

## EL CARRUAJE COMO OBJETO DE OSTENTACIÓN

Por *RAFAEL ATIENZA MEDINA*

El coche de caballos ha sido siempre un elemento de ostentación. Ya Homero describe la riqueza y adorno de los carros con los que dioses y hombres se mueven de acá para allá. Las ruedas de hierro, los radios de bronce, los látigos de oro, la destreza de los cocheros, son exaltados en varios cantos de la *Iliada*. Los relieves del palacio de Asurbanipal en Nínive, los del palacio de Darío en Persépolis o los frescos y relieves de Egipto muestran carros con un adorno y esplendor deslumbrantes. Los arqueólogos que entraron en la tumba de Tutankamón encontraron cinco carros, con incrustaciones de piedras semipreciosas y cristales de colores. Las cerámicas griegas y los mosaicos y relieves romanos nos muestran cientos de carros: triunfales, de carrera, de caza, de combate. Pocas veces en la historia aparece un ingenio con tanta capacidad para la representación de la jerarquía y la exhibición de lujo y poder.

Cierto es que tras la caída del imperio romano desaparecieron la mayor parte de los vehículos destinados al transporte de personas y al ámbito ceremonial. Incluso las carreras de carros en los circos fueron proscritas en el oriente bizantino y en el occidente desapareció el carro como emblema de alto rango militar. A partir del renacimiento, sin embargo, vuelve a aparecer el carruaje con un marcado carácter de ostentación. A principios del siglo XVI cualquier corte de fuste había de tener una colección de carruajes para exhibir en cualquier función. La moda se extendió desde la corte y, a fines de siglo tenía coches de caballos

toda la nobleza y la alta burguesía. Los cortesanos y embajadores encuentran en el carruaje un método para medir y clasificar la riqueza y esplendor de las ciudades que visitaban.

Martin Zeller, autor de un libro de viaje por España publicado en 1637, escribe que cualquier persona de importancia va en España a caballo o en coche. Ir y dejarse ver en carruaje es el rito cotidiano. En Barcelona, cuando hace buen tiempo, tiene lugar por la noche, junto al mar, un paseo en el que suelen participar más de cien coches. Otros tantos pueden verse por la calles de Madrid. Magalotti, que viaja por España con la corte de Cosme de Médici, describe las impresionantes cocheras de los grandes de España y el estilo de vida de la nobleza andaluza. En Sevilla, escribe, “la gente dice que hay ochocientos coches, pero apenas si había espacio”.

Las monarquías y cortes intentaban frenar y reglamentar estos excesos y desafueros en materia suntuaria, y desde los púlpitos se intentaba limitar tanta pompa y prodigalidad. Los príncipes alemanes lamentaban la pérdida del hábito de la monta a caballo frente a la molicie que suponía el paseo en coche. En 1588, Julius von Braunschweig introdujo medidas para impedir la expansión del coche, pues temía que “las virtudes viriles de dignidad, valor, honor y lealtad de la nación alemana fueran afectados, pues el guiar coches conducía al ocio y a la indolencia.” Todas las cortes ordenaron y limitaron los tipos de coche, adornos, telas, penachos y, naturalmente, número de caballos. En Alemania, un noble podía llevar cuatro caballos enganchados; un conde o duque, seis; los miembros de familias reales, ocho. En España, según el libro de Zeller ya mencionado, los vehículos iban tirados por cuatro caballos como máximo, pues sólo el rey podía disponer de coches con seis; y sólo los grandes de España podían sacar dos coches. En la exhibición que se celebra cada víspera de feria en la Maestranza, el Real Club de Enganches hubo de limitar a cinco el número máximo de caballos, pues los aficionados sacaban a la plaza enganches de diez o más caballos, que, como toda desmesura, entusiasmaban al público.

A lo largo del siglo XIX se produce un desarrollo espectacular. La construcción de coches de caballos se convierte en una de las más relevantes estructuras industriales del continente. Los

caminos de herradura se van transformando en caminos carreteros y Europa se llena de fábricas en las que el carruaje se elabora en modernas cadenas de montaje. Los coches alcanzan una gran perfección técnica que hace su uso más cómodo y fiable, con nuevos tipos de resorte, amortiguación y ruedas. Los tipos se diversifican, alcanzando una gran variedad, desde el transporte público hasta la limpieza urbana.

