

"SWINGING LONDON"

CARNABY STREET

CENTRO MUNDIAL DE LA MODA JOVEN

Ya hace algún tiempo que se habla de Londres como capital de la moda joven, y no sólo de la moda, sino de todo un modo de vivir. La evolución ha sido rápida y detonante. Sólo unos años atrás hablar de la indumentaria de los habitantes del ex imperio británico era un tópico, referido al mal gusto y a la falta de imaginación. Hoy empieza a resultar igualmente tópico, aunque en sentido opuesto. En las sociedades de consumidores en que, cada día de un modo más exclusivo, tienden a convertirse los países occidentales más prós-

peros, ha surgido una "nueva clase", delimitada, mucho más que por su pertenencia a una capa social determinada, por el hecho de encontrarse encuadrada entre unos bien definidos topes de edad. Los jóvenes, en estos países, gastan enormes cantidades de dinero en vestirse, en comprar discos, en ir al cine. Pero lo gastan con un criterio distinto al que regía las compras de sus mayores. Gastan mucho en muchas veces, un mucho hecho de muchos pocos. Lanzados a gastar por una especie de inse-

SIGUE

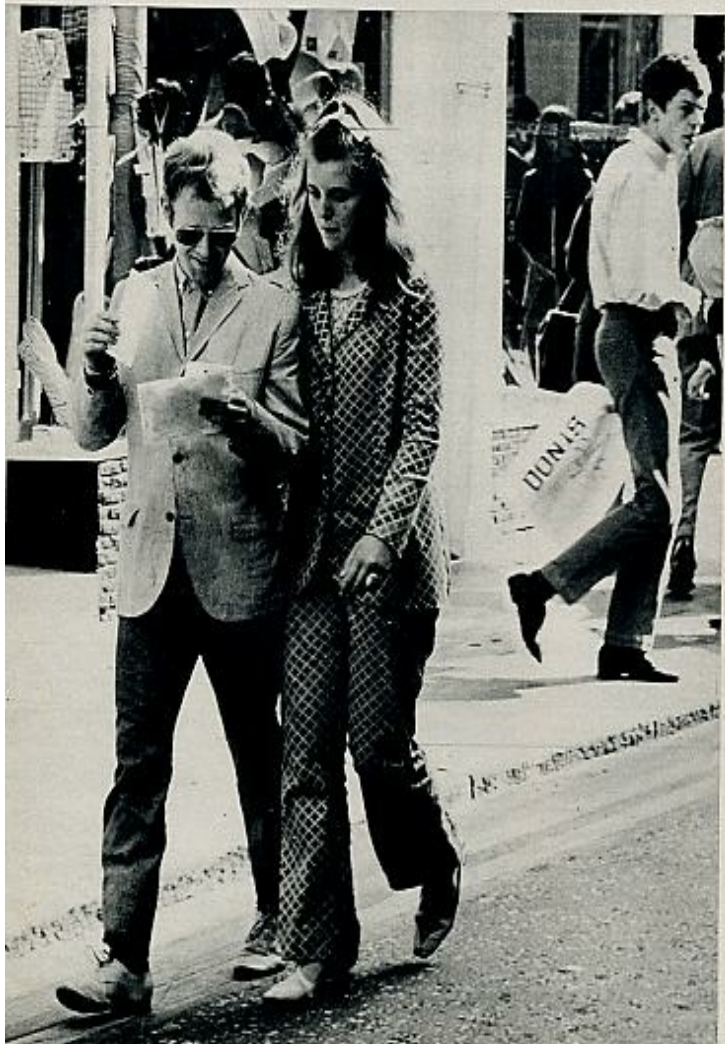


Situada en pleno Soho, a dos pasos de Regent Street, la calle desde la que se dicta la moda juvenil al mundo entero se ve surcada todo el día por un público heterogéneo. Las tiendas que la pueblan han mantenido, a pesar de la boga de que gozan, precios muy asequibles.





