

España fin de siglo 1898



Fundación "la Caixa"

Exposición

España fin de siglo 1898

Salas de Exposiciones del Ministerio de Educación y Cultura (antiguo MEAC)

Avenida Juan de Herrera, 2. Ciudad Universitaria. Madrid

13 Enero - 29 Marzo 1998



Centre Cultural de la Fundació "la Caixa"

Paseo de San Juan, 108. Barcelona

20 Mayo - 26 Julio 1998



Fundación "la Caixa"

MODAS Y MUJERES

Isabel Pérez-Villanueva Tovar



En los años que rondan el cambio de siglo, París es la referencia obligada, la expresión más acabada de todo lo que tiene relación con la moda en su sentido más amplio: el vestir con todos sus elementos y complementos, desde luego, el peinado, el arreglo y el cuidado personal –productos de tocador y de belleza, ciertos medicamentos–. Pero también el mantenimiento y la decoración de la casa, algunos usos domésticos y gustos culinarios, así como un conjunto muy amplio de hábitos que atañen tanto a la esfera de la intimidad como a la forma de presentarse y actuar en sociedad. Elegancia, refinamiento, modernidad, tal es la dimensión que las españolas, siguiendo en esto una corriente generalizada en Europa y en Estados Unidos, atribuyen a aquella ciudad. De hecho, el París de la Exposición Universal gozaba ya en éste y en otros aspectos de una primacía indiscutible, y en esos años, la Belle Époque, se forjaría a su alrededor una leyenda de largo alcance. De Inglaterra, la lujosa Inglaterra eduardiana, llega, junto al deporte y la afición al campo y al aire libre, una vaga idea de «confort», y alguna práctica como la de tomar el té, «el *five o'clock*», según se decía, signo de la más exquisita distinción entonces.

El arquetipo de la mujer de «gran mundo» que deslumbra a la España del cambio de siglo es una construcción fundamentalmente francesa –influjo casi tradicional en nuestro país–, adornada con algunos ingredientes ingleses –corriente más inusual e innovadora–. Y el modelo, conocido a menudo como «*First Class Lady*» –la incorporación de expresiones inglesas, aún incorrectas, resulta de muy buen tono en la época–, ejercerá tal atractivo y tal fuerza que tenderá a relegar, al menos en la vertiente más superficial, más externa, tendencias de raíz castiza.

En estas coordenadas se inscribe todo lo «*chic*» –término que se repite insistentemente– tanto para las mujeres pertenecientes a lo que entonces se llama «*high life*» –«la aristocracia de la sangre o del dinero»¹–, como para aquellas otras que proceden de las clases medias. De modo que, en revistas y periódicos², todo lo que atañe a la esfera femenina se presenta generalmente avalado por su procedencia parisina. Y no suele faltar una crónica desde París para dar cuenta de las «*toilettes*» –palabra imprescindible– que se califica de «gran novedad». El inglés Charles Frederick Worth, que inaugura en París la alta costura con concepción moderna, y los continuadores de su firma –el modisto murió en 1895– concitan la mayor admiración y los más ardientes deseos de emulación.

Puede establecerse una sutil gradación entre las revistas dedicadas a las mujeres de posición desahogada, las que cuentan incluso con la oportunidad de viajar

(1) PARDO BAZÁN (1902), p. 5.

(2) La publicidad y los textos sin firma que se citan en este artículo aparecieron, entre 1896 y 1902, en las siguientes publicaciones periódicas: *Blanco y Negro*, *El Eco de la Moda*, *La Época*, *El Liberal*, *La Moda Elegante*, *La Mujer en su Casa*, *El Salón de la Moda* y *La Última Moda*.

periódicamente a París para adquirir su vestuario –viajes que reseña puntualmente el diario *La Época*, por ejemplo– y las dirigidas a las de esas clases medias cuyo sector más singular, y generalmente menos pudiente, está formado por las mujeres que trabajan. Frente al talante anquilosado, el tono ceremonioso, y la tipografía anticuada de las primeras –*La Moda Elegante* constituye el mejor ejemplo–, se aprecia un mayor dinamismo y flexibilidad en las segundas, centradas ya en la exaltación de valores característicos como el ahorro, el sentido práctico, o la laboriosidad: *La Mujer en su Casa*, especialmente dirigida, desde su fundación en 1902, a las capas acomodadas de las clases medias, es un exponente muy ilustrativo de estas últimas. Y *El Primor Femenil* se dedica específicamente, desde su creación en 1897, a un sector profesional, el de las maestras de Primera Enseñanza.

