En muy pocas ciudades los escaparates alcanzan cotas no aptas para soñadores. Nueva York es una de ellas.

SABER VENDER

LOS ESCAPARATES DE NUEVA YORK SON ORGANISMOS VIVOS. Y ES INÚTIL INTENTAR ESCAPAR A SUS ENREVESADOS MÉTODOS DE ATRACCIÓN. fotos: Xavi Menós

Las estaciones saltan a la vista en Nueva York. El pardo del invierno, los ocres y granates del otoño, los verdes vivos de la primavera, los verdes sombreados del verano. Las estaciones penetran a través del olfato, y ahora, en este momento previo al calor aplastante, nuestra mente se llena de olores que nos hacen recordar otras primaveras. Pero no es sólo la naturaleza la que viste las estaciones en una ciudad tan arbolada como ésta; los escaparates son como otra manifestación del paso del tiempo, una especie de árbol encerrado en una vitrina que nos alegra la vista a nuestro paso. Esta es una ciudad de escaparates. Después de disfrutar a la sombra de los árboles florecidos con el primer golpe de calor en la esquina noreste de Central Park es imposible evitar la tentación de cruzar la calle y acercarse a contemplar cómo han entendido los escaparatistas de Bergdorf & Goodman la celebración del fin de un invierno demasiado crudo y demasiado largo.

Que los escaparates tienen un doble fin, vestir la calle y vender la mercancía, lo tienen muy claro los comerciantes neoyorquinos. Saben que los paseantes son como peces con ojos a los lados que registran lo que tienen a derecha e izquierda. Cuando el pez ve algo llamativo se para. Una pequeña victoria para la tienda. Si el pez se siente muy atraído, pica al anzuelo y entra. Segunda pequeña victoria. Si finalmente el paseante se convierte en cliente y compra, el dependiente consigue la victoria final.

Los españoles llegan a esta ciudad pensando que van a encontrar lo que no está en ningún sitio. Se engañan. La moda se ha convertido en un producto internacional que pocas veces ofrece hallazgos locales. Sin embargo, sí que es verdad que Nueva York provoca la ilusión de que todo es diferente; no lo hace a través del producto en sí, sino en la manera de venderlo. El visitante se acaba comprando otra maleta para llenarla con ropa y complementos que podría haber encontrado en su país. Esa fiebre consumista que solemos achacarle a los americanos la padecemos nosotros en mucha mayor medida cuando visitamos esta ciudad. ¿Por qué se produce ese frenesí? Porque nadie como ellos para saber vender. La influencia italiana ayuda, pero también el espíritu poco perezoso a la hora de cambiar la decoración de un lugar público y la capacidad de crear un pequeño espectáculo en el espacio limitado de un escaparate. Espectáculo mudo pero furiosamente expresivo y muy artístico. Los escaparatistas de Bergdorf & Goodman o de Barneys están considerados artistas. Sus creaciones hacen referencia a la moda, pero son ricos en guiños culturales y se convierten en toda una obra de arte: esculturas creadas con los zapatos de la temporada, figuras de papel, paisajes pintados para una colección en particular. De alguna manera, estos dos inasequibles establecimientos consiguen llegar al alma popular de la ciudad a través de esa ventana al mundo que son los escaparates. Embellecen el paseo y animan a cruzar la puerta y echar un vistazo. Cuántas veces he entrado yo a Bergdorf y he pasado un rato mirando las vitrinas con sombreros extravagantes o los colores de los pañuelos de seda; cuántas veces me habré paseado entre los estantes de Barneys, sin ánimo de comprar y con todo el ánimo de fisgar. Y fueron los escaparates los que, como ocurre en los cuentos, me hechizaron y me hicieron perder el rumbo en el paseo. ■