

«**B**RAGA espuma señora, 17 pesetas», «Blusa varios modelos, 175», «Camisa señora, desde...», «Suéter fibra», «Sujetador corto, desde...», «Blusón estilo mielero», «Pantalón niño con peto», «Juego cama camero»... «Doscientos mil clientes se benefician con estas fabulosas oportunidades». Hay enormes carteles de colores a la entrada de las secciones: «5.000 vestidos varios modelos», «5.000 pantalones», «10.000 pares de zapatos». La exposición, o como se dice en el moderno lenguaje comercial, el «display» de estas «fabulosas oportunidades» del tiempo de rebajas, imita calculadamente la abigarrada presentación de un mercadillo de pueblo. El «ya es primavera en los grandes almacenes» o el «practique la elegancia social del regalo» de la sociedad de consumo, dejan paso en estos meses —y también después de las fiestas de invierno— a un desahogado y popular ambiente de chalaneo. «No se lo pierda», «aproveche las ventajas de esta oferta especial». Los carteles que anuncian los artículos rebajados y sus precios están escritos con letra de feriante. Sobre las mesas de exhibición, ordenadamente dispuestas durante el año, se ven ahora baratamente amontonadas las prendas de vestido. Por decirlo con expresión popular, hay «blusas a barullo» o «camisas a mogollón», todo ello con aspecto de sobrante de temporada y «tirado de precio». De hecho, las rebajas, aparte de los restos de serie que quedan en todo negocio, están constituidas por «stocks» fabricados especialmente, y que en el lenguaje técnico se denominan «artículos estudiados». Es gracias a este «estudio» que accede hoy a las maravillas del moderno consumo la gran masa del público español. Y en estas condiciones, no puede sorprender que cuando llegan las «estudiadísimas» rebajas, se produzcan las apocalípticas escenas que presenciamos todos los años por estas fechas.

Las rebajas de invierno tienen, como se sabe, un día fijo. Comienzan inmediatamente después de Reyes. Las de verano son más variables. Dependen de la llegada del calor y están en relación con el ritmo de las ventas normales. Por lo general, las rebajas dan comienzo a principios de la segunda, o a veces tercera, semana de julio. «Venta de julio» se titula la campaña en unos grandes almacenes. «Rebajas de verano», en

# EN JULIO GRANDES REBAJAS Y EN AGOSTO MAS VENTAJAS



otro. Cuando llega agosto, al «slogan» «En julio, grandes rebajas», añade otro establecimiento: «Y en agosto, más ventajas». Los renglones de mayor afluencia son naturalmente los de confección y zapatería. Otras secciones, como las de aparatos electrodomésticos, discos, perfumería, etcétera, se benefician también de la invasión rebajista. Pero lo fundamental reside en lo que suele llamarse «vestir y calzar». Entre las chicas de los pueblos que van a servir a las ciudades, se decía hasta hace poco tiempo, para ponderar el buen trato que recibían en una casa, que allí las tenían «vestidas y calzadas». Bueno, pues gracias a los estudios de las rebajas, tenemos a la mayoría de los españoles «vestidos y calzados».

La norma comercial es habitualmente aquella de «se ruega a los señores clientes que no toquen los objetos». En tiempo de rebajas, la exigencia de tal compostura se sustituye por una magnánima autorización para tocar, revolver y probarse las prendas sin limitaciones. Es cierto que durante todo el año hay secciones de artículos de saldo en los que las mujeres pueden sumergirse en busca de la prenda que les parezca conveniente. Pero esto no tiene el carácter masivo y enloquecido de la época de las rebajas. Una planta de confección de unos grandes almacenes, abarrotada de mujeres a la caza de artículos rebajados, es un espectáculo inolvidable. Los primeros días de la campaña la cosa

adquiere proporciones que pueden calificarse de alarmantes. La entrada de la muchedumbre en la mañana en que se inician las rebajas en cualquiera de los grandes almacenes, con miles de mujeres lanzando gritos y abriéndose paso por entre los «stands» abastecidos de objetos de la gran feria de las rebajas, es una grandiosa escena de la lucha por la vida. Y no sólo en los primeros días. Durante todo el mes de julio, y también en agosto («más ventajas»), se prolonga el drama y la comedia de las rebajas de verano. Son especialmente las mujeres sus protagonistas. «Los hombres somos más pacíficos», dice un jefe de sección de unos grandes almacenes. En realidad, el hombre delega, aunque sea tácitamente, en la mujer la bata-



En época de rebajas, una muchedumbre, formada especialmente por mujeres, invade los grandes almacenes en busca de las «fabulosas oportunidades» que allí se ofrecen. Las compradoras se sumergen en los montones de prendas de confección y se prueban blusas y faldas sobre el vestido.



lla de las rebajas. En la planta de confección femenina de unos grandes almacenes por la que estuve paseando el otro día, oí accidentalmente a un hombre que le decía a su mujer en tono de marital reproche: «Esta es la última vez que me traes aquí. Otro día vienes tú sola y yo te espero fuera».

Junto a un «stand», ocho o diez

señoras se están probando blusas. Los probadores están llenos y se las ponen sobre el vestido. Otras se prueban faldas y pantalones. Hacen estas operaciones muy de prisa, no vayan a terminarse los modelos o las tallas. «El jersey que vimos para Pepita, cógelo antes de que se termine». Revuelven los montones, bucean en el mar de las prendas en busca del color satisfactorio. Muchas arras-

tran de la mano a sus niños, que van andando apretujados entre la gente. No falta la señora que se hace acompañar de su criada. Compiten unas con otras por las cosas. Se da el caso de que una coge una blusa por una manga y otra por otra, y cuando se descubre que se trata de la misma prenda, se miran con odio, decididas a defender lo que ya es suyo. Me contó un empleado que en

los primeros días ocurrió que dos señoras cogieron cada una una pieza del mismo conjunto. Empezaron a discutir y hubo de venir el jefe de sección, el cual, al verlas obstinadas en llevarse el conjunto «que yo he visto antes», propuso un juicio de Salomón, dividiendo el conjunto y dividiendo las 425 pesetas que valía. Otras dos señoras, en la sección de calzado, cogieron una el zapato derecho, otra el izquierdo. No había posibilidad de juicio salomónico y optaron por «liarse» a zapatitos. Hay la competencia por la competencia. Se llevan a menudo prendas sin fijarse en la talla, solamente para salir triunfadoras de las demás mujeres. Por ejemplo, una señora está pensando si va a comprarse el sujetador que ha cogido del montón. Otra, detrás de ella, la observa. La primera pregunta entonces a la empleada si lo tiene en color salmón y lo deja, la incauta, esperando la respuesta. La que estaba observando lo coge, y luego, ante las protestas de la otra, defiende sus derechos «hasta la muerte». «¡Ah, no, eso sí que no, usted lo ha dejado en el montón!», y luego se lo lleva, si puede, aunque no le guste, aunque no sea de su medida, sólo por la victoria. Sólo por tener ocasión de beneficiarse «con las fabulosas oportunidades» que se brindan en las rebajas.

■ LUIS CARANDELL. Fotos: MANUEL S. URÍA.