La atenta consideración de estas publicaciones –a las citadas pueden añadirse *El Salón de la Moda*, *El Eco de la Moda*, *La Última Moda*– permite apreciar que algo está cambiando en la órbita de la mujer y no sólo por razones que le atañen específicamente –tímida elevación de su educación, lenta pero progresiva incorporación a un trabajo que, por añadidura, se va diversificando paulatinamente–, sino como reflejo de un evidente movimiento en la sociedad. No se trata ya únicamente del empuje de las clases medias, sino de la forma en que éste se efectúa asimilando y adaptando a sus posibilidades y a su idiosincrasia los usos y los gustos de las élites: con total rotundidad lo expresará José Echegaray en 1895 al referirse a «las pretensiones aristocráticas» que entonces «devoran» a la clase media³. En esta línea explicativa, que obviamente excede el marco femenino, puede entenderse el calificativo «cursi», objeto ya, el año 1868, de una punzante sátira por parte de Francisco Silvela y Santiago Liniers en *La Filocalia o Arte de dis-*



304
Abanico

(3) ECHEGARAY (1895), p. 93. ÁLVAREZ JUNCO (1997), pp. 52-54. precisa el alcance del estudio sobre la persistencia del Antiguo Régimen de Arno J. Meyer para España, subrayando la fuerte pervivencia y la especial importancia que tuvieron las marcas aristocráticas a lo largo de todo el siglo XIX.



340
La fatigada. 1894
Francisc MASRIERA



168
Retrato de Ana Solá i Fabra
Romá RIBERA CIRERA

tinguir a los cursis de los que no lo son, con el que desde los círculos más ranciamente acrisolados se descalifica una y otra vez a quienes se ve como advenedizos. De forma más general, todo ello revela uno de los rasgos sobresalientes de una sociedad en plena transformación, una transformación que deja huella en buena parte de las manifestaciones de la vida cotidiana en ese tiempo y, de manera claramente perceptible, en el sugerente entramado del mundo femenino. Porque junto a las mujeres de la «high life» y de las clases medias, empieza además a adquirir personalidad propia un tipo de joven de la «clase modesta» –terminología reiteradamente utilizada en *La Mujer en su Casa*– que aspira también a seguir la moda, según los mismos cánones que las restantes, aunque con medios mucho más escasos.

De hecho, una de las novedades más notables del período es justamente la atenuación –aunque no la anulación, hay que subrayarlo–, de las diferencias que, en el medio urbano, y por el simple tipo de vestimenta, permitían clasificar socialmente a todas las mujeres con una mera ojeada. Un ejemplo puede resultar ilustrativo: refiriéndose a lo favorecedor que resulta el cuello de encaje, se afirma en *La Mujer en su Casa* su utilización «por todas las clases sociales»; «como se imita con materiales tan vulgares –se añade–, lo mismo se adornan con él la humilde obrera que la gran señora». Por si cabía alguna duda de su auténtica posición –los sectores mejor situados de las clases medias repiten la pauta de la «high life» defendiéndose del mimetismo de quienes se sienten inferiores–, se concluye: «pero lo bueno, sobre todo en los encajes, se reconoce siempre, y las verdaderas elegantes no tienen nada que temer; los géneros baratos no pueden rivalizar con los hermosos guipures que ellas han pagado tan caros y que representan muchas veces ellos solos el precio de varios trajes». En otra ocasión, y a propósito del traje sastre, adoptado también por «todas las clases», puede leerse en la misma revista: «En el gran mundo, su corte es irreprochable e inimitable su *chic*; en la clase media hace el gran servicio, pues se va bien con él a todas partes, y en la clase modesta es la gala de más de una muchacha a quien sienta admirablemente; sobre todo las oficialas de modista, acostumbradas a trabajar para señoras elegantes y difíciles de contentar, lo llevan cortado y cosido por ellas, tan perfectamente, que más de una vez excitan la envidia de esas mismas señoras exigentes».

Las líneas anteriores apuntan algunos efectos significativos de esa «mano niveladora de la civilización» que Emilia Pardo Bazán⁴ siente planear sobre la sociedad española en el tránsito de los dos siglos, un fenómeno que, con intensidad y velocidad diferentes, atañe de forma general a Europa y los Estados Unidos. El desarrollo de la industria, los avances de la técnica, junto a la mejora de los transportes, y muy especialmente del ferrocarril, son sin duda factores decisivos de esa «mano niveladora». La producción en serie y a gran escala, con el consiguiente abaratamiento de costes, acerca progresivamente a grupos más amplios productos antes privativos de unos pocos⁵. La vida material se encuentra en los inicios de una verdadera mutación, que no pudo menos que contribuir a

(4) PARDO BAZÁN (1902 b), p. 97.

