



MODAS, FIGURINES Y TIPOS URBANOS

ALGUNAS IDEAS
SOBRE LO ESPAÑOL
HACIA 1800*

— Álvaro Molina —



El papel que juega la moda en la cultura de las apariencias de la que todos participamos en nuestra vida cotidiana deriva de un fenómeno que empezó a consolidarse, en su sentido contemporáneo, a finales del siglo XVIII. Fue en ese periodo cuando el hecho de ver y ser visto se convirtió en un instrumento cada vez más extendido para construir la identidad que se quería proyectar de cara a los demás, sobre todo a través del adorno personal y de la casa. Si hasta entonces se había tratado de una cualidad casi exclusiva de la realeza y las élites nobiliarias cortesanas, como señal inequívoca de su condición y prestigio, en el transcurso de esta centuria se fue extendiendo a nuevos agentes que empezaban a distinguirse y a abrirse paso en los círculos de influencia y poder. Entre estos se encontraban una nobleza emergente, cuyos títulos respondían más a razones de mérito que de sangre; una burguesía cada vez más asentada, que veía crecer sus fortunas gracias a los avances experimentados en la industria y el comercio; y finalmente, unas élites administrativas ocupadas en dirigir la maquinaria burocrática de los Estados modernos, guiadas por principios filosóficos como la utilidad, el progreso o la felicidad pública, asuntos clave en el pensamiento de la Razón y las Luces. Sin embargo, junto a ellos tampoco podemos olvidar a otra clase de gentes anónimas que, sin compartir posiciones privilegiadas, disponían de cierta holgura económica para afrontar la adquisición de artículos de moda, ya que existía en el mercado una oferta suficientemente amplia y adaptada a todos los bolsillos.

Vestir a la moda fue, en consecuencia, una actitud cada vez más extendida entre aquellos que deseaban formar parte de las redes, espacios y prácticas de la nueva sociabilidad que había traído consigo la vida moderna, al calor del proceso de la civilización. Este aspecto caracterizó el refinamiento de los usos y costumbres de la sociedad de la época, y podría identificarse en cierta manera con el proceso de globalización que ha dado sentido al mundo actual, pues al igual que ahora, las ciudades del continente europeo a finales del Antiguo Régimen adoptaron códigos comunes de comportamiento y representación entre sus gentes. La moda, pues, era un fenómeno que no entendía de fronteras, aunque los modelos de referencia en materia de buen gusto y elegancia procedían indiscutiblemente de París y Londres. Estas ciudades marcaron las pautas del diseño en prendas de vestir, calzado, peinados y otros tantos complementos y adornos, que más tarde adaptaban a las particularidades y demandas de la clientela de cada país sastres y modistas. Así sucedería en el caso de España, donde la irrupción de las modas y costumbres extranjeras, acelerada al ocupar el trono la Casa de Borbón en 1700, había protagonizado los debates sobre la identidad nacional desde comienzos de siglo. Los esfuerzos por hacer reconocible una vestimenta propiamente española terminarían vinculándose al atuendo de las clases po-

pulares, registrado visualmente en los trajes que identificaban la riqueza y variedad de las provincias de la monarquía española, como se aprecia en la *Colección de trajes de España, tanto antiguos como modernos* (1777-1788) grabada por Juan de la Cruz Cano y Olmedilla, cuyos tipos poco tenían que ver en realidad con la vestimenta que se podía ver en los núcleos urbanos. Habría que esperar al cambio de siglo para que las modas extranjeras empezaran a ser reconocidas como propias, identificando una idea de lo español basada en los deseos de progreso y modernidad que buscaba buena parte de la ciudadanía a través de los códigos de una apariencia compartida con el resto de Europa. Este último contexto es al que nos vamos a aproximar en las siguientes páginas, recuperando el testimonio de las pocas series españolas grabadas de figurines y tipos que circularon en torno a 1800, para dar información sobre estas nuevas modas en España.

El origen de las colecciones sobre figurines de moda en el mercado español se remonta a inicios de los años noventa, prevaleciendo la circulación de estampas importadas frente a la escasa producción local. Este tipo de obras se caracterizaba por ofrecer una información detallada de los diversos productos y artículos aparecidos en el extranjero, de manera que las novedades empezaban a ser descritas con cierta regularidad para mantener informado al público, como sucede en la colección *Muestras de trajes y muebles decentes y de buen gusto*, que apareció en 1791. La suscripción a la obra se anunció en el *Diario de Madrid* el 5 de enero de ese mismo año, argumentando su utilidad en estos términos:

«Esta obra dará en varias estampas con la explicación necesaria un exacto y pronto conocimiento de los nuevos trajes inventados para uno y otro sexo, fuera de España, con sus respectivos peinados y cabos, de los nuevos muebles y adornos para las habitaciones, de las nuevas formas y hechuras de coches, obras de platería, y cuanto en estas especies se considera cómodo y agradable. Es útil por lo mismo a todas las personas de gusto delicado en estos objetos: a la mayor parte de nuestros menestrales, como sastres, bateras, modistas, peluqueros, maestros de hacer coches, tapiceros, ebanistas, tallistas, bronceistas y casi a cuantos contribuyen para nuestra comodidad y lucimiento».

