

EL MANTÓ DE MANILA VIST PER BENITO PÉREZ GALDÓS

Per MANEL LLARCH i GARCIA

Els mantons de Manila tenen a Ulldecona una significació especial, entre d'altres raons, pel protagonisme clar en aquell ritual identitari que és el ballar la nostra jota la nit del dilluns durant les festes majors. Aquesta nit especial surten al carrer i a la vista de tothom aquestes veritables joies teixides, orgull de qui les té, i amorosament preservades del pas del temps.

Va ser una sorpresa agradable trobar un autor de la categoria de Benito Pérez Galdós que manifestés tant d'entusiasme per aquesta peça de roba, expressat, a més, amb belles paraules i informació abundant. L'autor parla dels mantons des de Madrid i en temps dels nostres besavis, i vam pensar que això podria resultar interessant perquè situa aquesta peça d'indumentària en el context més general del seu espai i en el seu temps. La novel·la és, concretament, *Fortunata y Jacinta*.

Benito Pérez Galdós (1843-1920) va ser un autor amb una decidida vocació d'historiador, fins al punt que es consideren fonts per l'estudi de la història les sèries de novel·les que va publicar amb el títol d'*Episodios Nacionales*. Com a bon representant de l'estil realista de la generació del 68 aporta enormes quantitats de dades que ens situen perfectament en el context de l'època en què es desenvolupen els



fets. La seua novel·la *Fortunata y Jacinta* va aparèixer en dos volums, els anys 1886 i 1887. La visió de Galdós és la d'un burgès progressista, compromès en un projecte de transformació de la societat espanyola del seu moment; projecte que pareixia més a l'abast després de la revolució de 1868.



La novel·la parla de les relacions amoroses de l'hereu d'una nissaga de comerciants amb dues dones de condicions socials molt diferents. L'autor aprofita la descripció de les relacions de parentiu entre diversos comerciants per a fer un repàs a la història del comerç a Madrid. Va narrant en paral·lel l'evolució dels negocis familiars amb els esdeveniments del gran comerç internacional. Resulta molt interessant veure com connecta la "petita història" dels productes d'ús quotidià amb la "gran història" de la política i l'economia a nivell d'estats. Malauradament ens han acostumat a pensar que només és història allò que ens queda lluny i no té res a veure amb la nostra vida de cada dia. Comentem aquí uns passatges que mostren la repercussió en la nostra vida del carrer, en aquest cas en la indumentària, dels esdeveniments produïts en indrets llunyans, per la lluita entre estats pel poder i la riquesa.

ORIGEN DELS MANTONS DE MANILA

Pérez Galdós ens diu que el mantó de Manila va ser obra d'un dissenyador xinès de la ciutat de Canton. El diccionari Espasa-Calpe de 1916, en l'article *Mantón*, ens aclara que "se les dió el nombre de mantones de Manila porque los primeros que lo importaron de Filipinas los adquirieron de negociantes de Manila que, a su vez, los habían comprado a mercaderes chinos, pero los mantones se fabrican en China, especialmente en Cantón". Des de l'extrem orient feien viatge per mar passant pel cap de Bona Esperança, arribant a Cadis:

"Pues esta prenda, esta nacional obra de arte, tan nuestra como las panderetas o los toros, no es nuestra en realidad más que por su uso; se la debemos a un artista nacido a la otra parte del mundo, a un tal Ayún" (p. 24)

"Mal conocido es en España el nombre de este peregrino artista, aunque sus obras han estado y están a la vista de todo el mundo, y nos son familiares como si fueran obra nuestra. Es el ingenio bordador de los pañuelos de Manila, el inventor del tipo de rameado más vistoso y elegante, el poeta fecundísimo de esos madrigales de crespón compuestos con flores y rimados con pájaros" (p. 23).

Aquest dissenyador va ser seguit per un altre, que Galdós considera que va millorar la seua obra:

"Este innovador fue Senquá, del cual puede decirse que representaba, con respecto a Ayún, en aquel arte budista, lo que en la música representa Beethoven con respecto a Mozart. Senquá modificó el estilo de Ayún, dándole más amplitud, variando más los tonos, haciendo, en fin, de aquellas sonatas graciosas, poéticas y elegantes, sinfonías poderosas con

derroche de vida, combinaciones nuevas y atrevimientos admirables" (p. 29).

Fins a un segon successor arriba la crònica de Galdós:

"Ayún y Senquá dejaron de ser nuestros mejores amigos y se hicieron amigos de los ingleses. El sucesor de estos artistas, el fecundo e inspirado King-Cheong, se cartea en inglés con nuestros comerciantes y da sus precios en libras esterlinas" (p. 40).

