

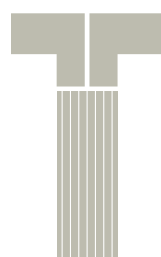
JUNIO

Joyas para el luto

MODELO DEL MES 2008
Los modelos más representativos de la Exposición

Por M^a Antonia Herradón Figueroa
SALA 5

Domingos de junio
a las 12:30 horas
Duración 30 minutos
Asistencia libre y gratuita



MUSEO DEL TRAJE

“Por una negra señora
Un negro galán doliente
Negras lágrimas derrama
De un negro pecho que tiene”.
(L. de Góngora.)

El luto en la sociedad romántica

Una de las muchas formas posibles de definir el luto sería decir que se trata de la actitud ante la muerte que manifiesta una determinada sociedad en un momento concreto de su historia. Al igual que sucede con la práctica totalidad de los aspectos sociales, estamos, pues, ante una conducta variable en grado sumo, que se manifiesta con claridad en determinadas épocas para desaparecer casi por completo en otros períodos. ¿En qué momento nos encontramos ahora? Como afirmó hace pocos meses el antropólogo Manuel Mandianes, “la muerte es hoy un tabú: los jóvenes no van a los entierros y, mucho menos, a ver a un muerto; ni siquiera se enteran de cuando muere alguien. En la sociedad occidental de nuestros días la muerte no es un hecho existencial, sino un espectáculo televisivo, una ficción”. El luto se contempla en la actualidad como algo anacrónico y trasnochado, pero, aunque cueste creerlo, no siempre ha sido así.

Las demostraciones que se hacen para manifestar la aflicción que se experi-

menta por la muerte de alguien comenzaron a generalizarse en la cultura latina, católica y protestante, a partir de las primeras décadas del siglo XIX. Por entonces, el sentimiento, el duelo y la muerte se convirtieron en asuntos de máxima actualidad, y como tales fueron cantados por los poetas, recogidos en las novelas, representados en pintura y escultura y también captados por las primeras cámaras fotográficas. Esos temas, junto con el amor, se tornaron en la quintaesencia del espíritu romántico, que fue haciéndose cada vez más universal a medida que avanzaba la centuria.

El clima general estaba, por lo tanto, especialmente predispuesto para hacerse eco de todo lo relacionado con la muerte, aunque en esos decenios la clase social que se mostró más permeable a tal actitud fue la emergente burguesía europea. En 1861 se producen en Inglaterra dos hechos determinantes que convirtieron al luto en protagonista absoluto de la vida social: en primer lugar tuvo lugar la muerte de la reina madre, a la que siguió, muy pocos meses después, la del príncipe Alberto, esposo amantísimo de la reina Victoria. Como consecuencia de estas defunciones, la corte inglesa en general se sumió en un riguroso luto, situación que en el caso específico de la soberana se iba a prolongar durante décadas, hasta su muerte acaecida en 1901. Así pues, siguiendo las pautas establecidas por la

doliente reina Victoria, durante la segunda mitad del siglo XIX se estableció en toda Europa la costumbre de adoptar una imagen externa específica cuando moría un miembro de la familia. Por otro lado, a la expansión del fenómeno del luto fuera del ámbito europeo también contribuyó, y mucho, la Guerra Civil Americana o Guerra de Secesión (1861-1865). Ambos acontecimientos convirtieron el luto en algo tan cotidiano y tan extendido como la propia muerte.

Los especialistas han situado el final del apogeo en las manifestaciones del duelo en los años posteriores a la Primera Guerra Mundial, aunque está claro que se trata de una mera convención cronológica. Recordamos que, en el caso concreto de España, el luto ha sido un fenómeno generalizado hasta bien entrada la segunda mitad del siglo XX. Sin embargo, en la actualidad puede considerarse un modelo residual de actitud ante la muerte, propio sólo de algún grupo de edad (viudas) en determinados medios rurales y de algún grupo étnico (los gitanos, por ejemplo).

