



**Universitat de les
Illes Balears**

Facultat de Filosofia i Lletres

Memòria del Treball de Fi de Grau

La importancia de la industria del Calzado en Palma.

El caso de la fábrica Gorila.

Jacqueline Rabell García

Grau de Història

Any acadèmic 2018-19

DNI de l'alumne:43193113x

Treball tutelat per: Antoni Marimon Riutort

Departament de Història

S'autoritza la Universitat a incloure aquest treball en el Repositori Institucional per a la seva consulta en accés obert i difusió en línia, amb finalitats exclusivament acadèmiques i d'investigació	Autor		Tutor	
	Sí	No	Sí	No
	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Paraules clau del treball:

Calzado, industria, Palma, Gorila, patrimonio...

Contenido

1. INTRODUCCION	2
2. HIPOTESIS Y OBJETIVOS	2
3. FUENTES Y METODOLOGIA	3
4. ESTADO DE LA CUESTION	4
5. ANTECEDENTES HISTORICOS	5
6. EL CASO DE GORILA.....	6
6.1 El hombre detrás de la marca.....	6
6.2 El nacimiento de Gorila	10
6.3 La fábrica y su valor como patrimonio industrial.....	13
6.4 El despegue de la marca.....	16
6.4.1 El papel de la publicidad.....	20
6.5 Nuevos tiempos, nuevos rumbos	23
7. CONCLUSIONES	27
8. APENDICES.....	29
9. FUENTES Y BIBLIOGRAFIA.....	33
9.1 Fuentes.....	33
9.1.2 Fuentes orales	33
9.1.3 Fuentes escritas	33
9.2 Bibliografía	33

1. INTRODUCCION

El tema de mi trabajo surge del interés en reivindicar el papel de la industria en Mallorca décadas previas a la irrupción del sobrevalorado “boom turístico” de los años sesenta. Un término que, sin duda, hace creer que fue el fenómeno turístico lo que posicionó a Mallorca entre los primeros puestos de la economía nacional. No hay duda de que el sector terciario ha sido un elemento clave para el desarrollo de la economía balear, aunque quizá ahora hayamos llegado a un punto donde más bien padecemos sus efectos negativos. En todo caso, se trata de un debate que se aleja del objetivo de mi trabajo.

No son pocos los estudiosos que pretenden demostrar que la riqueza de Mallorca fue anterior a la irrupción del turismo y, como bien señalan los profesores Carles Manera y Ramón Molina, “el sector industrial ha siempre poco destacado en los análisis sobre la evolución económica de Mallorca en los últimos ciento cincuenta años”¹. Mi intención no es desarrollar en el presente trabajo, por la falta de espacio y extensión del tema, los ciento cincuenta años de ausencia de un estudio detallado de la cuestión. Pero si quisiera aprovechar el caso de Palma y, en concreto de la marca de calzados Gorila, para realizar una revaloración de lo que supuso la industria décadas previas a la aparición del sobrevalorado “boom turístico”.

Al centrarme en un siglo de profundos cambios como fue el siglo XX, y al hacerlo sobre un determinado ámbito geográfico próximo y conocido como es para mí Mallorca, he adquirido un conocimiento más detallado de lo que fue la isla antes de la irrupción de cambios que transformaron la isla a partir de la segunda mitad del siglo XX.

2. HIPOTESIS Y OBJETIVOS

Por todo ello, el desarrollo de mi trabajo toma como hipótesis la idea de que Mallorca tuvo un sector industrial destacable, y que no debe su desarrollo económico a la aparición y desarrollo del sector turístico. Además, muchas de estas empresas, como muestra el caso de la empresa de calzados Gorila, fueron más allá de los límites naturales de la isla, convirtiéndose en industrias de referencia nacional. Pero no fue, como se verá más adelante, un fenómeno

¹ Manera Erbina, Carles y Molina de Dios, Ramon. “La atmosfera industrial del calzado en mallorca, 1970-2002”, Universidad de las Islas Baleares.

aislado. La década de los sesenta situó a la industria del calzado “de una situación de atraso y estancamiento productivo a ser la segunda del mundo por el valor de sus exportaciones”².

A lo largo del trabajo es interesante observar la conjunción de diferentes factores que favorecieron la expansión de la marca. Los diversos objetivos de mi trabajo vienen a poner de relieve como el caso de Gorila supone, en cierta manera, un ejemplo paradigmático de la Mallorca industrial de mediados de siglo. Siendo heredera de una tradición que, como se verá más adelante, hunde sus raíces en la Edad Media, y con los años termina siendo un sector de presencia notable en la isla. La evolución de la marca muestra un abanico de elementos a analizar. Por nombrar solo alguno de ellos: la importancia de los orígenes, siendo el fundador mismo hijo de zapateros, el contexto de posguerra en que nació la marca y sus consecuentes dificultades. Así como otros novedosos, como fue el aparato de publicidad desplegado, así como la asociación de la marca al deporte.

3. FUENTES Y METODOLOGIA

La elaboración de mi trabajo se ha basado principalmente en el uso de fuentes orales. Teniendo en cuenta que el trabajo partía de la historia la antigua fábrica familiar de Calzados Salom, resultaba lógico que mi primera aproximación fuera de la mano de aquellos que vivieron su desarrollo en primera persona. El tener acceso a aquellas personas que estuvieron en vida del fundador ha sido sin duda la aportación más destacada del trabajo. En resumen, las fuentes orales han sido mi principal fuente de investigación.

Por otro lado, he recurrido a hemerotecas digitales, a fin de mostrar gráficamente la presencia de la marca, la evolución de su publicidad, así como su antes mencionada asociación al deporte. Para poner de relieve toda la información en el contexto histórico en el que se desarrolla, y para conocer su importancia hoy día, era necesario la inclusión de información aportada por artículos referidos a historia del calzado, la repercusión económica o el valor patrimonio industrial. Sin duda, otra pieza clave del trabajo cuyas hipótesis se asemejan a las del presente trabajo.

Entre mis fuentes merece un aparte un libro inédito sobre la historia de Gorila (*Gorila. El mejor amigo del niño desde 1942*) realizado a propósito del 75º aniversario de la marca y, que desde el grupo Callaghan, me enviaron amablemente. Aunque también aprovecho para mostrar

² Miranda Encarnación, J.A. “En busca del tiempo perdido: la conquista del mercado exterior y el desarrollo de la industria del calzado en España en la segunda mitad del siglo XX”, Revista de Historia Industrial, nº19-20, Universidad de Alicante, 2001.

algunas discrepancias respecto a algunas de las afirmaciones que se hacen en el libro. A pesar de ello, me ha sido de gran ayuda.

La metodología aplicada se desarrolla en base al relato cronológico aportado por las fuentes orales. He ido construyendo el trabajo, tomando el libro de las periodistas Coral Cenizo y Cristina González como referencia. Uno de mis objetivos era contrastar la información del libro con el testimonio de mis fuentes orales. Y al hacerlo, he podido constatar que en el libro existían algunas carencias.

Para poder poner esta información de relieve, resultaba imprescindible información sobre el desarrollo de la industria del calzado, especialmente en la geografía Balear y, más concretamente, en Mallorca. La revisión de publicaciones sobre el tema ha sido el otro método de mi trabajo. En resumen, el procedimiento de mi trabajo se basa en la combinación de las fuentes orales y la revisión de bibliografía.

4. ESTADO DE LA CUESTION

Antes de centrarme en el caso de la fábrica Gorila, era preciso un contexto histórico que situara los antecedentes a la fundación de la marca y, por supuesto, el contexto en que se desarrolló. Todo ello convirtiendo a las Baleares en las islas del calzado.

El análisis de esta industria tiene más bibliografía de la que en un primer momento pensé encontrar. Sin embargo, como reconoce Miranda Encarnación³, “el desarrollo de la industria del calzado balear continúa siendo un tema importante insuficientemente investigado”. Teniendo en cuenta que se trata de una afirmación que data del año 2001, es de esperar que la investigación en este sector haya avanzado notablemente. Y a ello ha contribuido notablemente Encarnación. Muchos de sus artículos analizan el sector en diferentes niveles: a nivel mundial, comparando el desarrollo de la industria a nivel europeo y teniendo en cuenta las fluctuaciones de la oferta y la demanda, dentro del ámbito nacional muestra preferencia por el espacio mediterráneo, donde existe una gran concentración de industria del sector y, por último, el caso de Valencia y sus diferentes regiones. En resumen, la larga lista de publicaciones es de gran ayuda para introducirse en la historia y desarrollo del calzado, aportando datos útiles y diversos.

³ Encarnación, José Antonio Miranda. “Joana M^a Escartín Bisbal. La Ciutat Amuntegada. Industria Del Calçat, Desenvolupament Urbà i Condicions De Vida En La Palma Contemporània (1840-1940).” *Revista De Historia Industrial* 22 (2002): 211–13.

En el ámbito balear los estudios también han sido numerosos. Entre otros, destaca la labor de Carles Manera quien, en el libro *Las islas del calzado. Historia económica del sector en Baleares (1200-2000)* (2002), coordina los análisis de autores de renombre como Miguel Ángel Casanovas, Miguel Deyá y Joana María Escartín. Aunque por cronología, han sido los capítulos de Escartín y Manera los de mayor utilidad.

Pero en realidad, la compleja labor de compilación y coordinación de diversos autores hace más difícil encontrar publicaciones actualizadas sobre el tema. Por ello, los artículos que los autores publican periódicamente en revistas especializadas, en su mayoría disponibles online, ofrecen una información más actualizada y detallada sobre la cuestión.

5. ANTECEDENTES HISTORICOS

Probablemente, la frase que mejor resume lo que ha supuesto la industria del calzado a en las Baleares sea la afirmación de Casanovas, tomada por Miranda Encarnación⁴ de que “el crecimiento del calzado determino que, a pesar del paralelo desarrollo de los servicios turísticos, todavía a mediados de los años 70 la industria fuese el primer sector por empleo en la isla, agrupando a casi la mitad de la población activa”. Aunque refiriéndose al caso de Menorca, Casanovas acierta al revalorizar la industria del calzado demostrando que, a pesar del fenómeno del turismo, tanto Menorca como Mallorca (tratado en mayor detalle por Escartín) contaban con una importante industria manufacturera.

La historia del calzado en las Baleares merece un estudio aparte que no es, ni por extensión ni por cronología, la intención del presente trabajo. Pero sí que resulta necesario contextualizar una industria que, a pesar de las circunstancias externas, tiene una clara predominancia a lo largo del siglo XX con respecto a otros sectores industriales. Para Miranda Encarnación⁵ la Guerra Civil (1936-1939) marca una división en la evolución del sector. En su opinión, “existe continuidad entre las dos etapas, fundamentalmente porque es la misma estructura industrial creada en el primer tercio del siglo XX la que se anquilosa en la postguerra, sin renovar su tecnología y manteniendo muchas de las antiguas empresas”.

