



ALLI, EL BAJO COSTO, LA PRACTICIDAD Y LA ABUNDANCIA...

el sistema de la moda en España

Por
José Eduardo Mira

MIENTRAS en la Inglaterra de King's Road o Portobello el fenómeno moda es algo ya dado de antemano, que se puede producir barato para los grandes almacenes de Oxford Street y hasta se expende de segunda mano en los mercados de Kensington o Chelsea, el pobre ibero, preocupado por la longitud de su chaqueta o la anchura de sus pantalones, recurre a las «boutiques», santuarios del buen gusto conservado entre alcanfores y polivinilo, a precios totalmente inalcanzables a las amplias masas.

En el país del fetichismo de la gorra de plato, el hecho de que un joven de primero de Filosofía posea una zamarra de combate del Ejército norteamericano ha supuesto un complejo sistema de transacciones, en las que milagrosamente el objeto ha recuperado su primitivo valor de uso, desde Mira al Mar Alta hasta ese cuñado del contable de la oficina de mi hermano que trabaja en Torrejón. El que esas prendas caractericen a un cierto sector de la juventud inglesa o francesa las hace más deseables a su homólogo celtibero, quien a menudo olvida que en aquellos países su uso se debe al bajo costo y practicidad, así como a la abundancia que de ellas hay en los extendidos «stocks» americanos, y que bajo estas premisas las hace suyas una sociedad bastante lejana a la de esta tierra de anchos caminos y cielo azul, donde los niños de la Beneficencia marcan el paso al redoble del tambor, a ritmo de verso de un Marquina que aún man-

tiene en alto el pendón morado de Castilla.

El pelo esculpido a navaja, «arregladito», el traje gris, «como Dios manda», empiezan a tambalearse en su pedestal de privilegio como única forma de vestido aceptada por el agudo sentido del ridículo del recio ibero portador de valores eternos. Pocos escasos estéticos permitan los magros años de nuestra posguerra, tan sólo el veraniego mambo, de resonancias indianas, de pachanga y hombre macho a lo Machín, o alguna camisola de «tebeo» con que distrajeran los niños la tortilla de patatas. Humor sano, lejos de la negra realidad del tasajo de pan y tomate y los cupones del petróleo.

EUROPA, PERO MENOS

El paso, aún con ursulinos reparos, de ciertos sectores de nuestro país a una Europa entrecomillada, ha dado una dimensión estética indudable a la parda España del tipo nacional y la vieja camisa del padre que estuvo en Brunete. Una porción relativamente numerosa de españoles está preparada, al menos «in mente», para el uso de una indumentaria de formas y colores antes beneficio exclusivo de excéntricos apocalípticos y para renovaría según las exigencias de la televisiva rubia. A medida que pasa el tiempo, su ropero está más lleno y su cartera más vacía. A este español, a caballo entre el Pelargón y los complejos polivitamínicos, sólo queda esperar que la moda se convierta en algo tan «didcult» como

los clubs del libro mensual y haya un auténtico revival, a nivel de élite, del refajo y la boina.

El mercado de consumo español, que ha aumentado en proporciones considerables por lo que a televisores respecta, es aún algo reactivo a los dictámenes sobre cómo tiene que ser su tabardo, de una Europa estafalaria y masónica. Cuantitativamente, según un estudio de Banesto de 1968, mientras que un cincuenta y cuatro por ciento de las mujeres españolas adquiere un vestido anualmente, sólo un 38,2 por 100 de los hombres estrena traje, que además es más problemático de confeccionar, de mesa-camilla y flexo, con retales estampados de las rebajas de enero. La edad y el nivel social tienen una importancia decisiva en el consumo de indumentaria, que es mayor en las familias cuyo cabeza, el eterno patriarca español, oscila de treinta y cinco a cincuenta y cinco años, triplicándose como mínimo en las clases sociales altas con respecto a las bajas. A pesar de la mayor potencialidad de los grupos más jóvenes, éstos tienen un poder adquisitivo menor en nuestro sistema paterno-familiar regresivo con control filial a todos los niveles. Madrid y las comarcas periféricas (Barcelona y Valencia, especialmente) dan los mayores índices de consumo en artículos de indumento, además de Canarias en lo que respecta a camisas y vestidos de señora, cuyo origen sería imposible de rastrear.