(5) Véase, en este sentido, CASTELLS Y RIVERA (1995), pp. 135-163.

generar expectativas, si no de ascenso social, al menos de un mayor bienestar. Pueden encontrarse muestras de ello en aspectos aparentemente banales de lo cotidiano: la Compañía Colonial ofrece a «un precio arreglado» un chocolate «verdaderamente superior», que hasta entonces, 1899, «sólo se elaboraba de encargo para el consumo de algunas familias distinguidas». En la contradictoria dualidad entre «temor y esperanza», propia de la «crisis de fin de siglo», que va modelando lo que José María Jover llama el «tono de la vida»⁶, este tipo de cambios hubo de tener una incidencia no desdeñable, reforzando la perspectiva más optimista al menos entre aquellos integrantes de las clases medias a los que afectaba de forma más inmediata. Pero no faltarán visiones más críticas, vinculadas a posiciones anímicas, intelectuales, y aun sociales, vigentes en los años finales del siglo. A propósito también del chocolate, uno de los hábitos alimenticios más característicos y preciados de los españoles de la época, Emilia Pardo Bazán publica, el mismo año 1899, unas inteligentes observaciones, en las que enjuicia la absorción industrial de ese tradicional alimento en los siguientes términos: «Es una elegancia más que desaparece, un artículo más del que se ha apoderado la industria, poniendo en manos de todos, pero en tal estado que no lo conocerá la madre que lo parió»⁷.

En lo que se refiere al vestido y al ajuar, se logra entonces la plena mecanización del textil, que incluía ya, desde mediados de siglo, sectores tan tradicionalmente manuales como el del encaje –en 1896, se anuncian «Mantillas, Blonda, Tules y Encajes legítimos e imitaciones»– y comienza la confección en serie⁸. Pero si existen ya artículos que pueden adquirirse «hechos», prima todavía con mucho la realizada a medida por modistas e incluso por las propias usuarias: la costura y demás labores de aguja son una habilidad obligada para toda mujer, las revistas proporcionan figurines con minuciosas explicaciones de las más variadas prendas, y es además práctica común reformar una y otra vez la misma vestimenta –nada se tira, todo se aprovecha– mediante retoques sucesivos. Entre la confección a medida, más lujosa y cara, y la seriada, más tosca y asequible, se producen curiosas situaciones intermedias: junto a «*chaquets*», «*blouses*» o «*jaiques niña*» listos para llevar, los Almacenes de Santa Cruz madrileños cuentan con «vestidos mi confección»; y la Sastrería Fin de Siglo, también madrileña, se precia de sus confecciones a medida «en competencia con las que anuncian sin prueba ni compostura». La fuerza invasora de una «industria moderna que –en palabras de Galdós– no pierde ripio»⁹ se hace patente en otros muchos aspectos del aderezo femenino, sin respetar siquiera los más emblemáticos, y, por ello mismo, especialmente distintivos de una determinada posición social: los «Diamantes inalterables al carbono» se presentan, en 1899, como «imitación superior e inalterable de los verdaderos diamantes y piedras finas» para crear «últimas novedades en broches, *bouquets*, collares, *rivières*, etc.» La afirmación de Galdós acerca del «valor social y político de las prendas de vestir»¹⁰ no tiene, con este telón de fondo, un valor genérico, sino un sentido peculiar, propio del tiempo en que fue escrita.



166
Retrato del Marqués de Casa Riera
Raimundo MADRAZO

(6) JOVER ZAMORA (1997), pp. 16-17.

(7) PARDO BAZÁN (1902 c), p. 155.

(8) Véase MARTÍN ROS (1991), pp. 21-23.

(9) PÉREZ GALDÓS (1890), p. 165.

(10) PÉREZ GALDÓS (1890), p. 152.



