

Antecedentes y auge del «Christmas»

por Néstor Luján

Con la palabra inglesa «christmas» («Navidad») se designa en casi todo el mundo la felicitación navideña, la tarjeta generalmente bien ilustrada y con un texto en prosa o en verso no siempre convencional...

Se encontrará en las páginas siguientes la historia de esta hermosa costumbre, que se ha ido extendiendo y popularizando a lo largo de los años, hasta hacerse imprescindible en casi todos los países cristianos...

La costumbre del intercambio de obsequios durante la celebración del solsticio de invierno proviene de la Roma clásica. Era ésta la fecha de la generosidad y del culto a la amistad. Presidía estas festividades el dios Jano, romano y grave, deidad de las entradas y corredores, de las puertas y portales, que velaba sobre la casa y la ciudad, pero era también el dios de los principios y por ello le estaba consagrado el primer mes del año. Con el tiempo fue también el dios del año. Se le representaba con dos cabezas y era señor de la guerra y de la paz; sus templos que eran diversos en Roma, permanecían abiertos durante la guerra y se cerraban con la paz. En ellos había doce altares, correspondientes a los doce meses. Al prin-

cipio del año, los romanos aturdían sus reflexiones sobre el fluir del tiempo con fiestas; era la época de los horóscopos, de las solemnidades religiosas y de las alegres mascaradas con las cuales los antiguos trataban de congraciarse con los dioses amigos y aplacar a las deidades sombrías y espíritus adversos. Los romanos solían visitar el día primero del año las mansiones de sus amigos, cambiando con ellos obsequios, al principio simples, tan sólo simbólicos, pues eran ramos de laurel o de olivo procedentes del campo sagrado de Strenia, la diosa de la salud. He ahí los «strenae» romanos, o regalos de Año Nuevo que, con el tiempo, adoptaron la forma más práctica y deliciosa de ofrendas de dátiles, higos y otros comestibles, entre los cuales, la miel indicaba,

según el viejo y malicioso poeta Ovidio, que quien hacía el presente deseaba que el Año Nuevo fuera para su obsequiado tan dulce y suave como la miel. Alejándose del simbolismo, los regalos van adoptando una forma cada vez más crematística, llegando a regalarse monedas con la cabeza del dios Jano. Dichas monedas solían llevar el anagrama de felicitación A.N.F.F. («Anno novo faustum felix, tibi sit») y seguidamente el nombre del emperador que reinaba en aquel momento. Entre un pueblo tan práctico como el romano, se convirtieron bien pronto en el regalo más tradicional.

ANTECEDENTES CRISTIANOS

Con el cristianismo se unen los conceptos del Nacimiento del Señor con el de Año Nuevo. Desplazadas las fiestas saturnales

por la conmemoración del advenimiento de Nuestro Señor Jesucristo, reservando las costumbres paganas, dándoles otro significado y contenido, continuaron los obsequios con la felicitación, herencia de la celebración del solsticio de invierno. Los países de directa ascendencia latina escogen el día de Año Nuevo más que el día de Navidad como fecha para el intercambio de obsequios. Los «strenae» romanos persisten todavía en la palabra francesa «étrennes» y en la italiana «strenne». En los demás países europeos las felicitaciones del Año Nuevo no solían mencionar la Navidad; se enviaban después del 25 de diciembre. Sin embargo, en Inglaterra ya se unen ambos conceptos con sus «greeting cards», con tarjetas de felicitación que combinan el Año Nuevo con las Navidades y se mandaban antes del 25 de diciembre. La primera tarjeta de felicitación que se conoce se remonta a la época de la invención del grabado y de la imprenta. Está fechada en



El dickensiano Mr. Pickwick besado por sus jóvenes amigas en la noche de Navidad.

1476 y fue enviada desde Estrasburgo, y lleva la firma de su grabador: Master E.S. Otra felicitación fechada en 1477 por el mismo autor representa el Niño Jesús con una inscripción que dice: «Un buen y feliz Año Nuevo». Es curioso observar cómo en esta tarjeta dedicada al Año Nuevo ya es usado, en cambio, un motivo tan esencialmente navideño como es el del Niño Jesús. La mayoría de las tarjetas que empezaron a abundar en este siglo XV consistían en grabados de boj, coloreados a mano, con el tema típico del Niño Jesús, a veces acompañado del cuclillo, pájaro al que se atribuía un poder profético, y por ornamentación, motivos de flores. La reforma debió influir en la desaparición temporal de este tema de Nuestro Señor Jesucristo; se intentó, sin gran éxito, implantar el tema de la diosa Fortuna durante los siglos XVI y XVII.