El provecho de la obra radicaba en que la información proporcionada no se destinaba a publicitar la venta directa de artículos procedentes del extranjero —lo cual repercutía negativamente en el crecimiento de la industria nacional—, sino a ofrecer ideas y modelos que pudieran alentar nuevas creaciones en el diseño, producción y comercialización de artículos de moda en el propio país, cuyos artífices todavía no habían logrado el estatus que alcanzaría más tarde el diseñador de moda, siendo una actividad de la que apenas

se han conservado nombres propios. En realidad, la obra copiaba y traducía al español una serie de estampas publicada en París apenas unos años antes sobre modas francesas e inglesas. Los modelos incluidos en esta colección no solo suponían una pauta de «buen gusto» para concebir el adorno personal y del hogar, sino también un modelo de *savoir vivre* que encarnaban sus figurines en las poses y actitudes que tomaban frente al espectador; es decir, se vendía un estilo de vida refinado y elegante, o al menos se ofrecían las pautas para lograrlo. La incorporación de extensas descripciones junto a las imágenes facilitaba, por su parte, matizar otros aspectos como la naturaleza de los tejidos, los materiales y técnicas de fabricación del producto, o información sobre los colores de las prendas si las estampas se vendían sin iluminar, es decir, en blanco y negro, lo que rebajaba sustancialmente su coste. Dejando de lado este tipo de obras, cuya manera de presentar la información anticipaba el sistema de las revistas de moda contemporáneas, la mayor parte de las colecciones estaba basada en la publicación de figurines sueltos sin apenas más referencias que una breve leyenda para identificar cada modelo. Pese a ello, no hay que olvidar que el consumo de este tipo de estampas se producía en contextos donde los propios especialistas se encargaban de complementar la información, como sucedía con buena parte de los sastres y modistas, quienes solían estar suscritos a varios repertorios de figurines con el fin de mostrar a sus clientes las últimas novedades del mercado, pudiendo aportar otras noticias de interés en función de la comunicación mantenida con sus socios y proveedores en el extranjero.

Una de las empresas que más contribuyeron a normalizar los usos de la moda en el vestir durante los primeros años del siglo XIX fue la *Colección general de los trajes que en la actualidad se usan en España*, promovida por el artista Antonio Rodríguez, responsable de sus dibujos, y Manuel Albuerne, Francisco de Paula Martí y José Vázquez, quienes se ocuparon de grabarla. La obra había salido a la venta como consecuencia del éxito comercial que el mismo grupo de autores había obtenido dos años atrás al empezar a publicar las ilustraciones de los trajes descritos en *El viajero universal*, célebre obra compuesta de cuarenta y tres volúmenes y traducida del francés al español por Pedro de Estala entre 1796 y 1802. El texto estaba destinado a difundir los usos, costumbres y modas de todas las naciones del mundo conocido, siendo las estampas correspondientes a cada uno de sus tipos las únicas imágenes que se hicieron grabar para ilustrar el relato, prueba del enorme interés que suscitaba todo lo relacionado con la vestimenta. El formato empleado en estas estampas, destinadas a intercalarse entre las páginas de cada volumen, fue el mismo utilizado para la nueva colección, cuya venta se anunciaba en las páginas del *Diario de Madrid* el 30 de septiembre de 1801 de este modo:

«Cuaderno I de la colección general de trajes de España según se usan actualmente, siguiendo el mismo orden y grabados por los mismos profesores que dan a luz los del mundo descubierto arreglados a la edición del *Viajero universal*; los cuales, noticiosos de que el público desea tener los trajes nacionales, han determinado para complacerle el dar alternativamente y sin faltar al orden que sigue en los del *Viajero* esta nueva colección que empieza por los trajes de Madrid, la que igualmente que la otra tendrá el público la libertad de tomarla por cuadernos sueltos alternados o seguidos según le acomode, y a los mismos precios de 8 rs. En negro y 20 iluminados, en las librerías de Castillo frente a las gradas de San Felipe el Real, y de la viuda de cerro, Red de San Luis».