⁴ Manera, Carles (dir.). *Las islas del calzado. Historia económica del sector en Baleares (1200-2000)*, Palma de Mallorca, Leonard Muntaner Editor, 2002.

⁵ Miranda Encarnación, J.A. “La industria del calzado en España, 1860-1959. La formación de una industria moderna y los efectos del intervencionismo estatal” (Tesis Doctoral, departamento de Análisis económico aplicado) Universidad de Alicante, 1996.

Situándolo en un contexto internacional, el mismo Miranda Encarnación⁶ pone de manifiesto el peso de las exportaciones del sector. Fueron estos países los que en un principio dominaron el mercado. Italia, Francia y España proporcionaban a mediados de los años 60 más del 75% del calzado de cuero importado por los países de la OCDE”. Si España había atravesado una etapa de autarquía y carestía, la década de los sesenta marcó un crecimiento económico sin precedentes. La industria del calzado se convirtió en uno de los principales sectores tanto a nivel interior como exterior. En esa década, el calzado “pasó de una situación de atraso y estancamiento productivo a ser la segunda del mundo por el valor de sus exportaciones”. Mientras que a nivel nacional “las industrias del calzado y el vestido aportaban a principios de los años 70 cerca del 3% del producto interior bruto”. La fábrica Gorila, como se verá más adelante, se benefició de ese crecimiento económico generalizado, resultado de la activación de la demanda interna, fruto a su vez del aumento de la renta per cápita.

6. EL CASO DE GORILA

6.1 El hombre detrás de la marca

La marca Gorila transporta a muchos a sus años de escolares. Una época donde la oferta era más reducida y era más fácil que productos como Gorila se convirtieran en referente de un tiempo. Pero conviene remontarnos al principio y volver al origen, porque detrás de la marca hay una persona y una historia que, como es lógico, son parte de esta historia.

El fundador de Gorila, Jaume Salom, nació en Binissalem en el año 1906. Fue el primer vástago de Jaume Salom y Catalina Horrach, ambos naturales de Binissalem. Al poco de tener el primer hijo, aunque no el último, decidió el matrimonio trasladarse a Consell, un pueblo a tan solo cinco kilómetros de Binissalem. Al igual que este, Consell era un pueblo concurrido, y con el suficiente atractivo para que Jaume padre decidiera establecer su pequeño negocio de fabricación de alpargatas. El cómo y cuando nació aquel modesto taller son cuestiones que escapan ya a la memoria de Catalina, quien me cuenta “fil per randa” aquello que aún recuerda haberle escuchado a su padre. “Aunque de donde nació a donde vivió solo había cinco kilómetros de diferencia, mi padre siempre se consideró de Consell -me aclara nada más empezar la entrevista-. Allí vivió su infancia y allí “se hizo mayor” a una edad muy temprana,

⁶ Miranda Encarnación, J.A. “En busca del tiempo perdido: la conquista del mercado exterior y el desarrollo de la industria del calzado en España en la segunda mitad del siglo XX”, Revista de Historia Industrial, nº19-20, Universidad de Alicante, 2001

curtido por unas circunstancias que, como él, compartían la mayoría de los niños de la España de principio de siglo”.

La educación que recibió fue la indispensable y, al ser el mayor de seis hermanos, no podía permitirse el lujo, porque entonces lo era, de ir a la escuela. Era preferible que ayudara en casa. “Ese era el panorama. Mi padre con apenas ocho años salía de Consell a pie hacia Binissalem y allí, un maestro le daba dos horas de lecciones, de siete a nueve de la mañana, antes de que este atendiera a los alumnos de la escuela. Al terminar regresaba de nuevo a pie a su casa. Mi padre ayudaba en casa en lo que hiciera falta, cuidar a sus hermanos, cocinar, ayudar a su madre o su padre en el taller. “Pero como más tarde me reconocería mi padre -añade Catalina- a medida que pasaba el tiempo, esperaba que algún día su situación mejorara para que a sus hijos no les tocara vivir una situación similar”. Pero no confundamos. “No es que fuera infeliz -me dice su hija- todo lo contrario. Mi padre supo que todo eso contribuyó a que siempre mirará hacia adelante. Pero si deseaba que sus hijos pudieran disfrutar de serlo. Después de escuchar el inicio, no puedo evitar sentir cierta admiración. Estoy segura de que la necesidad y carestía de aquella España de principio de siglo y que la Guerra Civil acentuó, despertó la tenacidad de muchos. Pero Jaume no era ninguna excepción, sin ninguna duda, esa fue la infancia y adolescencia de muchos niños y niñas de la época.

Siendo un joven con arrojo, pero a la vez prudente y, sobre todo, paciente, una virtud que bien recuerda su hija, llegó la edad en que se vio lo suficientemente preparado para probar suerte. Dejando atrás la *part forana* decidió irse a Palma. Al poco de llegar, quizá a través de algún conocido o familiar, entró a trabajar como chofer en una familia de renombre. Al servicio de esa familia estuvo el tiempo suficiente como para darse cuenta de que quería probar algo nuevo. Y mientras sopesaba las opciones e ideaba un plan, conoció a María Comas. “Mi madre era de Palma. Trabajaba en la ciudad en el taller de una modista. No sé cómo, pues ya no lo recuerdo, conoció a mi padre. Vio en él lo que era, un hombre bueno, justo y sencillo. Al poco se casaron y se fueron a vivir a un pisito en la calle Luca de Tena”.

Seguramente tras la boda o durante los primeros meses de casados -reconoce que Catalina que su memoria es algo imprecisa- su padre presentó su dimisión. A continuación, decidió solicitar un préstamo a alguna entidad bancaria de siete mil pesetas y así poder comprarse un taxi. “Ambos sabían que debían liquidarlo en tres años y, sin perder tiempo, los dos se pusieron manos a la obra. El trabajo de mi madre fue crucial para conseguir pagar la deuda. Aún sin tener un taller propio, los trajes de hombre que cosía para un sastre eran buenas piezas que además se pagaban

a tiempo. Así fue como mis padres consiguieron saldar el pago en el plazo estipulado”. Mientras que Jaume en un incesante ir y venir continuaba amortizando al máximo su taxi.

Pero entonces llegaría la Guerra Civil (1936-1939) y el día a día se convirtió en un reto. “Al principio de la guerra, mi padre prefirió esconder el coche en un garaje para evitar que le fuera requisado. Le quitó las ruedas, lo escondió y esperó”. Fue tan solo durante un breve periodo pues Mallorca quedó casi desde el principio dentro del bando nacional. Y, poco después, aún durante la contienda, “mi padre sacó de nuevo el taxi y así continuó llevando y trayendo clientes”. Terminado el conflicto hubo en ese sentido, poco cambio en su vida, salvo una generalizada carestía. En general, fueron años largos y difíciles para muchos. España arrastraba desde lejos un problema económico que hacía necesario un desarrollo industrial que transformara, un país eminentemente agrícola, en una economía más dinámica y diversa. Por si fuera poco, el régimen de autarquía impuesto desde el gobierno no contribuyó a facilitar las cosas. Aquella década de los cuarenta fue a todas luces un periodo difícil.

Ante este panorama, la posguerra no parecía el momento idóneo para lanzarse a ninguna aventura, aunque a veces, como añade mi abuela “no conviene medirlo todo al milímetro”. En 1939 su antiguo ritmo de trabajo continuaba inalterable.

“Mi padre se levantaba temprano, agarraba coche y a base de trabajo, consiguió no solo mantener a la familia, pues yo nací en 1940, sino también ahorrar algo de dinero para el futuro”. Entre sus idas y venidas, trae y lleva clientes, turistas, muchas otras gentes de Palma y de los pueblos de alrededor y, en esas conversaciones que va entablando con sus clientes, comienza a vislumbrar un posible negocio. “Creo que fue un poco todo lo que le ayudó a vislumbrar una posibilidad. Los recuerdos de su infancia en el taller, la imagen de su madre, mi abuela, remedando los zapatos para poder aprovecharlos al máximo. Todo ello le hicieron ver la necesidad de buscar una alternativa mejor”. Probablemente fuera por aquel entonces cuando comenzó a rumiar la idea de conseguir un calzado lo suficientemente resistente como para que los niños pudieran jugar sin preocuparse de no estropearlo. “Y eso era lo que quería mi padre - explica Catalina-, un zapato con el que se pudieran dar patadas a las piedras”. Y entonces comenzó a barajar las posibilidades. La decisión no fue fácil, “a pesar de que contaban con ahorros, estos no estaban previstos para lanzarse a una empresa incierta como aquella”.



Ilustración 1: Jaime Salom en sus años de taxista. Fuente: archivo familia Salom



Ilustración 2: familia de Jaime Salom, entre ellos, su madre y su padre y su hija Catalina (abajo a la izquierda). Fuente: archivo familia Salom

No había duda de que corrían un riesgo, dejando de lado una fuente segura de ingresos para lanzarse a lo incierto. Pero ya se sabe, el que no arriesga, no gana.

A principios de la década de 1940, Salom se reencontró con un viejo conocido, Biel Montserrat empresario y mallorquín como él. Siendo mayor que Salom, tuvo la suficiente visión como para apostar por la idea. Montserrat sería crucial para darle el impulso necesario al proyecto. En torno al 1941 comenzaron a poner los cimientos de lo que sería el negocio y un año después aquella idea quedaba registrada como Calzados Salom. “Mi padre, como promotor de la idea, quedó a la cabeza de la empresa, siendo el propietario de gran parte; por su parte, Montserrat quedó al cargo de los asuntos internos y con un porcentaje menor de participación”. Desgraciadamente, Montserrat fallecería unos pocos años más tarde sin ver todo el éxito que conseguiría Gorila, un éxito del que también fue artífice.

6.2 El nacimiento de Gorila

Como se mencionaba más arriba, la década de los cuarenta era un momento delicado para lanzarse a cualquier empresa, que también podía resultar beneficioso si se sabía aprovechar la oportunidad. En otras cosas, porque existía un nicho en el mercado del calzado que facilitaba la introducción de nuevas propuestas. La falta de innovación en el proceso productivo del calzado, pues en mayor medida continuaba siendo un trabajo artesanal, terminó por posicionar a Gorila a la cabeza de los calzados en el ámbito nacional. “Mi padre tenía claro que debía encontrar una alternativa que diera a los zapatos la resistencia que buscaba sin que fuera a la vez un producto excesivamente caro”. Así pues, se dedicó a investigar y preguntar a químicos sobre lo que él quería, una suela de goma capaz de adherirse al zapato sin necesidad de utilizar costuras. “Al fin, mi padre se cruzó con los hermanos Tomas. Fue gracias a ellos como consiguió aplicar la técnica del vulcanizado al calzado. Pero de aquello sí que no puedo contar mucho más”. Me reconoce Catalina que le gustaría poder darme más detalles de aquellos inicios, pero entonces era demasiado pequeña y, “aunque más tarde salió el tema en conversaciones con mi padre, ahora ya no lo recuerdo con exactitud”.

