

de Los Angeles, San Blas, etcétera, etcétera, todo eso queda lejos y nadie, absolutamente nadie se ha preocupado de que esos barrios proletarios fueran algo más que colmenas donde meter el excedente de población. Además, esos cinturones de construcciones han ayudado a que se pueda especular con el precio de los terrenos que han quedado entre ellos y el casco urbano tradicional. ¿No puede el proletariado barcelonés irse a Las Planas? ¿O a los baños de La Barceloneta? ¿O incluso a Castelldefels o a las playas de La Maresme?

Hay alegres vacaciones para todos, hay abastecimiento de olvido y renuncia al alcance de todas las clases sociales. A unos se les da el papel de protagonista, a otros, el de coro. Pero todos son indispensables para que el engranaje funcione. El verano de este 1970 puede ser interpretado como un anticipo del que será verano del año 2000, cuando la automoción consiga la semana laboral de veinte o veinticinco horas. Será maravilloso. Habrá surgido una potente industria del ocio. La burguesía elevada veraneará en Júpiter y la pequeña-burguesía nacional irá a pasar sus vacaciones a las Hawai en aviones como el Jumbo.

¿Y el proletariado?

Por favor, qué me dice usted. Vaya lenguaje. ¿Conoce la etimología de la palabra proletariado? Se llamaba proletario al que sólo tenía su *prole*. ¿Qué impropiedad llamar proletariado al obrero industrial o al campesino del año 2000! ¡Qué impropiedad o qué demagogia!

¡Por favor!

Bien. Seamos tolerantes. Le hago a usted el favor de suponerlo más impropiedad que demagogia. Le anticipo que en el año 2000 el proletariado, perdón, las clases económicamente no tan afortunadas, vivirán una maravillosa vida ociosa. Tendrán servicios de globos que les permitirán subir sobre los tejados de la ciudad para respirar aire puro. Todo al módico precio de veinte duros. ¡Veinte duros de los del año 2000! Sobre la Casa de Campo la ingeniería construirá otra Casa de Campo y si es preciso otra... Y por veinte duros podrán pasar unas horas muy fresquitas... Todo sea para que el lunes, para que en el inicio de la vida laborable, la más sana de las alegrías emane de un cuerpo social sano, energético, cuajadito, cuajadito de valores eternos. ■ M. V. M.

MODA

LA ERA DE LOS MELLIZOS

Lo más penoso del verano, para el hombre, no es el calor ni la sed; es la envidia. Envidia de la mujer, de su ligereza, su adaptación a las diversas temperaturas, sus metamorfosis ante el sol.

Al hombre le resulta imposible aligerarse de ropa, so pena de aparecer en cueros; por otra parte, le está vedado emperifollarse, porque inmediatamente va a ser tildado de vulgar. Aparecerá gris, trajeado, con corbata, «vestido», el cuello cerrado y corto el pelo o no será hombre: es algo ya decidido de una vez para siempre. No quizá para usted, o para mí, o para ellos, individualmente considerados, pero sí para la colectividad multiforme y formalista.

Así fue hasta el día en que las primeras transparencias velaron torsos lisos, velludos; o las primeras flores emperazon a lucir sobre los nikys, las corbatas y las camisas; o, junto a las barbas, hicieron su aparición los pantalones violeta, los sombreros de fieltro, las zamarras de piel de cabra, los cinturones de franela roja...

«¿Un hombre eso?», se oyó clamar. Porque, según una lógica archiprobada, un hombre que al llegar a casa se echa encima un kimono, deja de serlo si hace lo mismo al salir. O el caballero que permanece en su casa enfundado en un esponjoso albornoz se convierte automáticamente en una dama si sale a la calle envuelto en una túnica india. Lo que en el cuarto de baño, en la piscina de un club o en otro lugar es perfectamente viril, se vuelve indecente, equivoco, afeminado en la calle.