El hecho de dedicar a Madrid los primeros trajes de la colección, los cuales terminaron constituyendo un tercio del total, respondía a un acertado espíritu comercial por parte de sus promotores, pues la corte y capital de la monarquía seguía siendo entonces una de las ciudades clave en la difusión de las modas para el resto del territorio, cuya presencia en la obra se reservaba en general a los tipos regionales de otras provincias, popularizados desde hacía años gracias a la citada obra de Juan de la Cruz. Pese a que la colección de Antonio Rodríguez concibe a cada uno de los figurines de modo aislado y sin apenas anotar referencias al espacio en que se hallan los personajes, no pasa inadvertido cómo el contexto cosmopolita de la ciudad se deja sentir en muchos de sus tipos. Algunos hacían referencia a la elegancia propia de los cortesanos, como el «Petimetre de serio» que abre la colección y anuncia que se dirige «a Palacio», o la «Señora de corte» que, en el interior de una residencia, exclama ante el espectador «Caramba, y qué frío» (n.º 1 y 35). Otros personajes proponen, por su parte, acudir a espacios emblemáticos de la ciudad, como el «Petimetre con frac y sombrero bordado» que pregunta a un interlocutor «¿Vámonos al Prado?» (n.º 5), espacio por excelencia de la actividad del paseo en Madrid, y principal escaparate para lucir el lujo y las modas en el vestir. Al igual que el petimetre anterior, su presencia en la calle se subraya por el dibujo del empedrado de los viales, muestra de la imagen que la ciudad de Madrid ofrecía como urbe cómoda y aseada, tras varias décadas de esfuerzos para equipararse al resto de capitales europeas. En las proximidades del Prado parecen ubicarse igualmente otros personajes, como el «Hombre de edad avanzada» que busca la quietud que no existe en el Salón, y que podría encontrarse en los jardines del Buen Retiro (n.º 16), o la «Petimetra con túnica blanca, chal y gorro de terciopelo negro» (n.º 9) que parece pasear por las inmediaciones de Atocha, dejando ver al fondo la alameda del Prado y, a la derecha, lo que parece el edificio del Real Observatorio diseñado por el arquitecto Juan de Villanueva, icono de los avances científicos impulsados por Carlos III unos años atrás.

La colección también proporciona interesantes notas sobre los espacios de sociabilidad de la ciudad, que trascienden la distinción aparentemente lógica de lo público y lo privado pues las actividades de ocio y entretenimiento de la nueva sociedad tenían lugar, a partes iguales, en los hogares, los establecimientos públicos y la propia calle. En las residencias, por ejemplo, se producían las visitas que toda persona refinada debía hacer a amigos y conocidos, como la «Petimetra de Serio» que espera en casa a los suyos (n.º 2). Siguiendo los principios de economía compositiva en este tipo de colecciones de tipos, la referencia al entorno doméstico se logra simplemente a través del diseño de la alfombra en el suelo, así como por el hecho de que la señora no lleva puestas ni la mantilla ni la basquiña, prendas típicas de las damas españolas que únicamente se ponían para salir a la calle y que luce la «Petimetra con basquiña de tres flecos lisos y mantilla blanca con guarnición» en el exterior (n.º 6). Del mismo modo que la «Petimetra de Serio» se presenta la mujer de la tercera estampa de la serie, en el interior de otra casa cuyo suelo también está alfombrado, en la que parece estar con motivo de un baile (n.º 3), por lo que se deduce de la respuesta que da al supuesto interlocutor, al que mira de frente. Si atendemos a establecimientos públicos, un ejemplo presente en la serie es la botillería, negocio en el que solían venderse refrescos y helados, como a la que se dirige la «Petimetra con basquiña de red y mantilla transparente» (n.º 8); o la plaza de toros (entonces ubicada en las inmediaciones de la Puerta de Alcalá) a la que se encamina el «Majo con marsellé y capote» (n.º 14), imagen que permite recordar cómo incluso las clases populares estuvieron en realidad sometidas a las mismas presiones y tensiones que suponía proyectar una determinada apariencia de cara a los demás. La referencia a los espacios abiertos e imprecisos de la calle es, sin embargo, lo que predomina en la serie, y es desde luego algo común en colecciones de este tipo, donde se buscaba hacer resaltar las figuras con líneas de horizonte bajas, independientemente del entorno sugerido.

