

## DADES CATALOGRÀFIQUES



<b>Autoria</b>	Empresa matriu: FIAT Auto. Fabricant: SEAT
<b>Lloc de producció</b>	Barcelona, Espanya
<b>Lloc de procedència</b>	Alcoi (l'Alcoià)
<b>Títol/nom de l' objecte</b>	Seat 600 D
<b>Data</b>	1969-1973
<b>Mesures</b>	1150 mm ample; 3340 mm llarg; 1405 alt
<b>Materials/tècnica</b>	Acer, plàstic, cautxú, vidre i cristall
<b>N.º Inventari</b>	7024
<b>Ubicació en el museu</b>	Exposició permanent <i>No és fàcil ser valencià/na</i> : sala Ciutat, "De la tartana a la bicicleta"

## DESCRIPCIÓ

Automòbil de turisme fabricat per la marca espanyola SEAT (Sociedad Española de Automóviles de Turismo) gràcies a una cessió de la marca italiana FIAT (Fabbrica Italiana Automobili Torino), constructora i dissenyadora original del vehicle. Produït entre 1957 i 1973. L'exposat en L'ETNO és un SEAT 600 model D.

## RELECTURA

<b>Tema Relacionat</b>	Rols de gènere. Gènere i espai. Estereotips de gènere.
<b>Relectura</b>	El SEAT 600 és un de los elements que romanen lligats als anys 60 del passat segle en el imaginari col·lectiu de diverses generacions de espanyoles i espanyols. Un emblema de les transformacions econòmiques i socials de l'Espanya d'eixa dècada. La seua aparició en el mercat coincideix amb un període de la història d'Espanya molt concret: la fi de l'Autarquia i els inicis de les noves polítiques econòmiques impulsades pel Franquisme a partir de 1959, amb el Pla d'Estabilització d'eixe mateix any i els Plans de Desenvolupament que tingueren lloc entre 1964 i 1975. Un dels pilars en els quals

ens van basar estes noves polítiques econòmiques fou la indústria automobilística, el seu impuls permetia crear llocs de treball al mateix temps que es proporcionava a les classes mitjanes i als treballadors la compra de vehicles. Es en este context quan naix el SEAT 600, amb la idea de traure al mercat un cotxe assequible a l'abast d'aquelles classes socials que, fins al moment, no havien pogut accedir a la propietat d'un vehicle propi. Encara que, de fet, esta accessibilitat no va resultar tan evident: els primers models tenien un cost de 65.000 pessetes (uns 18.000 €) que es podien abonar en terminis, la qual cosa suposava 42 mesos del sou d'un treballador mitjà, al que calia afegir costos addicionals com la posada en circulació, l'impost de luxe (11.200 pts) o els costos de matriculació al contat (12.150 pts). Com es pot observar, la tan anunciada accessibilitat del SEAT 600, que es mostrava a la publicitat de l'època com el << cotxe popular espanyol >>, no era tan evident. Malgrat tot, el 600 es va convertir en tot un símbol de modernitat i progrés, al temps que un emblema del prestigi social, en definitiva, un dels objectes de desig més preuats de la societat de consum de l'Espanya de finals dels anys 60 i 70 del segle passat.

El vehicle mostrat en l'exposició permanent de L'ETNO és un SEAT 600 D, aparegut en el mercat en 1969. Una de les principals novetats que oferia aquest model era el canvi en la direcció de l'obertura de les seues portes. Fins a eixe moment, tots els models anteriors presentaven les conegudes col·loquialment com a << portes suïcides >>, és a dir, amb la maneta en la part anterior de les mateixes i les frontisses en la part posterior. Les portes s'obrien en direcció contrària a les portes més convencionals, com les que s'empren en la major part dels vehicles en l'actualitat. El sobrenom "suïcides" els ve donat pel fet que, en obrir-se a favor de la marxa del vehicle, s'afavoreix la seua obertura quan es circula a gran velocitat a causa de la pressió de l'aire. Esta situació s'agreuja a les corbes, especialment si no es porta el cinturó de seguretat (la instal·lació d'este no va ser obligatòria a Espanya fins a 1975). A causa d'esta característica, un dels sobrenoms amb el qual es coneixia al 600 era "mirabragas" ja que, quan era conduït per dones i estes vestien falda o vestit, se suposava que era possible albirar la seua roba interior quan estes eixien del vehicle.

Encara que algunes dones conduïen des de les primeres dècades del segle XX a Espanya (són conegudes diverses dones taxistes i concessionàries de línies regulars de transport de viatgers des dels anys 20), el SEAT 600 va ser, en moltes ocasions, el primer vehicle per a moltes d'elles, especialment quan els era cedit pel marit o una altre home de la família en adquirir este un de majors dimensions o més nou. La promulgació en 1961 de la Llei de drets polítics, professionals i de treball de la dona, així com l'augment de llocs de treball disponibles per a elles a causa d'un turisme en alça i al creixement econòmic, van afavorir un procés d'incorporació de les dones a l'esfera pública laboral, especialment en els sectors administratius i de serveis. Malgrat això, les dones continuaven en una posició subordinada tant econòmica com social i jurídicament parlant. Prova d'això, en relació amb el SEAT 600, és el fet que qui sol·licitava la compra del vehicle era habitualment l'home, excepte en el cas en què este tinguera alguna taxa professional o no fora addicte al Règim, i en este cas ho sol·licitava la dona.