Aun teniendo una técnica tan novedosa como fue el vulcanizado, los inicios fueron modestos. El despegue de la marca implicó no pocos esfuerzos, y una dedicación casi absoluta. Aquel primer taller-fábrica situado en un bajo de la calle Antillón en Palma, comenzó pronto a dar sus frutos. Con poco más de diez trabajadores y un motor de medio caballo de potencia fueron introduciéndose en el mercado. Catalina no guarda recuerdos de esos inicios, al igual que desconoce el tiempo que estuvieron en aquel bajo. Sin embargo, si tiene recuerdos de su madre quien, por aquel entonces, continuaba cosiendo día y noche para un sastre. Un trabajo que luego serviría de ayuda a la hora de solucionar problemas en el proceso productivo.

El taller inicial pronto se les quedó pequeño y después de buscar una alternativa. Encontraron en la calle Héroes de Manacor una fábrica modesta con un domicilio anexo donde se trasladaría la familia. “Al tener la fábrica separada tan solo por una puerta -continua Catalina-, tanto mi padre como mi madre pudieron seguir más de cerca la producción” Pero, como insiste en aclararme varias veces, no es que de la noche a la mañana el trabajo lo hubiera ocupado todo. “Lo que ellos querían, era poder estar al tanto de los problemas que pudieran surgir y evitar delegar en una fase tan delicada como fueron los inicios”.

Para tener una idea aproximada de lo que entrañaba la producción de un simple par de zapatos, es interesante describir ese breve recorrido. En primer lugar, era necesaria la compra en el extranjero de caucho, un producto derivado de la savia de varias plantas. A partir de ese caucho sin adulterar, al cual se añadían otros productos químicos, se obtenía, después de que unas mezcladoras grandes amalgamaran los productos, la goma necesaria para el vulcanizado.

Por aquel entonces la obtención de la goma se hacía en otra fábrica. Sería más adelante en la fábrica ubicada en el barrio de la Soledad, donde la infraestructura y maquinaria permitirían realizar todos los pasos en una misma fábrica. La otra parte del zapato era la piel para la horma del zapato. En su mayoría la obtenían de curtidores catalanes como La Tenería de Barcelona.



Ilustración 3: fábrica de curtidos La Tenería Fuente: Patrimoni Industrial (<http://mnactec.cat>)

Otras muchas, de comerciantes locales como los hermanos Negre que actuaban como distribuidores. “Eran lugares con un olor muy fuerte y desagradable”, recuerda Catalina que le contaba su padre.



Ilustración 4: exterior La Tenería. Fuente: Patrimoni Industrial (<http://mnactec.cat>)

Ya con la materia transformada, es decir, la goma y la piel, el siguiente paso era el de los cortadores. La tarea de los cortadores consistía en cortar la piel a partir de unas plantillas de diferente tamaño. A continuación, ese trozo de piel era montada por las que me explica Catalina eran “*ses ripuntadores*”, quienes unían las piezas entre ellas. “Al ser una labor de costura, era habitual que la mayoría de *ses ripuntadores* fueran mujeres, entre ellas, mi madre, quien con su sobrada experiencia resultó de gran ayuda. Tras esto, els *montadors*, unían están piezas a la horma para luego pegarla a la suela primera”. De todo este proceso, se acuerda Catalina como si lo estuviera viendo de nuevo. “Esa primera suela sería la que luego quedaría unida a la suela de goma. Una vez el zapato estaba montado, se procedía a la técnica del vulcanizado. El zapato, sin ser despegado de la horma, se metía en un autoclave, sobre un trozo de goma que, tras un proceso de termofusión, conseguía adherir la goma al zapato sin necesidad de puntadas. De esta manera se evitaba que la suela se despegara. Eso sí, era una fase que requería muchas horas”. La clave de todo el proceso y la novedad de los calzados Gorila era precisamente este paso. La innovación fue conseguir que a esas temperaturas la goma no se derritiera y quedara unida al zapato. A propósito de esta técnica y de lo difícil que era por aquel entonces conseguir un buen resultado, surge una anécdota de aquellos inicios. Catalina recuerda a un zapatero de Inca quien, intrigado por el proceso de vulcanización, siempre insistía a su padre para que le desvelara el secreto. “Mi padre evidentemente se reía y no decía nada más”. Ante la novedad que suponía,

decidió acudir al registro para patentar la técnica inscrita bajo el número 185752⁷. La patente no fue el vulcanizado, si no su aplicación al calzado de cuero. “Un zapato con piel vacuna y piso de goma vulcanizado, fabricación vulbatemcuero, que consistía en que el zapato una vez montado se le aplicaba la goma cruda que pasaba a una caldera metálica herméticamente cerrada”⁸.

6.3 La fábrica y su valor como patrimonio industrial

Al bucear sobre la fábrica, he tropezado con diversos e interesantes artículos que vienen a poner de relieve tanto la actividad industrial de la ciudad de Palma, como la de uno de sus barrios más activos, donde se situaba Gorila.

La formación del barrio de **La Soledad** se enmarca en los procesos de industrialización y aumento demográfico característico de la Europa del siglo XIX. Palma, como muchas otras ciudades de la época, se vio en la necesidad de ampliar el espacio edificable más allá de las murallas. Como explica el profesor González Pérez⁹, desde el último cuarto del siglo XVIII y a lo largo del siglo XIX se llevan a cabo diversas reformas que intentan poner soluciones a la creciente población –patente en Palma sobre todo a partir de 1825-. Los problemas que todo ello ocasionaba eran muchos: la falta de canalización de agua y de un sistema de saneamiento de las aguas residuales, la facilidad para la propagación de enfermedades infecciosas, las pésimas condiciones de vida en viviendas con poca ventilación y extremadamente húmedas.

Por ello y en paralelo a lo que van ocurriendo en las principales ciudades españolas, se inicia un plan de apertura y remodelación a fin de dar salida a los problemas derivados de la concentración poblacional. El primer paso para ello será el derribo de las murallas que a modo de “opresivo cinturón de piedra” se veía como “fuente de todos los problemas de la época”. Sin embargo, la urgencia de la medida no fue sinónimo de diligencia. Desde que se solicitará el primer derribo (apertura de una puerta delante de las Drassanes) en 1854 hasta 1901 cuando el

⁷ Cenizo, Coral y Cristina González. *Gorila. El mejor amigo del niño*, editado por Market Shoes S.L a raíz del 75º aniversario de calzados Gorila

⁸ Críos. Zapatería infantil. (online) http://www.crioszapatos.com/es/15_gorila

⁹ González Pérez, Jesús M^a. “La pérdida de memoria y la degradación urbana. Morfología y Patrimonio de un antiguo barrio industrial: La Soledad (Palma de Mallorca)”, en Turismo y transformaciones urbanas en el siglo XXI, coords. Pablo Pumares Fernández, María de los Ángeles Asensio Hita, Fernando Fernández Gutiérrez, Universidad de Almería, 2002, págs. 539-551.

Gobierno central aprueba el Plan de Ensanche de Palma pasan casi cincuenta años. El derribo comenzaría un año después en 1902 y duraría hasta 1934. Así pues, el ensanche de Palma será tardío al de otras ciudades de España. En parte por la oposición del ejército -con importantes propiedades en la zona- y por otra, por la necesidad del Ayuntamiento de los amplios terrenos ocupados por las cercas “para con su venta financiar el proyecto de construcción del ensanche”.

Este es el contexto en el que se desarrolla la ocupación del barrio de La Soledad. Pero no fue el único caso, también Santa Catalina, el Molinar, els Hostalets, San Punta, Ca'n Capes son producto de aquella época. Como bien explica el autor anteriormente citado, por motivos defensivos y de seguridad, no se permitía la edificación ni el asentamiento de población en un espacio de 1.250 metros hacia el exterior de las murallas.

Retornando a las características que definen el barrio, cabría mencionar la morfología de este, caracterizada por una distribución en manzanas regulares geométricas (aproximadamente unas veinte) con formas habitualmente rectangulares. En general, se trata de un patrón bastante común a nivel estatal a la hora de trazar los nuevos planos y donde las calles son más bien estrechas.

Las viviendas obreras, al menos en su área más antigua, responden a la tipología propia de las casas populares isleñas: planta baja, único piso en la parte superior, fachada con balcones y persianas típicamente mallorquinas. Las cubiertas en su mayoría de teja árabe. La casa solía tener una parte trasera utilizadas como pequeñas huertas o corrales.

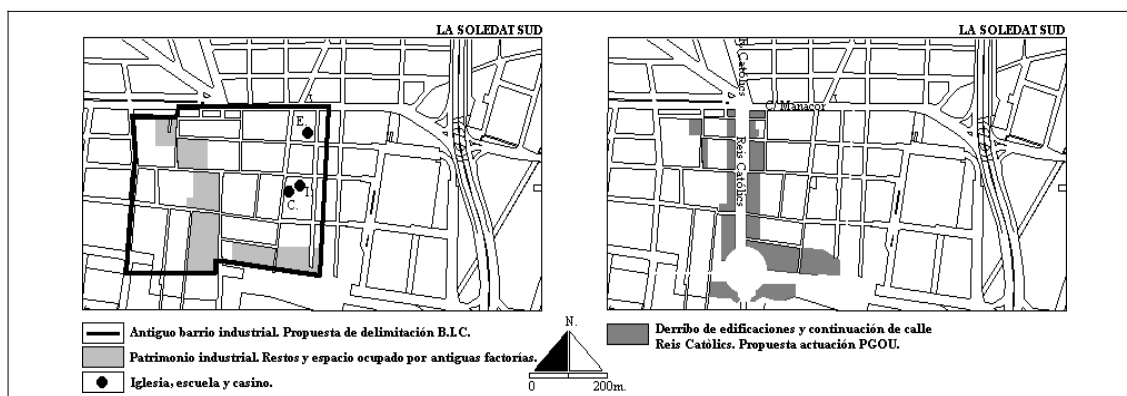


Ilustración 5: plano del antiguo barrio industrial. Patrimonio y actuaciones proyectadas en el PGOU.
Fuente: ARCA.

