

A ilustración é unha imaxe que pensamos e construímos para acompañar un texto. Das moitas posibles, qué imaxe queremos e porqué. Eu traballo debuxando, recortando e pegando. Desde sempre, a colaxe é un medio no que me sinto cómodo e feliz, permitíndome, ademais, evolucionar libro a libro. Nestes tempos de marabillosa incerteza, sumidos en fondas e veloces transformacións que están a influír, dun xeito decisivo e concluínte, no futuro da nosa especie, e, polo tanto, deste planeta que ten a ben acollernos, un neno ten unha información visual a anos-luz da que tiveron as xeracións dos seus maiores. Descompoñer unha imaxe, e recortar e pegar unha colaxe é o xeito mais sinxelo de facelo, amósase como unha excelente e entretida solución para desenvolver o sentido crítico do neno perante as grandes cantidades de imaxes que vai a consumir o resto da súa vida. Os nenos aceptan moi ben este xogo conceptual, aínda mellor, as veces, que os mesmos adultos, que, menos flexibles e mergullados nunha doada inercia, adoitan proxectar, na propia lóxica da educación, os seus gustos e criterios sobre as decisións infantís. Por iso, é imprescindible que o neno, canto antes, poida crear antídotos, rachando con encadres e marcos mentais e posibilitando o seu acceso a diversos modos e niveis de expresión. Cantas mais opcións visuais teña, mellor. Porque toda descomposición da forma, tanto nunha soa imaxe, unha colaxe, por exemplo, como amosada nunha ampla e diversa oferta de representacións que suxiran as múltiples posibilidades, ven sempre a debuxar a equidistancia que toda imaxe mantén respecto da realidade, negando, na imperfección das súas costuras e límites, esa inmediata, e interesada, substitución simbólica do real que algunhas representacións procuran. Nese sentido, fuxir da tiranía da imaxe uniforme, estereotipada, banal ou *bonita*, é unha urxente necesidade, da que son máximos responsables os ilustradores, os editores, os pais e os mestres.

Hai tempo que sabemos que a forma principal de adaptación biolóxica da especie humana é a cultura, non a anatomía. ☐☐

A información non se refire tanto ao que se di como ao que se podería dicir, pois a información é a medida da nosa liberdade de opcións na selección dunha mensaxe. (...) A información basease en elementos de redundancia. A redundancia introduce orde e previsibilidade no discurso. Introducendo previsibilidade gañamos obviedade. O significado faise preciso, pero tamén aburrido, sen luminosidade. Poderíamos dicir que a comunicación mais cargada de información é aquela que menos segue as leis da redundancia. (...) Agora ben, indeterminación e ambigüidade non queren dicir desorde en estado puro, senón unha orde que non é o da redundancia habitual. (...) Un anaco de información, á fin de contribuír á información xeral da comunidade, debe dicir algo esencialmente distinto ao patrimonio de información dispoñible nesa comunidade (Umberto Eco).

Nun dos relatos que atopamos en

Ficciones

, Jorge Luis Borges describe unha civilización onde os libros son distintos aos nosos. Os de ficción abranguen un só argumento, con todas as permutacións imaxinables. Os de natureza filosófica conteñen, sempre, a tese e a antítese, os rigorosos pros e contras dunha doutrina. Un libro que non contén o seu contralibro é considerado incompleto.☐

Coido que, por enriba dos dereitos dos pais a educar aos seus fillos nun credo relixioso que adoita marcar, dun xeito irreversible, o seu futuro, está o dereito dos fillos a escoller, na adolescencia ou na vida adulta, nunha decisión madura e libre, entre as propostas ideolóxicas, relixiosas ou non, que desexen. O retórico argumento do suposto dereito dos pais, rexeitado

pola mesma Igrexa Católica nos tempos nos que o seu poder era oficial e absoluto, ven a ser unha rendible estratexia, a curto e longo prazo, que mantén a inercia confesional e permítelle utilizar a idea dunha maioría nominal para afianzar o abafante predominio do catolicismo. A distinción entre esa maioría nominal que define ao conxunto rexistrado de todos os cidadáns que, crentes ou non, foron bautizados na súa nenez, e unha maioría efectiva que só abrangue aqueles que, dun xeito regular e activo, seguen os rituais e apoian á súa confesión, é reprimida ou silenciada, dun xeito frecuente, pola xerarquía católica e os medios de comunicación.