El proceso dialéctico de la moda es irreversible a corto pla-

zo: el que un joven con ribetes de dandy decadentista desentierre en una vieja cómoda los borceguies de su abuelo o los «Chants de Bilitis» de Pierre Lúys, no implica que usara la camisa que llevaba «todo quisque» en Alicante hace dos veranos, o que se haga lector asiduo del Reader's Digest. El diseño industrial y la moda están empezando a surgir en nuestro mundo como comodidades necesarias, del mismo modo que sucedió con las cocinas semiautomáticas o las neveras para la mujer actual integrada en la compleja dinámica del pluriempleo. Estas necesidades que se crean en la moderna sociedad no son consideradas como tales necesidades sociales y se abandonan a la iniciativa privada; ésta utiliza la moda para su proceso expansionista constante y, con ese objeto, la fuerza en nosotros por todos los medios de presión a su alcance.

La satisfacción de unas necesidades estéticas, previamente creadas en el consumidor por el productor de bienes, reporta a éste grandes beneficios cuando se hace de una forma escalonada, progresiva y racional. No sucede exactamente lo mismo en nuestro país, donde la moda, con la caducidad que se concibe hoy, fenómeno propio de sociedades avanzadas, no responde a una industria básica sólida. Esto se hace notar de forma muy especial en los productos manufacturados que se destinan a la exportación, ya que el fabricante se ve obligado a adaptarlos a las necesidades formales del mercado exterior.



AQUI, EL ATUENDO DE UNA «EUROPA ENTRECORNILLADA»...

El proceso inflacionista constante de nuestra economía, sumado a la necesidad de renovación que tiene el consumidor de moda, nos dará unos resultados nefastos para la atomizada pequeña y mediana empresa española, con capital insuficiente, alijada de los Bancos nacionales y los trusts internacionales. El utillaje industrial ha tenido que ser modernizado: la moda requiere nuevos patrones, nuevas hormas que pasan de moda de una temporada a otra. El pequeño industrial que ha invertido en la modernización de su empresa ve cómo los costos van subiendo de forma alarmante y cada vez se hace más difícil amortizar la póliza que se solicitó contando con que la exportación seguiría siendo tan rentable como la de aquel año en que lo español estaba barato. Sus productos son cada vez menos competitivos y, a mayor abundamiento, le es difícil conseguir materias primas en calidad, cantidad y precio asequible (tomando como ejemplo las industrias de mantas, juguetería y calzado, exportaciones características del país valenciano, el fabricante no puede obtener regularmente regenerados de fibra de importación, fieltro al precio del italiano o pieles de la calidad de las portuguesas).

INDUSTRIA FRACCIONADA

Si a nivel de gran empresa existe en nuestro país una falta casi absoluta de concentración técnica y productiva, a pesar de las leyes dictadas al efecto, el problema es aún más agudo en la

pequeña y mediana industria, donde el fraccionamiento llega a extremos casi de gremialismo medieval. El hecho de que, en localidades como Elda o Elche existan más de 200 fábricas de calzado, implica que existe un número cuanto menos igual de «guerrilleros», sucesores del inefable remendón de mandil de cuero metido a especulador. En pueblos como Bocalrente y Onteniente, junto a empresas «grandes» (250-300 obreros) cohabitan otras muchas que, trabajando día y noche sus quince o veinte telares, dos perchas de cardaje y un pequeño almacén, no suman más de cuarenta obreros. Estas industrias son incapaces de servir pedidos de volumen que, sin embargo, a menudo son aceptados, y la mala condición en que llegan los productos (especialmente en lo referente a calzado) ha sido un factor determinante de la pésima fama que goza en el extranjero buena parte de los fabricantes españoles.

Las industrias sometidas a las exigencias de la moda son precisamente las más afectadas por el fraccionamiento (de las 6.500 de artículos confeccionados del vestir, 3.700, o sea, un 56 por ciento del total, tienen menos de cinco obreros —al menos declarados—. En lo que respecta a calzado y artículos de piel, la relación es de 3.900, entre 6.622; por tanto, un 59 por ciento del total). El escaso volumen de capital invertido en estas industrias por individuo origina un bajo índice de productividad (así, el valor añadido por individuo es de 66.200 pesetas, mientras que en las indus-

trias fabriles es de 91.200). Se da, además, la circunstancia de que las manufacturas de artículos de vestir y calzado están localizadas principalmente en la periferia (Cataluña, Valencia, Vizcaya más la cuenca del Ebro) y en particular en Cataluña y el País Valenciano, con los cinco primeros puestos en producción (por este orden: Barcelona, 47,7 por ciento de la producción, 20,6 por ciento de los establecimientos y 41,2 por ciento del nivel de empleo. Le siguen a distancia: Valencia, 7,02 por ciento de la producción, 9,1 por ciento de los establecimientos y 8 por ciento del empleo; Alicante, 6 por ciento, 6,5 por ciento, 6,8 por ciento; Gerona, 5 por ciento, 2,3 por ciento, 4,3 por ciento; Castellón, 2,3 por ciento, 1,7 por ciento, 2,4 por ciento). Estas regiones, con una pequeña burguesía y un proletariado desclasado tradicionalmente más abundante y de gran arraigo, serán indudablemente las más afectadas por los vaivenes de la moda y falta de racionalización productiva (1).