El edificio que nos ocupa, la **antigua fábrica de calzados Gorila**, fue diseñado en 1938 por el arquitecto Guillem Muntaner, siendo el promotor Antonio Negre, quien tenía la intención de

albergar la fábrica de Calzados Negre. Según señala el experto Miguel Seguí Aznar¹⁰ se trataría de una de las obras más importantes del arquitecto, donde la combinación de estilo racionalista con rasgos regionalistas lo convertirían en un edificio ecléctico.

Posteriormente el edificio sería ampliado y adquirido por el empresario Jaume Salom para albergar la fábrica de Calzados Gorila. Según los expertos, se trata de un edificio de estilo racionalista “siguiendo las directrices de la arquitectura industrial de finales del XIX”¹¹. La fábrica se encuentra formando una isleta que confluye en las calles de Randa, Fe y Punta. En esta última calle se situaba la puerta principal rematada por un arco de medio punto. En aquella parte del edificio se situaban tanto las antiguas oficinas como los comederos de los trabajadores. El resto del edificio lo ocupaban el taller y los almacenes. Además “el conjunto tiene anexionada la construcción de una vivienda que se encuentra en la esquina de las calles Fe i Randa, que se comunica con la fábrica y que forma parte de esta”. Las cubiertas están inclinadas con tejas árabes y planas transitables terminada con ladrillo de barro y ambas cuentan con lucernarios de cristal.

Las características estilísticas del edificio, lo convierte en una muestra representativa del pasado industrial de Palma. Por todo ello, la antigua fábrica se ha convertido en un edificio protegido gracias a la movilización de iniciativas tanto privadas como públicas para la conservación del patrimonio industrial. El objetivo no consiste únicamente en evitar la demolición de estos bienes inmuebles, si no en asegurar, dentro de lo posible, la restauración y reconversión. Y el desafío es precisamente ese, o sea, que no se conviertan en simples inmuebles protegidos distribuidos por la ciudad, si no que su restauración sirva para volver a darles un uso que ayude a reactivar esas zonas antaño dinámicas. Para Gabriel Sampol¹², director de la constructora Sampol y empresa propietaria del edificio, se trata de un proyecto que, aunque más costoso, podría favorecer un mayor dinamismo en la zona contribuyendo a “preservar el patrimonio industrial de la ciudad como seña de identidad de nuestra historia”.

Su valor como “último testigo de aquellos años dorados de la industria mallorquina”, lo hacían idóneo para un proyecto de reactivación del barrio de la Soledad. En su opinión, el

¹⁰ ARCA. “Passes per protegir l’antiga fàbrica de sabates GORILA”, (online). <http://arcapatrimoni.blogspot.com/2011/03/passes-per-protegir-lantiga-fabrica-de.html> (consulta: 03/2019).

¹¹ P.G.O.U. *Catàleg de Protecció d’edificis i elements d’interès històric, artístic, arquitectònic i paisatgístic de Palma*, NIU Arquitectura.

¹² Sampol, Gabriel. “Salvemos el patrimonio industrial de Palma”, *Ultima Hora*, 16/06/2017.

edificio “es perfecto para albergar cualquier actividad público-privada o delegación institucional”. Una muestra clara de que la salvaguarda del patrimonio industrial no consiste únicamente en evitar la demolición, si no en transformar el espacio.

6.4 El despegue de la marca

En aquellos inicios la marca se conocía como Calzados Salom, un nombre no muy llamativo para una marca recién aterrizada en el mercado. Mi padre quería a toda costa encontrar algo más atractivo. Generalmente se ha creído que fue el éxito de la película King-Kong estrenada en 1933 la que inspiró a Salom el nombre de la marca. De hecho, cuando uno rastrea en internet son numerosos los blogs y los artículos periodísticos que así lo explican. Allí donde buscaba referencias de Gorila, se mencionaba la película de King Kong como la inspiración del nombre de la marca.

Pero no fue en la fuerza de King Kong lo que le vino a la cabeza a Jaume. “En realidad -me explica Catalina- fue algo más casual y menos interesante de lo que se cree. Resulta que estaba mi padre en casa de tío Bernardo, su primo, cuando hablando sobre la necesidad de un nombre para la marca, se les ocurrió ojear un álbum de cromos de animales que coleccionaba mi prima. El álbum en cuestión era la colección que promocionaba una marca de azafrán de la época y allí fue donde encontró el gorila. Le gustó por su imagen, por ser un animal fuerte y así fue, rápido y sin pensarlo más, lo tomó como el símbolo y nombre de la marca”. “M’agrada. M’agrada es goril·la. Serà es nom” -recuerda que dijo su padre-.

Aun con un nombre, algo más comercial, el éxito no fue inmediato. Antes, no como ahora, la gente estaba acostumbrada una oferta determinada y eran pocas las novedades que aparecían en el mercado, en cuestiones de ventas era fácil la “fidelización” a una marca y si un producto funcionaba, ¿por qué cambiarlo? Ahora en cambio, no parece que baste el tiempo ni el dinero para probar todos los productos que tenemos a nuestra disposición. En cierta manera, eso supuso un lastre a la hora de hacerse un hueco. Además, a ello se sumaba un precio más elevado que la media, necesario para compensar los gastos de semejante proceso productivo. Era necesario encontrar el modo de atraer al consumidor. Lejos de complejas campañas publicitarias, a la hora de la verdad, nada funcionó mejor que “el boca a boca”.

Jaume se implicaba en todas las tareas, desde la compra de materia prima, hasta la venta del producto. Tal y como funcionaba en la época, el marketing se caracterizaba simplemente por un trato más personal con el cliente. “Mi padre pensó que lo mejor era invertir tiempo en ir

tienda a tienda para explicar las características de su producto, su novedad y la durabilidad que prometía. Muchos eran reacios a vender un producto caro en una época de ahorro generalizado, pero los pocos que se atrevieron a apostar por Gorila vieron pronto como el precio estaba justificado. Al final, a pesar de las reticencias tanto de vendedores como de compradores a pagar por *los Gorila*, se dieron cuenta que salían más económicos porque, efectivamente, duraban más. Y esa fue la mejor estrategia para la venta de estos zapatos que pronto comenzaron a ocupar todos los escaparates”. Las madres quedaban encantadas porque al fin se despreocupaban si los zapatos de sus hijos volvían rotos, mientras que los niños podían jugar sin preocuparse de si los zapatos se rompían. Todo el mundo ganaba. “Mi padre dio especial importancia a que se convirtiera en el zapato escolar por antonomasia. Y todavía hoy día son muchos los que recuerdan que Gorila fue el calzado de su infancia”. Los mismos profesores de colegio comenzaron a recomendar Gorila a los padres en vista de su resistencia. Y ese fue sin duda el gran salto adelante.

La presencia de Gorila fue extendiéndose y pronto la producción no daba a abasto. Fue en ese momento cuando se decidió comprar una nueva fábrica. Jaume comenzó a buscar el lugar que mejor se adaptara a las nuevas exigencias. A pocos metros de la fábrica de Héroes de Manacor estaba el barrio de la Soledad, zona en efervescencia industrial desde mediados del XIX pero también, en lenta decadencia que, en las décadas posteriores al fin de la guerra, viviría sus últimas décadas de actividad.

La expectación que causó en el barrio la nueva fábrica fue máxima. Sin embargo, se prescindió de la parafernalia de ceremonias o actos para inaugurarlo. Las ganas de empezar cuanto antes fueron el pistoletazo de salida. Y así fue como en 1942 los dos socios, Jaume Salom y Biel Montserrat, comenzaron a buscar trabajadores. Más allá de la novedad del producto Gorila, lo más llamativo fue el respeto mutuo entre trabajadores y socios. De ese buen ambiente mi abuela da buena cuenta, “la fábrica tendría todo el apoyo de sus trabajadores por ser esta respetuosa con ellos”. No había largas jornadas laborales, las horas extras eran pagadas y la cercanía de Salom, siempre involucrado en la fábrica, tanto en el producto como en sus trabajadores, le convirtieron en un buen jefe. En los recuerdos de algunos trabajadores se refleja ese cariño que le profesaban. “Todo fue gracias a Salom. Los trabajadores le queríamos. Era un magnifico jefe, que tenía un don para llegar a la gente y entender sus problemas, eso le hacía cercano y querido por todos. Nunca tuvimos ningún problema”¹³. Sin ninguna duda, su carisma

13 *Op.cit* pág. 13

como jefe y su dedicación como padre son las características que mejor recuerda su hija y de las que se siente más orgullosa. “Era un hombre paciente, prefería escuchar a hablar, conocía a cada trabajador personalmente. Cuando me prometí, quiso invitar a todos ellos a mi boda. Y lo hizo. Con eso te lo digo todo”. Aunque el nivel de vida tanto de ambos socios mejoró, en esencia, siguieron siendo los mismos. Entre los que les trataron de cerca está Bernat Morell quien cuenta, “no había más que verlos para saber que Calzados Salom iba viento en popa. Nuevos trajes, nuevos coches, nuevas casas. Pero lo que más le gustó de ellos fue que nunca tuvieron aires de

superioridad. “A pesar del dinero y del éxito, conservaron la humildad, sin perder nunca sus orígenes”¹⁴.



Ilustración 6: Jaime, su mujer María Comas y su hija Catalina. Fuente: archivo familia Salom



Ilustración 7: Jaime en uno de sus múltiples viajes a Barcelona. Fuente: archivo familia Salom

¹⁴ *Ibid* pág. 16



Ilustración 8: Jaume Salom. Fuente: archivo familia Salom

6.4.1 El papel de la publicidad

Pero como suele ocurrir, a la par que la fama de los zapatos se extendía, aparecían los sucedáneos, imitaciones baratas que parecieron poner en jaque a Calzados Salom. De esa época nacen los famosos eslóganes y reclamos publicitarios como: “¡Exija el sello verde!” o “Gorila. El mejor amigo del niño”. Pero más que las palabras, lo que muchos aún recuerdan es aquella pelotita verde que se convirtió en la gran estrella publicitaria. Ya no se sabía si los niños querían los Gorila por el zapato en sí o por la pelotita. Aunque pueda parecer exagerado, aquel año de 1955 convirtió la pelotita en un hito. Hasta la fecha nadie en España había utilizado la idea de incluir un regalo como reclamo publicitario, algo que sin duda convierte a Salom en precursor del marketing.



Ilustración 9: publicidad. Fuente: El País



Ilustración 10: publicidad. Fuente: El País



Ilustración 11: publicidad. Fuente: El País

Pronto comenzaron a surgir más ideas a las que añadir el “sello Gorila”. “Tras el furor de la pelotita, comenzó a tener más ideas a las que vincular la marca. Ese fue el momento que aprovechó mi padre para volcar pasión por las bicis y las carreras”. Y así lo hizo. “Buscó los medios para patrocinar un equipo que corriera en la vuelta ciclista de Cataluña y encontró en Miquel Nadal Comas la persona idónea”. De la conjunción de ambos nació el equipo Minaco-Gorila. “Mi padre, que era que un gran aficionado, fue el patrocinador, mientras que delegó en Miquel -que daría las siglas al equipo-, propietario de una tienda de bicicletas y con más conocimientos en el tema, la ejecución”. De esta manera, Minaco se convirtió en el patrocinio y propaganda de Gorila. Para su hija, Minaco fue la mezcla de la gran afición que tenía mi padre por las bicicletas y la buena amistad que le unía a Miquel Nadal Comas.