308
Reloj de caballero con cadena

El gran desarrollo de la publicidad, vinculado al auge de periódicos y revistas, que además van incorporando una información gráfica de mejor calidad, se encargará de difundir estas nuevas posibilidades ante una clientela potencial que tiende a crecer, aunque con capacidad adquisitiva muy desigual: más de una tienda asegura contar con una gama de artículos que abarca «los de más lujo y los más modestos», «desde los más baratos hasta los más finos», y algunas revistas femeninas tiran diversas ediciones, con precios diferentes, de acuerdo con el añadido, en número variable, de patrones y de labores, de acuerdo también con el hecho de que estas últimas estén sólo esbozadas o ya empezadas y de que se facilite el material necesario para realizarlas o terminárlas. Al mismo tiempo, se intenta agilizar los sistemas de venta. La acción de los viajantes de comercio se apoya a veces en iniciativas como la de los Grandes Almacenes *El Siglo* de Barcelona: un anuncio publicado en *El Eco de la Moda*, a lo largo de la primavera de 1900, ofrece a las lectoras «un magnífico Catálogo general de Novedades», «un volumen precioso, que contiene gran número de elegantes figurines de última novedad, y todo lo más notable que la moda ha creado para la próxima estación». La venta directa por catálogo constituye una modalidad importante, como ocurre en el caso del almacén parisino *Le Printemps*, que envía, a



266
Sombrero femenino de luto
269
Sombrero femenino de paja y flores
271
Canotier
273
Sombrero hongo

quien lo solicite, «gratis y libre de franqueo», un «Magnífico Álbum ilustrado en Español, con los nuevos modelos de la estación», así como muestras de todos sus tejidos. Y «expide a España, contra reembolso y libre de todos gastos, sin que el cliente tenga que ocuparse de nada, todo pedido importando 50 francos, mediante un aumento del 40 por 100, sobre el importe neto de la factura». Pero hay también formas más originales de vender: *La Moda Elegante* ofrece, como servicio «absolutamente gratuito» para sus suscriptoras, una «Sección de encargos», con el fin de facilitar a quienes viven en «poblaciones de escasa importancia y de limitados recursos» información detallada del «comercio madrileño», e incluso la propia adquisición de sus pedidos en «ventajosas condiciones» por la frecuencia e importancia de las compras que efectúa.

Estar realmente al tanto de los dictados de la moda en el vestir debía de exigir mucha sabiduría y gran dedicación. No quedaba más remedio que enfrentarse, en primer lugar, a una auténtica jerigonza de barbarismos sin límite a partir del francés: castellanizaciones o afrancesamientos difíciles de distinguir, con ortografías dudosas o variables. Un caso extremo: el anuncio de un producto fabricado en París y vendido, según se afirma, en todas las farmacias y droguerías españolas, que aparece en *La Última Moda*, el año 1898, con el siguiente texto: «Aviso a las señoras. El



246-249
Botines y zapatos



10
Desencant. 1900
Miquel BLAY I FÁBREGAS

Apiol de los Dres. Joret y Homolle cura los dolores, retardos, suppressiones de los menstruos». Y no sería fácil orientarse entre la multiplicidad de tejidos y adornos, de prendas y de complementos, ni entre la rígida codificación a que cada elemento tenía que someterse.

Había, en efecto, una riquísima variedad de tejidos, encajes y bordados. Éstas eran algunas de las telas más usuales: seda brochada, seda chiné, moiré, muaré o moaré, faya, surah, tafetán, raso, crespón de la China, muselina, bengalina, velo, étamine, cachemir, organdí, foulard, terciopelo, terciopelo planchado, terciopelo cometa, paño vellón, paño zibelina o cibelina, franela, cheviotte, pelo de cabra, lanilla, homespún, linón, nansouk, piqué, tela rayada, sarga. Podían encontrarse encajes Renacimiento, guipure, valenciennes, chantilly, entre una enorme cantidad. Y bordados al plumetis, tipo Hungría, estilo Enrique II, de soutache, en sedas sobre étamine, entre otros múltiples puntos, incrustaciones, aplicaciones y pasamanerías. Parecen atractivos, aunque misteriosos, ciertos tonos como el gris Suecia o el azul antiguo. La propia confección tiene también sus secretos: pliegues Watteau, cuellos Aiglon o Médicis, fichú María Antonieta. Por no hablar de los complementos: sachet de pañuelo, bolsillo de mano, manguito, corbata, boa, estola, cinturón, corpiño, guantes y mitones, chinelas, botinas y zapatos, polainas y medias, paraguas, sombrillas y abanicos. Ni de los sombreros y tocados imprescindibles en la calle, donde la imaginación llega al paroxismo: de fieltro, de paja, de terciopelo, con velo, con tules, con lazos, con flores, con strass, con plumas –de avestruz, de marabú, de perdiz, por ejemplo–, con ala recta o abullonada, de copa alta o baja, muy grandes y extendidos o bastante recogidos,ladeados o centrados sobre la cabeza. Y sin dejar de lado las pieles, como armiños, petit-gris o renards.