QUALITATS I USOS DELS MANTONS

Galdós no estalvia elogis per als mantons, i estem segurs que no podríem explicar-ho millor que ell mateix:

"A este ilustre chino (Ayún) deben las españolas el hermosísimo y característico chal que tanto favorece su belleza, y el mantón de Manila, al mismo tiempo señorial y popular, pues lo han llevado en sus hombros la gran señora y la gitana. Envolverse en él es como vestirse con un cuadro. La industria moderna no inventará nada que iguale a la ingenua poesía del mantón (...) Esta prenda hermosa se va desterrando y sólo el pueblo la conserva con admirable instinto. Lo saca de las arcas en las grandes épocas de su vida, en los bautizos y en las bodas, como se da al viento un himno de alegría en el cual hay una estrofa para la patria. El mantón sería una prenda vulgar si tuviera la ciencia del diseño; no lo es por conservar el carácter de las artes primitivas y populares; es como la leyenda, como los cuentos de la infancia, candoroso y rico de color, fácilmente comprensible y refractario a la moda" (pp. 23-24).

L'enciclopèdia Espasa-Calpe de 1916, en el seu article *Mantón*, no es conforma amb descriure'l i coincideix a fer esment de l'afavoridor que resulta per a les dones:

"Pañuelo grande, de seda, bordado en sedas de colores, representando florones, flores y pájaros, y del que usan las mujeres llevándolo en la misma forma que el mantón de abrigo. El mantón de Manila es la prenda de gala de las clases populares de España, especialmente en Madrid y en las provincias andaluzas. (...) También los hay con figuras cuyas cabezas son de marfil (mantones de chinos), y cuanto de más precio es el mantón o pañolón, más ancho es el enrejado y fleco de seda que lo bordea. Es prenda que se luce en las corridas de toros, verbenas, bodas y demás fiestas al aire libre. Se lleva generalmente sin mantilla ni otro tocado en la cabeza y es, más aún que la mantilla, prenda para lucir el rumbo, la gracia y el donaire de la mujer, por lo que, además de su riqueza de colorido y vistosidad, se ha empleado mucho en el teatro y reproducido en los cuadros de costumbres."



DECADÈNCIA DEL MANTÓ

Pareix que els mantons de Manila van començar a entrar en decadència com a article de luxe a la dècada de 1840, si més no entre l'aristocràcia i la burgesia:

“Ya en 1840 las casas que traían directamente el género de Cantón no podían competir con las que lo encargaban a Liverpool. Cualquier mercachifle de la calle de Postas se proveía de este artículo sin ir a tomarlo en los dos o tres depósitos que en Madrid había. Después, las corrientes han cambiado otra vez, y al cabo de muchos años ha vuelto a traer España directamente las obras de King-Cheong; mas para esto ha sido preciso que viniera la gran vigorización del comercio después del 68 y la robustez de los capitales de nuestros días” (pp. 40-41).

Galdós escriu el primer volum de *Fortunata y Jacinta* el 1886; entre 1875 i

1915 els salaris es van mantenir força estables però molt variables segons la categoria professional, variaven de les 0,5 pessetes al dia per a un peó a les 30 pessetes per a un professional, com ara un periodista (Amando de Miguel 1998:239). Galdós parla de mantons que valien més de mil pessetes, però abans de la depreciació que va tenir aquest article a mitjans del segle XIX. Depreciació per l'abaratiment del cost del transport que va comportar la ruta anglesa de Suez, i acumulació d'estocks i de que “habían ido descendiendo hasta las gitanas” (p. 40), cosa que fa pensar que potser es podien comprar a preus més assequibles:

“La decadencia del mantón de Manila empezaba a iniciarse, porque si los pañuelos llamados de talle, que eran los más baratos, se vendían bien en Madrid (mayormente el día de San Lorenzo, para la



parroquia de la chinche) y tenían regular salida para Valencia y Málaga, en cambio el gran mantón, los ricos chales de tres, cuatro y cinco mil reales se vendían muy poco" (p. 29).

