Roberto Verino, o Señor dos Sentidos

Roberto Verino, el Señor de los Sentidos

Clara González

"Emocionar e seducir os sentidos" é, en palabras do propio Roberto Verino, o seu oficio. Vinte e cinco anos de traballo avalan esta frase que, firmada por outro, quedaría en mero lema para unha tempada. Se algo logrou Roberto Verino é que o seu nome sexa garantía de calidade e bo gusto capaz de desafiar o paso do tempo. Esta particular visión da moda conquistou unha lexión de fieis que o seguen nas súas singraduras por terreos tan diversos e arriscados como o viño ou a decoración de interiores. Que os sentidos sexan só cinco, non lle impediu a

"Emocionar y seducir los sentidos" es, en palabras del propio Roberto Verino, su oficio. Veinticinco años de trabajo avalan esta frase que, firmada por otro, se habría quedado en mero eslogan para una temporada. Y es que si algo ha logrado Roberto Verino es que su nombre sea garantía de calidad y buen gusto capaz de desafiar el paso del tiempo. Esta particular visión de la moda ha conquistado una legión de fieles que lo siguen en sus singladuras por terrenos tan diversos y arriesgados como el vino o la decoración de interiores. Que los sentidos sean sólo cinco, no le

entrevista

este traballador incansable imaxinar mil formas de conquistalos.

Desde moi mozo, revélanse neste creador ourensán dous trazos en aparencia contraditorios que hoxe completan a súa particular fórmula do éxito: o seu sentido realista da vida e a súa paixón á hora de perseguir os soños. O primeiro explica a súa idea de dedicarse á peritaxe mercantil en Ourense; o segundo, xustifica a súa marcha a París para estudar Belas Artes. Ambos ´lévano a identificarse con Picasso cando dicía que "a inspiración é moi importante... pero é necesario que cando chegue te atope traballando".

Nun desfile en 1995. | En un desfile en 1995.

A París chegou en 1962, con 17 anos, pero lonxe do resplandor que o título de Cidade da Luz presaxiaba, a súa primeira imaxe, e probablemente a que máis o conmoveu na súa vida, sexa a que presenciou na estación de Austerlich: "unha fileira de galegos con maletiñas de cartón atadas e unha etiqueta cun número, cheos de tristeza e de preocupación".

Aquel "luxo" de estudiar en París costeouno traballando para a empresa familiar dos Lamsberg, dedicada á moda, onde empezou na ilustración de modelos de roupa feminina. Aquilo apaixonouno de tal xeito que pronto se lle ocorreu a idea de trasladalo á súa terra, "e se conseguía que 100 persoas non tiveran que emigrar, faría algo importante". Convenceu ao seu patrón de producir os deseños para o mercado español desde Galicia e aforrarse os aranceis. En 1967 regresou a Verín para por en marcha a empresa co apoio unánime da súa familia. A aventura non foi doada: "No val de Monterrei non había nin experiencia, nin cultura empresarial, nin persoas preparadas para usar a maquinaria". Poréu, emociónase cando recorda a resposta da xente: "As mulleres estaban tan dispostas a aprender e dar a talla, que todas acababan os cursos de formación e nunca tivemos que rexeitar a ninguén".

Empezaron con seis persoas no taller e cada ano incorporaron nova xente ata chegar ao centenar. Alí reproduciron os patróns da marca Billy Bonny durante 15 anos. Co seu característico olfacto para detectar as necesidades do mercado, propuxo "remozar" a colección para chegar á nova muller de finais dos 70, que contaba con máis recursos económicos e era, polo tanto, máis independente e esixente. Pero a empresa non estaba interesada nese novo mercado. "Iso fíxome crer que xa estaba maduro e capacitado para

ha impedido a este trabajador incansable imaginar mil formas de conquistarlos.

Desde muy joven, se revelan en este creador ourensano dos rasgos en apariencia contradictorios que hoy completan su particular fórmula del éxito: su sentido realista de la vida y su pasión a la hora de perseguir los sueños. El primero explica su idea de dedicarse al peritaje mercantil en Ourense; el segundo, justifica su marcha a París para estudiar Bellas Artes. Ambos le llevan a identificarse con Picasso cuando decía que "la inspiración es muy importante... pero es necesario que cuando llegue te encuentre trabajando".

Nun desfile en 1996. | En un desfile en 1996.

A París llegó en 1962, con 17 años, pero lejos del resplandor que el título de Ciudad de la Luz presagiaba, su primera imagen, y probablemente la que más lo ha conmovido en su vida, sea la que presenció en la estación de Austerlich: "una fila de gallegos con maletitas de cartón atadas y una etiqueta con un número, llenos de tristeza y de preocupación".

