades culturales del Colegio de Arquitectos, una de las entidades organizadoras, dice que el nivel «ha sido regular. No tanto porque los participantes sean estudiantes, sino porque los diseños no se han adecuados al sistema de fabricación del azulejo trianero. Ha habido desconocimiento de la técnica y los proyectos eran irrealizables industrialmente». Es fácil deducir por las palabras de Rafael Lucas que el primer premio, dotado con 50.000 pesetas, haya quedado desierto, no así el segundo, que correspondió a Ana María Longobardo. En más de la mitad de los trabajos presentados los diseños han estado muy vinculados a la tradición sevillana; cinco o seis de estos trabajos han sido diseños completamente modernos. Nunca se había convocado en Sevilla un concurso de diseños de estas características y se piensa repetir. Las

entidades organizadoras, además del Colegio de Arquitectos, la firma comercial Mensaque, Rodríguez y Cía. y la agrupación Amigos de la Cerámica de Triana, tienen la intención de continuar la iniciativa culminada este año.

A pesar de que la participación haya sido buena, los alumnos de la Facultad de Bellas Artes de Sevilla no parecen tener mucho interés por el diseño de azulejos. Así opina Alfonso Pleguezuelo profesor de dicha Facultad y miembro de la recién creada agrupación de Amigos de la Cerámica de Triana. «Hay poco interés entre los alumnos —manifiesta—. Están desvinculados del mundo artesanal y también de las exposiciones. Los jóvenes artistas siguen prefiriendo la pintura y el lienzo». Quizás por ello

Esperando la Exposición de 1992

Mientras la tradición del azulejo intenta abrirse paso entre los recios muros del mercado español e internacional, en Sevilla, tímidamente, comienza a resurgir un cierto interés artístico por él. «Desde la Expo del 29 —opina el profesor Pleguezuelo— no se ha hecho nada. Después de ella hubo un choque con la arquitectura de vanguardia y cayó en desuso. Ahora se aprecia un cierto resurgimiento, como todo lo local, aunque el azulejo tiene más aplicación de la que se da. Si no hay arquitectos que lo demanden se quedará en objeto decorativo, sin salida industrial». Pleguezuelo considera que el conjunto más completo de azulejos sevillanos es el

Pleguezuelo, gran conocedor de la cerámica sevillana, vea el azulejo de hoy «en período de cierta decadencia. Primero porque se desconocen las raíces históricas de la cerámica sevillana, aunque a partir del siglo XIX empieza a conocerse el mito como un tipismo romántico de Triana». Alfonso Pleguezuelo considera que «el revestimiento de muros vitrificados cumple una función en la arquitectura. En una ciudad como Sevilla es elemento perfecto contra la humedad. Se trata de concienciar a los arquitectos y que los artistas compaginen y sepan actualizar los diseños, investigando desde la estética». La industria espera, con los hornos calientes, la creatividad funcional que permita comercializar el viejo arte de Triana.

Sevilla. I. N.

de la Casa de Pilatos y espera que el azulejo se incorpore al comercio de arte. «Pero no se puede mantener una industria con el mercado de las colecciones». El alto precio del azulejo —puede alcanzar las ocho o nueve mil pesetas el metro lineal y las doce o trece mil ya instalado— es uno de los «hándicap» para el consumo de este producto, aunque no es más caro que un revestimiento de mármol. Artistas y empresarios esperan que la Exposición del 92 sea el tónico que revitalice esta industria. Pero no opinan así los arquitectos, quienes piensan que la Expo del 92 estará más sometida a la línea arquitectónica internacional que a la tradición sevillana.

Los Emiratos Arabes y los Estados Unidos, nuevos mercados

Sevilla. I. N.

En 1599 —lo cuenta Morales Padrón— un viajero que recaló en Triana quedó impresionado por las cincuenta tiendas de cerámicas del barrio. De aquella artesanía, que exportaba a América y otras partes del mundo, hoy sigue la tradición, no exenta de tecnología, la fábrica Mensaque Rodríguez y Cía. Según el profesor Alfonso Pleguezuelo es esta una de las pocas firmas que hoy se ocupan del diseño. No en vano es centenaria, posee más de quinientos dibujos distintos y produce al día tres mil azulejos de los dos tipos: lisos y de relieve. Da trabajo a ochenta y cinco personas; de ellas, setenta y tres laboran directamente en el azulejo. Todos se decoran a mano. Las mujeres, que por tradición pintan los de relieve, dan color a treinta y cinco azulejos en ocho horas. Julián Moreno Ortiz es el director técnico de la fábrica. Para él, lo que encarece el azulejo es la mano de obra y el transporte de la arcilla, parte de la cual viene de Calera de León (Badajoz). Dice que no ha cambiado mucho la fabricación del azulejo (para algunas labores se utiliza todavía el horno árabe), pero que hay que adaptarse a las técnicas modernas, buscar nuevos diseños para nuevos mercados. «Nuestra industria —manifiesta— es muy concreta. El azulejo sevillano gusta pero de Madrid hacia arriba exigen grandes cambios. El mercado interior es difícil. Tenemos muchos pedidos pero también muchas devoluciones». Por ello la industria mira al exterior con ojos esperanzados: «Exportamos —continúa Julián Moreno— principalmente a Estados Unidos y los Emiratos Arabes. El sesenta por ciento de nuestra producción va al exterior». Allí, en la fábrica de Mensaque, se prepara ahora un pedido de Dubai: un lote de azulejos con revestimiento de alto relieve con oro de doce kilates, según diseño de los árabes, aunque la firma cuenta con tres diseñadores. También Mensaque tiene una exclusiva mundial: la fabricación de la cerámica con reflejo metálico de cobre, que se sigue haciendo por el procedimiento árabe. Este arte fabril bien merece el lujo de un procedimiento artesanal.