



Viene de la página anterior

de inmediato, las *cocinan* en agua hirviendo con azufre durante no más de un par de horas para que la fibra adquiera un color marfil natural. El secado de algunas horas al sol le da posteriormente un tono crema, quedando lista para la urdimbre. El resultado es una paja que no ha perdido toda la humedad.

Como los hombres escasean porque son el grueso de los 2,5 millones de emigrantes que viajan principalmente a Estados Unidos o Europa en busca de un mejor salario, las cholitas son ahora las que tejen los sombreros, sentadas o incluso mientras caminan. Miles de ellas, según la cantidad de pedidos efectuada por los fabricantes o sus propias ofertas, trabajan en sus casas, en los suburbios de pequeños pueblos o caseríos. Los intermediarios de las compañías productoras, llamados comisionados, les compran los sombreros casi terminados, a los que les falta el toque final. Ya en las fabricas, se lavan, blanquean, secan y planchan.

Tras darles forma en hormas mecánicas y clasificarlos, algunos son teñidos. Al final, prácticamente a todos se les coloca una banda de tela que se ciñe a la copa, cuyos colo-

res suelen distinguir a una firma de otra. Para felicidad del usurario, la longevidad de un panamá es incalculable, pero muy larga. Se puede guardar enrollado como un tubo o desplegado en una caja. Es lavable con jabón y con un algodón empapado en agua. Si se arruga, se puede alisar aplicándole la plancha no muy caliente y previa colocación de un paño que lo preserve de una alta temperatura.

La producción del panamá no sólo padece el impacto de los estragos de la crisis económica y de la huida de la mano de obra calificada a los países más desarrollados o a las ciudades. Su existencia se ha visto últimamente también amenazada por las consecuencias de los deslizamientos de terrenos y derrumbes, a raíz del terremoto que sacudió a Ecuador en 1998, y por las devastadoras intermitencias de las sequías e inundaciones ocasionadas desde 1997 por la catástrofe climática de *El Niño*. De ahí que se haya llegado a solicitar a la Dirección de Ayuda para Catástrofes Naturales de las Naciones Unidas, con sede en Ginebra, que destine socorro material y financiero para salvar esta industria artesanal.

Competencia feroz

La presencia del panamá en las tiendas y *boutiques* de los diferentes rincones del globo está a su vez amenazada por la aparición de una competencia feroz de sombreros chinos que se pueden adquirir a muy bajo precio. Hechos con papel y plástico, muchas veces consiguen engañar al comprador por su buen aspecto. Sin embargo, no cumplen su objetivo primordial: y es que no hay nada como un auténtico panamá, que protege del calor sofocante y da una frescura inigualable.

Símbolo del buen gusto y del mejor vivir, este sobrero tan característico se ha calado en cabezas sin distinción de ideologías y talentos. No en vano el panamá es el preferido por deportistas, intelectuales, aventureros, dirigentes políticos y monarcas. Lo han lucido sobre su cabeza prohombres como Winston Churchill y Nikita Jruschov, Eduardo VII de Inglaterra, Gustavo V de Suecia, y Alfonso XIII de España. Y se han tocado con ellos escritores como Mark Twain y Graham Green o cineastas y actores del calibre de Orson Welles, John Huston, Marlon Brando, Harrison Ford, Michael Douglas, Jean Gabin y, más recientemente, Brad Pitt.

Un mito de Hollywood

El mito de este sombrero suave, ligero, elegante y resistente para los climas tropicales se forjó en el Hollywood de los años 40 y 50, y por la promoción de presidentes estadounidenses como Theodore Roosevelt, Harry Truman, Grover Cleveland y Herbert Hoover. Para los anglófonos era más fácil pronunciar el nombre Panamá, de donde se importaban, que identificarlo con sus apelativos ecuatorianos, las emblemáticas ciudades de Montecristi, Jipijapa o Cuenca. Su fama resiste el paso de los años. Sin embargo, la leyenda se eclipsa en medio de la indiferencia, ante la implacable lógica de los mercados y las leyes del consumo. ≡

PERSONAJES. Churchill y Jruschov, primero y segundo de la izquierda, son dos de los políticos que usaron el panamá. En el mundo del cine, este complemento ha sido habitual en todos los tiempos, dentro y fuera de la pantalla, como lo demuestran Mastroianni, Bogarde y Wells, los tres de la derecha. También los escritores -Capote, a la izquierda- eran panamistas.