El «boom» experimentado por las «ciudades-frontera» en los últimos años ha originado unas formas de vida totalmente ficticias en las nuevas burguesías surgidas de la avenida de dinero fácil. Grandes masas de proletariado inmigrante van a cubrir las constantes demandas de la industria, con los consiguientes problemas

de habitabilidad en pueblos infraestructuralmente mal preparados. Otro efecto es la monoproducción del objeto rentable, lo cual trae aparejado un abandono de la agricultura y el peligro de un descalabro económico total si falla la venta del producto. En frase de un fabricante de Elda, «no habría arboles suficientes...».

¿COMO COMPETIR?

Mientras que la gran empresa (barcos, siderurgia) goza de amplio crédito estatal, a la pequeña y mediana, tomando como ejemplo las citadas, le es difícil producir barato, a pesar de las desgravaciones fiscales para exportación, al no poder acceder a él, incapaces de una cooperativización que parece impedir un individualismo a ultranza de sobrevaloración de la propiedad privada, fenómeno muy extendido, por tradición y reacción, en Cataluña y el País Valenciano. A estas empresas les es cada vez más difícil competir a medida que suben los precios y los salarios. Las mantas españolas, por ejemplo, estaban este año en Londres 10 pesetas más caras que las japonesas, y a nuestro calzado le cuesta ya introducirse en las grandes cadenas (como la B. S. C. inglesa, que engloba a Saxone, Dolcis, Lilly-Skinner, Marfield, con más de 2.400 tiendas) o en el mercado alemán, donde se exige un alto control de calidad, en competencia con el precio de los zapatos polacos o checos y, sobre todo, del Lejano Oriente, la calidad y volumen de los alemanes (sólo la firma C. Freudenberg, manufacturera

(1) Datos de Carlos Hornillas: «Problemas de la pequeña y mediana industria en España». Fondo para investigación económica y social de la Confederación Española de Cajas de Ahorros 1970.

Noticia grande. Llegan 4 Mini.

British Leyland Authi establece su gama definitiva Mini en los siguientes modelos:

Mini 850, Mini 1000.

Mini 850 de Luxe, Mini 1000 de Luxe.

Dos de ellos ya le resultarán conocidos: Mini 850 y Mini 1000. Pero ahora con algo nuevo: cristales descendentes en las ventanillas y puertas con bisagras invisibles.

Mini 850 de Luxe y Mini 1000 de Luxe son dos nuevos exigentes modelos.

Con las mismas prestaciones y ventajas que sus hermanos. Pero, además, con exclusivos detalles de confort para sus viajes.

Aunque cada Mini cumple un deseo, todos tienen algo grande en común: el inconfundible estilo Mini. Su enorme estabilidad. Su miniconsumo. Su facilidad de aparcamiento. Y su habilidad para convertir cualquier trayecto en un apasionante recorrido.

Todos están fabricados, además, según la especificación internacional de proyecto y calidad de British Leyland.

Vea los 4 Mini en un concesionario de British Leyland Authi, y elija el suyo.

Nosotros no tenemos ningún predilecto. Usted sí.



Mini 850 - 83.200 ptas. f. f.



Mini 850 de Luxe - 92.000 ptas. f. f.



Mini 1000 - 93.600 ptas. f. f.



Mini 1000 de Luxe - 101.500 ptas. f. f.

BRITISH LEYLAND AUTHI TIENE CONCESIONARIOS OFICIALES EN TODA ESPAÑA



El mejor pasaporte para Europa

el sistema de la moda en España

de suela sintética y similares, tiene más de 12.000 obreros en su planta de Weinheim) o el diseño de los italianos, a pesar de la labor de penetración que se ha hecho a través de las ferias (FICIA) y las Cámaras de Comercio, en un mercado antes virgen.