336
Señora leyendo
Sebastià JUNYENT SANS



Además, cada «*toilette*» estaba destinada a un uso muy preciso. El concepto de elegancia sobre todo en la «*high life*», obligaba a adecuar el vestir, no ya sólo a la edad y al estado civil –circunstancia esta última de gran importancia–, sino a cada ocasión; y ello de forma sumamente rigurosa, de acuerdo con unas claves establecidas de antemano que no resultarían fáciles de transgredir. Así, hay vestimentas especiales y diferentes para «jovencitas» de trece a dieciséis años –antes de la auténtica ceremonia iniciática que suponía el alargamiento de la falda y el recogimiento del pelo–, para «señorita», para «señora joven», para «señora» y para «señora de cierta edad». Y se distingue la «*toilette*» de casa –bata, o *matinée*, o peinador, o vestido–, de calle, de paseo, para visitas, para comida, de reunión, para recibir, para *soirée*, de noche, de teatro, de concierto, de baile, de recepción, de ceremonia y de cortejo. Menos precisas a simple vista son la de «fantasía» o la simplemente calificada de «elegante». «El *five o'clock*» exige un coqueto «delantal». Requieren asimismo indumentarias particulares el viaje, el casino, el balneario, la excursión, el «*country-party*», y, por supuesto, los deportes: se cuenta con las propias para baños de mar, pesca, ciclismo, caza, equitación, «*lawn-tennis*», esgrima, y golf; sin olvidar las correspondientes al automóvil, e incluso a la lancha o al yate.



227-231
Medias

210
Vestido con aplicaciones de encaje. 1892
Carolina MONTAGNE

Otro capítulo imprescindible lo constituyen las comuniones, las bodas, y, sobre todo, el luto, cuyo negro total se impone también a las niñas; con una duración de dos años a comienzos de siglo, más uno de medio luto o alivio de luto, interrumpía la menor exteriorización pública de alegría. En el caso de las viudas podía significar el negro de por vida. Todas esas variables combinadas con los cambios estacionales, incluido el «entretiempo», expresan el convencional e inflexible entendimiento que entonces se tiene de la moda y de la elegancia, lo que permite a unas formas de vivir y de relacionarse tan reguladas y formalizadas que apenas queda cabida para la espontaneidad, la originalidad y el criterio personal: acabar y seguir normas prefijadas, hacer lo mismo que los demás, o al menos aparentarlo, son los valores dominantes y cotizados socialmente. En este sentido, puede recordarse la minuciosa codificación del noviazgo entre unos jóvenes estrechamente vigilados –las señoritas casaderas no salen ni reciben nunca solas, y «la carabina» es una auténtica institución–. También parece lícito deducir que las mujeres embarazadas quedaban más bien recluidas en sus casas: no hay rastro de una «moda», de unas hechuras propias de su situación. Muy al contrario que las amas de cría –«una especie de industria inmoral y de exporta-





167
Figura en blanco
Ramón CASAS

ción», como escribió Clarín¹¹, refiriéndose a las zonas norteñas de donde procedía la mayoría—, engalanadas con vestimenta distintiva para general y público conocimiento.

La simple contemplación de una mujer ataviada a la moda de los años en torno a 1900, en el marco de los círculos sociales más acomodados, permite apreciar, más allá de la complejidad, en ocasiones muy bella, de su vestimenta, la coacción que tales prendas suponen; una coacción que procede más de la ropa interior que de la exterior, por larga, pesada y estrecha que ésta resulte. Y es que lo que destaca a primera vista es la silueta en forma de S muy acentuada: el cuerpo por delante se mantiene rígidamente erguido, presionando el abdomen y resaltando un pecho prominente, mientras que las caderas, muy ajustadas, marcan una cintura de avispa; la espalda, muy recta, o incluso ligeramente forzada hacia atrás, termina en una curva convexa bien marcada. El corsé es el responsable de tal constreñimiento y, por tanto, el elemento clave que determina la rigidez de la postura al tiempo que traba los movimientos de flexión más elementales. No resulta posible resistirse al tópico de ver en este tipo de «opresión» —física, corporal— un símbolo de los pesadísimos condicionantes de todo orden que traban y bloquean el mundo femenino de la época.

