

# La mort de l'extravagància

40 anys. Disset en el món de la moda. Una de les primeres impulsores del Saló Gaudí. Empresària i dissenyadora tant de roba per a home com de dona. Preocupada que la moda haja esdevingut avui dia una qüestió política, objecte de disputes entre Barcelona i Madrid.

A. Robles

**E**ns rep al seu despatx. Un espai quasi buit, ampli i on no sembla haver-hi més que allò precís. L'ascetisme de l'oficina es trenca tot just darrere la taula on seiem i que dóna a una galeria tancada plena de plantes. És ací on Roser Marcé rep els clients: un pis de l'Eixample barceloní, concebut per l'arquitecte Basagoda, deixeble de Gaudí, i que ha deixat el seu geni voltat d'unes excel·lents vidrieres modernistes abocades al pati de llums de l'edifici.

Roser Marcé, menuda, simpàtica, amable, sembla contenta amb la solidesa de la construcció, potser perquè ella mateixa ha buscat durant molt de temps aquesta mateixa definició en la seua feina i en la seua empresa. Prompte complirà quaranta anys i en farà disset que es dedica a la moda.

—Els quaranta són una bona data per recordar, ¿no?

—Clar, i per fer balanç de tantes coses. Entre d'altres, que jo no havia pensat mai a dedicar-me a la moda. Volia ser pintora i em vaig matricular a Belles Arts. Portava sempre uns jerseis molt especials, fets a mà, i un dels meus amics em va demanar que els en fes una col·lecció. Jo vaig pensar que, si s'atrevien a fer-los, l'empresa se'ls afonaria. Per a sorpresa meua, la cosa va funcionar. Aleshores em vaig decidir per estudiar disseny en punt i, després de dos anys, vaig ampliar els meus estudis a d'altres àrees dins d'aquest mateix camp.

El 1970 vaig fundar la meua pròpia empresa.

Vaig dissenyar una col·lecció molt petita de vestits i, junt amb un patronista i una senyora que tallava i cosia, vam començar a treballar. Durant sis anys vaig intentar crear la meua pròpia infraestructura, petita però molt sòlida, perquè em feia molta por mancar de seguretat a les bases. Fou un temps molt tranquil, treballant una mica a les palpentes, sense preocupar-nos de la premsa i preguntant-nos sempre si el producte que fèiem estava o no ben fet. El 1976 vaig fer les meues primeres desfilades a Barcelona i fou quan se'm va començar a conèixer, tot i que aleshores es vestia molt de modista i el *prêt à porter* era ací un món molt nou.