CALENDARIOS ILUSTRADOS

El primer calendario conocido con felicitación navideña existe en la «Ferrer Collection», data de 1600 y lleva la inscripción «Bueno y Feliz Año Nuevo».

Se entra bien pronto en una fase jocosa de los calendarios. Uno de los primeros es debido al buen humor del artista italiano Mitteli y es de carácter rabelasiano, pues representa el buen deseo de un paraíso utópico, de una verdadera isla de Jauja, donde la miel y la leche fluyen por los ríos, en cuyos árboles fructifican diversos adornos, los carruajes caminan sin necesidad de caballos y el único hombre que intenta trabajar es encerrado en la cárcel.

Dentro de la historia del calendario —que es otra larga y divertida historia— debemos recordar el célebre calendario de 1738, editado en Baviera y grabado por el famoso artista Peffel. Típicamente barroco, se titula «La situación de Europa» y es una representación imaginaria de la enrevesada situación política del momento y un vaticinio de los acontecimientos que iban a suceder.

Otro posible precedente de los «christmas card» aparece a principios del siglo XVIII en Inglaterra en forma de «Quodlibets» como medio de propaganda comercial. Equivalen a catálogos o muestrarios anunciadores y el grabado contenía a veces el verdadero retrato del comerciante rodeado de tarjetas de felicitación, que ofrecía al público, adoptando la actitud reveren-

cia de saludar a sus clientes. Con el tiempo, el «quodlibet» ha decrecido en importancia en Europa para resucitar en los Estados Unidos, país de la propaganda y paraíso de la publicidad comercial.

LA FELICITACION UTILITARIA

A principios del siglo XIX, empiezan los empleados públicos y artesanos a repartir tarjetas de felicitación, en las que destacan los méritos y sacrificios de su oficio, seguidas de un verso, generalmente de motivos bíblicos, bien enmarcado en ornatos florales. Estas felicitaciones, tan llenas de erudición mitológica, florecen en Inglaterra en el tiempo en que domina el gusto sabio y jovial del doctor Johnson. A principios del siglo XIX abundaban en Inglaterra las tarjetas de felicitación que escriben trabajosa e ilusionadamente los niños de las escuelas para leerlas a sus padres por navidad, cosa que corresponde a nuestra clásica «décima» navideña.

A la vez empiezan a propagarse por Europa las felicitaciones comerciales del Año



*Dibujo de Ludwig Ricker:
«La madre y la Navidad»*

Nuevo, y los industriales, especialmente en la alegre e inquieta Viena, comienzan a explotar este negocio de la felicidad en gran escala. Estas felicitaciones se vendían, generalmente, por docenas: una hoja entera con doce tarjetas unidas entre sí por un taladro que podía separarse como hoy se separan las hojas de los sellos. Coloreadas a mano solían utilizar, con ingenuidad germánica, la rolliza y rubia figura de una aldeana sonriente sosteniendo en sus brazos una cesta de flores, en el centro de la cual descansaba un niño desnudo, que a su vez representaba una orla con la inscripción «Suerte». A continuación seguía un verso alusivo al nuevo año y a los buenos deseos del corresponsal. Desde luego, existían otros temas con motivos florales, escenas amorosas o pastoriles, figuras ingenuas, de carácter íntimo o sentimental. Estas tarjetas al por mayor tenían un gran parecido con los actuales christmas y no contenían fecha para así poder ser válidas para el año siguiente.

Con la invención de la litografía aumentó extraordinariamente la propagación de las felicitaciones de Año Nuevo en Europa. Haller von Hallerstein, litografió una de las primeras felicitaciones personales con motivos mitológicos, y ya en 1830, Adolfo Menzel produjo una serie de litografías de felicitación satirizando con un humor corrosivo a los profesionales liberales.