Solos o por parejas, los jóvenes clientes de las tiendas de Carnaby dan una vuelta ante los escaparates, hacen su elección y se van una vez realizadas sus compras, bolsa en mano. El lugar de lucir los vestidos, las camisas, las corbatas anchísimas, es otro, King's Road, y para llegar a él es preciso atravesar Londres.



guridad ante el futuro, que les hace despreciar toda forma de previsión y ahorro, no sólo no les importa que los artículos que adquieren sean de poca duración, sino que prefieren que las cosas ocurran así. Lo mismo que un disco de hace unas semanas deja de interesarles, no se pondrían algo comprado hace unos meses. El vestir es una forma más —fundamental en muchos casos— de marcar una actitud de rebeldía, de exteriorizar una protesta que, por superficial que sea en más de un aspecto, no lo es, desde luego, a la escala de las costumbres, lo mismo que el inconformismo político, que no se manifiesta en general dentro del marco de los partidos, es, sin embargo, absolutamente sincero, e incluso radical, en lo que se refiere a temas como la discriminación racial, la guerra y el pisoteamiento de los derechos humanos.

turistas y divisas

Londres es, sin duda, en este terreno, el centro del mundo. Lo que en otras grandes ciudades es algo marginal a la vida cotidiana de las mismas, en Londres forma parte de ella. Ha sido, por otra parte, inteligentemente canalizado como motivo de atracción de divisas, y de turistas, lo que viene a ser lo mismo. La que antes era sólo etapa básica de viajes de negocios, se ha convertido hoy en parada obligatoria, y muchas veces exclusiva, de viajes de placer. Los viajeros visitan con el mismo entusiasmo e idéntica devoción las viejas piedras mil veces reproducidas por las tarjetas postales y los «travellogues» y los nuevos centros de atracción basada en la presencia en ellos de una juventud agresiva sólo en apariencia. El mito de la ciudad triste e inhóspita, en la que todo el mundo se queda en casa, ha caído. Definitivamente. Londres ofrece en la actualidad, en cualquier terreno, muchas más posibilidades, muchos más alicientes, que cualquier otra ciudad del mundo. Desde los espectáculos —con el siempre excelente teatro inglés y el cine joven recientemente surgido y descubierto— hasta los restaurantes, sin hablar de la infinidad de clubs de todas clases, entre los que no hay que olvidar a los consagrados a la música «pop», por los que desfilan, a razón de un grupo diferente por día, todos los que cuentan en el mercado discófilo. A lo que hay que sumar la contemplación, como si se tratara de un espectáculo más, de ese mundo joven en ebullición.

En lo que se refiere concretamente a la moda, el centro del mundo que es Londres tiene un centro que nadie discute como tal, Carnaby Street. Se trata de una callecita, ni muy ancha ni muy larga, situada en el barrio de Soho, muy cerca de Piccadilly Circus. Soho ha sido, desde hace muchos años, uno de los barrios más contradictorios de la capital británica. Durante el día es una zona sin personalidad, en la que se encuentran negocios tan dispares como las distribuciones cinematográficas —casi todas en Wardour Street— y todo tipo de almacenes, amén de tiendas de curtidos, restaurantes generalmente baratos —italianos, hindúes, «fish and chips»— y librerías especializadas en erotismo. Por la noche, el rostro del barrio cambia totalmente. Una vez terminada la jornada laboral se abren una serie de establecimientos que durante el día pasan completamente desapercibidos: locales de strip-tease que funcionan desde el mediodía, se hacen

SIGUE

Carnaby Street



John Stephen es el inventor de la moda Carnaby Street y está a la cabeza de un vasto imperio. A los veintinueve años es el dueño de buena parte de los establecimientos situados en la célebre arteria y de una extensa cadena con ramificaciones en el extranjero.





Carnaby se ha convertido en un centro turístico, al mismo título que la Torre de Londres. Gentes de todos los países acuden a la famosa calle, unos para comprar, otros para fisgar. En ella se anuncian profusamente los espectáculos más susceptibles de interesar a los jóvenes.