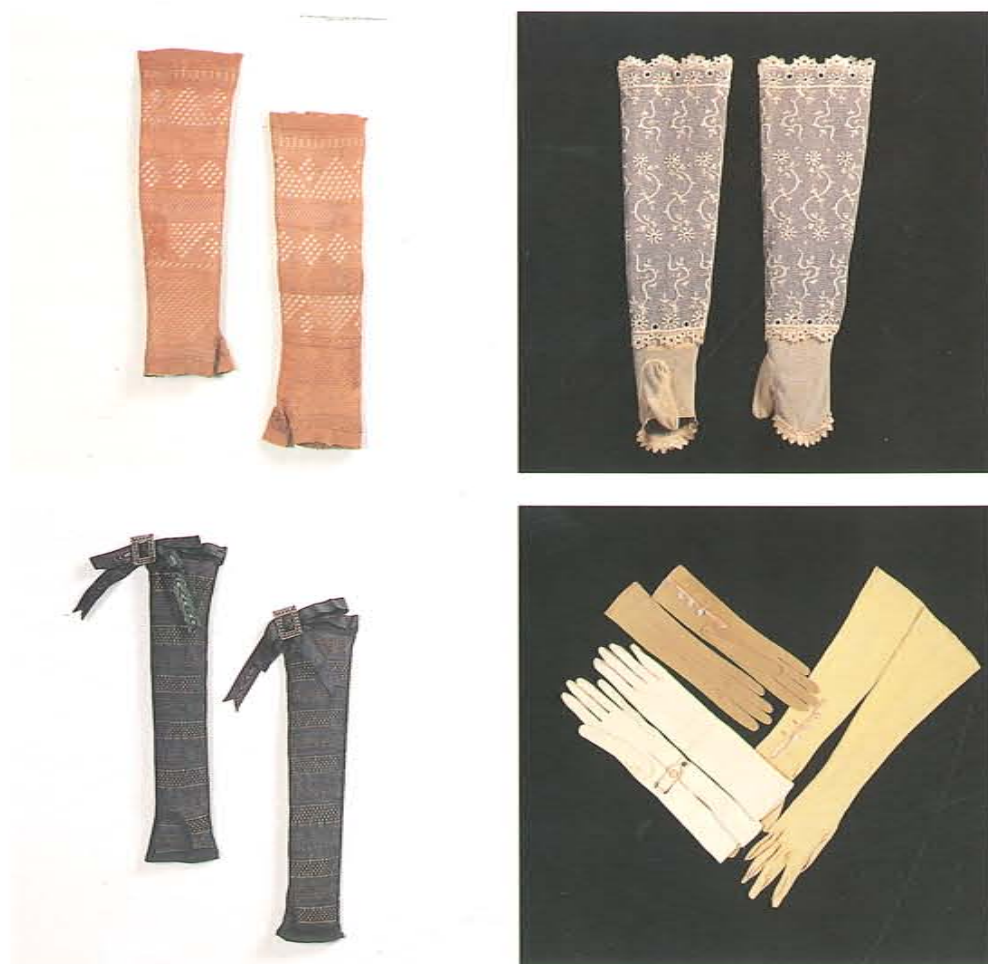
Porque además el corsé es para todas las mujeres y para todas las horas del día, algo, por otra parte, imprescindible a partir de una edad no muy avanzada por la dificultad, por la imposibilidad, de renunciar al hábito de llevar el cuerpo tan sujeto durante años: si los bebés van cuidadosamente fajados, las niñas llevan ya corsé —en realidad, una especie de corpiño con tirantes de un material muy reforzado—. Los hay especiales para «señoritas», «extensibles» para «señoras de salud delicada», y naturalmente, para «señoras gruesas». Uno se presenta incluso como «corsé higiénico», al dejar libre una parte del torso. Se anuncian con variada utilidad para estar en casa, para salir de día, y, finalmente, para las grandes celebraciones nocturnas, diferenciándose, según resulta lógico pensar, por su diferente grado de compresión y también por su hechura: una fábrica madrileña pone a la venta corsés especialmente estudiados para llevar con vestidos sastre y rectos por delante. Las actividades más nuevas como el deporte no se libran de semejante prenda, que tiene características propias para la ocasión.