Aspectos materiales del luto

La sociedad decimonónica, en la que adquirió carta de naturaleza el duelo, fue la máxima expresión de la rigidez y de la inmovilidad. Todas las costumbres socia-

les estaban reguladas por una estricta normativa o etiqueta; de ahí la gran cantidad de manuales de urbanidad que, principalmente en la segunda mitad de la centuria, se publicaron en toda Europa. Por supuesto, el luto no permaneció al margen de estos códigos de comportamiento. Así, en un manual español fechado en 1885 leemos:

“-¿Qué tiempo han de durar los lutos?

- La costumbre más general es: de un año o dos por los esposos, padres e hijos; seis meses al menos por abuelos y hermanos; tres por tíos o sobrinos, y uno por parientes más distantes. En esos plazos y en los aniversarios, el porte ha de estar en armonía con el vestido, pues choca ver con algaraza y broma, o en toros y diversiones, a los que visten de luto riguroso”.

En esta escueta respuesta se condensan algunas de las más importantes cuestiones del tema que nos ocupa. En primer lugar se pone de relieve que el duelo ha de prolongarse más allá del entierro del difunto. Además, en tales circunstancias es obligatorio cuidar la apariencia externa, evidenciada tanto por la gravedad de la conducta como por el vestido. De esta forma, una vez más, la indumentaria se convierte en un código lingüístico universal que expresa lo que

somos o lo que sentimos. En el particular contexto que configura la muerte de un ser querido, el vestido de luto constituye la forma más evidente de “guardar el decoro”, expresión decimonónica por excelencia que ensalza el comportamiento con arreglo a la propia condición social de cada sujeto. No cabe duda de que el decoro se presuponía con mayor énfasis en la mujer que en el hombre, de manera que el duelo y, como consecuencia, el vestido de luto quedó ligado inexcusablemente a los miembros femeninos de la familia. En el caso de los hombres, la nor-

mativa fue, por diversas razones, aplicada y exigida con mucho menor rigor.

Los aspectos materiales del luto que interesa destacar aquí guardan relación con dos cuestiones fundamentales. Una de ellas nos sitúa ante la revolución industrial que se produjo en Occidente durante la segunda mitad del siglo XIX y que originó, entre otras muchas cosas, el nacimiento de la moda como fenómeno a gran escala; es decir, la industria había alcanzado un nivel de desarrollo que le permitía fabricar cada vez mayor número de bienes a menor precio, y



Figura publicada en una revista de 1895.

ofrecía constantemente productos nuevos, diferentes por completo a los elaborados antes. La segunda ya se ha mencionado: se trata de la burguesía, un grupo social que buscaba emular las costumbres de las clases dominantes y que podía hacerlo gracias al aumento de su poder adquisitivo.

Así pues, los fabricantes de novedades comenzaron a ofrecer todo un repertorio de elementos para cumplir con los requisitos de un vestido de luto decoroso, una indumentaria que, por supuesto, también estaba sometida a los dictados de la moda: era obligado llevar largos velos de crespón negro y vestidos de bombacina, un tejido mate que mezclaba lana y seda; también los guantes, los sombreros, las sombrillas, los abanicos o los pañuelos de mano debían ser negros. Por su parte, los hombres usaban botones de luto para el ojal de la solapa y cadenas de color negro para llevar el reloj. La oferta cubría también las necesidades del período que seguía al del luto más riguroso, el denominado “alivio” o “medio luto”, durante en cual se permitía la introducción, en pequeñas dosis, de colores como el gris, el blanco o el morado, así como de discretos elementos decorativos. Como es sencillo suponer, los elementos considerados indispensables para cumplir la etiqueta del luto eran innumerables, pero la industria estaba en condiciones de fabricarlos y las clases socia-

les más favorecidas en condiciones de adquirirlos. Así pues, las últimas décadas del siglo XIX pueden considerarse el período cumbre del vestido de luto.

