

Dr. Martens, conocida coloquialmente como «Docs», «Doc Martens» o simplemente *DM*, es una marca de calzado desarrollado inicialmente por el médico alemán **Klaus Martens** a quien debe su nombre. Martens, que había servido como médico en la Wehrmacht, construyó los primeros prototipos poco después del final de la Segunda Guerra Mundial.

Los humildes orígenes de un calzado legendario

En los días amargos y difíciles de la postguerra, en las ciudades germanas devastadas por los bombardeos aliados todo el mundo saqueaba por necesidad. Sin embargo, mientras la mayoría buscaron objetos de valor como joyas y pieles, Martens se hizo con un poco de cuero, agujas e hilo.

Habiéndose lesionado un tobillo cuando esquiaba en los Alpes bávaros, durante su recuperación comprobó que el calzado tradicional de suela de cuero resultaba demasiado duro. Ideó entonces una amortiguación de aire y cuando tuvo listo un prototipo se lo mostró a **Herbert Funk**, un ingeniero mecánico ex compañero de estudios de la Universidad.



Klaus Martens y Herbert Funk

Ambos se asociaron y en 1947 comenzaron la producción cerca de Munich a partir de caucho desechado de los aeródromos de la Luftwaffe. Los otros componentes de los primeros zapatos también **aprovecharon sobras del ejército alemán**, como hombreras de uniformes y pantalones de oficial.

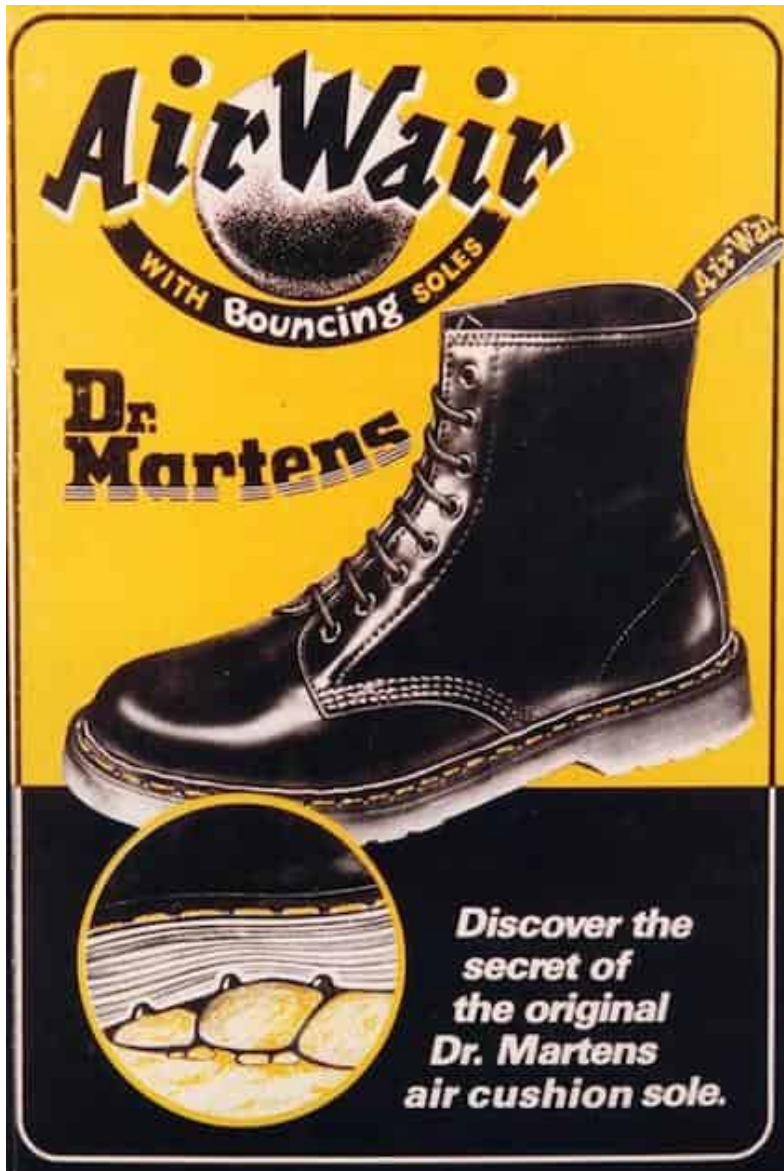
Después de las penurias de la guerra, la gente anhelaba un calzado cómodo y estos confortables zapatos muy pronto iban a popularizarse, primero, curiosamente, entre amas de casa y en general mujeres mayores.