Carnaby Street

Los clientes de Carnaby prefieren comprar en tiendas pequeñas, donde son atendidos por gentes de su edad que se interesan verdaderamente por el trabajo que hacen. Corbatas y camisas son los artículos más vendidos, pero también existen establecimientos, como «Gear», especializados en los llamados «artículos de regalo».



Carnaby Street

entonces visibles, boîtes cuya entrada ni siquiera se veía se iluminan plenamente, el neón empieza a descubrir reducidos velados por la luz natural. Es, pues, en un barrio aparentemente poco adecuado para los establecimientos de moda, generalmente aincados en zonas residenciales o bien en centros comerciales, donde ha surgido la bomba Carnaby Street.

la edad, nueva frontera

Hoy la calle es visitada por los turistas del mundo entero, hasta el punto de que muchas veces el número de fotógrafos aficionados sobrepasa al de los reales transeúntes, al de los compradores. Porque Carnaby es una calle a la que sólo se va a comprar. A pesar de lo que pudiera esperarse, no se ha convertido en centro de reunión, ni de paseo. Los habituales llegan, dan una vuelta ante los escaparates, eligen lo que van a adquirir y se van, siendo sustituidos por otros. Se trata de un público joven, muy joven, encuadrado entre los dieciséis y los veintimuchos años. De un público que gusta de vestirse de un modo propio y sabe que sólo en aquella calle, o en sus «sucursalas» establecidas en otros puntos de la ciudad, va no sólo a encontrar lo que quiere, sino a comprarlo en un ambiente que es el que le gusta. Los vendedores de los establecimientos son tan jóvenes como sus clientes, llevan su misma melena, se visten con sus mismas ropas. En cada tienda, los tocadiscos marchan a toda hora, reproduciendo las últimas grabaciones de «Los Rolling», del Dave Clark Five, de «Los Beatles», sin que, sin embargo, desde el exterior se tenga en ningún momento una sensación de estruendo ni de caos. Por el contrario, la sensación es de apacibilidad, casi de calma provinciana, a pesar de estar Regent Street y Oxford Street —las dos arterias de mayor tráfico de Londres— a dos pasos.

Los modelos que se exhiben en las docenas de tiendas que ocupan la calle de un lado a otro son ricos en color, excesivos en cuanto a concepción, siempre dentro de una tónica juvenil y de una orientación definida. En principio, Carnaby Street era únicamente centro de la moda masculina, de una moda que, naturalmente, no tenía nada que ver con la de la vecina Saville Row. Pantalones de pana, chalecos de piel de cordero, camisas de flores, chaquetas entalladas... Luego, a medida que la calle se fue convirtiendo oficialmente en centro de la moda joven, empezaron a abrirse establecimientos dedicados a la mujer. En la actualidad, todo está mezclado. En unos locales se venden ropas para los dos sexos, muchas veces iguales para uno y otro, mientras otros siguen dedicados a sólo uno de ellos, aunque no sea extraño ver comprar a miembros del opuesto. El trasiego es continuo. La decoración de las tiendas lo favorece. Después, una vez cerrado el comercio, la calle queda desierta. Los sitios donde lucir los modelos están en otra parte, en Chelsea de preferencia, o en Hampstead cuando se trata de los clientes económicamente privilegiados.

lord john

Carnaby Street está íntimamente ligada a un nombre, al de John Stephen, a quien pue-



«Lord John», «His Clothes», «Pauls» son tiendas dedicadas a los hombres, aunque no sea extraño ver a muchachas comprando en ellas. «Lady Jane» —homenaje a los Rolling Stones— es esencialmente para ellas.