El 1979 vaig començar a eixir a l'es-



J. M. FERRATER

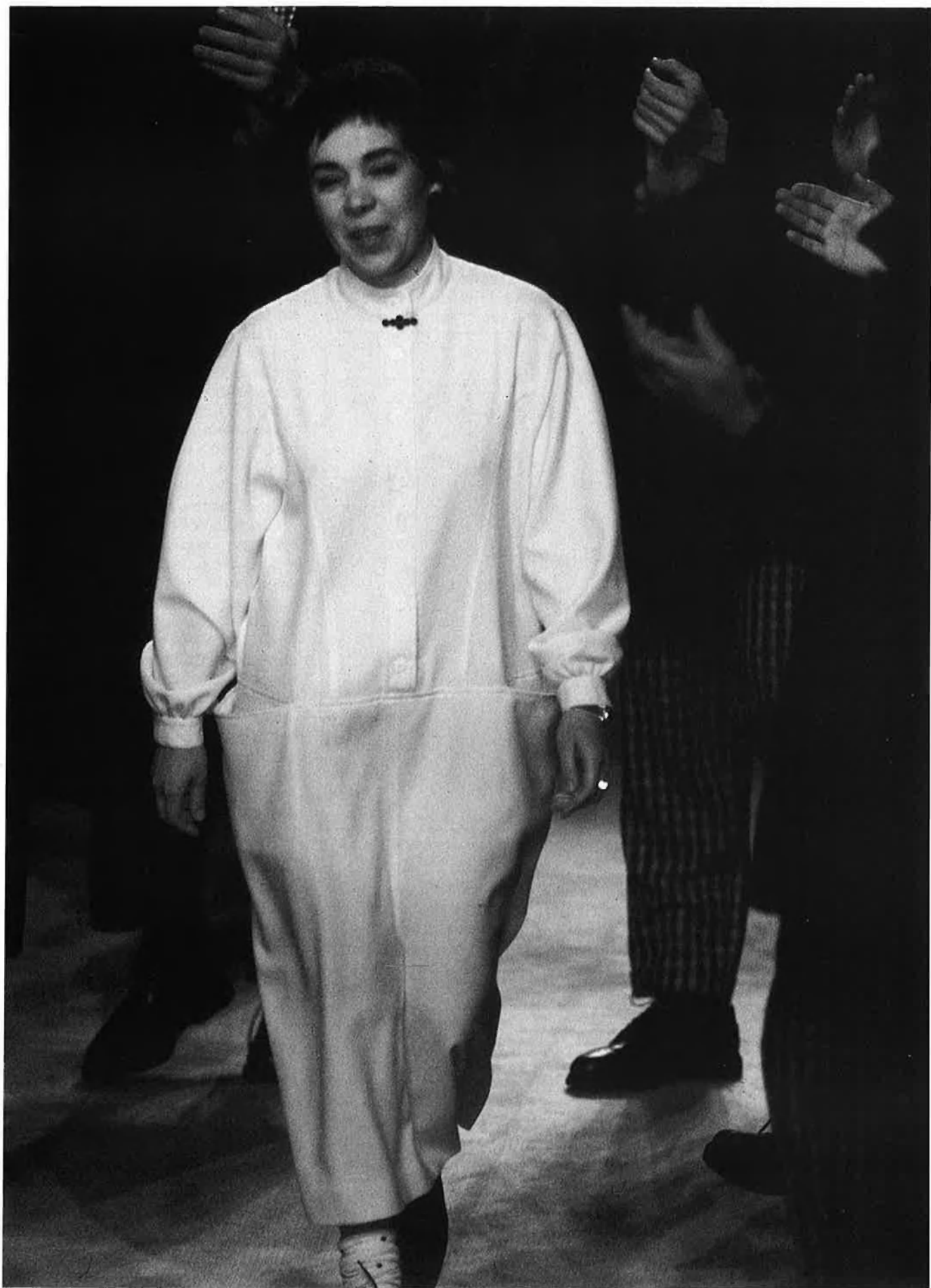
A la dreta, Roser Marcé. A l'esquerra, algunes de les seues creacions.

tranger i em vaig convertir en expositora de la Igedo (Düsseldorf). Animada pels resultats positius d'aquest certamen em vaig presentar a París i, en aquests moments, les meues peces es venen ja a Alemanya, Noruega, Holanda, França, Anglaterra, Bèlgica i Estats Units.

—¿Quan vas començar a fer les teues col·leccions per a home?

—Vaig presentar la primera el 1984. Jo tenia la pensada de fer algunes coses, però no estava segura que se m'acceptés i vaig esperar durant alguns anys un acostament entre les formes de vestir de l'home i de la dona. Aquest acostament es va produir quan la dona va començar a integrar-se en el món laboral i va adoptar una forma de vestir més còmoda i menys sofisticada. Avui, colors i teixits són pràcticament iguals en la confecció per a ambdós sexes. Si





t'he de ser sincera, et diré que m'és bastant més fàcil dissenyar per a home, ja que la confecció d'aquesta roba és més simple, té menys peces i són bastant més estructurades: jaquetes, pantalons, abrics i jaquetons.

En la dona, a més d'aquestes mateixes peces, tenim el vestit, la faldilla i les seves mesures respectives. En l'home, la línia de disseny és menys complicada, tot i que el límit a què pots arribar és sempre més difús i tot es concentra en un joc d'equilibris. Contràriament, el disseny per a dona té més possibilitats, però alhora tot és més acceptable. El punt exacte entre passar-te'n i fer una cosa clàssica és molt estret.

—*Fa poc que s'ha celebrat el Gaudí home Tardor-hivern 87-88. ¿Com definiries la col·lecció que hi vas presentar?*

—L'home que es vesteix de Roser Marcé ha d'estar molt segur d'ell mateix, perquè no he fet uns vestits uniformes i convencionals perquè siguin acceptats per tothom. És un home que es troba a gust amb la roba, però que no per no portar-la pateix. No serà la meua roba la culpable que l'acceptin o no, sinó la seua pròpia personalitat. La meua col·lecció per a la tardor vinent és feta per a un home elegant però natural. En anglès en dirien *gentle*. No és una roba en absolut agressiva. Les formes són voluminoses i en elles hi ha una influència molt gran de la roba de la primera dècada de segle, estil «Edwardian» i que té una elegància tranquil·la, clàssica, molt sobria.