En último lugar, y respecto a lo que tiene que ver expresamente con el fenómeno de la moda, la novedad principal del proyecto de Antonio Rodríguez reside en la manera de proyectar la imagen de petimetres y currutacos, estereotipos con los que se había identificado el tipo masculino urbano de los nuevos tiempos en el transcurso de la centuria. Concebidos hasta la fecha bajo una mirada satírica destinada a ridiculizar la superficialidad de los nuevos usos y costumbres, en la colección de Rodríguez pasan a ser considerados como el tipo urbano que, en realidad, mejor podía encarnar la condición cosmopolita de Madrid, de modo similar a los que podían verse en otras capitales modernas como las ya citadas París o Londres. Prueba de esta consideración positiva en torno a esta figura como expresión de hombre moderno, sensible y cultivado es el «Petimetre en su casa», que refleja su

pasión por la educación y el aprendizaje al entregarse a la lectura, pues como él mismo explica al espectador, «apenas hay libro que no instruya» (n.º 12). Todo ello explica que el autor buscara, ante todo, una visión pintoresca y amable, acompañada de una naturalidad en las actitudes y los movimientos que tendía a alejarse de las poses forzadas y rígidas con las que se solía caracterizar en la sátira a estas figuras. El autor plantearía en los mismos términos la representación de aquellos otros personajes que no formaban parte de las nuevas modas, insertando tipos populares tratados de forma castiza, como el majo y la maja que bailan un bolero (cada uno de ellos en su correspondiente imagen), y otros reservados a gentes anónimas ataviadas en sus días de faena, como criados, menstrales, artesanos, vendedores, serenos, mozos, aguadores, cazadores, hortelanos, labradores, etcétera. Estos últimos suelen ubicarse ya fuera del entorno urbano, como sucede con los tipos regionales que empiezan a poblar la colección desde la estampa número 39, que abre el labrador manchego.

La idea, en consecuencia, de una moda española que siguiera los dictados internacionales se mantenía en 1800 ligada en exclusiva a los tipos urbanos, principalmente de la capital, pero esta percepción parece que fue cambiando de forma gradual si hacemos caso a otras tipologías de estampas publicadas con posterioridad. Una de las más interesantes se refiere a los *Juegos de preguntas y respuestas* que se popularizaron en los años previos a la Guerra de la Independencia, y que deben buena parte de sus principios formales y compositivos a la obra de Antonio Rodríguez. Hablamos de colecciones de naipes adornados con figuras de damas y caballeros que formaban parte de las relaciones galantes del periodo. Uno de los reclamos utilizados para hacer más atractiva su venta era insertar en los naipes figurines ataviados a la moda del momento, como sucede en la colección atribuida a José Aparici y José Asensio, que resume en líneas generales las características de este tipo de cartas: todas las figuras están ubicadas en el exterior, aunque a diferencia de las de Rodríguez, no incluyen ninguna referencia a edificios, árboles y otros elementos urbanos. Lo habitual es que sean las figuras masculinas las que formulen las preguntas, mirando normalmente a su izquierda, mientras que las mujeres lo hacen a su derecha. En el caso de las figuras femeninas, y pese a estar en la calle, no hay un criterio uniforme a la hora de representarlas con mantilla y basquiña, lo que indica un menor cumplimiento de las normas de conducta social, al menos en términos de decoro. La forma de utilizar este tipo de juegos se explica en uno de los anuncios publicados en el *Diario de Madrid* el 16 de marzo de 1808, un día antes de estallar el Motín de Aranjuez:

«Juego para la diversión de toda clase de personas, dispuesto en dos barajas de cartulina fina de 33 damas y 33 galanes, con preguntas y respuestas,

significando cada figura en su traje las modas que se usan en el día. Este juego es muy gracioso por salir siempre que se baraja adecuada la respuesta de la dama a la pregunta del galán. Se hallará en las librerías de Escribano y Hurtado, calle de las Carretas, y en la de Orea, frente a San Luis».

Aunque no es posible identificar el anuncio con las barajas que hemos conservado de este tipo de juegos, uno de los más interesantes en relación a la cuestión de lo español en las modas es el procedente de las colecciones del Museo de Historia de Madrid (Inv. 5152), que debió venderse estampado en tintas de distinto color. A diferencia del anterior, el autor de esta baraja enriqueció la información de los naipes sumando a las preguntas y respuestas ubicadas bajo cada figura un encabezado en la parte superior de la imagen que rompía el marco. Unas pocas veces, este encabezado señalaba el estilo adoptado por el personaje, indicando básicamente si vestía a la francesa o a la inglesa; otras veces, se hacía referencia al tipo social que encarnaba el figurín, como por ejemplo *petimetra* o *petimetre*. Finalmente, un tercer tipo de información es el relativo al lugar del que teóricamente procedía el personaje, citándose entre los naipes conservados las ciudades de Barcelona, Bilbao, Cádiz, Coruña, Granada, Málaga, Madrid, Murcia, Sevilla y Zaragoza. La novedad en este último caso es que todas las referencias que se hacen a las modas en boga de estas ciudades participan ya del estilo moderno y refinado que vestían las clases urbanas acomodadas, desplazando así a los tipos castizos, que en esta baraja quedan reducidos a unas pocas figuras en ámbitos populares y festivos, como los bailes de bolero, el traje de manolas o los de máscara propios del carnaval.