Otra litografía menos ofensiva e intencionada fue dibujada por A. Schrodter y en ella aparece la simbología del niño-Año Nuevo y del Año Viejo-anciano. En ésta aparece el viejo, encarnado en la figura de un hombrecillo con unas alas desplegadas y prontas para volar; una mujer de mediana edad intenta contener su vuelo sin hacer caso del año nuevo, representado por un jovencuelo. Con sus desesperados intentos la dama, ya madura, trata de diferir la huída del año viejo, la inevitable huída del tiempo.

EL PRIMER «CHRISTMAS CARD»

La mayor edad de los «christmas» empezó cuando Jorge Baxter, hijo de un impresor y editor en pequeña escala, quiso independizarse de su padre y pensó en explotar el negocio de las felicitaciones que iba cada día en aumento. Patentó y guardó celosamente un secreto de impresión a color por él ideado, pero al cabo de unos años vio su

misterio desvelado. Como Gutemberg —que, acuciado por los pleitos, tuvo que revelar que su Biblia no estaba escrita a mano, y cómo la había reproducido—, Baxter tuvo que dar a conocer también su sistema, que pronto fue popularizado.

La Inglaterra victoriana recibió estas felicitaciones en color con un gran entusiasmo. En ellas se idealizaba toda la ambición sentimental y hogareña de aquella dulce y a la vez rígida época. Ante la gran demanda empezaron a surgir editores. Unos trabajaron con las patentes de Baxter y otros por su cuenta y riesgo. Famosos artistas no repararon en firmar con sus obras estas tarjetas de felicitación y a la vez, se empezó a hacer reproducciones de obras maestras, con todo lo cual nació un arte eminentemente popular que dura hasta hoy.

Era un momento propicio, y mayores y niños se entretenían en el hogar recortando siluetas de colores y componiendo cuadros con cromos y papeles de color, con sedas y bordados. Para toda esta sociedad, sobre la cual actuaba la sugestión navideña y cordial del novelista Charles Dickens en su literatura navideña, la aparición del «Christmas card» fue sensacional. Los editores realizaron la selección de temas y tópicos navideños y, sin ningún plan previo, pronto empezaron a popularizarse las escenas nevadas, los abetos, el cocinero sirviendo el pastel navideño, la imagen bíblica y el poético pajarillo llamado petirrojo, saltando perdido en la nieve. El desarrollo de los grabados en color, el aumento creciente de sus aplicaciones, los avances técnicos de la imprenta y la atmósfera victoriana, tan hogareña y sensibilera, prepararon el terreno para el triunfo en Inglaterra del «Christmas card».

El primer «Christmas card» que conocemos aparece en 1843. Lo dibuja John Colcott Horsley, miembro que fue de la Royal Academy, y la litografía del impresor Jobbins fue coloreada a mano por un especialista llamado Ranson; su venta no alcanzó al millar. Pero el verdadero autor del lanzamiento del «christmas» como felicitación navideña fue Henry Cole, más tarde agraciado con el título de Sir, personaje íntimamente ligado con los problemas docentes de su tiempo, hombre a la vez dulce, severo y puritano. Reformador de la literatura infantil, combatió con tozudez anglosajona el tema de que para los niños cualquier arte era bueno, e impulsó la edición e ilustración de cuentos infantiles, estando a la vez relacionado con los problemas del naciente servicio de correos en Inglaterra.



FELICITACION.

Hoy son fiestas de alegría
De regocijo cumplido
En este día ha nacido
JESUS hijo de MARÍA:
Vengan pavos á porfía,
Dulces, barquillos, turrónes,
Y así vuestros corazones,
Logren con felicidad
Las fiestas de NAVIDAD
Y las dichas á millones.



«El árbol de Navidad», pintura de E. Osborn (1864). El árbol y los temas florales son frecuentes en la iconografía navideña

Este tipo de hombre victoriano era el apropiado para ligar todos los elementos que debían proporcionar el éxito de las felicitaciones navideñas. Su «christmas» sensacional, el «christmas» del éxito, representa a tres generaciones de una familia en una escena completamente burguesa, confortable. Los mayores sostienen una copa de vino —de buen vino tinto— para el ganso navideño, dispuestos a brindar por el amigo feli-

citado; los niños están absortos ante el «pudding» y a ambos lados de esta gastronómica escena hay unos motivos alegóricos sobre dos obras de misericordia esenciales en el día de Navidad: «Dar de comer al que tiene hambre y vestir al desnudo».