Sin perder el tiempo, los dos se pusieron a buscar los candidatos perfectos para representar a Minaco. En 1954 se iniciaron los trámites y en 1955 quedaba conformado el equipo resultado de los conocimientos e intuición de Miquel y de Bernat Capó, el director técnico del equipo. En sus orígenes, el equipo se formó por Gual, Chacón, Alarcón, Coscolluela, Company y Gómez del Moral. “En la fábrica -continúa explicando-, teníamos una furgoneta grande que servía para todo. Pues bien, cogieron esa furgoneta y fabricaron un gorila enorme que pusieron encima. Así cuando se acercaba los ciclistas del equipo, los espectadores veían la furgoneta y sabían que se acercaban “los gorilas”. Y no se equivocó”. El equipo Minaco pronto se conoció como “los gorilas”.

El estreno del equipo fue en la Vuelta a Cataluña de (03/1955). Allí conseguirían su primera gran victoria como equipo, una victoria que también favoreció enormemente a Gorila. Fue un

gran año para el equipo. Gracias a Company consiguieron el trofeo Masferrer, que fue seguido de cerca por Gómez y Chacón, integrantes de su mismo equipo. Fuera o no cosa de la suerte del principiante, la cuestión es que fue un año muy favorable para Minaco. Ese mismo año corrieron en la Euskal Bizikleta y la Vuelta a Levante (05/1955), quedando Coscolluela primero en la tercera etapa, distancia que recorría desde Alicante hasta Murcia, un total de 149km. Recuerda mi abuela cuando su padre invitó a la fábrica a dos ciclistas famosos, Poblet y otro extranjero, cuyo nombre no recuerda. “Les invitó para conocerlos y enseñarles la fábrica y al despedirles, les regaló un par de zapatos a cada uno. Al fin y al cabo, ese era uno de esos sueños de la infancia mi padre. Siempre quiso convertirse él mismo en un ciclista profesional y competir no solo en España, sino también en el extranjero”. Irónicamente, su hija no lo recuerda montando en bicicleta, sin duda, “disfrutaba más siguiéndolas y comentándolas”.

En resumidas cuentas, 1955 fue el gran año del equipo, pero también el último. La campaña de unir deporte con publicidad surgió efecto, pero después de eso, el primer impulso del equipo decayó y ese mismo los integrantes de Minaco- Gorila¹⁵ se unieron a diferentes equipos. No por ello decayó el interés de Jaume por seguir ligado al mundo del deporte y durante los años siguientes siempre colaboró financiando diferentes competiciones. En Mallorca tuvo un papel destacado financiando parte del Estadio Balear que se inauguraría en 1960. En agradecimiento su hija Catalina haría de madrina del nuevo campo que venía a sustituir el antiguo de Son Canals. La razón de que invirtiera dinero en el mundo deportivo no respondía únicamente a cuestiones publicitarias de la marca, más bien fue la excusa. Su pasión por el deporte, principalmente el ciclismo y el fútbol, deporte nacional por antonomasia, le llevaron a participar indirectamente, colaborando dentro de sus posibilidades. Y esa pasión continuó durante largos años.

Aunque poco tuviera que ver con el deporte, Jaume quiso aprovechar toda oportunidad para rentabilizar al máximo la empresa. Así fue como decidió darle un uso a la goma sobrante para convertirla en utensilios destinados al jardín o a la albañilería como fueron las espuelas de goma vulcanizada. La marca Kanguro, que fue el nombre de esta línea, “fue siempre secundaria, creo que era en mayoría de alcance local. Era una manera de aprovechar la goma vulcanizada de la fábrica. Realmente -como reconoce Catalina-, no estoy segura del tiempo que existió”.

¹⁵ Vidal, Miquel y Flaquer, Mateu. “Ciclistas de Mallorca”, Edición dominical diario *Ultima Hora*. (online). <https://docplayer.es/71380057-Ciclistas-de-mallorca.html> (consulta: 03/2019).

1956 – **Minaco-Gorila** – Tr. Mosén Borrás (1°), Vuelta los Puertos (1°), Vuelta Mallorca (3°), G.P. Alicante (3°), G.P. Sprint Pamplona (3°), Tr. Jaumandreu (3°), Camp. España Regiones (3° Baleares), Trofeo Masferrer (4°), G.P. Ondárroa (5°), Circuito San Antonio Vitoria (5°), Camp. Cataluña (6°).

6.5 Nuevos tiempos, nuevos rumbos

Pero la década de los setenta traería nuevos cambios. Por un lado, el resurgimiento de la economía española trajo consigo un aumento de la competitividad y, aunque Gorila gozaba de una reputada posición, la necesidad de adaptarse a los nuevos tiempos se hizo imperiosa. La producción no daba abasto para llegar a los diferentes puntos de la península, esto, unido a que únicamente existía una fábrica que además estaba literalmente “aislada”, comenzaron a plantear la necesidad de ampliar el negocio con una nueva planta de producción. Pero no pareció una idea que calara. A pesar de los indicios que demostraban un nuevo resurgimiento del mercado, más oferta y, por ende, la aparición de nuevos competidores, así como una mayor capacidad adquisitiva del público, la directiva de la fábrica no apostó por un nuevo planteamiento del negocio. “En cierto modo mi padre era bastante reacio a dirigir un negocio que se le escapara de las manos, donde perdiera ese contacto e implicación que había caracterizado la dirección de la fábrica”. Esas características habían hecho de Jaume Salom un reputado empresario que además contaba con la simpatía de sus trabajadores. Pero ese mismo factor, fue lo que acabó mermando la presencia de Gorila en el mercado. A ello se sumaba el peso de los años, menos propenso a ese tipo de aventuras, Jaume comenzó a pensar en la jubilación y en ir dejando el testigo.

Desde hacía tiempo trabajaba en la fábrica Juan Rabell, aunque de padre catalán, Rabell se había criado entre Palma y Manacor y, poco después de terminar sus estudios en Barcelona, regresó a la isla a trabajar. Nada más volver, encontró un puesto en la fábrica de Salom, encargándose del departamento de producción. Su principal tarea fue aplicar los nuevos métodos de “productividad” que Salom había conocido un viaje a París en 1955. Al parecer, según me relata Catalina, fue un viaje que reunió a varios zapateros. “Algunos de los principales productores de calzado de la isla, desde Llucmajor a Inca, fueron a París a conocer de cerca este sistema y su aplicación”. Aunque el método no pareció cuajar, Juan continuó trabajando en la fábrica. Era un hombre tranquilo, competente y poco dado a la palabrería. Pronto congenió muy bien con su jefe. Lo que no sabían es que terminarían por convertirse en familia. Mi abuela recuerda algunos de esos momentos a la perfección. Por ejemplo, cuando iba a la fábrica, algo que no hacía a menudo, siempre se dirigía a él como Sr. Rabell. Fueron tratándose cada vez más y terminaron por casarse en 1965.

Por su parte, Catalina prefirió mantenerse algo al margen de la dirección del negocio, mientras que Juan fue convirtiéndose en pieza imprescindible para Salom. A menudo se ha

pensado que fue su etiqueta de yerno la que impulsó la carrera de Juan, pero lo cierto es que su papel en la fábrica fue importante mucho antes de que pasara a formar parte de la familia. Sin embargo, la empresa contaba con otra participación que terminaría por dinamitarla. “El primer socio de mi padre, Montserrat, al ser más mayor que este, murió al poco de despegar el negocio. Le sucedió su yerno Alberto Gomila, un terrateniente de Campos, quien casó con su hija Isabel. El matrimonio tuvo dos hijas, y una de estas hijas se casó con Miguel Oliver quien, por relación de familia, entró a formar parte en la dirección de la fábrica. Ni su supuesta formación bancaria, ni su teórica red de contactos, fueron las que consiguieron mantener a flota la marca, sino más bien dividir la directiva en cuestiones referentes al *modus operandi*. Al fin y al cabo, el 47% de la empresa pertenecía a su familia política y como tal, su opinión valía lo mismo. Tanto Oliver como Juan Rabell compartieron la dirección hasta que las diferencias se hicieron insalvables.

Por esa misma época, en abril de 1969 fallecía don Jaime, a los 63 años. Su muerte no fue inesperada, pero sí muy sentida. A su funeral acudieron muchas personas, muchos de ellos trabajadores de la fábrica que siempre le recordaron con cariño. Fue un hombre muy querido, visionario para la época y, aunque trabajador exitoso, nunca se caracterizó por ser ambicioso. Prueba de ello es que el dinamismo de los nuevos tiempos se le quedó grande, queriendo mantener su autonomía y su *modus operandi* caracterizado por la cercanía con el trabajador. Juan siguió al frente de la empresa como propietario del 47% de la fábrica, pero era más que evidente que la fábrica no daba más de sí y el diseño del producto necesitaba actualizarse. “El resto de la participación pertenecía desde el principio a Emilio Medina, íntimo amigo de mi padre, mucho más joven que él. Era una persona leal y diligente, a quien hizo titular de ese 6% restante y contable de la marca. Y así fue hasta el final de sus días”.

Ya en la década de los 80, previendo el fin inminente, el matrimonio Rabell Salom optó por vender su parte. Catalina quería lo mismo y se dio cuenta que, a pesar del cariño que le unía a la fábrica a la que su padre se había dedicado en cuerpo y alma, era preferible pasar página. Ante el anuncio de su partida, Oliver se ofreció a comprar su parte que fue vendida en 1989. Pero ni siquiera eso consiguió rescatarla y en 1991, dos años más tarde, la fábrica fue vendida. Una prueba más de que no fue Rabell quien precipitó el fin, como afirma Oliver en el libro anteriormente citado de las periodistas Coral Cenizo y Cristina González. Fue en ese momento cuando apareció en escena otro eminente empresario, Basilio García, natural de La Rioja fundador de Calzados Hergar, quien adquirió Gorila en 1991.