La irrupción de la guerra y la necesidad de insuflar ánimos a la población para luchar contra el invasor francés provocó que, desde muy pronto, los tipos populares volvieran a recuperar todo el esplendor de sus trajes regionales en las imágenes que circularon progresivamente de diferentes episodios y hechos como el ya citado Motín de Aranjuez, el levantamiento del Dos de Mayo en Madrid o la resistencia demostrada por los habitantes de Zaragoza durante el primer sitio de la ciudad. En casi todos ellos, en las imágenes que recrearon cada uno de los acontecimientos se hacía uso de la vestimenta popular como esencia simbólica y propagandística del nuevo patriotismo, concibiendo así una imagen heroica que hacía reconocer las esencias más profundas de lo español a través del atuendo de las clases populares. Pese a este nuevo protagonismo, quienes habían venido participando del nuevo espíritu de las modas se vieron igualmente obligados a luchar en la contienda para defender sus casas y familias, siendo muchos de ellos figuras que permanecen en un discreto segundo plano de las principales escenas que narraron los acontecimientos.

Bibliografía

- Barthes, R., *Sistema de la moda*, Barcelona, Gustavo Gili, 1978.
- Descalzo, A., «Modos y modas en la España de la Ilustración», AA. VV., *La España del siglo XVIII y la filosofía de la felicidad y el orden*, Madrid, Ministerio de Educación y Cultura, pp. 167-191.
- Elias, N., *El proceso de civilización. Investigaciones sociogenéticas y psicogenéticas*, México D. F., Fondo de Cultura Económica, 1987.
- Entwistle, J., *El cuerpo y la moda. Una visión sociológica*, Barcelona, Paidós, 2002.
- Giorgi, A., «Nuevas prendas para los nuevos tiempos. El cambio indumentario de las élites hispanas a las postrimerías del Antiguo Régimen», *Investigaciones Históricas*, 2016, n.º 36, pp. 101-112.
- Lipovetsky, G., *El imperio de lo efímero. La moda y su destino en las sociedades modernas*, Barcelona, Anagrama, 2002.
- Molina, Á., *Mujeres y hombres en la España ilustrada. Identidad, género y visualidad*, Madrid, Cátedra, 2013.
- Molina, Á. y Vega, J., *Vestir la identidad, construir la apariencia. La cuestión del traje en la España del siglo XVIII*, Madrid, Ayuntamiento de Madrid, 2005.
- Pena, P., «Análisis semiológico de la revista de modas romántica», *Estudios sobre el Mensaje Periodístico*, 2001, n.º 7, pp. 365-381.
- Roche, D., *La culture des apparences. Une histoire du vêtement (XVII^e-XVIII^e siècle)*, París, Fayard, 1989.
- Rodríguez, A., *Colección general de los trajes que en la actualidad se usan en España, principiada en el año 1801*, Madrid, Visor, 1982. Edición y estudio de V. Bozal.

/

(*) Universidad Nacional de Educación a Distancia (UNED). Ensayo desarrollado en el marco del proyecto I+D HAR2016-78098-P (AEI/FEDER, UE) y de la red de grupos de investigación de la Comunidad de Madrid «La herencia de los Reales Sitios: Madrid, de corte a capital (historia, patrimonio y turismo)» (S2015/HUM-3415).

/

CRÉDITOS

/

MØDUS
A la manera de España

246

/

CATÁLOGO

/

Textos

Amalia Descalzo / Juan M. Gutiérrez / Raúl Marina y Wanda Morales /
Álvaro Molina / Jaime M. de los Santos

Diseño y maquetación

Natalia Troitiño (N2 Estudio Gráfico)

Fotografías

Jesús Madriñán

Dirección artística

Raúl Marina

Coordinación

Inmaculada Escobar

Edición de textos

Julia Fanjul

Fotomecánica y tratamiento de imágenes

La Troupe

Impresión

Artes Gráficas Palermo

ISBN: 978-84-09-06739-8

Depósito legal: M-29378-2018

© De esta edición: Madrid Cultura y Turismo S.A.U., 2018

© De los textos: sus autores

© De las imágenes: Jesús Madriñán, 2018