En nombre de esa misma inquebrantable lógica se arremetió contra el pantalón femenino en cuanto, saliendo de los estadios, las pistas de nieve o los campos, irrumpió en la oficina. Se le negaba el derecho al trabajo, reconociéndosele, eso sí, el derecho a la pereza: admitido para los domingos y días de fiesta, se vela convertido en blanco de todas las prohibiciones durante la semana laboral. «Ninguna prohibición respecto a nuestras empleadas —afirmaba no hace mucho el jefe de personal de cierto importante Banco—, excepto para todas las mujeres cuyas piernas puedan ser vistas por nuestros clientes». Un pudor a contrapelo que disimulaba el miedo de que la mujer conquistase, con el derecho a ponerse pantalones, el de «llevarlos». Sea lo que fuere, el pantalón femenino ha ganado la batalla: deja de ser inmoral, provocativo, indecente. Y, paradójicamente, es la maxifalda la que paea a ocupar ahora el primer puesto de la indecencia en los lugares de trabajo.

Se trata de una justísima compensación: la mujer había robado al hombre la comodidad; el hombre le arrebató ahora la fantasía.

En los colores y materiales suaves, ligeros, sedosos: «Resulta ya difícil, por no decir imposible —dice un mercero—, determinar de antemano el destino final de una tela».

En los accesorios o aditamentos: A un muchacho que, sobre una indumentaria tenida por femenina, llevaba en bandolera una especie de bolso de mujer en piel de elefante le pregunté: «¿Qué llevas en ese saco?». Y me respondió: «Nada... por el momento».

También en las formas. Ciertos modistas, Jacques Estérel, en Francia, y Rudi Gerneich, en los Estados Unidos, echan mano de la pieza clave en el vestido de la mujer: la falda. «Más agra-



dable, más natural, vea usted el peplo de los griegos, mire al Oriente...». Inmediatamente se pone el grito en el cielo: la locura, la podredumbre, la degeneración.

La ósmosis entre los guardarropas masculino y femenino se aceleró impulsada por el folklore. Vestidos de origen masculino, como la túnica oriental, la blusa rumana, la chilaba marroquí, al occidentalizarse, se vuelven femeninos. Después, al filo de las semanas, meses, años, evolucionan hacia el pantalón. Así, mediante un curioso círculo evolutivo, ropajes exóticos, concebidos en sus países de origen para los hombres, se han feminizado al occidentalizarse, para volver a iniciar, en una segunda fase, un proceso de virilización.

Tras estas vicisitudes, cambios, retrocesos y avances, para ciertos vestidos resulta ya imposible la localización de su sexo original. El niky, la blusa, y nada digamos del «vaquero», ¿son masculinos o femeninos?

No era esa, sin embargo, la idea del intrépido sastrecillo bávaro que, en 1850, desembarcó en California con un trozo de lona de tienda por todo equipaje. Se llamaba Levi-Strauss. La lona de la tienda de campaña era azul. El azar quiso que un mirón sin pantalones le sugiriera cortar un par de calzones de aquella tela. ¡Los primeros vaqueros «Levi's» acababan de nacer! El azul se abrió en un abanico de colores, se multiplicó hasta el extremo de que hoy se vendan setenta millones de «Levi's» anuales en el mundo.

Al bisexualizarse, nos encontramos con el hecho de que el 40 por 100 de los vaqueros son ya femeninos. Lo mismo se les ve en los petates de los soldados americanos que en el equipaje de los campeones. En las playas, en los «campus» universitarios, en el monte..., tanto en chicos como en chicas.

Lo masculino-femenino está muy lejos de asimilarse tan sólo en los armarios: las tiendas, eliminando las antiguas barreras del sexo, han tenido que establecer baldas comunes. En los probadores, ya comunes, los hombres se desnudan sin complejos. «Y con menos complejos las mujeres», precisa una vendedora.

«Boutiques» antaño «unisexo» asumen hoy con absoluta serenidad su papel «bisexual». Aquí ningún artículo para la mujer. Y, sin embargo, el 40 por 100 de la clientela será femenino. «Vienen juntos aquí un chico y una chica —nos dice cierto vendedor—, y compran un «pull» y un pantalón para ambos».

No faltan quienes atisban, en esto del «unisexo», la desaparición de la moda; o, al menos en una fase inicial, su empobrecimiento. Matemáticamente: una opción válida para un número mayor de usuarios. Visualmente: una multitud de «gemelos» de todas las edades, que brujulean por las calles o en el Metro.

Otros, no obstante, entrevén la liberación completa del modo de vestir, el final de todas las prohibiciones, de todos los convencionalismos. La facultad, en una palabra, de escoger: entre los estilos, los folklores, las épocas y... ¡el sexo!

■ MARIELLA RIGHINI.