La fábrica en aquel ya inactivo barrio de la Soledad fue subastado. Desde entonces la fábrica no ha vuelto a tener actividad y se encuentra en un progresivo estado de degradación. A pesar

de que no se observan defectos graves, es en el interior donde aparecen grandes desarreglos: humedades, carpintería degradada y las cubiertas parcialmente en mal estado. Sin embargo, tal como apareció en una noticia del Diario de Mallorca¹⁶, el edificio de la antigua fábrica, “no podrá ser objeto de la piqueta, porque Cort ha decidido protegerlo”. Fue gracias a ARCA desde donde se promovió su preservación. La asociación instó a la *Comissió de Centre Històric i*



Ilustración 12: interior fábrica Gorila. Fuente: El Mundo

Catàleg del Ayuntamiento a considerar la propuesta, quien finalmente aceptó. De esta manera, el edificio queda incluido en el catálogo de inmuebles de interés histórico, arquitectónico o artístico. No solo apuntan al valor de la fábrica, sino al conjunto del barrio pues, como explican desde la asociación “aún se conserva la tipología de viviendas de obreros del siglo XIX y principios del XX, y su trama urbana, valores que también han sido reconocidos por la *Comissió*”.

¹⁶ Galán, Raquel. “La vieja fábrica Gorila será protegida por el valor de su estilo racionalista”, *Diario de Mallorca*, 05/03/2011.



Ilustración 13: interior fábrica Gorila. Fuente: El Mundo

En los últimos años parece haber crecido el interés por la conservación del patrimonio industrial después de largos años de letargo, “no somos conscientes de la importancia del patrimonio industrial de Mallorca», como explicaban Ramón Molina y Guillem Fabré, presidente de la Fundació per la Recuperació i Estudi del Patrimoni Ferroviari i Industrial de Balears al Última Hora¹⁷. El problema para Fabré es que, aunque muchos de estos bienes están incluidos en la Llei de Patrimoni Històric de 1998 como también en la Ley de Patrimonio del Estado, el desordenado crecimiento y la predominancia cada vez más pujante del sector terciario, ha terminado por aguar estas medidas. Uno de los objetivos de la fundación explica Ramón Molina, profesor de Historia económica de la UIB, trata en primer lugar de desmontar la “gran falacia” de que la riqueza de Baleares se debe al turismo. “Mallorca estaba altamente industrializada hasta 1950», con un 35% de la población dedicado a la industria. Precisamente con el capital ganado en estas fábricas se impulsó el turismo, los obreros pasaron de la fábrica al sector terciario y el testimonio industrial se diluyó”. La Soledad evidencia lo anteriormente expuesto, dado que únicamente las antiguas fábricas de Calzados Gorila y Ca’n Ribes se han conservado, teniendo esta última asegurada la restauración. Los propósitos que persiguen van desde una mayor concienciación y difusión, hasta instar a los ayuntamientos a impulsar

¹⁷ Busquets, Arnau. “Una fundación impulsa la defensa del olvidado patrimonio industrial balear”, *Última Hora*, 06/05/2009.

catálogos de los inmuebles, y así ayudar económicamente a los propietarios que quieran mantener la infraestructura.

Llegados al fin del relato, no puedo evitar preguntarle a Catalina lo que supuso el fin de la marca tal y como su padre la construyó, sobre lo que implicó y la nostalgia que tales acontecimientos siempre despiertan. Pero no hay pena, ni rencor. “Claro que me supo mal. Pero así funcionan las cosas. Quién sabe si hubiéramos aguantado más, eran nuevos tiempos y, para bien o para mal, no fuimos a la par. Gorila significó mucho en la España de aquel momento y me alegró que continúe a pesar de que no estemos implicados. Al final son solo negocios. La fábrica nos dio muchas alegrías, pero su fin, no fue nuestro fin. Es más –me dice riéndose– cuando vendimos nuestra parte, mi marido compró champagne para celebrarlo”. La fugacidad de las cosas no debe quitar la alegría y ellos siempre lo tuvieron presente.

7. CONCLUSIONES

Todo el trabajo, tanto en sus aspectos más teóricos, tomados directamente de la bibliografía, como a nivel práctico, aplicados al caso de la fábrica Gorila, pone de relieve el papel de la industria en el desarrollo económico de Mallorca.

Si la tendencia general es considerar al sector terciario como factor determinante del gran crecimiento económico de las Baleares, autores citados como Manera, Molina o Miranda nos demuestran todo lo contrario. Y lo demuestran analizando sectores de la industria muy concretos, como es la industria del calzado y su predominancia en la geografía balear. Aunque sigue siendo un tema poco tratado y, como reconoce Miranda “el desarrollo de la industria del calzado balear continúa siendo un tema importante insuficientemente investigado”. El presente trabajo no es un compendio de la historia del sector del calzado en las Baleares, si no que este se convierte en la excusa para narrar casos concretos como es el de la fábrica Gorila.

El peso de Gorila en la década de los cincuenta y especialmente en los sesenta, una década de crecimiento y expansión económica nacional, lo hacían un caso idóneo a tratar. Gorila fue durante muchos años el calzado escolar por antonomasia y eso lo convierte en un símbolo de aquella época. Aunque actualmente sigue presente, la variedad de oferta existente hace que sea más difícil que ocupe que ese lugar que otrora tuvo. Pero no solo era el éxito en ventas lo que despertó mi interés, si no otros factores a analizar que también resultaban novedosos. Entre estos, el papel que jugó la publicidad. Una publicidad cuyos eslóganes alababan la durabilidad

del calzado y que, incluso hoy día, siguen funcionando; “los gorilas” sigue siendo hoy en día “el mejor amigo del niño desde 1942”. A los zapatos queda irremediablemente asociada la pelotita verde. Aquella idea supuso en palabras de Basilio García, actual propietario de la marca, “la primera acción de marketing directo en el mundo del calzado”¹⁸. Pero explotó otros campos más allá de la publicidad habitual. La pasión de su fundador por el ciclismo convirtió a la marca Gorila y al equipo ciclista Minaco en el tándem perfecto. Quiso la suerte que el equipo se estrenará cosechando varios éxitos y, aunque tuvo una existencia breve, la idea de asociar una marca al deporte fue sin duda toda una novedad.

Pero si la marca hace tiempo que ha quedado desligada del ámbito insular, no sucede así con el edificio que en su día albergó la fábrica. Únicamente dos de los edificios del barrio de la Soledad -Ca'n Ribes y la antigua fábrica Gorila- han sido declarados patrimonio no inmueble, por lo que no podrán ser demolidos. En mi opinión, el siguiente paso es conseguir también la preservación y mejora de la fábrica Gorila, mucho más, teniendo en cuenta el peso no solo económico de la marca, sino también cultural. Gorila queda enmarcada entre la difícil década de la posguerra y la década de los sesenta, marcada por un crecimiento económico nacional que, como se viene recalando en el caso de las Baleares, no se debió a la irrupción del turismo.

En ese sentido, el análisis y valoración del sector turístico en las Baleares es un tema ampliamente estudiado por el departamento de Economía e Historia económica de la Universidad de las Islas Baleares. Resulta ilustrativo las aclaraciones que hacen respecto a los barómetros para valorar el impacto del turismo. Para Javier Capó, Antoni Riera y Jaume Rosselló¹⁹, uno de los principales problemas es la dificultad de catalogar el turismo dentro de una de las ramas habituales de división de las actividades económicas, “lo que impide cuantificar la actividad propiamente turística”. Mientras que algunas de las actividades “tienen una demanda dual, es decir, satisfacen las necesidades tanto de los turistas como de los residentes locales”. Otras son difíciles de catalogar, y aquí es donde surge el problema de “identificar correctamente el valor añadido y el gasto generado por la industria turística”. Así pues, parece que no es tan fácil hablar de los beneficios de este, entre otras, por la dificultad en cuantificar y visualizar su impacto, especialmente en lo que se refiere a la población residente.

¹⁸ Monforte, Carmen. “Zapatos Gorila, para todos los niños”, *Cinco Días. El País Economía*, 07/08/2014.

¹⁹ Capó Riera, Javier et al. “Una revisión del análisis económico del turismo”, *Principios: estudios de economía política*, nº5, Centre de Recerca Econòmica (UIB-“Sa Nostra”), 2006.



PREMIO DE LA MONTAÑA
LAVADORAS (R) LAVADORAS

Los corredores, en fila india, al pasar por el alto del Estado, puntuable, como se sabe, para el Premio de la Montaña. — (Foto Bert)

ESTE FUE EL VENCEDOR DE LA ETAPA

Gabriel Company, primero en Montjuich

Radante de satisfacción no está Gabriel Company, con su ancha sonrisa de niño y el raso de flores en la mano, cuando lo saludamos su ojalero. — ¡Contento por esta victoria! — Copio en poco días usted los mejores momentos de este año en el día de su primera comunión. — ¿Esperabas ganar? — Con franqueza le diré que sí, y salido a disputar esta etapa en moral de victoria, pues cuando esta mañana al levantarme me enteré por EL MUNDO DEPORTIVO del apodado ganador. Mi compañero de equipo albañil, Juan José, me comentó que el mundo de este año, yo cada día estaría muy bien que yo mismo me fuera a correr la carrera. Y naturalmente, he hecho que puse que de todos ellos el que en mejores condiciones estaba para intentar y por mi segundo puesto.



tro bien de forma, y llevé toda la carrera con vistas a esta victoria de etapa, sacrificando, incluso, para ello la clasificación de Montaña, dejando de puntar en algunas vueltas en los altos de Montjuich para no desperdiciar energía y llegar entero a la vuelta final. Los fotógrafos requieren a Company para sacarlo con sus disparos dirigidos al manillar de la Casa Villaverde que Company se sacaba con viva satisfacción por el momento. — ¿Cómo te gustó el servicio? — Me gustó mucho, conservé la energía, y mi deseo de vencerme llevar a Palma por el segundo a don Miguel Nadal, pero pensé mucho este jersey, y habiendo tomado sea pronto o muy difícil que pueda reportarme tantas cosas. El jersey, es de fino hilo y ligero como una pluma, pero no he duda de que pesa mucho pero ha hecho la responsabilidad de llevar.

Vicente Iturat, primero en Matarró

Tan rando ha sido el paso por esta meta de Vicente Iturat, que mayoría de espectadores vieron tiempo de ver su número dorsal. Pero eso sí, se veían claramente las anchas franjas blancas del jersey por lo que muchos creyeron que se trataba de Botella del que se salda una arremetida fuerte al frente del pelotón. Pero no era Botella, ni su compañero de equipo Vicente Iturat, quien había pisado puntualmente la raya de meta.