A partir de aquel momento, el éxito del «Christmas card» es sensacional y aparece en distintas direcciones desde el humor más inmediato al idealismo más difícil de

los prerrafaelistas. Aunque sea someramente, estudiaremos los motivos de estos «christmas» desde su aparición a nuestros días.

LOS TEMAS NAVIDEÑOS: EL MENUDO Y PIADOSO PETIRROJO

Varios temas son motivos populares casi constantes en los «Christmas card». Uno de ellos, el más popular, es el del petirrojo, nuestro bello pardillo de pecho encarnado, el «robin» inglés de las canciones populares que hablan de los viejos robles, de las perdidas nieblas poéticas, del muérdago y la yedra. Fue el petirrojo el primer pájaro que apareció en los «Christmas cards» y se cuenta que cuando la primera familia recibió una felicitación con este tema ornitológico en 1860, el marido preguntó a su esposa si se trataba de alguna burla. El petirrojo no fue una invención para los «christmas». Estaba en la conciencia popular y se consideraba como un pájaro sobrenatural: la caza y la destrucción de sus nidos estaba penada y se atribuía a este acto un mal agüero. Sin embargo, en una época del año —del 24 al 26 de diciembre— se podía cazar y se hacía del modo tradicional en los pueblos. Se llevaba al «robin» muerto, atado de un palo y con gran alborozo de grandes y chicos. La obtención de sus plumas era buen presagio y se llevaban alegremente como adornos.

La leyenda inglesa del petirrojo es bien conocida. Dícese que el petirrojo intentó mitigar el sufrimiento de Jesús en el Calvario y al sacar una de sus espinas de la corona, le cayó sobre su pecho una gota de la divina sangre coloreándolo. Otra leyenda afirma que cuando el pájaro reyezuelo descendió a los infiernos en busca del fuego tan útil para los hombres, el prometeico pajarillo volvió envuelto en llamas y acudió al petirrojo en su auxilio y al apagarlo se quedó con el pecho chamuscado, con una encendida llamita en su fino plumaje.

EL PAVO REAL Y LOS TEMAS FLORALES

El pavo real, el estúpido y bello pavo real, la bestia ornamental y majestuosa de la

diosa Juno, es otro elemento decorativo de los «Christmas card». Fue aplicado a ellos con lánguida suntuosidad por los pintores prerrafaelistas que amaban la belleza rebuscada de esta ave.

Los temas vegetales revisten una extraordinaria importancia. El acebo, el muérdago y la yedra, son los tres elementos botánicos principales. El acebo, el típico árbol inglés de hojas punzantes e hirientes que, según las acreditadas tradiciones, ahuyentaba a los malos espíritus y hería a las brujas, trae buena suerte desde el primer momento a los «Christmas cards».

El muérdago es una planta misteriosa, es el enigma de las plantas parasitarias. Es una parásita del roble y de unas cincuenta especies arbóreas de Europa, pero sobre todo va ligada al roble y viene su nombre del vocablo latino «morddre» (enlazar). El muérdago ha sido siempre una planta sagrada, a veces curativa. Creían los antiguos que curaba la epilepsia, enfermedad también sagrada, entre otras enfermedades y causaba un mal secreto y profundo a los árboles sobre los cuales, tenaz, insidiosa y lacerante, vivía con ávida pasión. Va ligada a las tradiciones sangrientas de los druidas, a los sacros misterios de los bosques celtas y al prestigioso nórdico del dios Balder, el dios-roble. Un beso debajo de un ramo de muérdago sellaba la paz entre los antiguos combatientes. Luego fue signo de amor y de entrega del alma; más tarde, fue tradición autorizada en el día de Navidad besar debajo del muérdago a cualquier mujer, en el momento más recatado de la moral victoriana. El muérdago ha sido y es un elemento navideño de primerísima categoría y por derecho propio figura en la ornamentación de los «Christmas cards».