Al radere hi ha la cojuntura internacional de rellevament del predomini espanyol pel predomini anglès com a potència mundial, i l'establiment d'una nova ruta comercial més curta i econòmica:

"También se dejó sentir aquí, como en todas partes, el efecto de otro fenómeno comercial, hijo del progreso. Refiérome a los grandes acaparamientos del comercio inglés, debidos al desarrollo de su inmensa Marina. (...) Esta influencia se manifestó (...) por la depreciación súbita del género de la China. Nada más sencillo que esta depreciación. Al fundar los ingleses el gran depósito comercial de Singapur, monopolizaron el tráfico del Asia y arruinaron el comercio que hacíamos por la vía de Cádiz y cabo de Buena Esperanza (...) Desde que Singapur apareció en la geografía práctica, el género de Cantón y Shanghai dejó de venir en aquellas pesadas fragatonas de los armadores de Cádiz (...) La vía nueva trazáronla los vapores ingleses combinados con el ferrocarril de Suez" (p. 40).

La Compañía de Filipinas va desaparèixer el 1833 (p. 29). El trencament del monopoli va abaratir els preus dels mantons, però llavors un canvi de tendència en la moda va ser decissiu per a consagrar la crisi del mantó de Manila. Va ser l'aparició de les *novedades*:

"¿Qué corriente seguirían? La más marcada era la de las novedades, la de la influencia de la fabricación francesa y belga, en virtud de aquella ley de los grises del Norte, invadiendo, conquistando y anulando



nuestro ser colorista y romanesco. El vestir se anticipaba al pensar, y cuando aún los versos no habían sido desterrados por la prosa, ya la lana había hecho trizas a la seda. (...) aquel furor de modas que le entraba a esta sociedad y el afán que todos los madrileños sentían de ser elegantes con *seriedad*. Era por añadidura, la época en que la clase media entraba de lleno en el ejercicio de sus funciones, apandando todos los empleos creados por el nuevo sistema político y administrativo, comprando a plazos todas las fincas que habían sido de la Iglesia, constituyéndose en propietaria del suelo y en usufructuaria del presupuesto, absorbiendo, en fin, los despojos del absolutismo y del clero, y fundando el imperio de la levita" (p. 41).

El domini de les "novedades" té varies causes, dalt hem esmentat la psicològica i de classe, també la major facilitat dels

trasports terrestres tenia a veure-hi, però a més n'hi havia una de fiscal:

"que las reformas arancelarias del 49 y 68 pusieran patas arriba todo el comercio madrileño" (p. 38).

LES BOTIGUES D'ARTICLES DE FILIPINES

L'indret natural on comprar un mantó de Manila, i també els ventalls, era una botiga d'articles de Filipines. Galdós ens descriu una d'aquestes botigues a través de les impressions de la filla dels botiguers, i les emocions que aquest gènere provocava en el seu esperit tendre i receptiu:

"Creció Barbarita en una atmósfera saturada de olor de sándalo, y las fragancias orientales, juntamente con los vivos colores de la pañolería chinesca, dieron acento poderoso a las impresiones de su niñez" (p. 23).

"Las facultades de Barbarita se desarrollaron asociadas a la contemplación de estas cosas, y entre las primeras conquistas de sus sentidos, ninguna tan segura como la impresión de aquellas flores bordadas con luminosos torzales y tan frescas que parecía cuajarse en ellas el rocío. En días de gran venta, cuando había, cuando había muchas señoras en la tienda y los dependientes desplegaban sobre el mostrador centenares de pañuelos, la lóbrega tienda semejaba un jardín. Barbarita creía que se podrían coger flores a puñados, hacer ramilletes o guirnaldas, llenar canastillas y adornarse el pelo. Creía que se podrían deshojar y también que tenían olor. Esto era verdad, porque despedían ese tufillo de los embalajes asiáticos, mezcla de sándalo y de resinas exóticas que nos atrae a la mente los misterios budistas" (p. 24).

A Ulldecona també ens resulta molt familiar un altre article d'aquestes botigues, el ventall, que alleuja la calor que dóna ballar la jota, sobretot a les dones, que porten tanta roba:

"Más adelante pudo la niña apreciar la belleza y variedad de los abanicos que había en la casa, y que eran una de las principales riquezas de ella. Quedábase pasmada cuando veía los dedos de su mamá sacándolos de las perfumadas cajas y abriéndolos como saben abrirlos los que comercian en este artículo, es decir, con un desgaire rápido que no los estropea y que hace ver al público la ligereza de la prenda y el blando rasgueo de las varillas. (...) se embebecía contemplando aquellas figuras tan monas, que no le apreciaban personas sino *chinos*, con las caras redondas y tersas como hojitas de rosa, todos ellos risueños y estúpidos, pero muy lindos, lo mismo que aquellas casas abiertas por todos lados y aquellos árboles que parecían matitas de albahaca... ¡Y pensar que los árboles eran el té nada menos, estas hojuelas retorcidas, cuyo zumo se toma para el dolor de barriga...!" (pp. 24-25).