En una década tenían un negocio en auge, de modo que en 1959, Martens y Funk consideraron expandirse internacionalmente. Para ello anunciaron su producto en publicaciones de toda Europa.

Expansión y popularidad

En Inglaterra la **familia Griggs** se había ganado una sólida reputación fabricando zapatos resistentes y botas de trabajo desde la pequeña ciudad de *Wollaston* en el centro del país.

Fue precisamente en una revista donde Bill Grigg, quien dirigía el negocio familiar, encontró el anuncio de los zapatos de suela amortiguada de los alemanes. Le interesó tanto como para comprar los derechos de patente y fabricarlos en Reino Unido.



Anuncio de las AirWair "With Bouncing Soles"

No obstante, en *R. Griggs Group Ltd.* realizaron algunos cambios sustanciales: reformaron el talón para un mejor ajuste, añadieron la característica costura amarilla y, por último, comercializaron las suelas de PVC con el nombre de **AirWair** y el eslogan "*With Bouncing Soles*" («con suela rebotante»).

Las míticas Dr. Martens 1460 aparecen en 1960 con un diseño en rojo cereza, cuero de Napa y ocho agujeros para los cordones.

Concebidas como calzado de trabajo de 2 libras, las Dr. Martens se vendieron bien desde un principio, no solo entre obreros de las fábricas, también entre soldados y policías y Griggs lanzó rápidamente la variante de zapato, muy popular entre los empleados del servicio postal.



Los característicos pespuntos amarillos

¿Qué beneficios aportaba este calzado para ser el preferido de la clase trabajadora? Sencillo: eran cómodos y al mismo tiempo duraderos, las plantas aislaban perfectamente y el cuero repelía el agua.

Si eras un joven cabreado, estos son los zapatos para ti

La década de 1960 vivió una ola de cambios sin precedentes, una atmósfera de nuevas ideas, agitación cultural y revolución social que señaló un nuevo destino para las funcionales botas.

A finales de los 60 **Skinheads, Mods y seguidores del Ska** convirtieron las Docs en una seña de identidad. Había nacido un objeto de culto, coronado cuando **Pete Townshend**, líder de **The Who**, declaró que a la cama sólo se llevaba «Una botella de coñac y unas botas Dr. Martens».

En los años 70 la cultura juvenil británica desarrolló gran número de tribus urbanas: el Glam, el Punk, los principios del Rock Gótico... Cada uno de ellos iba sucesivamente acomodando las DM a su manera, skinheads incluidos. **Las Docs Martens se habían transformado en un potente símbolo de autoexpresión juvenil.**



Con Inglaterra plagada de disturbios antigubernamentales y conflictos sociales, **en los años 80** los jóvenes de la calle defendieron con orgullo el modo de vida de la clase obrera con una permanente actitud contestataria. Pero además fue ésta la década en que las ventas de tallas más pequeñas alertaron de algo al fabricante: **las chicas también querían llevar unas Dr. Martens.**

Mientras tanto, los músicos norteamericanos de Hardcore de gira por el Reino Unido empezaron a llevarse pares de DM a la Costa Oeste, con lo que inadvertidamente se inició la adopción de la marca en Estados Unidos.

Ya **en los 90** el inconformista del Grunge las adoraba y, de vuelta a Gran Bretaña, cuando se reveló el Britpop, lo hizo igualmente con las mismas botas. Llegaron después el **Nu metal** y el Emo y también tuvieron un flechazo con ellas.

Por último, la marca caló en la cultura de festival y diseñadores de todo el mundo reinterpretaron y personalizaron la bota clásica con nuevas propuestas.

Crisis moderna y resurrección

En el año 2003, ante la implacable competencia asiática y, en un esfuerzo por salvarse de la quiebra, Dr. Martens cerró todas sus fábricas del país excepto la de Wollaston. Con esta decisión la marca planeaba confeccionar calzado "customizado" para los que pudieran pagar el coste extra de un zapato hecho en casa. La idea se sustentaba en la red de expertos artesanos que conocían a la

perfección el proceso para hacerlas.