Algunos modelos prometen proporcionar como por ensalmo la figura ideal, y ello sin contrapartida alguna —la publicidad de la época no se caracteriza precisamente por su moderación y ecuanimidad—. Tal es el caso de «*Le Mystérieux*», «exclusivamente de ballena inquebrantable», que «arquea y alarga la cintura, al mismo tiempo que hace desaparecer el abdomen», y ello «sin producir ninguna molestia». Aún más ventajoso es el «corsé de la Facultad»: «suple a la faja abdominal y evita las perturbaciones fisiológicas de la digestión, de la respiración, de la circulación, al mismo tiempo que satisface las más imperiosas exigencias de la coquetería». En esta misma línea se sitúa el «*Jeanne d'Arc*», también llamado, por el tipo de seda con que se confecciona, «*Pompadour*», «*corset Luis XV*», «que recomiendan nuestros principales médicos»: «corsé práctico capaz de formar, adelgazar y

(11) ALAS (1991), p. 345.

alargar la cintura y al mismo tiempo favorecer las funciones del estómago, prevenir las dispepsias y las enfermedades del vientre». Curiosa paradoja, desde una óptica actual, la de esos saludables beneficios que atribuyen al corsé –paliar males que provoca, o al menos agrava, el mismo–, aunque conviene tener presente que en ese tiempo, de acuerdo con una tradición de muy larga trayectoria, la necesidad de proporcionar una sujeción firme al cuerpo de la mujer es todavía un dogma inquebrantable de la higiene.

Cabe preguntarse la contribución de esa sujeción tan fuerte a las palideces, rubores, y «síncopes», tan de buen tono todavía en esos años, de acuerdo con una idea de la femineidad centrada en la fragilidad: una «moda» –la de «privarse»– que contribuyó de forma estelar a ese halo de «neurastenia» –así se llamaba– que rondaba constantemente la esfera de la mujer; la publicidad de la época ofrece numerosos –y milagrosos– remedios para ese tipo de «enfermedades nerviosas». Y sin embargo, ya ha nacido un criterio estético de otro signo, que no pone todas sus esperanzas en el corsé, aunque tampoco suele confiar en los beneficios de la gimnasia, el deporte o la dietética: contra la obesidad, se recomiendan, el año 1899, en *El Salón de la Moda*, las «píldoras de reducción de Marienbad». En muchas revistas, como ocurre en *El Eco de la Moda* a lo largo de 1900, se inserta con frecuencia el siguiente anun-



250-252, 259
Mitones y guantes



324
Broche

215
Traje urbano



cio «*Hermosura del pecho con las píldoras orientales, las únicas que en dos meses, sin perjudicar la salud, consiguen el desarrollo y tersura de los pechos.*»

Ir bien vestida supone la suma de una sucesión de prendas superpuestas. Una «camisa de día», amplia, ensanchada con nesgas en forma triangular, y larga hasta casi las rodillas, constituye la primera capa. Encima, el corsé. Luego, unos pantalones bastante anchos, de un largo parecido al de la camisa, y terminados en un volante. Finalmente, el cubrecorsé, hasta la cintura, muy entallado para dar forma al pecho, y las enaguas –según el tipo de vestimenta, una o más–: ambos forman una combinación. Todo ello –más ligas y medias, «camisas de noche» y pañuelos– constituye «la ropa blanca y *toilette* interior». Seda hilo, batista, son los tejidos más frecuentes, sobre los que se aplican plisados, frunces, drapeados, volantes, jaretas, entredoses, vainicas, calados, cintas y lazos, más toda clase de bordados y encajes primorosos, con su almidonado y encañonado correspondientes.

Vista de frente, la mujer con su indumentaria completa compone una figura de dos triángulos unidos por uno de sus vértices. El superior parte de unos hombros bien marcados, estrechándose paulatinamente hasta la cintura, muy acentuada; a partir de ahí, la falda, ajustadísima en las caderas, se va abriendo en forma ligeramente acampanada hasta los pies, con una cola pequeña que se recoge por la calle con imperdibles y «pajes» –pinzas pendientes de un cordón o de una cinta–. Lisa a menudo por delante, suele tener pliegues, godets o un plisado por detrás; otras veces está cortada por un volante o por nesgas en todo su diámetro o simplemente está hecha al bias. Las mangas son ajustadas, sin grandes hombreras ni abultamientos excesivos arriba, y muy largas, cayendo en ocasiones sobre las manos; en verano se pueden acortar hasta el codo, aunque en ese caso los brazos se cubren con guantes. La figura se alarga y se estiliza por la forma del peinado, siempre recogido en un moño bastante alto, aunque nunca tirante, o por el sombrero. Esta impresión se refuerza por la casi obligada existencia de un cuello alto; sujeto a menudo con ballenas reviste múltiples formas; cuello-estola, cuello-boa, cuello con corbata convencional, con pajarita, con lazadas, con «escaroladas», de «fantasía».