—*Molts dels dissenyadors de l'últim Gaudí han coincidit en les seues col·leccions a apostar per un classicisme reelaborat o per un retorn al passat.*

—Per a mi, aquest classicisme reelaborat és una tendència mundial de la moda. Moda que no ve donada perquè la dictin uns senyors sinó per uns factors polítics, socials i econòmics. Actualment la gent no té diners i les extravagàncies en moda en requereixen. El públic, quan gasta, com que no disposa de recursos econòmics sobrers, vol anar a una despesa segura i, per justificar-la demana un cosa ben feta, de qualitat, amb certes pinzellades de moda però de la qual no haja

de desfer-se en dos dies. Hem viscut un segle de molta extravagància, hem recuperat la roba dels 60 durant un temps i en els darrers anys vam apostar per un barroquisme exagerat, dandy, i això s'havia d'acabar. El Gaudí ho ha matat.

—*¿Creus que al nostre país disposem ja d'una infraestructura de moda adequada?*

—Ací tenim un problema amb la moda i és que, per qüestions polítiques, Barcelona i Madrid se l'estan discutint. Això representa un handicap molt gran i resta forces, quan allò ideal seria que la infraestructura estigués concentrada en un lloc o en un

consum, no podem competir amb països com Alemanya, que dissenyen i fabriquen molt bé però que no són gens creatius, però sí que podem fer un pols amb els italians en el seu mateix terreny.

—*¿Com es podria acabar amb el caos firal que hi ha a l'estat tant en moda com en qualsevol altre sector?*

—Opino que les fires s'han d'ubicar en lloc on hi hagi la indústria. El que no es pot fer és vendre taronges a Jaén, ¿no? Barcelona disposa del saló més important de confecció per a home; quant a dona, Barcelona i Madrid se la disputen. ¿Tu saps quant em costa traslladar-me a Madrid durant una setmana tot i tenir la indústria fincada aquí? ¿Els polítics s'han plantejat mai els problemes que tenim els dissenyadors quan hem d'eleger entre una fira i una altra de característiques semblants?

A més, no sols hi ha els problemes econòmics. La imatge que un creador dóna d'allò que és, és a dir del seu entorn, el comprador no se l'enduu veient la teua col·lecció en passarel·la i realitzant després els negocis en la *suite* d'un hotel. La col·lecció d'un creador triomfa, sobretot, quan al darrere hi ha un personatge. Al creador se li exigeix alguna cosa més, no sols que faci la roba ben feta, sinó que expliqui qui és. En la *suite* d'un hotel res no pot identificar-te amb res. Aquí, per exemple, en aquest despatx jo puc donar una imatge, una idea de com jo sento, puc aconseguir una atmosfera, un clima... Jo entenc que tant Barcelona com Madrid vulguin quedar-se amb la basa d'una fira, perquè això dóna sempre diners, però això no hauria d'anar en detriment de dissenyadors i industrials.

—*D'ací a uns dies se celebrarà el Gaudí-dona, ¿com es presenta el certamen?*

—En la meua opinió, bastant bé. Jo passaré aquí a Barcelona, tot i que les desfilades es repartiran amb Madrid i això restarà força a la fira. Hem donat bastant entrada als expositors estrangers perquè es tracta d'aconseguir un mercat ampli i que no sols mogui compradors, sinó també diners. De tota manera, torno a repetir una cosa que em sembla molt important: el comprador veu les passarel·les, però si hi veu res d'extravagant, no compra. Avui el mercat no està per a extravagàncies.

I raó, no li'n falta. Roser Marcé intenta dotar les seues col·leccions de les pinzellades precises de moda però sense perdre mai el nord del mercat. Co-neix la indústria i els compradors. □



«L'home que es vesteix de Roser Marcé ha d'estar molt segur d'ell mateix...».

altre. La confecció d'home sembla molt clar que es concentra a Barcelona. El Gaudí té una imatge molt positiva i hem d'estar-ne orgullosos. No l'ha creat ni l'administració ni el Ministeri d'Indústria. L'hem fet els empresaris. Que el Gaudí, després, l'hagin ajudat o subvencionat oficialment, és una altra cosa, millor, però han estat les mateixes empreses les que han volgut que aquest certamen sigui aquí i que sigui d'aquesta manera. Actualment aquest saló té moltes possibilitats i, a més, hem d'aprofitar-nos que el «made in Spain» sigui moda. Això es pot constatar viatjant.

A Catalunya la moda d'home es treballa molt bé, però he d'apuntar que al Gaudí m'agradaria veure més dissenyadors i més col·leccions en passarel·la. En roba, diguem-ne de