LADY JANE

of Carnaby Street



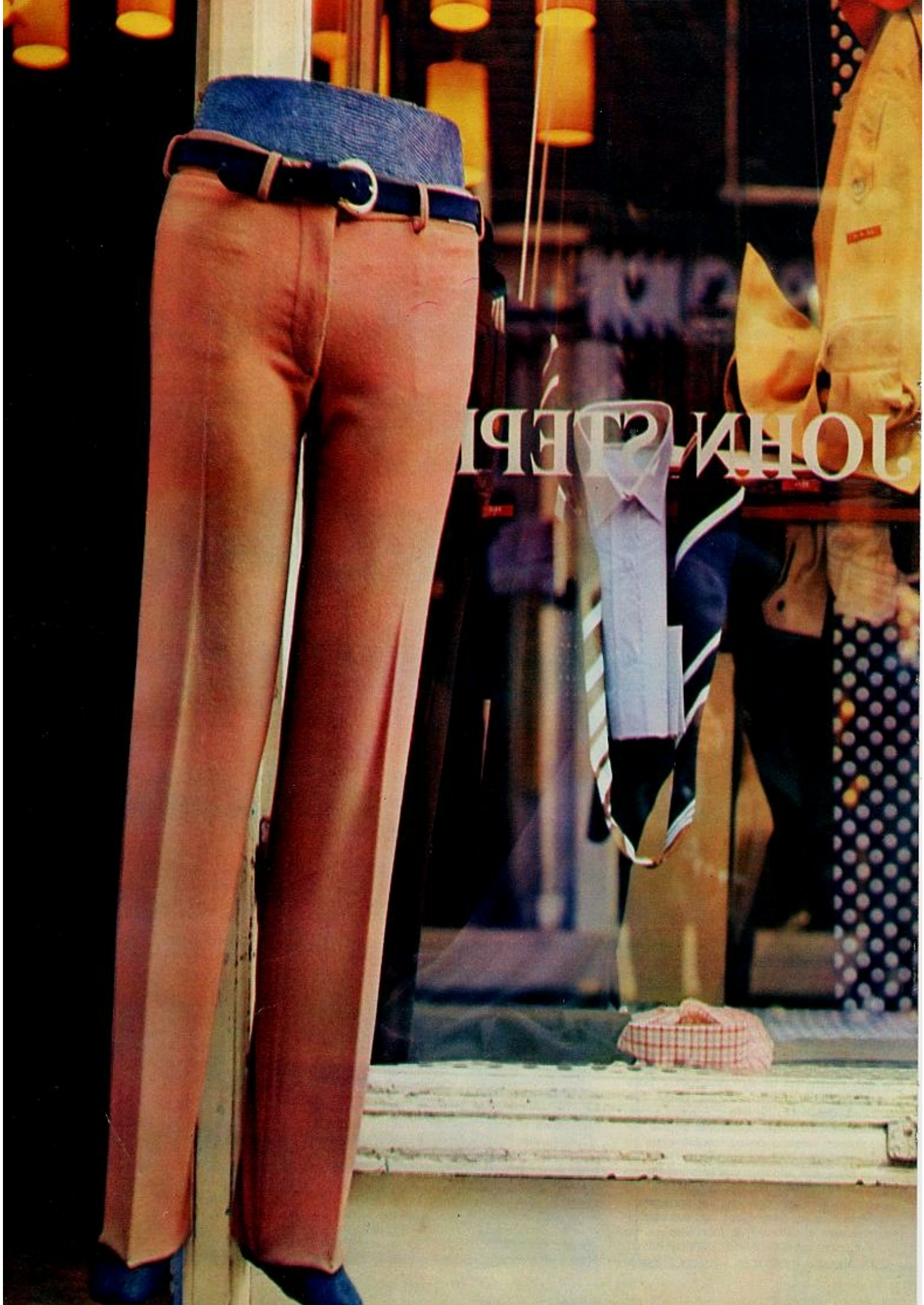


Las últimas horas de la tarde —de una tarde que termina a las cinco y media— son aquéllas en las que la calle se encuentra más frecuentada, y las únicas en que los «mirones» predominan sobre los compradores. Después, la calle queda desierta, ya que en ella no existen los establecimientos de diversión habituales en Soho.