La yedra, antiguo y leal símbolo de constancia en los clásicos, es la planta que más variaciones sufre en su crecimiento, pero es la más fiel y permanente una vez desarrollada: es el tercer elemento botánico clásico de los «Christmas cards».

EL LENGUAJE DE LAS FLORES

Los temas florales de la más diversa especie no podían faltar. En la época victoriana brilló con su pundonorosa ufanía el lenguaje de las flores, que los «christmas» usaron brillantemente. El lenguaje de las flores, típicamente victoriano y sentimental,

del más ingenuo y complicado momento sensible del siglo XIX sirvió para «las valentinas» y luego para los «Christmas cards» más maliciosos. El hombre del siglo pasado prestó un lenguaje de amor a las flores. Como todos los lenguajes amorosos y susurrantes, era poético, simbólico, secreto y deliciosamente falso. Recordemos algo del fraseo de las flores... —a veces tierno, otras displicente, algunas petulante, rendido las más—. La rosa roja era prenda de amor completo; el heliotropo quería decir «sólo pongo los ojos en ti»; pero la flor de la albahaca, la misteriosa y sanjuanera flor de la albahaca, expresaba desdenes: «No te querré mientras viva». La azalea hablaba del amor alegre; la azucena, del amor puro; el jacinto, de la amargura de las penas del amor; el nardo suspiraba anheloso de deseos; el azahar era boda segura. El jaramago indicaba desprecio y el lirio soñaba la esperanza, mientras el carambuco insinuaba, trémulo, los lívidos celos, siendo a veces contestado con altivos desaires por la dalia, indiferente, pomposa, isabelina. La anémona era amor constante, mientras la discreta hortensia —la blanca y sonrosada hortensia— se quejaba diciendo: «Tus caprichos me duelen». La flor del dulce y humilde espliego, flor de la lavanda campera y callada, era símbolo de amor respetuoso, mientras el narciso sensual, herido, declaraba: «No tienes corazón». El clavel blanco sólo ofrecía amistad pero el clavel rojo, el tierno y sangriento clavel rojo, era sedienta pasión, era un voluptuoso estallido.

La violeta de Parma era —no podía ser otra cosa— amor callado que espera ser advertido, y la gentil florecilla de los brezos juraba amor duradero, en tanto que la amapola de las veredas, la encendida amapola entre los trigos dorados decía, casquivana como el amor libre «amémonos inmediatamente» como decían al buen marqués de Santillana las serranas que le salían al camino. El muguete era galante y susurraba:

«Eres muy bella», mientras la pasionaria bisbiseaba «creo en ti» y el jazmín murmuraba, dulce y reconfortante «seré fiel», así como la peonía que, carmesí, también prometía lealtad amorosa y amor sincero.

El lenguaje de las flores era delicado, bizantino y simbólico. Las «valentinas» los recogieron y los «Christmas cards» lo alentaron durante el tiempo delicioso en que el amor se decía con flores.

La gastronomía es un elemento de primera categoría y se usó con un carácter jocoso y bien humorado. Con los muelles placeres de una buena mesa, la amistad, los bailes y los juegos del hogar, se combinó la nostalgia de los ausentes, la penetrante nostalgia navideña de los marinos en alta mar, de los emigrantes; de los combatientes y de los muertos.

EL «FATHER CHRISTMAS»

Aparece por primera vez en la época victoriana, aunque su primera personalidad e indumentaria sufre diversos cambios. San Wenceslao, San Nicolás, Santa Claus, son sus precedentes. Santa Claus es una versión americana del Santa Klaus de los emigrantes holandeses. San Nicolás es el patrón de Rusia. Lo es también de Nueva York. Según la tradición, salva a tres niños pobres de ser vendidos como esclavos, dándoles una barra de oro para comprar sus rescates. Se supone que de ello nació la costumbre del regalo depositado en una media. Concluamos ya este trabajo no sin antes recordar dos curiosísimos «christmas»: el más pequeño del que tenemos noticia fue el dedicado en 1929 al entonces príncipe de Gales, luego duque de Windsor, y fue confeccionado con un grano de arroz. Y el más grande, lo recibió el presidente americano Coolidge en el año 1924: medía 21 por 23 pulgadas.





Un suntuoso «christmas» inglés de la época victoriana.