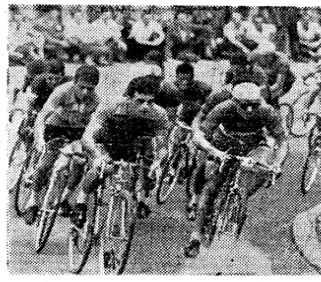
hacia la etapa para a ser el última de la carrera en aquellos primeros momentos había quedado a la vez Iturat o el francés algo usted — añadió — ¿cómo me dio? — Me dio mucho gusto, pero me dio mucho gusto a mí también. — ¿Esperabas ganar? — Me encuentro en forma y tengo gran confianza en mí mismo. Ayer en el Tibidabo estuve a poco de ganar, y hoy lo he conseguido. — ¿No parece increíble que los hombres de la U. D. Sans puedan haber olvidado esto, si los periodistas que escriben en el libro de programa nos vestimos de corredores, cuánto quisiera verlos a verlos en el Circuito de Montjuich? — Vengan ideas nuevas y modernas. Yo las espero y las celebro si el ciclismo más deporte y más Vuelta. Pero la historia es intocable. La Vuelta vive de ello. Su mayor capital es su historia, y uno de los hombres de este siglo, Hitler, expresa a este respecto claramente su pensamiento. — El hombre sordo a la historia, nunca tendrá un sentido real de la vida. R. TORRES

Muy contento. Y mucho más si como creo además de haber ganado la etapa.

Un programa de la Vuelta a Cataluña, magnífico, pero en el que no consta el historial de la prueba

Hemos obtenido un ejemplar del libro programa de la XXXV edición de la Vuelta Ciclista a Cataluña. Es magnífico, muy enérgico y superior en su presentación y buen gusto al del año pasado. Pero se ha suprimido el historial de la carrera. Lo que me parece inexplicable. Hubo un año — creo que el 32 — en el que se presentó, únicamente de dicho historial pero al verlo repuesto en el libro programa de la edición del pasado año 1954, supuse que una misión involuntaria. Repleándose este año el mismo y lamentable fallo, he de decir que ha sido cosa deliberada. En las oficinas del «Sans» tengo la versión de que hay quien cree que lo mismo interesante en el libro programa de la Vuelta a Cataluña, es el ciclismo. Debe ser así. O cuando menos este criterio es el que ha prevalecido. Yo, naturalmente, he de hacer constar mi disconformidad en nombre propio y de muchos aficionados que guardan dichos libros programa como reliquias. Quién ganó la Vuelta tal año? Quiénes participaron en tal año? ¿Quiénes se clasificaron en tal o cual etapa? «Libro de programa de la Vuelta» — así rezaba el año pasado — es eso, su historial. A los ciclistas nos interesa. A los deportistas, también. Si uno lo cree interesante es, que no es ni una cosa ni otra. — Si se le quemara la imprenta — la redacción y administración del diario — le he preguntado a mi patrono don Ricardo Grau —, ¿qué es lo que más sentiría perder? — y sin vacilar me ha contestado. — Los tomos de la colección del diario. El encargado del libro programa de este año — ignoro quién es — ha hecho pues una sugeta del historial de la prueba sin que se haya prendido fuego a la casa. Lo que es mucho más lamentable. Repito que el libro programa de este año tiene una presentación magnífica y un valor literario grande, especialmente en las descripciones del señor Roca Llop del paisaje y costumbres catalanas que hace maravillosamente. Pero hay dicha omisión. Y al recurrir por dos veces en la misma, sabe a fallo o hecho imperdonable. La Vuelta es la Vuelta, pero el corredor es la primera meta. Cuando no hayan corrido, se habrá terminado la prueba. Y el libro programa ya no será necesario. Los versos, los artículos y

los corredores en pleno esfuerzo, en uno de los repechones de la Font del Gat. — (Foto Bert)



Los corredores en pleno esfuerzo, en uno de los repechones de la Font del Gat. — (Foto Bert)



La tercera etapa Barcelona-Matarró, corrida en la tarde de ayer, vide dificultad por la lluvia. En la fotografía vemos al grupo cabeza pasando por delante del coche de los cronometristas de EL MUNDO DEPORTIVO. Advertirse, que el corredor que va en primer lugar, ignora el viraje con un pie en el suelo, por lo realista que estaba en la tercera, causa de muchas de las caídas que se registraron. — (Foto Bert)

“flashes” de la Vuelta 8

Mucho público ayer, en todas las poblaciones del recorrido y muy particularmente en Granollers y en Matarró, final de etapa. Mucho público también, por la mañana en Montjuich, pero menor. Y es que en los pueblos, atienden a la Vuelta, por la Vuelta, y no reparan en as de más o de menos.

Los de los pueblos dieron un buen contingente de estrada ayer en Montjuich. Y esto, que lo prefieren al gran día municipal de Palau de Plegamans, prueba que cuando viene, pues hasta las mujeres y niños se trasladaron a Barcelona para asistir a su partido, el líder Zamalac, con su familia y toda su familia. «Sanja», Palau de Plegamans se sigue: «Animos».

Por la tarde, al darse la salida a los corredores en la casa de Vergara, nos encontramos con dos grupos de ciclistas. El malloquino Company vestía el que acostumbramos en Montjuich y Alfredo Bonafant, el que acostumbramos el día anterior. En esta ocasión no contaba con tener que cederlo tan pronto, y no le faltó otro de repuesto para sustituirlo.

Esto del amarillo amarillito de Company, que lo alcanzó el sábado por la tarde en el Tibidabo, y Montjuich, a Gabriel Company. Y esto, en Matarró a Vicente Iturat. Fue, la misma tarde, lo contra-gabriel Company, a Gabriel Company. Lo pasó, mañana, Iturat a Iturat, y tendrá fuerzas suficientes para seguir aportándolo sobre la supeditación.

Saludamos en la meta de salida al buen amigo Chover. Está bastante de animación, como todos los buenos aficionados, por la victoria de Iturat en Matarró. Y, en realidad, no le falta nada para ello. Pues fue a iniciación del año Chover que fue el título de campeón del mundo logrado por Guillermo Timoner en la Federación Internacional de Ciclismo en la categoría de 100 km.

Don Juan Bautista Soler, también estaba arribado con el título de campeón del mundo logrado por Guillermo Timoner. El señor Soler fue de los que que el año pasado, cuando el ciclismo español no tenía en cuenta.

Don Juan Bautista Soler, también estaba arribado con el título de campeón del mundo logrado por Guillermo Timoner. El señor Soler fue de los que que el año pasado, cuando el ciclismo español no tenía en cuenta.

Vinieron las lluvias: Era de suponer, va que el ciclismo, es como un imán que las atrae. Llovía el sábado en la primera etapa, llovía ayer en la tercera. Veremos lo que nos espera el tiempo de hoy.

Nocturno, francamente, no nos hemos atrevido a consultar el parte meteorológico, porque nos tememos que, de este momento en adelante, haya sido roto el día a la vista de los antecedentes meteorológicos, una con el programa de etapa de la Vuelta a la vista.

Si ustedes no han seguido nunca una etapa de la Vuelta ciclista a Cataluña, creará, como es lógico, que lo que se ve pasar por la carretera es una gran caravana de corredores ciclistas escoltados por algún coche.

Pues, no. Los aseguramos, muy formalmente, que lo que se ve pasar es una gran caravana de automóviles y motocicletas en plena carrera, por entre los cuales se ve a algún deportista ciclista pugnantemente por abrirse paso.

Ilustración 16. Fuente: Mundo deportivo (05/09/1955)

Gómez del Moral ganó la Vuelta a Cataluña

Bahamontes, vencedor en la Montaña, entró el primero en Barcelona

Villanueva y Geliú, 11. — La salida para cubrir la etapa de hoy de la Vuelta Ciclista a Cataluña se realizó entre una enorme multitud. Se hizo a las diez y media de la mañana, bajo un sol torrido. Los ciclistas se lanzaron carretera adelante en compacto pelotón, hacia Barcelona, final de la prueba.

Se inicia el ascenso del Ordal y el pelotón se estira. Bahamontes demarra fuerte y logra coronar el alto en primera posición, seguido a una máquina de Botella. El pequeño Hernán lo escolta con gran estilo y potencia, y detrás va todo el paquete, muy alargado. En el descenso se reagrupan todos los corredores y así marchan unidos hasta la entrada de San Felíu, donde Bahamontes, que parece muy inquieto y con ganas de ganar la etapa, da varios tirones en zig-zag, marcado estrechamente por el equipo del líder, que anula su esfuerzo.

A la entrada del coll Blanch, Bahamontes continúa en su intento y logra dividir el pelotón, entrando en el circuito de Montjuich con dieciséis segundos de adelanto sobre el grupo perseguidor. — AHH!

- CLASIFICACION GENERAL**
- 1.- Gómez del Moral, 39-52-59.
 - 2.- Campañy, 40-1-2.
 - 3.- E. Rodríguez, 40-5.
 - 4.- Bruile, 40-11-45.

En Ciudadela chocaron dos ciclistas

Murió uno y el otro está muy grave

Ciudadela (Balears), 12. — En accidente deportivo, han resultado un ciclista muerto y otro herido durante la carrera celebrada con participación de todas las "peñas" ciclistas de la localidad.

Fangio ganó el G. P. de Italia

Monza, 11 (urgente). — Fangio, argentino, campeón mundial de automovilismo, ha ganado hoy el Gran Premio de Italia, en las carreras disputadas en esta localidad.

- La clasificación se ha establecido en la forma siguiente:
1. Juan Manuel Fangio (Argentina), con "Mercedes", 1 hora, 11 minutos 53 segundos 1/10.
 2. Taruffi (Italia), con "Mercedes", 1-11-57.
 3. Castellotti (Italia), "Ferrari", 1-12-33-6/10.
 4. Jean Behra (Francia), "Maserati". — AHH!

GALVEZ, CAMPEON ARGENTINO

Buenos Aires, 12. — Juan Galvez, lanzando su coche a 185,367 kilómetros por hora, ha ganado el premio automovilístico de la ciudad de Tres Arroyos, en 3 horas, 58 minutos, 49,2 segundos. Cubrió una distancia de 737,400 kilómetros. — AHH!

JUDO

y JIU-JITSU, aprenda usted fácilmente desde su casa por correspondencia (autorizado por la D. E. de Judo). Pida detalles, gratis y sin compromiso, a GETHOS, Instituto Español de Cultura Física, Apartado de Correos 5.103, Barcelona

5 - Bahamontes, 40-12-46.

PREMIO DE LA MONTAÑA

La clasificación general ha quedado establecida de la forma siguiente:

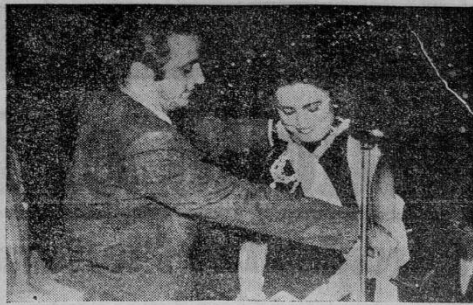
- 1.- Bahamontes, 31 punto.
- 2.- Hernán, 25.
- 3.- Pacheco, 19.