de calificarse de su inventor y que es, en la actualidad, propietario de buena parte de los establecimientos en ella situados. Los londinenses «in» le conocen por Lord John, aunque la tienda que lleva este nombre no figure entre las de su organización. Hace nueve años, cuando contaba veinte, Stephen, que había llegado a Londres procedente de Glasgow, donde sus padres poseían un negocio de confección, abrió su primer establecimiento, ante la desconfianza de todos, que juzgaban que en semejante sitio nunca podría alcanzar el éxito. Sin embargo, el éxito vino, y fulminantemente. Otros hombres de negocios abrieron establecimientos al lado del de John Stephen. La evolución paralela de la juventud británica hizo que comprar en Carnaby Street se

convirtiera casi en una declaración de principios, que la propia calle se convirtiera en un símbolo. Y es sabido que los símbolos pueden resultar, inteligentemente empleados, muy rentables. Stephen vio claro desde el principio. Compró los negocios que se abrían al lado del suyo, abrió locales nuevos, extendió su radio de acción. Sin dejar de llevar el sello Carnaby Street, los establecimientos de su cadena —«His clothes» y «John Stephen Store», principalmente— abrieron sucursales en puntos claves como King's Road y Brighton. En Carnaby surgieron «Domino Male», «Adam», y, recientemente, «Tres Camp» y «The Village Store», éstos, exclusivamente femeninos. Luego vinieron los Estados Unidos, con docenas de tiendas, Canadá, Suecia... Dentro de tres o

cuatro años se piensa que habrá unos doscientos establecimientos «Carnaby Street» repartidos por el mundo. Stephen se niega, sin embargo, a pesar de las cifras fabulosas que alcanza su negocio, a abrir unos grandes almacenes. «Mucha gente me ha pedido que abra un gran almacén de varios pisos —dice—, pero estoy seguro de que no agrada a mis clientes de veinte años y menos. A ellos les gusta comprar en una tienda pequeña, porque es más personal, y mi tienda principal de Carnaby Street, que además tiene venta de discos, todo en un solo piso, es la mayor que pienso tener. Estoy seguro de que el éxito de nuestras tiendas se debe en gran parte a que en ellas los clientes encuentran como empleados **SIGUE** a chicos de su edad que realmente



JOHN STEPHEN

Carnaby Street



Originariamente, las tiendas de Carnaby Street, con las de la cadena John Stephen a la cabeza, eran exclusivamente masculinas. Aunque ahora existen varias femeninas, la ropa de hombre sigue predominando en los establecimientos.

se preocupan por el modo de vestir». Stephen sabe, pues, perfectamente lo que se trae entre manos. Antes de crear un prestigio en torno a un nombre se ha preocupado por crearlo en tono a una calle, a un estilo, a un ritmo de vida del que se ha convertido en uno de los profetas.

Así, en el Londres juvenil hoy de moda en el mundo, su nombre figura entre esos que componen la nueva élite, formada por modistas, fotógrafos, cineastas, actores y modelos. Una élite superficial, pero representativa de una evolución que pueda, posiblemente, en conexión con fenómenos históricos de mayor envergadura, terminar por dar un nuevo rostro a la vieja Inglaterra, un nuevo rostro que vaya más allá de la pura apariencia. El «swinging London» es una realidad. Una realidad que, entre sus elementos positivos, cuenta con el hecho de haber comenzado a derribar, al menos en la vida de relación, esas barreras de clase tan rígidas hasta hace muy poco en Gran Bretaña que se traducen, incluso, en la existencia de dos salones de características diferentes en los «pubs». La barrera de la edad ha sustituido a aquella, lo cual no deja de ser un paso adelante, aunque no decisivo. Se trata, indudablemente, de un fenómeno propio de una sociedad en transición. Sólo del desarrollo de la política y de la economía británica en los próximos años, del modo en que la juventud participe en él o se mantenga al margen, dependerá el balance definitivo que pueda hacerse sobre ella.

CESAR SANTOS FONTENLA

(Fotos en color y negro de GIGI CORBETTA.)