L'autor també fa referència a la publicitat i presentació dels articles orientals:

"Como se recuerda a las personas más queridas de la familia, así vivieron y viven siempre con dulce memoria en la mente de Barbarita los dos maniqués de tamaño natural vestidos de mandarín que había en la tienda (...) dos pasmarotes de semblante lelo y desabrido y sus magníficos trajes morados. (...) También (...) el retrato de Ayún, de cuerpo entero y tamaño natural, dibujado y pintado con dureza, pero con gran expresión" (p. 23).

MALBARATAMENT DEL PATRIMONI ARTÍSTIC

Galdós també ens exposa una situació de sotmetiment d'Espanya al colonialisme econòmic. El segle XIX veu com un país que havia estat en posició central en les relacions econòmiques internacionals, un colonitzador, baixa posicions fins a esdevenir perifèria, colonitzat:

“Las galeras, aceleradas, iban trayendo a Madrid cada día con más presteza las novedades parisienses, y se apuntaba la invasión lenta y tiránica de los medios colores, que pretenden ser signo de cultura. La sociedad española empezaba a presumir de *seria*; es decir, a vestirse lúgubrememente, y el alegre imperio de los colorines se derrumbaba de un modo indudable. Como se habían ido las capas rojas, se fueron los pañuelos de Manila. La aristocracia los cedía con desdén a la clase media, y ésta, que también quería ser aristócrata, entregábalos al pueblo, último y fiel adepto de los matices vivos. Aquel encanto de los ojos, aquel prodigio de color, remedo de la naturaleza sonriente, encendida por el sol de Mediodía, empezó a perder terreno, aunque el pueblo, con instinto de colorista y poeta, defendía la prenda española como defendió el parque de Monteleón y los reductos de Zaragoza. (...) porque la sociedad se empeñaba en parecer grave, y para ser grave, nada mejor que envolverse en tintes de tristeza. Estamos bajo la influencia del norte de Europa, y ese maldito Norte nos impone los grises que toma de su ahumado cielo. (...) Los tonos vivos las encanallan, porque el pueblo ama el rojo bermellón, el amarillo tila, el cadmio y el verde forraje; y está tan arraigado en la plebe el sentimiento del color, que la *seriedad* no ha podido establecer su imperio sino transigiendo” (p. 39).

Aquí Galdós exposa el rerafons de les inversions estrangeres a l'Espanya al segle XIX, que considerava una autèntica colonització econòmica. Denuncia una situació d'expoli del patrimoni cultural que ve facilitada pel complex d'inferioritat enfront la resta d'Europa provocat per la pèrdua de les darreres colònies i el fracàs dels intents d'industrialització del país. La fascinació per la prosperitat del nord industrialitzat impulsa una reacció d'imitació, la gent vol els signes que identifiquen aquests països més desenvolupats, i sobrevalora els seus productes industrials, menystenint productes artesanals i les obres d'art antigues. L'intercanvi desigual està servit:

“Las comunicaciones rápidas nos trajeron mensajeros de la potente industria belga, francesa e inglesa, que necesitaban mercados. Todavía no era moda ir a buscarlos al África, y los venían a buscar aquí, cambiando cuentas de vidrio por pepitas de oro; es decir, lanillas, cretonas y merinos por dinero contante o por obras de arte. Otros mensajeros saqueaban nuestras iglesias y nuestros palacios (...) Al propio tiempo arramblaban por los espléndidos pañuelos de Manila, que habían ido descendiendo hasta las gitanas” (p. 40).

La indústria tèxtil genera un volum de negoci tan gran que des de sempre ha estat un dels grans motors de l'economia mundial, amb la peculiaritat de ser molt sensible als canvis de criteris subjectius. Així, la simple i arbitrària decisió de canviar els colors dels uniformes d'un exèrcit o una nova moda poden tenir enormes conseqüències comercials:

“en el vestir de las señoras, origen de energías poderosas, que de la vida privada salen a la pública y determinan hechos grandes. (...) vuestra mente os presentará entre los pliegues de las telas de moda todo

nuestro organismo mesocrático, ingente pirámide en cuya cima hay un sombrero de copa, toda la máquina política y administrativa, la deuda pública y los ferrocarriles, el presupuesto y las rentas, el Estado tutelar y el parlamentarismo socialista" (pp. 41-42).