Desconfiade dos que len un só libro (Giacomo Casanova).

En 1955, o actor británico Charles Laughton dirixiu á súa primeira e derradeira película, *A noite do cazador*

, que acadou un estrepitoso fracaso. Baseada na excelente novela homónima de Davis Grubb, publicada dous anos antes, foi recuperada, décadas despois, como película de culto. As súas exquisitas imaxes expresionistas en branco e negro conteñen, baixo unha atmosfera densa e angustiosa, unha fermosísima e rara mestura de perverso conto infantil, fábula aterradora, crítica á hipocrisía relixiosa, viaxe onírica e novela negra de suspense, onde asistimos á prolongada persecución de dous pequenos irmáns por parte dun falso predicador. Os nenos o soportan todo.

A moda infantil move, no conxunto do estado, 1.100 millóns de euros ao ano (Telexornal estatal, 3-7-2011).

Desde a infancia, enfrontámonos ao impulso dunha actitude gregaria que, disfrazada de opción persoal, responde a ese paradoxo publicitario polo que estimulas a túa individualidade cando mercas bens de produción masiva, xa sexa roupa, automóviles, xoguetes, bebidas, viaxes de turismo, películas ou hamburguesas.

Perante as tácticas promocionais e indutoras de consumo todos volvamos á infancia. Que veñen os Reis!

Pois esa idea emocional e primaria da vivencia subxectiva, ese conxunto desartellado de efémeros presentes, na súa imaxe mais leda e banalizada, ven a ser o fundamento dun agresivo discurso publicitario que tenta desenvolver un consenso acrítico e conformista, impondo, nunha inversión absurda da ecuación e mediante prácticas monopolistas e coactivas, o despregue da oferta sobre a submisión da demanda. Unha oferta que anticipa e dirixe os desexos e criterios do consumidor, xa sexa neno ou adulto, adiantándose á lenta procura e construción, por parte do suxeito, dunha cultura activa do ocio inspirada na racionalidade e a curiosidade, nas súas inquietudes e demandas reais, na invención, uso e goce do seu tempo libre.

Nalgúns países europeos, caso de Dinamarca, hai lexislacións que prohiben a publicidade dirixida aos nenos menores de doce anos. Penso que é unha regra xustificada, xa que non aceptamos que sexan suxeitos políticos nin teñan unha total responsabilidade social ata cumprir a maioría de idade.

Posdata. Lectores competentes e ben informados, coincidiron en sinalar un erro no meu texto de novembro, pois atribuíñ, sen nomealo, a Xosé María Caneda, ex presidente da Sociedade Deportiva Compostela, club de fútbol que tivo o seu momento de gloria na Primeira División, a invención da fermosa, sutil e evocadora palabra *ostentóreo*, cando o mérito corresponde ao extinto Jesús Gil y Gil. Teñen razón. Como ben sabedes, nas artes, como na

vida, sucédense gloriosos períodos e situacións de acougo, o que explica a memorable aparición, nos medios de comunicación daquela, de tres inesquecibles persoeiros, restos da estirpe dos grandes dinosauros, vitais creadores de novos e resplandecentes conceptos que, debido á unha elitista, torpe e miope idea da cultura, non pasaron á inmortalidade dos dicionarios. Outro galo cantaríase se o inventor asinase co nome de Paco Umbral, Manuel Vicent ou o noso Manolo Rivas. En todo caso, refírome ao propio Gil y Gil, ao mesmo Caneda, e á sempre infravalorada e xenial Sofía Mazagatos, autores, os tres, de luminosos achados formais e conceptuais, maravillosas e escintilantes voces que amosan, dun xeito claro e concluínte, un fondo coñecemento dos fundamentos de dadá, do surrealismo, o estruturalismo e outras vangardas históricas e lingüísticas. Tedes que perdoar, tamén, a miña falta de memoria, e de internet, que, neste intre, non me permite ofrecer outros didácticos exemplos. De todos os xeitos, coido que, a pouco que procuredes, atoparedes ducias de estimulantes achados que definiron unha época e cambiaron a nosa relación coa realidade.