Como sucede a los héroes de las grandes tragedias, la caída del carruaje fue súbita y espectacular. Pocas veces una moda tan arraigada tuvo un fin tan abrupto: el motor de explosión, patentado por Daimler en 1883 y Benz en 1885, y el invento de los neumáticos por Dunlop en 1888 arrinconaron, nada más aparecer, al vehículo de tracción animal. La expansión del automóvil fue fulgurante. A los pocos años se celebraban carreras de autos con una concurrencia y entusiasmo nunca vistos. Con la velocidad que sólo tiene las modas, la centenaria exhibición de carruajes fue sustituida por las carreras de automóviles: la carrera París-Burdeos (1895), El Tour de France (1899) el París-Berlín o la copa Challenge, instituida en los Estados Unidos por Vanderbilt, daban todo el color y la pasión al fin de siglo.

En un brevísimo plazo, pues, el carruaje pasó de ser uno de los más apropiados ingenios para la exhibición de magnificencia y poder, a convertirse en un objeto de nostalgia. En 1905 todas las cortes europeas, con una sola excepción, habían sustituido sus coches de caballos por coches de motor. Sólo la corte de Francisco José mantuvo, impertérrita, el uso de carruajes y caballerizas hasta la Gran Guerra; y nada más acabar ésta, una disposición creó el Wagenburg, museo que acogió toda la colección de vehículos. Así, de un plumazo, el parque móvil se convirtió en museo histórico. Nada podía representar de forma más gráfica la *muerte súbita* del coche de caballos. Pues lo que había pasado a la historia en unos pocos años no era tan sólo el carruaje, que a la postre era un mueble que se podía conservar, sino todo un mundo de industria y carrocería, caballerizas y postas, veterinarios y guarnicioneros, forrajes y posadas, exhibiciones y etiqueta.

De esta manera, la mayoría de los coches antiguos ha terminado su vida activa y se hallan en museos y colecciones particulares, al cuidado de conservadores expertos en marquetería o

ebanistería, como si fuesen cómodas Carlos IV o entredoses Boule: esos carruajes del XIX contienen mecanismos demasiado preciosos y ensamblajes demasiado ricos como para que anden por ahí rodando. El coche tirado por caballos ha perdido todas sus funciones, incluida la de representación, que siempre fue una de las más importantes, y ha tomado otro camino: el deportivo. Las pruebas de enganches que se celebran en Europa han sustituido, en buena medida a los desfiles conmemorativos. Estos concursos requieren coches de nueva factura con caja de hierro, frenos de disco y toda suerte de aditamentos técnicos. Estos nuevos vehículos deportivos, que ruedan por Holanda o Alemania, han contribuido a jubilar los coches fabricados en el XIX.

En Andalucía, sin embargo, el proceso ha sido exactamente el contrario: mientras que aquí languidece el deporte del enganche, se multiplica la restauración de coches antiguos para su exhibición en desfiles y concursos. En los últimos años cientos de carruajes apolillados han salido de almacenes y naves o han venido de Portugal y Francia, y tras un *lifting*, han vuelto a engancharse.

Si en Europa la mayoría de los carruajes están al cuidado de mueblistas y conservadores, pues son demasiado valiosos e irreparables para exponerlos al desgaste de la calle, en Andalucía se restauran para salir a la feria, a exponerse al sol, a la lluvia y a los baches.

En desfiles como el de Windsor, los carruajes, uniformes y guarniciones se ajustan a las normas de finales del XIX. Se trata de una ceremonia historicista en la que cada detalle debe atenerse al siglo en que se enganchara. En Andalucía, por el contrario, se inventan uniformes, colores, penachos, y se modifican a gusto del propietario los diseños de los coches. Los especialistas intentan poner orden a este mare mágnam de capricho, falta de respeto por el mueble y afán de emulación. Pero al final esto es una feria: la exhibición llamativa y el espíritu de fiesta triunfan sobre la severidad etnográfica, como un vestuario de ópera frente a un museo del traje.

Tres aspectos quisiera saber destacar para explicar esta diferencia entre Andalucía con el resto del mundo. El primero es que el andaluz es un folklore particularmente vivo, con sus modas y cambios continuos. De ahí su fortaleza, y de ahí también su escasa *fidelidad al original*. Al revés que los ropajes o danzas regionales de otras zonas europeas, el baile y cante flamencos o

los trajes y adornos han de ser continuamente renovados: en seguida quedan transnochados o pasados de moda. Es un folklore avasallador, que impone modas y bailes en Barcelona o Tokyo, que es adoptado por los jóvenes porque es una moda viva y, por ello, absorbente y expansiva. Pero la vida está reñida con la pureza: por ello, ortodoxos y nostálgicos se quejan de que una fiesta tan viva no pueda mantenerse fiel a su modelo original.