CONTEXT DE LES RELACIONS COMERCIALS ENTRE LA XINA I EUROPA

La Xina era un país autosuficient amb una rica indústria de productes molt valorats pels europeus. El problema era que els xinesos no estaven interessats a canviar-los per productes europeus, només acceptaven pagaments en or. Pagar en or no era una cosa que agradés gens als europeus, que van descobrir que hi havia un producte que interessava molt els xinesos, l'opi. Així es van estendre grans plantacions d'opi, sobretot a la Índia, però també a les Filipines:

"Entre los productos comerciados por el chino, el de mayor lucro era el opio; en el 1814 se prohibió su producción; una Real Orden de 1828 autorizó su cultivo, y en 1843 se estableció el monopolio. El opio supuso beneficio a los españoles pero fundamentalmente a los chinos" (Cabrero 1996:982).

Així, l'opi es va fer servir com a moneda d'intercanvi per a obtenir manufactures xineses, entre elles els mantons de Manila. Tan important era aquest mitjà d'intercanvi que dels intents del govern xinès per prohibir-lo van resultar les tres Guerres de l'Opi. El 1857, durant una d'aquestes guerres, Anglaterra i França van conquerir Canton, encara que Espanya va poder seguir comerciant amb aquesta ciutat ocupant el segon lloc fins a la pèrdua de les illes Filipines el 1898:

"Hasta el opio que consumían los chinos (...) se mantuvo bajo el estricto monopolio del gobierno español, que lo cedía a contratistas privados (no solo chinos, sino también *mestizos* y españoles). Los Estados Unidos lo liberalizaron tras hacerse en el 98 con Manila, poniendo fin así a la existencia de *fumaderos públicos*" (Hernández 1996:698).

CONCLUSIONS

Galdós condensa en els mantons de Manila els canvis que va experimentar la societat del segle XIX, tant en les relacions internacionals com dins del país.

En el panorama internacional trobem ja avançada la desintegració de l'imperi colonial espanyol i la ràpida ascensió d'Anglaterra. Mentre es trenca el monopoli comercial amb l'extrem orient, el nord d'Europa cada cop està més prop per obra i gràcia del ferrocarril, dels vaixells de vapor i de les reformes aranzelàries de 1849 i 1868.

La societat espanyola d'aquells temps va començar a obrir els ulls i a prendre consciència davant l'endarreriment clar en què es trobava davant el nivell de desenvolupament dels principals països europeus. L'admiració per l'èxit d'aquests països va anar de la mà de sentiments d'inferioritat i desitjos d'imitació, especialment entre la classe alta i la burgesia. Naturalment, aquesta imitació també va afectar la indumentària: els membres d'aquestes classes es van passar al gris i als mitjos colors, mentre les classes populars es van mantenir fidels als colors vius. I colors vius són els dels mantons de Manila, devaluats així socialment.

L'admiració per la indústria moderna



estrangera va ser aprofitada per a practicar un espoli general del patrimoni artístic.

El procés de decadència dels mantons de Manila com a article de luxe pareix que comença per l'abaratiment del transport que suposa la ruta anglesa, sumat a les noves facilitats per a l'arribada dels productes del nord d'Europa. Però el factor decisiu serà el triomf d'aquesta moda europea, que en definitiva és un canvi de mentalitats, el desig de ser seriosos com els exitosos europeus del nord, o si més no, d'assemblar-s'hi a base de vestir com ells.

Galdós reivindica el valor de les arts populars i l'alegria dels colors, que considera lligada a la nostra identitat *colorista*; tot denunciant la submissió de molts dels seus coetanis als criteris i interessos del països més industrialitzats. En tot aquest procés destaca el paper de les classes populars com a mantenidores de les tradicions autòctones.

BIBLIOGRAFIA

Díez Borque, J. M^a. (1982) *Historia de la literatura española III*, Taurus, Madrid.

Cabrero Fernández, Leoncio (1996) *Filipinas y el Pacífico español*. Dins Jover Zamora, J. María (dir.), *Historia de España Ramón Menéndez Pidal*, Espasa-Calpe S.A., Madrid.

Hernández Sandoica, Elena (1996) *La política ultramarina de la Restauración. Los hombres, las ideas, los intereses*. Dins Jover Zamora, José María (dir.), *Historia de España Ramón Menéndez Pidal*, Espasa-Calpe S.A., Madrid.

Pérez Galdós, Benito (1979) *Fortunata y Jacinta*, Librería y Casa Editorial Hernando, S. A. 13^a edició, Pinto (Madrid).

VV.AA. (1916) *Enciclopedia Universal Ilustrada Europeo Americana*, Espasa-Calpe S.A., Madrid.