En esta situación jugaron un importante papel las revistas ilustradas, que mostraban las novedades, y el comercio, agente que distribuía lo que la industria suministraba. Tanto los grandes almacenes como los establecimientos más pequeños dedicaron al luto la atención que merecía y que no era precisamente escasa. En París estaba situado el mayor emporio francés dedicado a esta especialidad: la “Grand Maison de Noir” (se podría traducir como “La gran casa del negro”), y los ingleses denominaron a los comercios del ramo “Maisons de Deuil” (se podría traducir como “Casas del duelo”). Las etiquetas de prendas y accesorios, así como las que se disponían en la parte exterior de las cajas, se hicieron eco con muchísima frecuencia de esta lucrativa especialización. Este tipo de publicidad convivió durante algunas décadas con los anuncios insertados en la prensa diaria y en las revistas, que fueron los que más se prolongaron en el tiempo. Pero en realidad, como muestra esta tarjeta comercial conservada en el Museo del Traje, cualquier soporte era válido para hacer publicidad. En este caso, hacia 1900 un comercio catalán se anuncia haciendo mención expresa de su especialización en artículos de luto y medio luto.



Anverso de una tarjeta publicitaria, ca. 1900. Museo del Traje. CIPE.



Reverso de una tarjeta publicitaria, ca. 1900. Museo del Traje. CIPE.

Luto y adorno

Entre todas las prendas y adornos que se utilizaron para configurar la imagen de decoro que la etiqueta exigía, hoy vamos a centrarnos en las joyas. En el período que nos ocupa las joyas aconsejadas durante el luto debían ser, por supuesto, de color negro. Esta obligación modificaba de algún modo “las frivolidades” de épocas anteriores (1835-1860), cuando se puso de moda lucir collares, pendientes, pulseras, colgantes y todo tipo de recuerdos realizados con pelo del difunto. El negro riguroso ganó la batalla en este campo, de manera que los tres materiales más utilizados durante la segunda mitad del siglo XIX para adornar el luto fueron de ese color: el azabache, la ebonita y el vidrio.

El azabache, de procedencia inglesa, era una materia prima cara, tanto por sus propias características físicas (fragilidad) como por las de los yacimientos (escasos); además, la talla directa, única técnica posible para la fabricación de joyas, exigía una mano de obra muy especializada. En consecuencia, el producto final podía considerarse de lujo, de manera que su uso nunca llegó a generalizarse. Las limitaciones inherentes a esta variedad del lignito (el azabache es un carbón fósil) desaparecieron merced a la intervención de la industria, que proporcionó por una parte una materia plástica

natural –antecedente directo de los actuales plásticos sintéticos- y, algo más tarde en el tiempo, cuando el siglo XIX estaba a punto de finalizar, un vidrio de color negro de excelente calidad –llamado “azabache francés”-. A partir de ellos se realizaron multitud de joyas para el luto.

Hoy nos encontramos delante de la vitrina que muestra algunas piezas realizadas a partir de la materia plástica natural mencionada en primer lugar. Se trata, sin duda, del sustituto más interesante del azabache. El producto fue inventado en 1844, al mismo tiempo por el americano Charles Goodyear y el inglés Thomas Hancock. Es una mezcla de caucho, azufre y aceite de linaza, muy dura y de color negro, llamada ebonita o vulcanita. Tras su presentación en la Exposición de Londres de 1851 se adoptó la técnica a la fabricación de joyas de coste moderado. La elaboración de estos adornos se caracteriza por el uso de moldes en el proceso, un sistema que facilitó la repetición de manera muy conseguida de piezas realizadas hasta entonces mediante la talla del azabache. Con una lupa es fácil advertir las huellas de las matrices. Pero, además de esta peculiaridad derivada de la técnica, las joyas de ebonita presentan ciertas características que permiten distinguirlas a simple vista de las piezas de azabache. Una de ellas es su acabado mate y otra la frecuente transformación de su primitivo color negro en un color

marrón como consecuencia de una larga exposición a la luz solar. Este deterioro, aunque leve, nos sirve para certificar que, desde el momento mismo de su fabricación, las joyas de ebonita tenían “fecha de caducidad”; es decir, eran adornos concebidos con la misma temporalidad estimada para el luto.