Aquel "lujo" de estudiar en París lo costeó trabajando para la empresa familiar de los Lamsberg, dedicada a la moda, donde empezó en la ilustración de modelos de ropa femenina. Aquello lo apasionó de tal modo que pronto se le ocurrió la idea de trasladarlo a su tierra, "y si conseguía que 100 personas no tuvieran que emigrar, haría algo importante". Convenció a su patrón de producir los diseños para el mercado español desde Galicia y ahorrarse los aranceles. En 1967 regresó a Verín para poner en marcha la empresa con el apoyo unánime de su familia. La aventura no fue fácil: "En el valle de Monterrei no había ni experiencia, ni cultura empresarial, ni personas preparadas para usar la maquinaria". Sin embargo, se emociona cuando recuerda la respuesta de la gente: "Las mujeres estaban tan dispuestas a aprender y dar la talla, que todas acababan los cursos de formación y nunca tuvimos que rechazar a nadie".

Empezaron con seis personas en el taller y cada año incorporaron nueva gente hasta llegar al centenar. Allí reprodujeron los patrones de la marca Billy Bonny durante 15 años. Con su característico olfato para detectar las necesidades del mercado, propuso "rejuvenecer" la colección para llegar a la nueva mujer de finales de los 70, que contaba con más recursos económicos y era, por tanto, más independiente y exigente. Pero la empresa no estaba interesada en ese nuevo mercado. "Eso me hizo creer que ya estaba maduro

cortar o cordón umbilical e facer o que realmente me emocionaba e motivaba".

En 1982, crea a primeira colección de *prêt-a-porter* feminina co nome Roberto Verino. Desde entón 50 coleccións consecutivas, desfiles en Pasarela Cibeles –onde obtivo o galardón á Mellor Colección Primavera-Verán 95 (1994)– e diversos premios balizan unha traxectoria caracterizada pola súa constante busca de novos retos.

Nestes 25 anos de creación mantívose fiel á súa particular visión da moda. "A moda ten dúas vertentes. Unha que intenta impoñer costumes novos e efémeros e xerar no consumidor unha continua insatisfacción, creando fashion victims, e outra, que é coa que eu me identifico, que busca que o consumidor se saque partido, sexa feliz e se acepte tal como é, con pezas de calidade e estilo intemporal".

Alcanzado o recoñecemento no terreo da moda lanzouse á conquista de novos mundos. Hoxe o universo Verino abarca reloxos, fragrancias, gafas e outros complementos. Desde fóra un podería pensar que está fronte a un conquistador implacable entregado a estender o seu imperio, pero el rexeita esa imaxe e vese máis como "un Quijote, un romántico". "Fixen o contrario do que ensinarían nunha escola de negocios: deixar París para asaltar a moda desde Verín. Fíxeno porque me ilusionaba evitar a emigración e crear orgullo de país".

O seu apelido artístico é toda unha homenaxe ás súas orixes e unha declaración de principios. "Quizá por ser dunha terra de fronteiras, sempre me preguntei por que os portugueses estaban tan orgullosos de ser portugueses e nós non o estabamos nin de ser españois, nin de ser galegos".

E é que son dúas as debilidades deste galego universal: unha, a súa terra, e outra, os retos. E ambas deron lugar a aventuras como a do seu viño "Terra do Gargalo" (DO de Monterrei), da que se sente especialmente orgulloso por "ter defendido a calidade dun viño que estaba totalmente desprestixiado". E o resultado así o confirma. Cando iniciou esta aventura, hai case 10 anos, había 3 bodegas en

Nun desfile en 1998. | En un desfile en 1998.

"Fixen o contrario do que ensinarían nunha escola de negocios: deixar París para asaltar a moda desde Verín. Fíxeno porque me ilusionaba evitar a emigración e crear orgullo de país"

Nun desfile en 2004. | En un desfile en 2004.

y capacitado para cortar el cordón umbilical y hacer lo que realmente me emocionaba y motivaba".

En 1982, crea la primera colección de *prêt-a-porter* femenina con el nombre Roberto Verino. Desde entonces 50 colecciones consecutivas, desfiles en Pasarela Cibeles –donde obtuvo el galardón a la Mejor Colección Primavera-Verano 95 (1994)– y diversos premios jalonan una trayectoria caracterizada por su constante búsqueda de nuevos retos.

En estos 25 años de creación se ha mantenido fiel a su particular visión de la moda. "La moda tiene dos vertientes. Una que intenta imponer costumbres nuevas y efímeras y generar en el consumidor una continua insatisfacción, creando fashion victims, y otra, que es con la que yo me identifico, que busca que el consumidor se saque partido, sea feliz y se acepte tal como es, con prendas de calidad y estilo intemporal".

Alcanzado el reconocimiento en el terreno de la moda se ha lanzado a la conquista de nuevos mundos. Hoy el universo Verino abarca relojes, fragancias, gafas y otros complementos. Desde fuera uno podría pensar que está frente a un conquistador implacable entregado a extender su imperio, pero él rechaza esa imagen y se ve más como "un Quijote, un romántico". "Hice lo contrario de lo que enseñarían en una escuela de negocios: dejar París para asaltar la moda desde Verín. Lo hice porque me ilusionaba evitar la emigración y crear orgullo de país".