Son muy habituales las faldas llevadas con «cuerpos», blusas, blusas-bolero, «camisetas», «camisolinas», chalecos, chalecos-plastrón, pecheros y corpiños –de hecho los vestidos, con la salvedad del modelo «princesa», están formados por dos piezas–. Son asimismo frecuentes las chaquetas: entalladas y largas hasta cubrir las caderas –el modelo inglés Eton es muy apreciado–, aunque también las hay «saco», muy sueltas; y las toreras y boleros, muy cortos, cuyo ascendiente español queda muy atenuado al adaptarse al gusto francés imperante. Si el encaje se incorpora con profusión a la vestimenta, especialmente a cuellos y blusas, la mantilla, enseña de la mujer española durante mucho tiempo, no está entonces de moda, y no ocupa, por tanto, un lugar destacado en la indumentaria de actualidad. Su uso, salvo en algunas zonas como Andalucía, queda reservado a las ancianas y a determinados actos religiosos y festividades, así como a ciertas celebraciones tradicionales –las corridas de toros, por ejemplo.

Para protegerse del frío, las prendas son en general poco ceñidas, aunque también las hay muy ajustadas. La variedad es enorme: abrigo, largo hasta el suelo o corto, paletot o paletó, levita, pelliza, capote, capa, pelerina, collet o esclavina, entre otros. Menos en la ropa de buen tiempo, floreada o de tonos claros, predomina una gama de colores secos, rotundos y algo severos, avivados a veces por el claro –con frecuencia beige o blanco– de las blusas y pecheras. Más claros y brillantes, sin olvidar el negro, los trajes de noche pueden tener generosos escotes y prescindir totalmente de las mangas, aunque no de los guantes largos. La cola se alarga en ocasiones.

Mención expresa merece el traje sastre, conocido en la época como «trotero». Creación de modistos ingleses como Creed y Redfern, que triunfaron tras instalarse en París, resultó chocante por considerarse poco femenino, aunque no tardó en imponerse con diferentes usos, según se ha apuntado anteriormente. Constituyó la «toilette» más confortable y sencilla.

El atuendo para tomar baños de mar tiene dos partes: una camisa larga o un vestido, en ambos casos con cinturón, y unos pantalones –bombachos o rectos– por debajo de la rodilla. Incorpora motivos marineros como anclas y con frecuencia rayas azules y blancas; un gorro redondo o un pañuelo suelen proteger el pelo; zapatillas con cordones trenzados alrededor de la pierna o zapatos ligeros, con medias. Las ropas para deporte suelen dejar el tobillo e incluso parte de la pierna, por debajo siempre de las rodillas, el aire. Para el ciclismo, hay modelos de falda acompañada de bombachos; otros se basan en un discreto «pantalón-falda».



223
Corsé

281
Conjunto de ropa interior de muñeca maniquí. 1890

238-241
Pecheras y cuellos

Muy distintas son las cosas, incluso en las propias ciudades, fuera del ámbito social que ha centrado estas páginas. En efecto, en el medio urbano, las clases populares viven y visten con gran parquedad, lindante a menudo con la miseria, extendidísima. Sayas, refajos, cuerpos y blusas, pocos vestidos; pañuelos de talle sobre los hombros, y otros más pequeños cubriendo las cabezas. Para abrigarse, mantones. Y todo ello de telas fuertes como percales, bayetas y paños.

En cuanto al mantón de Manila, fuertemente enraizado en el gusto español —especialmente en Andalucía y Madrid—, e indisolublemente unido a un cliché muy aireado de mujer española —«la española de rumbo y tronío»—, queda reservado entonces, en los medios más acomodados, a ocasiones muy concretas como las corridas de toros, o se utiliza, a modo de tapete, para la decoración de la casa. Para los sectores populares es, en cambio, la prenda de lujo que se luce en bailes y fiestas. Es también muchas veces el objeto de mayor valor que se posee, aquel que puede servir para recurrir, siguiendo una pauta muy usual en esos años, a una casa de préstamos. Así lo confirma una crónica publicada en *El Liberal*: «¿Qué es lo que empeña en apurado trance una madrileña de los barrios bajos? Su mantón de Manila, cuajado de flores de seda»¹².

(12) ROURE (1898).