Con ebonita se fabricaron collares formados por cuentas sencillas, esféricas u ovaladas, pero mucho más característicos del momento fueron los collares compuestos por cadenas, imitación de piezas de azabache y carey. Como se advierte en los ejemplos del Museo del Traje, estas cadenas pueden presentar eslabones circulares, ovales, hexagonales o en forma de ocho. Siguiendo la moda dominante en la joyería europea de la segunda mitad de siglo XIX, suelen incorporar un colgante central abridero, oval, circular o en forma de corazón, que cumplía las funciones de portarretratos o de estuche para

guardar recuerdos (sobre todo, pelo, pero también fotografías) de la persona querida. Además de este repertorio de relicarios adaptado a nuevos usos, con ebonita también se fabricaron numerosos tipos de cruces (utilizadas como colgante o como alfiler), broches, pendientes, pulseiras y cadenas para el reloj. Es frecuente, además, que una joya de ebonita presente un acusado relieve, que se conseguía moldeando independientemente los motivos decorativos y aplicándolos luego mediante calor sobre una superficie plana.

Los motivos decorativos que adoptan estas piezas son idénticos a los que presenta la joyería contemporánea, en especial la de azabache, con la que –ya lo hemos dicho– se identifica en su función. Predominan los de carácter naturalista (flores, frutos y elementos vegetales), además de otros como corazones o manos femeninas sosteniendo diversos objetos. En este sentido, hay que hacer mención expresa al lenguaje de las flores, un código entonces en plena vigencia y como tal utilizado en todos los ámbitos de la sociedad porque era comprendido por todos. Es frecuente, por ejemplo, que en las joyas de ebonita figure la rosa cortada, alusión a la muerte: si se trata de un capullo, representa la muerte de un niño, mientras que, si está abierta por completo, simboliza la muerte de un adulto. Otras flores muy utilizadas en estas joyas son el



Collares de ebonita, ca. 1860.
 Museo del Traje, CIPE.
 (MT008579)

pensamiento, la siempreviva, la nomeolvides, la margarita, etc. Por otro lado, no hay que olvidar el gran peso específico de los símbolos tradicionales del cristianismo, como el ancla, la cruz, la palmera, etc., comunes por lo demás en la práctica totalidad de los ámbitos propios del duelo, por ejemplo en los cementerios.

La colección de joyas de ebonita del Museo del Traje

Ya hemos señalado en repetidas ocasiones que la clase social que utilizó con más frecuencia las joyas de ebonita en los

períodos de luto fue la burguesía. Por suerte para nosotros, este grupo emergente también se dejó seducir por la fotografía, una técnica que iniciaba su andadura en el tiempo que nos ocupa. Por este motivo es cada vez más frecuente encontrar fotografías de mujeres vestidas de luto o de medio luto, luciendo además joyas de ebonita, combinadas o no con otras de vidrio negro o “azabache francés”.

Por su parte, los miembros de la corte y de aristocracia fueron mucho menos permeables a esta moda, ya que para idéntico propósito podían adquirir piezas de precio más elevado, realizadas



Fotografía,
ca. 1870. Madrid,
colección particular.



Broche de ebonita, ca. 1875. Museo del Traje, CIPE (MT000220).

con azabache auténtico o con ónice. No obstante, hay que decir que la primera joya de ebonita que ingresó en nuestro Museo fue donada en 1934 por María Mercedes Gómez y Uribarri, Marquesa de la Foronda. La Marquesa fue miembro destacado del denominado “Comité de señoras”, un grupo de aristócratas cuyas gestiones fueron decisivas para la celebración de la emblemática Exposición Nacional del Traje Regional e Histórico de 1925. La pieza donada es un broche, que formó parte de la colección del primer Museo del Traje, antecedente como es sabido del Museo del Pueblo Español.