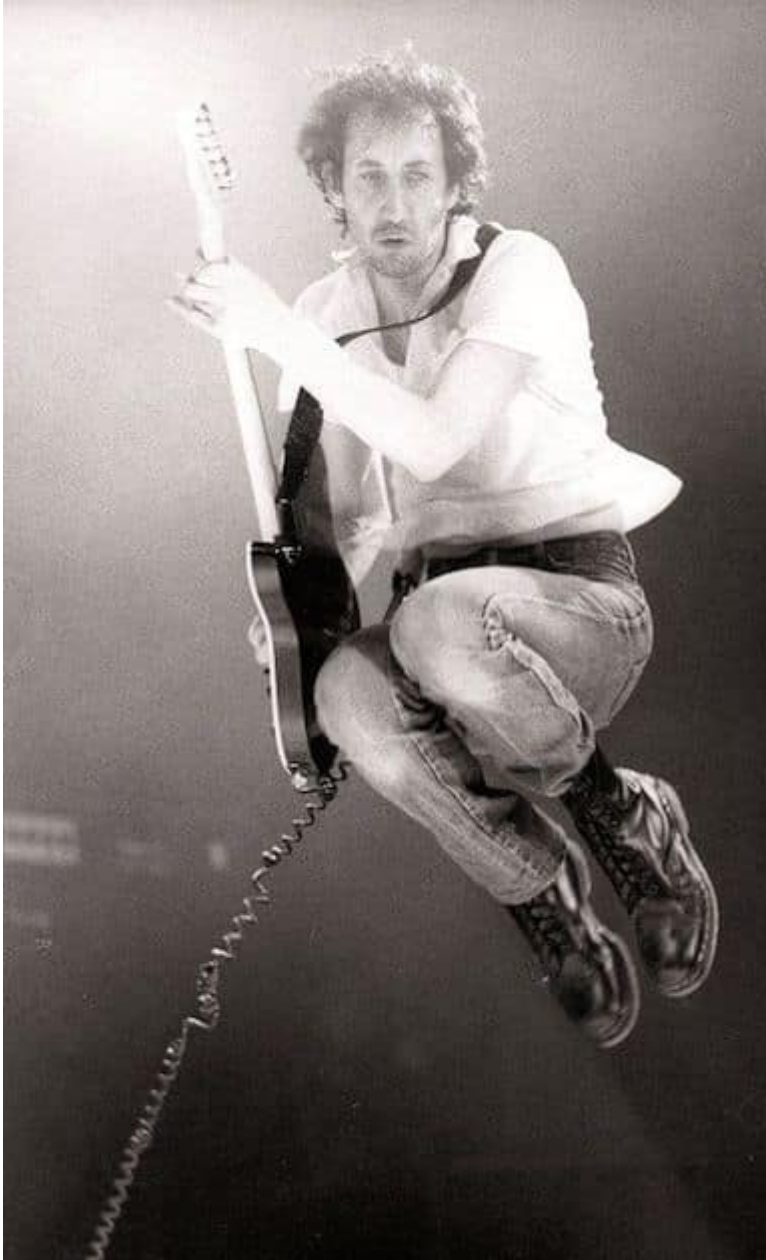
Dr. Martens de color cereza

El plan surtió efecto y para 2012 se había logrado incrementar el volumen de producción, cuyo grueso sigue a día de hoy fabricándose en Vietnam. Como ocurre en la industria del lujo, la cuestión radica en que justamente están hechas en series limitadas y así lo indica la leyenda en la lengüeta de cada una de sus botas. Incluso escenificar el inconformismo puede resultar caro.

En la era de las redes sociales, muchos aspectos de la cultura juvenil han cambiado, sin embargo nunca escasean fieles de las Dr. Martens seducidos por su atractivo y por las connotaciones que conllevan. Además, la marca ha sabido adaptarse a las nuevas necesidades sociales.

Músicos y otras celebridades son seguidores declarados de la famosa firma, desde Joe Strummer a Robert Pattinson y Gwen Stefani, pasando por Blur, Suede y Miley Cyrus.

La simplicidad que tiene la silueta de unas Dr. Martens permite a quien las usa adaptarlas a su estilo, encajan en distintas modas y quedan bien con todo. Aparte de ello, persiste un nivel emocional indudable que explica por qué continúan siendo un distintivo de actitud.



Seis décadas atestiguan la adopción de esta marca por parte de una amplia gama de individuos muy diversos. **Podría decirse que es el tipo de calzado que más subculturas han tenido en común.**

Básicamente, escucharas la música que escucharas, llevabas unas Dr. Martens. Sin música, Dr. Martens probablemente seguiría siendo un calzado de batalla con el que ir a trabajar.

How Dr. Martens' Are Made

Referencias

[A History of rebellious self expression](#)

hermano_temblon

Dr. Martens, la bota icónica de varias generaciones

[Dr. Martens en Wikipedia](#)