La mayoría de los folklores locales europeos constituyen el caso contrario: son arqueologías etnográficas, en general mantenidas con presupuestos autonómicos o municipales que permiten a señalados antropólogos sacar brillo a esos fósiles. Y, naturalmente, pueden mantener su intemporalidad.

El segundo aspecto se refiere a las instituciones y asociaciones que podríamos llamar de representación: son instituciones a las que se acude voluntariamente, en las que se trabaja sin remuneración y que funcionan sorprendentemente bien. Se diría que la gratuidad en las actividades sevillanas es garantía de éxito.

Como si el mismo sevillano que trabaja con abandono y desorden en la oficina, nada más llegar por la tarde a su hermandad se transformase en un alemán: preciso, ordenado, eficaz.

Los ciudadanos de otros países desarrollados tienen unas aspiraciones que, por lo general, se pueden cifrar en dinero, y, por tanto, conseguir con trabajo. En Sevilla parece que el ciudadano prefiere ser a tener. Me estoy refiriendo, naturalmente, a ser *alguien*. Pocas ciudades debe haber donde más gente sea *alguien*: es decir, forme parte de la directiva de una de las numerosas organizaciones de toda clase que nacen y se incorporan al rico acervo protocolario de la ciudad.

En países como Holanda o Francia viven millones de prósperos ciudadanos anónimos. Su buen trabajo y sus ahorros les permiten mirar con tranquilidad el futuro. No se plantean la necesidad, ni siquiera la conveniencia, de tener conocidos entre la profesión médica o política, o simplemente de tener que ganarse a nadie. El ciudadano anónimo es uno de los lujos de la civilización occidental: que un ciudadano perfectamente desconocido tenga la tranquilidad de exigir todo aquello a que tiene derecho; de no ser sometido a abuso ni arbitrariedad; en suma, de no necesitar amigos ni relaciones, de no tener que extremar simpatías, halagos o ruegos.

En Sevilla, por el contrario, no hay peor condena que el anonimato. Probablemente la desconfianza hacia el correcto funcionamiento de las instituciones y servicios contribuye a ello. Se piensa que es conveniente, quizás necesario, tener amigos o relaciones en el comercio, en la abogacía o en la banca; entre los jueces o médicos; ante cualquier ventanilla administrativa. Toda esta red de asociaciones aporta relaciones y protagonismo: a través de muchas actividades no remuneradas se desarrollan una serie de amistades y favores, de relaciones y agradecimientos, de trueques de toda clase, que fomentan más bien la astucia y la simpatía que la claridad y la circunspección. De ahí la importancia de la representación.

El tercer aspecto de nuestro folklore es su capacidad de absorción. Cualquier extraño, apenas llegado, viste las galas locales con toda naturalidad. Un amigo mío vino a Sevilla a hacerse unos zahones. Tras probarle la prenda, el zahonero, a fin de hacer ver su buen trabajo, le dijo “Don fulano, parece usted un señorito de los de toda la vida”. *De toda la vida* es la expresión clave. Toda la vida, en Sevilla, puede ser un año o dos; en esta ciudad creadora de tradición todo se convierte en inveterado y *de toda la vida* en un brevísimo plazo. Por eso en nuestras fiestas es difícil separar a propios de extraños, a tradicionales de recién llegados: todos parecen estar ahí desde siempre. De ahí la apariencia de foto fija, indatable, inmemorial. El desfile de carruajes que puede verse, cada víspera de feria, en la maestra traza, tiene toda la apariencia de un ritual secular, aunque apenas tenga quince años de antigüedad. El enganche parece una tradición familiar, siendo así la inmensa mayoría de los aficionados son recientes.

Estos tres aspectos, aunque rudimentariamente tratados, contribuyen a explicar porqué el enganche, en Sevilla y Andalucía, ha adquirido tanta importancia recientemente, y porqué en nada se parece a lo que hacen nuestros vecinos: enganchar, aquí, no es un deporte, ni exhibición de habilidad, ni restauración cuidadosa, sino una parte más de nuestro vivo y abierto folklore y cultura de representación. Pues es precisamente en este campo de tan rancio aspecto donde se produce una movilidad social sólo comparable a la de las casas de software que nacen y mueren continuamente en el Silicon Valley.