El resto de las piezas fueron adquiridas en el mercado madrileño de antigüedades en los años cuarenta o bien han sido donadas por particulares en diferentes momentos de la historia del actual Museo del Traje.

En su conjunto, parece evidente que las joyas de ebonita gozaron de escasa consideración a partir de 1900: se habían pasado de moda y su humilde apariencia no invitaba a conservarlas en calidad de joyas de familia. En este punto también nos parece interesante mencionar el hecho de que algunos estudiosos de la joyería sitúan el punto y final de esta disciplina artística en 1850, coincidiendo

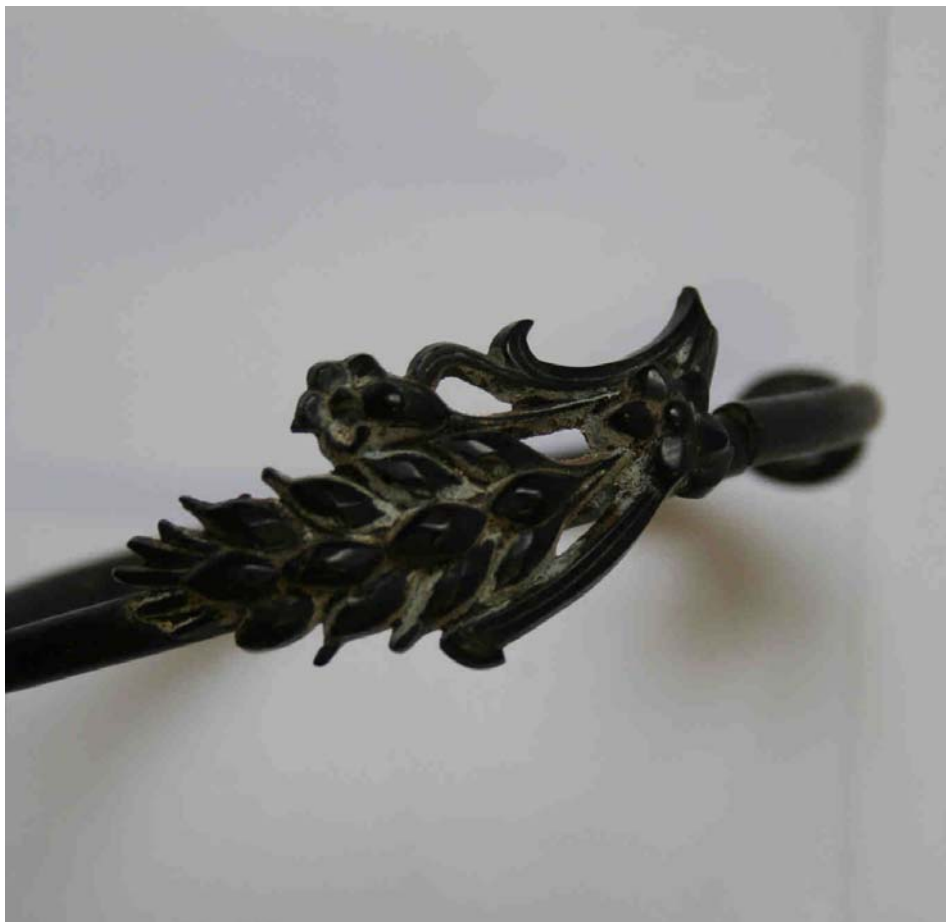
MODELO DEL MES DE JUNIO

con la irrupción de la industria en el sector y, por tanto, con la invención de la ebonita. Otros investigadores, entre los que nos encontramos, opinan sin ningún género de dudas que las joyas de ebonita constituyen un capítulo más de la densa historia de la joyería occidental. De ahí su integración en el discurso expositivo del Museo del Traje.

