



► 10 Marzo, 2019

MARÍA CARRO | PONFERRADA

■ Old Skull no es una cerveza cualquiera. Rompe el esquema convencional de las cervezas artesanas que se hacen dentro y fuera del Bierzo y ese carácter forjado a golpe de originalidad no deriva sólo del sabor de cada trago. El vestido del producto, el diseño de las etiquetas que ponen nombre a cada botellín es fundamental. Y de eso se encarga Pamela Coelho, que en los últimos cuatro años y medio ha creado la identidad de una veintena de cervezas diferentes sin seguir ninguna norma, pero ciniéndose siempre a la esencia de Old Skull.

La primera impresión es crucial y las etiquetas de esta marca de cerveza que se fabrica en Toreno son la mejor carta de presentación. Lo dicen todo de un producto que el público es capaz de identificar ipso facto. Ahí está el éxito del diseño. «Como dice mi hermano, no hay una segunda oportunidad para una primera impresión o, como diría yo, di todo lo que tengas que decir aquí y ahora», asegura la artista que, en el proceso creativo, siempre toma como referencia la cerveza. «Todo empieza con la cerveza. Hay que probar el producto que luego vas a vestir», explica. El nombre, el mes del año en el que sale a la venta, el sabor, el aroma, el color... Todos ellos son elementos tenidos en cuenta a la hora de ponerse a dibujar.

«Del mismo modo que trabajamos estilos de cerveza diferentes —principalmente ingleses— y no cervezas de colores, nuestras etiquetas no representan rubia, tostada y negra, sino lúpulos mutantes, ballenas vola-



Pamela Coelho durante el proceso creativo y algunos de los diseños de las cervezas Old Skull.

PAMELA COELHO/
ROBERTO PRIETO

Ediciones limitadas

Old Skull trabaja estilos ingleses de cerveza (pale ale, indian pale ale, porter y stout). Hasta 20 diferentes ha sacado al mercado. Cada una con un carácter, cada una con una etiqueta. Pero, además, ha realizado ediciones limitadas con motivo del aniversario de algunos establecimientos, como el Morticia de Ponferrada. «Nos ha permitido homenajear sus últimos cuatro cumpleaños con ediciones limitadas que se agotaron casi antes de salir a la venta», explica Pamela Coelho. La cervecería Scotland Yard (Virgen del Camino), el Chelsea y la Destilería de Ponferrada, el Chopper Bar de Donostia y el Plan B de León son otros que han apostado por sus diseños. Además, Old Skull ha realizado diseños especiales para eventos privados, como bodas, así como ferias y congresos.

El origen de los lúpulos mutantes

El etiquetado de la cerveza Old Skull ha abierto a Pamela Coelho un nuevo campo para la expresión plástica con diseños originales que enlazan con la ciencia ficción

doras, lúpulos alienígenas, moteros desatados, meigas de dos cabezas, japonesas, zombies de verano y calaveras, lobos aullantes y siniestras criaturas sacadas de la ciencia ficción y el imaginario popular», detalla Pamela Coelho, para quien lo importante es que ni contenido ni continente dejen a nadie indiferente.

Igual que ninguno de los nombres de cada Old Skull se deja al azar, el diseño de cada etiqueta o serie lleva meses de trabajo. Todas las imágenes e ilustraciones son originales y parten de técnicas clásicas, con lápices de colores, acuarela y rotulador. Al final, se mejoran digitalmente.

«La idea es que cada esbozo se desarrolle con libertad. Al principio, nos apetecía una imagen pin up y lo hicimos. Después, pasamos a relacionar la cerveza con la gente real que la consumía, con imágenes más descuidadas en ambientes reales. Y más tarde dimos protagonismo al entorno rural en el que se fabrica», detalla la artista. Siempre tratando de preservar la autenticidad propia de Old Skull. «Es significativo que, en ocasiones, la reacción del público haya sido no relacionar todas las etiquetas con un solo diseñador». La capacidad de transformación es parte de la esencia.