La continua alza de precios ha traído como secuela, si bien a la zaga, un progresivo aumento de salarios. Mientras que las grandes empresas en gran parte lo han soportado, invirtiendo la plus valía en aumento continuo de producción —pocas veces de la productividad—, a las pequeñas empresas, en régimen de competencia internacional, les será difícil hacerlo mientras tengan que comprar cada vez más caro, los sueldos de los directivos sean desproporcionados y sus excedentes industriales pasen de moda.

La inyección de capital extranjero tampoco ha resuelto el problema de la diáspora industrial española, sino que más bien ha venido a agravarlo, al traer las firmas consigo unos lazos ya existentes en los países de origen e imposibles de destruir en nuestro país, que implican una rivalidad entre las empresas antagónicas (el caso de Fiat y Renault, por ejemplo). Estas inversiones se hacen, generalmente, en forma de patentes, aportación de fondos manteniendo las estructuras o pequeñas factorías para explotar el incipiente mercado de consumo español.

EN EL FURGON DE COLA

Ante esta situación, sólo parece existir, dentro del actual sistema, la solución que apuntó Servan-Schreiber al capitalismo y que si, como vemos, parece cada vez más patente en la oligarquía económica europea (2), más vale no menearlo con respecto a la española. Unas líneas de Pere Quart lo ilustran con irónica y patética realidad:

Oremus...

Resarem un parevostre
pels que van errats de comptes
i per llur conversió
a la sagrada àrea del dòlar.

En frase de M. Capdevila, «la problemática del neocapitalismo ha llegado a España, el neocapitalismo no», todo se hiliputiza, se convierte de grande a chico, de mayoritario en minoritario —excepción hecha de las patatas bravas y el pimiento morrongo— al enraizarse en nuestras tierras austeras, grises alcoces, comparado con nuestros amado-odiados primos transpirenaicos: los utilitarios Wimpy u Old Kentucky son el correlato de la coquetona cafetería donde pasar la tarde nuestros sufridos e ibéricos novios y así lucir la redingota o copiar apuntes de Mercantil, a

falta de casa propia. Una generación que depende del anterior, de aquella beca que legó doña Ursula al morir, de unas familias que cuentan con el salario de todos los miembros hasta que la muerte o el matrimonio (canónico) les separe.

Entre el pragmatismo anglosajón y los «heterodoxos españoles» hay un largo camino jalonado por enfermeras de casa bien que pagan 4.150 pesetas de matrícula para luego no ejercer, pólizas, partidas de nacimiento legalizadas y legitimadas, pasos de cebra. Las cosas se han desfuncionalizado, en especial la moda; es igualmente absurdo el maxiabrigo de piel en Argüelles a 18 grados como el suéter de Arran en Málaga en pleno verano mediterráneo de centollo y gota gorda. Sólo ciertos sectores son capaces de intuir que es bastante menos válido, estéticamente, el señor empaquetado, acicalado, perfumado, empañuelado y arribaespañolado, víctima propiciatoria en «Hair», que el digno vecino de Valdaracete, adelantado en la revolución de los felpudos ricarditos (dejamos al margen y al juicio subjetivo las sutiles delicias de una belleza de violeta marchita y otomanes).

Todo, hasta las ideas —y especialmente éstas—, se consume en esta España que canta a Fonseca y lee a Della Volpe, que coge los trenes por el furgón de cola; la España eterna de las yemas de Santa Clara y el erotismo a lo Lazaga, de niña de las monjas que hacia las constantes estructuras babero de rayadillo. Quizá al paso se hizo grande y se ha acortado el que rigen la dinámica del debe y el haber le haya faltado algo que haga digerible la dialéctica del tentetieso.

Yo, mientras tanto, me balanceo en mi curva mecedora de rejilla en un ameno jardín de caléndulas, Cultura española, cultura de la mecedora, radiogramola. Me vienen a la memoria unos versos de Gil de Biedma...

O, si sencillamente aislado en
[un océano,
se limita a esperar que la tor-
[menta pase
y llegue el día en que, por fin,
las cosas dejen de venir mal
[dadas.

Entre tanto, nosotros, volvamos al nostálgico pasado, encerrémonos en la cripta, entonemos cánticos en el silencio encantado del mágico templete recoleto, observando complacidos cómo engullen nuestras voces canchillos grotescos con cabeza de águila antigua y pechos de mujer. Canto de cisne, que sólo quebrará el rugido osco del bulldozer, el áspero eructo de la sirena, el grito de ira de un Labrador de ladrillo.