A diferencia de lo que ocurre en países como Inglaterra o Estados Unidos, donde las joyas de ebonita son desde hace décadas piezas muy bien conocidas

y muy apreciadas por los coleccionistas, la situación en España evidencia un desfase notable a la hora de valorar estos adornos. Hay que señalar, no obstante, que el panorama que se advierte desde el Museo del Traje parece que empieza a cambiar: por una parte, las donaciones de joyas de ebonita son frecuentes desde hace un tiempo y, por otra, las colecciones familiares de la segunda mitad del siglo XIX están saliendo ahora a la luz. Tanto es así, que el aprecio por las joyas de ebonita es cada día mayor.

Pulsera de ebonita. Museo de la Barbera (Villajoyosa, Alicante).



Bibliografía

- Herradón Figueroa, M^a Antonia. "Joyería decimonónica en el Museo Nacional de Antropología". *Anales del Museo Nacional de Antropología*, nº 6 (1999), pp. 284-305.
- Mata García, Juan de. *La urbanidad deducida de sus principios más ciertos y civilizadores aplicados a todas las circunstancias de la vida*. Almería: Imprenta de D. Joaquín Robles Martínez, 1885.
- Pasalodos Salgado, Mercedes. "La etiqueta del luto en la moda". *Segundo Congreso de Jóvenes Historiadores y Geógrafos, Madrid*, pp.866-872.
- Torres González, Begoña. *Amor y muerte en el Romanticismo. Fondos del Museo Romántico*. Madrid: Ministerio de Educación, Cultura y Deporte, 2001.

M^a Antonia Herradón Figueroa es licenciada en Historia Antigua y en Historia del Arte por la Universidad Complutense de Madrid. Desde 1993 es miembro del Cuerpo Facultativo de Conservadores de Museos y del *Internacional Council of Museums*. Ha desempeñado su actividad profesional en las áreas de Documentación y Colecciones del Museo del Pueblo Español, más tarde Museo Nacional de Antropología, y del Museo del Traje. Centro de Investigación del Patrimonio Etnológico. Es autora de numerosas publicaciones sobre distintos aspectos de la joyería en España.

MODELO DEL MES DE JUNIO

MODELO DEL MES. CICLO 2008

En estas breves conferencias, que tendrán lugar en las salas de exposición, se analizará e interpretará un modelo de especial importancia entre los expuestos. A los asistentes se les entregará gratuitamente un cuadernillo con el contenido de la conferencia.

Domingos, 12:30 horas

Duración: 30 minutos

Asistencia libre

ENERO: Brial del siglo XIV.

Amalia Descalzo Lorenzo.

FEBRERO: Pastor extremeño.

Ana Guerrero Melguizo.

MARZO: Traje sastre ca. 1905.

Marta Blanco Carpintero.

ABRIL: Traje de maja ca. 1801.

Raquel Gómez del Val.

MAYO: Fotografía de Ouka Leele.

Teresa García Cifuentes.

JUNIO: Joyas para el luto.

M^ª Antonia Herradón Figueroa.

SEPTIEMBRE: Interiores.

Mercedes Pasalodos Salgado.

OCTUBRE: Dama oferente del Cerro de los Santos.

Irene Seco Serra.

NOVIEMBRE: Traje de Elio Berhanyer.

Pablo Pena González.

DICIEMBRE: Tesoros del Pasado.

(Pieza y ponente por determinar).

MUSEO DEL TRAJE. CIPE
Avda. Juan de Herrera, 2. Madrid, 28040
Teléfono: 915504700. Fax: 915446970
Departamento de difusión: difusion.mt@mcu.es
<http://museodeltraje.mcu.es>



Nº INV. MT000220



Centro de
Investigación
del Patrimonio
Etnológico