Apoetéosico recibimiento de Mallorca a Guillermo Timoner

Palma de Mallorca, 12. — Mallorca ha tributado un apoteósico recibimiento a Guillermo Timoner, campeón del mundo de ciclismo tras moto. En el aeropuerto era esperado por miles de personas, entre ellas cientos de ciclistas y motoristas que, formando caravana le acompañaron hasta el Ayuntamiento de Palma, en cuya plaza se desbordó el entusiasmo de la gente. En el aeropuerto le habían recibido también el Ayuntamiento de Felanitx, su ciudad natal, así como representantes del de Palma. En las Casas Consistoriales el alcalde le hizo entrega del trofeo que le dedica la capital por su triunfo, en medio de grandes aplausos.

Desde el Ayuntamiento la comitiva se dirigió al Gobierno Civil, donde Timoner fue recibido por el gobernador, que le felicitó por su triunfo. A continuación la caravana, acompañando al coche descubierta en que iba Timoner, se dirigió al Club Mino, a cuyo equipo pertenece Timoner, donde el presidente del mismo le agasajó espléndidamente. Desde el Club la comitiva siguió a Felanitx. El viaje de Palma a dicho pueblo fue apoteósico, entre los vitores y aplausos de los habitantes de los pueblos del trayecto. En Felanitx el entusiasmo de la multitud se desbordó. Las calles parecían engalanadas y profusamente iluminadas con miles de bombillas. Todo el vecindario, incluso niños y ancianos, se encontraban en las calles. Acompañaban al campeón del mundo el alcalde de Felanitx y el párroco. Seguidamente Timoner, acompañado de su esposa y su madre, se dirigió a la iglesia parroquial, donde ofreció a la Virgen los ramos de flores que acababan de serle entregados. Luego se cantó un Te Deum, terminando el cual Timoner se dirigió al Ayuntamiento para asistir a una recepción popular en su honor. Ante los reiterados aplausos el campeón del mundo tuvo que salir a los balcones de las Casas Consistoriales y pronunciar breves palabras, ofreciendo su triunfo al pueblo que le vio nacer. — AHH!

LA REINA DE LA PRENSA



El vicepresidente de la Asociación de la Prensa coloca la banda a la señorita Carmina Illán, "Mis Prensa 1955". (Foto Juanes.)

Ayuda escolar del Frente de Juventudes

La Delegación del Frente de Juventudes, por medio de la Obra de Ayuda Juvenil abre con esta fecha su "Bolsa del Libro", que podrá ser solicitada por todos los camaradas de las Falanges Juveniles de Franco de la capital y provincia que, careciendo de medios económicos, reúnan las condiciones exigidas por su comportamiento, capacidad, disciplina, etc.

Serán requisitos indispensables para poder solicitar los beneficios de la Bolsa del Libro:

- 1.º Ser miembro activo de las Centurias de las Falanges Juveniles de Franco, previo informe de su jefe de Centuria correspondiente o delegado local.
- 2.º Presentar certificación oficial de estudios o el libro de escolaridad correspondiente.
- 3.º Carecer el solicitante, sus padres o tutores, de recursos económicos, acreditado mediante declaración jurada en la que se hagan constar los ingresos que por los diferentes conceptos tenga anualmente y número de familiares con expresión de edades.

La prioridad de la concesión de estos beneficios de la Bolsa del Libro se estimará con arreglo al siguiente cuadro de meritos y circunstancias:

- a) Servicios prestados a las Falanges Juveniles de Franco.
- b) Antigüedad en cada una de las Legiones de las Falanges Juveniles de Franco.
- c) Recompensas y condecoraciones.
- d) Mejor expediente académico.
- e) Situación económica expresada con el número de personas dependientes del cabeza de familia en función, con el total de los ingresos familiares.
- f) Hijo de caído.
- g) Hermano de caído.
- h) Obtener como mínimo 22 puntos del cuadro de valoraciones.

Los camaradas solicitantes de la Bolsa del Libro presentarán necesariamente los documentos siguientes:

- a) Solicitud mediante impreso que se facilitará en la Ayudantía Provincial de las Falanges Juveniles de Franco.
- b) Declaración jurada del padre con los extremos que se hacen constar en el apartado tercero.
- c) Certificación oficial de estudios o Libro de Escolaridad.
- d) Documentos probatorios de

cuquiera de los extremos que se aduzcan como méritos, de acuerdo con lo figurado en el apartado cuarto.

5.º Las solicitudes habrán de ser presentadas en la Ayudantía Provincial de las Falanges Juveniles de Franco todos los días laborables, de diez a una y media de la tarde, finalizando el plazo de presentación de solicitudes el próximo día 25 del actual.

Español, 4; Valladolid, 3

Con una magnífica entrada en Sarriá y un triunfo difícil para el Español se ha inaugurado la Liga en Barcelona. El encuentro comenzó con dominio vallsolletano. La defensa española falló con asiduidad, en especial Gimeno. A los 21 minutos, Marcet lanzó un córner, que remató Arcas, consiguiendo el primer gol, pese al esfuerzo de Matito. El empate se produjo a los 38 minutos en jugada similar, ya que el córner botado por Carlos lo llevó de impecable cabezazo Murillo a la red. Un minuto antes del descanso, Domingo, en jugada personal, y tras salvar varias entradas, logró el segundo tanto vallsolletano de tiro ras. Apenas puesto el balón en juego, Paisero culminó un avance con un cabezazo, que se transformó en el segundo empate.

Después del descanso dominó el Español, y a los 15 minutos, Marcet cedió el balón a Moreno, quien centró sobre Arcas, que logró el tercer gol local. Los visitantes se lanzaron al ataque, y a los 13 minutos, el interior vallsolletano Domingo se adelantó al guardameta españolista, consiguiendo igualar. A los 19 minutos, Arcas obtuvo el tanto de la victoria del Español.

Éxito de «Galas de Arte» y del novillero Paquito Fonseca

Con gran entrada se celebró ayer el anunciado festival taurino cómicomusical, a cargo de «Galas de Arte», sin duda el espectáculo más cultuado y mejor de su género.

Como primera parte del programa, el valiente novillero toresano Paquito Fonseca lidó un novillo, consiguiendo un gran éxito como matador y estoqueador. La faena de multa de Paquito Fonseca resultó muy torera y fué realizada al son de la música entre grandes y merecidos aplausos. Con la espada, se mostró como un formidable estoqueador, pues se desbizo del novillo de una gran estocada en todo lo alto. Paquito escuchó una gran ovación y dió la vuelta al ruedo empujado por los aplausos.

La segunda parte corrió a cargo de la banda cómicomusical "Los Ases", que ejecutó un variado concierto bajo la dirección del gran Bay. El baje "Apache" y "Vaya bozrachera" gustaron muchísimo, como igualmente la actuación de "Don Ricardo", auténtica revelación del toro cómico. Las intervenciones de "El cochero torero", "Miguel" y el "Gran Garco" hicieron también, como todo el espectáculo, las delicias de grandes y chicos.



Participantes en el Concurso de Tiro al Pato. (Foto JUANES.)



Ilustración 18: publicidad Kanguro. Fuente: archivo familia Salom

9. FUENTES Y BIBLIOGRAFIA

9.1 Fuentes

9.1.2 Fuentes orales

Entrevista a Salom Comas, Catalina (diciembre 2018-mayo 2019).

9.1.3 Fuentes escritas

CENIZO, Coral y Cristina González. *Gorila. El mejor amigo del niño*, editado por Market Shoes S.L. Libro editado a raíz del 75º aniversario de calzados Gorila.

9.2 Bibliografía

ARCA. “Passes per protegir l’antiga fàbrica de sabates GORILA”. (online). <http://arcapatrimoni.blogspot.com/2011/03/passes-per-protegir-lantiga-fabrica-de.html> (consulta: 03/2019).

BUSQUETS, Arnau. “Una fundación impulsa la defensa del olvidado patrimonio industrial balear”, *Ultima Hora*, 06/05/2009.

CAPO Riera, Javier et al. “Una revisión del análisis económico del turismo”, Principios: estudios de economía política, nº5, Centre de Recerca Econòmica (UIB-“Sa Nostra”), 2006.

CRIOS. Zapatería infantil. http://www.criozapatos.com/es/15_gorila.

GALAN, Raquel. “La vieja fábrica Gorila será protegida por el valor de su estilo racionalista”, *Diario de Mallorca*, 05/03/2011.

GONZALEZ Pérez, Jesús M^a. “La pérdida de memoria y la degradación urbana. Morfología y Patrimonio de un antiguo barrio industrial: La Soledad (Palma de Mallorca)”, en Turismo y transformaciones urbanas en el siglo XXI, coords. Pablo Pumares Fernández, María de los Ángeles Asensio Hita, Fernando Fernández Gutiérrez, Universidad de Almería, 2002, págs. 539-551.

MANERA, Carles (dir.). *Las islas del calzado. Historia económica del sector en Baleares (1200-2000)*, Palma de Mallorca, Leonard Muntaner Editor, 2002

Manera Erbina, Carles y Molina de Dios, Ramon. “La atmosfera industrial del calzado en mallorca, 1970-2002”, Universidad de las Islas Baleares. (online). <https://uib-es.academia.edu/RamonMolinadeDios> (consulta: 02/2019).

MIRANDA Encarnación, José Antonio. (1996) “La industria del calzado en España,1860-1959. La formación de una industria moderna y los efectos del intervencionismo estatal” (Tesis Doctoral, departamento de Análisis económico aplicado) Universidad de Alicante.

- “En Busca Del Tiempo Perdido: La Conquista Del Mercado Exterior y El Desarrollo De La Industria Del Calzado En España En La Segunda Mitad Del Siglo XX.” *Revista De Historia Industrial*, 19-20, Pp. 165-203., 2001.

-“Joana M^a Escartín Bisbal. La Ciutat Amuntegada. Industria Del Calçat, Desenvolupament Urbà i Condicions De Vida En La Palma Contemporània (1840-1940).” *Revista De Historia Industrial* 22 (2002): 211–13.

MONFORTE, Carmen. “Zapatos Gorila, para todos los niños”, *Cinco Días. El País Economía*, 07/08/2014.

SAMPOL, Gabriel. “Salvemos el patrimonio industrial de Palma”, *Ultima Hora*, 16/06/2017

P.G.O.U. *Catàleg de Protecció d'edificis i elements d'interès històric, artístic, arquitectònic i paisatgístic de Palma*, NIU Arquitectura.

VIDAL, Miquel y FLAQUER, Mateu. “Ciclistas de Mallorca”, Edición dominical diario *Ultima Hora*. (online). <https://docplayer.es/71380057-Ciclistas-de-mallorca.html> (consulta: 03/2019).