(2) Vid. Jacques Germain: «Proceso al capitalismo». Seix-Barral 1963.

art
buch
wald

«EL HOMBRE DESNUDO»

WASHINGTON.—Dentro de poco hará su aparición en el mercado un libro que causará sensación en las esferas científicas. Se titula «El hombre desnudo», y fue escrito por Federico III, el chimpancé adjunto a la Institución Rockefeller. Federico III estuvo involucrado en unos experimentos con enzimas en la Institución que sólo le ocuparon unas cuantas horas al día. Como se mostraba inquieto, los directores le dieron una maquina de escribir para que jugara con ella. Pueden ustedes imaginarse su sorpresa cuando en vez de trastearla Federico escribió un libro.

El libro de Federico —y este es el golpe— sostiene que todos los chimpancés, monos y primates son productos evolucionarios del hombre. Dice que el hombre fue el primer primate antes de que existieran monos de cualquier especie.

Federico no está seguro de cuándo hizo su aparición el hombre en la Tierra, aunque sospecha que fue hace por lo menos treinta millones de años. Según fue pasando el tiempo, y según el hombre fue pasando por muchas fases, comenzó a desarrollar muchas cualidades de simio, hasta nuestros días, en que es fácil a los primates identificarse con los hombres y darse cuenta de lo mucho que tienen en común.

Muchos primates y chimpancés se horrorizan de pensar que se parecen al hombre en ciertos sentidos, y un chimpancé, llamado «Copa de Arbol», que está con el Instituto Nacional de Salud Mental, ha escrito una memoria denunciando la tesis de Federico. «Copa de Arbol» sostiene que, aunque en algunos aspectos el hombre se está pareciendo cada vez más a los primates, los primates no pueden, posiblemente, haber evolucionado del hombre. Ha criticado las investigaciones de Federico sobre la base de que, con excepción de unos cuantos hombres con los cuales ha tenido contacto en la Institución Rockefeller, los únicos otros hombres que ha observado son unos cuantos niños que puede ver en el parque desde detrás de las rejas de su jaula.

Federico dice en su libro que las semejanzas entre primates y hombres son mayores de lo que se podría pensar. El hombre se comporta hoy como se comportaban los primates antes de que fueran civilizados. El hombre pone énfasis considerable en territorios y parece estar dispuesto a matar para proteger su tierra. Como orden inferior de primates, el hombre es incapaz de hacer frente a una situación sin dar alaridos y sin gritar. Federico cita ejemplos en que el hombre ha sido situado en grandes edificios de apartamentos durante largos periodos de tiempo y han perdido el juicio.

«Copa de Arbol» sostiene que el comportamiento del hombre es más parecido al de las ratas que al de los primates, y que, aunque el hombre actúa irracionalmente en casi todas las situaciones y puede recurrir a medidas extremas cuando se ve en peligro, esto no quiere decir que el hombre pertenezca a la familia de los primates sólo por darse golpes de pecho y gruñir.

Federico cree que los primates han adoptado las características de primitiva personalidad del hombre. Habiendo estudiado al hombre dentro de condiciones de laboratorio, Federico ha descubierto que los hábitos de ingerencia de alimentos y la vida sexual del «homo sapiens» siguen un cuadro similar al seguido por los primates modernos. La supervivencia parece ser el principio básico en la jungla del hombre, y mientras los primates no recurren a violencias si no son provocados, el hombre no ha evolucionado aún hasta el punto de su desarrollo en que pueda decir por qué se comporta de la forma que lo hace.

«Copa de Arbol» no está de acuerdo. Sostiene que el hombre ha ido ya todo lo lejos que puede ir, y que no ha cambiado desde el día en que nació. El instinto de destrucción del hombre es tan fuerte que es una calumnia clasificarlo en algún sentido dentro de los primates.

La respuesta de Federico a esto es citar la destrucción del edificio Empire State por «King-Kong» como algo que también podría hacer el hombre.

«Copa de Arbol» dice que «King-Kong» fue la excepción de la regla, y que no es justo citar como ejemplo el comportamiento de un solo gorila.

De cualquier forma, cuando salga el libro se producirá una controversia interminable. De una parte estarán los primates, que detestan reconocer que han heredado características del hombre. De la otra estarán los monos, chimpancés y gorilas que admiten la posibilidad de que algunas de sus características evolucionaran del hombre, y que trataran, en consecuencia, de enfrentar el problema con filosofía primática.

(Copyright 1970, The Washington Post Co.-Distribuido por Editors Press Service Inc. Agencia Zardoya.)