Su apellido artístico es todo un homenaje a sus orígenes y una declaración de principios. "Quizá por ser de una tierra de fronteras, siempre me he preguntado por qué los portugueses estaban tan orgullosos de ser portugueses y nosotros no lo estábamos ni de ser españoles, ni de ser gallegos".

Y es que son dos las debilidades de este gallego universal: una, su tierra, y otra, los retos. Y ambas han dado lugar a aventuras como la de su vino "Terra do Gargalo" (DO de Monterrei), de la que se siente especialmente orgulloso por "haber defendido la calidad de un vino que estaba totalmente desprestigiado". Y el resultado así lo confirma. Cuando inició esta aventura, hace casi 10 años, había 3 bodegas en

entrevista

Monterrei, hoxe son 24, e o seu viño goza dun gran recoñecemento.

Pero estes logros en campos tan dispares non sorprenden a alguén que considera o seu traballo "anticiparse ás necesidades do consumidor e ofrecerlle o mellor produto posible nas mellores condicións. En definitiva, ofrecer un estilo de vida, máis que o concepto dunha moda". E neste sentido a arquitectura revelaselle como a súa verdadeira vocación: "supón deseñar o espazo ideal para vivir, gozar e emocionarse, tamén de xerar país e de perdurar no tempo". Coa decoración de interiores, aventura na que se embarcou fai seis anos coa casa Saloni, satisfai en boa medida esta vocación que, moi probablemente, busque novos canais para desenvolverse.

O pasado mes de setembro o Museo del Traje en Madrid, inaugurou con grande éxito a primeira exposición monográfica sobre un deseñador: "Roberto Verino, 25 anos de moda". A mostra recolle unha selección de modelos –síntese das súas 50 coleccións–, de fotografías, desfiles en Cibeles e coleccións de *prêt-à-porter* de muller e de home, coa que se pretende dar a coñecer a súa traxectoria profesional dentro e fóra das nosas fronteiras.

En marzo, a exposición recalou en Nova York, no Carriage House Center for the Arts, sede da Fundación Gabarrón e, para sorpresa do propio Verino, resultou todo un éxito. "É unha cidade con tal oferta cultural que sabiamos que iso supoñía un risco, porén a resposta do público foi incrible". E entre ese público, caras coñecidas como Javier Bardem, Penélope Cruz e os Ketama, que non quixeron perder o acontecemento. A súa excelente acollida ábrelle a porta a un recoñecemento internacional, e xa puxo data e escollen lugar para o seu desembarco na capital do mundo, será en outono de 2009, na Semana da Moda de Nova York.

Por suposto, este Quixote do deseño seguirá buscando novas aventuras e imaxinando outras formas de emocionarnos e conquistarnos, ¡e que sexa por moitos anos! Porque acreditou sobradamente que sabe como facelo, non en van é o Señor dos Sentidos. G

No seu viñedo de Monterrei. | En su viñedo de Monterrei.

Monterrei, hoy son 24, y su vino goza de un gran reconocimiento.

Pero estos logros en campos tan dispares no sorprenden a alguien que considera su trabajo "anticiparse a las necesidades del consumidor y ofrecerle el mejor producto posible en las mejores condiciones. En definitiva, ofrecer un estilo de vida, más que el concepto de una moda". Y en este sentido la arquitectura se le revela como su verdadera vocación: "supone diseñar el espacio ideal para vivir, disfrutar y emocionarse, también de generar país y de perdurar en el tiempo". Con la decoración de interiores, aventura en la que se embarcó hace seis años con la casa Saloni, satisface en buena medida esta vocación que, muy probablemente, busque nuevos cauces para desarrollarse.

El pasado mes de septiembre el Museo del Traje en Madrid, inauguró con gran éxito la primera exposición monográfica sobre un diseñador: "Roberto Verino, 25 años de moda". La muestra recoge una selección de modelos, –síntesis de sus 50 colecciones–, de fotografías, desfiles en Cibeles y colecciones de *prêt-à-porter* de mujer y de hombre, con la que se pretende dar a conocer su trayectoria profesional dentro y fuera de nuestras fronteras.

En marzo, la exposición recaló en Nueva York, en el Carriage House Center for the Arts, sede de la Fundación Gabarrón y, para sorpresa del propio Verino, resultó todo un éxito. "Es una ciudad con tal oferta cultural que sabíamos que eso suponía un riesgo, sin embargo la respuesta del público fue increíble". Y entre ese público, caras conocidas como Javier Bardem, Penélope Cruz y los Ketama, que no quisieron perderse el acontecimiento. Su excelente acogida le abre la puerta a un reconocimiento internacional, y ya ha puesto fecha y escogido lugar para su desembarco en la capital del mundo, será en otoño de 2009, en la Semana de la Moda de Nueva York.

Por supuesto, este Quijote del diseño seguirá buscando nuevas aventuras e imaginando otras formas de emocionarnos y conquistarnos, ¡y que sea por muchos años! Porque ha acreditado sobradamente que sabe cómo hacerlo, no en vano es el Señor de los Sentidos. G