Un element clau per a entendre la relació entre les dones i el 600 es troba en la publicitat que d'este es va fer en l'època, dirigida generalment als homes. Tant en l'escrita com en l'apareguda a la televisió i als reportatges del NO-DO, les dones apareixen conduint este vehicle i formant part del nou impuls de modernitat que este significava. No obstant això, n'hi ha prou amb analitzar alguns dels anuncis per a trobar clars indicis que este impuls de modernitat no era tot el que semblava, i que la concepció que es promulgava de la dona continuava sent la mateixa des dels inicis de la dictadura. En una publicitat apareguda en el NO-DO en 1958 es pot escoltar el següent: << Este cotxe utilitari apareix moltes vegades conduït per mans de dona. És de maneig fàcil i per esta raó constitueix un vehicle adequat per a la família i per al treball. [...] Esta nova propietària del cotxe ha resolt el problema del desplaçament en la gran ciutat. Ara, al volant del seu nou vehicle de fàcil aprenentatge inicia el seu primer viatge pels carrers >>. Es tractava doncs d'un cotxe fabricat per homes (en la factoria SEAT de Barcelona les dones ocupaven llocs en la cuina, la neteja i les oficines), però el fàcil aprenentatge i el fàcil maneig el convertien en "ideal" per a les dones. Deu anys més tard la situació no ha canviat, apareixen diversos anuncis de la financera FISEAT en la premsa i en un d'ells s'assegura que << Comprar un SEAT es cosa de tres, usted, su esposa y FISEAT. No nos engañemos, ella elige el color

y conducte. Usted lleva el coche y paga. Así es la vida... >>. Mentre que este anunci s'afirma que és la dona qui pren les decisions, almenys quant al color del vehicle... en altre dos, il·lustrats per sengles dibuixos de Mingote, ella afirma: << Es el SEAT que a mí me gusta >>, i ell respon << pero se paga como a mí me conviene >>, enunciant assertivament amb el dit índex i deixant clar qui pren les decisions importants en la parella. En un tercer, mentre l'home apareix preocupat pels aspectes rellevants: << ¡Se maneja con gran seguridad! >>, sembla que la dona segueix només interessada en el frívol: << ¡Es una belleza! >>. Del mateix any és un altra significativa publicitat de FISEAT, que segueix la mateixa línia que les anteriors. En ella dues dones parlen enfront d'un supermercat (ubicació no triada a l'atzar...) mentre una d'elles es disposa a pujar al seient de conducció del cotxe, el diàleg entre elles és el següent:

<< Hola, por fin conseguiste que tu marido te compre el coche, eh...

Si.

¡Qué estupendo!

¡Pero gracias a FISEAT! >>

Per a les dones espanyoles que varen conduir un SEAT 600 este va arribar a simbolitzar cert grau d'emancipació, al volant d'un vehicle que els permetia algun nivell de llibertat, així com l'ocupació uns espais, la calçada i la carretera, pràcticament vetats per a elles fins a eixe moment. No obstant això, fins i tot passarien anys fins que les dones equipararen la seua posició al volant amb els homes. I molts més fins que s'incorporaren a les cadenes de muntatge o als llocs directius de les empreses automobilístiques. D'altra banda ui per fortuna, cada vegada és més estrany escoltar als carrers i a les carreteres allò de "¡dona havies de ser...!"

## BIBLIOGRAFIA

---

<https://www.abc.es/archivo/periodicos/abc-madrid-19680420-144.html>

<https://www.abc.es/archivo/periodicos/abc-madrid-19681102-54.html>

<https://www.abc.es/archivo/periodicos/abc-madrid-19681117-60.html>

(Consultats el 25 de setembre de 2020).

<https://www.youtube.com/watch?v=nwX3icz4O0c> y <https://www.youtube.com/watch?v=4tjAlsidoA>

(Visualitzats el 25 de setembre de 2020).

MARTÍN-SÁNCHEZ, Isabel. "El seiscientos, un símbolo social de la España del Desarrollismo". *Historia Contemporánea*, 2019, 61, 935-969. <http://doi.org/10.1387/hc.19535>.

ROMO PARRA, Carmen. "El desorden de la identidad persistente. Cambio social y estatus de la mujer en la España desarrollista". *Arenal: revista de mujeres*, 12: 1; enero-junio 2005, 91-109.

Foto L'ETNO. Autor Pau Monteagudo.