

Muerte a la americana

El negocio de la
pompa fúnebre
en Estados Unidos

Jessica Mitford

Muerte a la americana

El negocio de la
pompa fúnebre
en Estados Unidos
Jessica Mitford

Traducción de Ana Mata Buil

GLOBAL*rhythm*

TÍTULO ORIGINAL
THE AMERICAN WAY OF DEATH REVISITED

Publicado por:
Global Rhythm Press S.L.

C/ Bruc 63, Pral. 2ª – 08009 Barcelona
Tel.: 93 272 08 50 – Fax: 93 488 04 45

Publicado en Reino Unido por Fourth Estate,
HarperCollins Publishers, en 2003

Copyright 1998 The Estate of Jessica Mitford
Copyright 1963, 1978 de Jessica Mitford

Copyright 2008 de la traducción de Ana Mata

Derechos exclusivos de edición en lengua castellana:
Global Rhythm Press S.L.

ISBN: 978-84-96879-32-4

DEPÓSITO LEGAL: B-46779-2008

Diseño gráfico PFP (Quim Pintó, Montse Fabregat)
Preimpresión LOZANO FAISANO
Impresión y encuadernación SAGRÀFIC

PRIMERA EDICIÓN EN GLOBAL RHYTHM PRESS octubre de 2008

Bajo las sanciones establecidas por las leyes,
quedan rigurosamente prohibidas, sin la autorización
por escrito de los titulares del copyright, la reproducción total
o parcial de esta obra por cualquier medio o procedimiento mecánico o
electrónico, actual o futuro –incluyendo las fotocopias y la difusión
a través de Internet– y la distribución de ejemplares de esta
edición mediante alquiler o préstamo públicos.

*Dedicado a Karen Leonard, a Lisa Carlson
y al padre Henry Wasielewski,
cada uno de los cuales ha heredado la púrpura
que honra a los flagelos de la industria funeraria.*

SUMARIO

NOTA DEL EDITOR	11
PRÓLOGO	15
INTRODUCCIÓN	17
1. ¿Qué se vende?	29
2. Muerte a la americana	46
3. La transacción funeraria	55
4. Los artilugios	76
5. La pompa fúnebre	86
6. La explicación	104
7. Las industrias afines	128
8. Tierra santa a precio de oro	145
9. El País de los Sudarios	176
10. Incineración	192
11. Lo que pide el público	210
12. Modas funerarias	231
13. La profesión más nueva	249
14. El cura entrometido	268
15. La Comisión Federal de Comercio	286
16. La aldea global de los muertos	305

17. Pasado y presente del funeral británico	332
18. Prensa y protesta	380
19. Pague ahora, muera más pobre	407
20. Una nueva esperanza para los muertos	429

NOTA DEL EDITOR

A principios de 1995 y durante un alegre almuerzo, Jessica Mitford (Decca, para quienes la tratábamos a menudo) accedió a preparar una versión actualizada de su obra clásica *The American Way of Death* (*Muerte a la americana*). (Como ella explica en el prólogo, habíamos trabajado codo con codo en la elaboración del libro a principios de los sesenta, y nuestra amistad se mantuvo incluso después de que concluyeran las distintas iniciativas editoriales que emprendimos juntos.) Desde la publicación de la primera edición de la obra en 1963 habían cambiado muchas cosas en la industria funeraria, y no siempre para mejor. Nuestra intención era conservar todo lo que pudiera considerarse aún vigente del libro original y añadir en nuevos capítulos un informe sobre las jornadas celebradas en Tiburon («¿Qué se vende?»), una investigación sobre los nuevos gigantes empresariales del sector de las pompas fúnebres («La aldea global de los muertos») y un relato sobre los intentos fallidos de la Comisión Federal de Comercio para velar por el cumplimiento de una nueva normativa que, en gran medida, había nacido como respuesta a la primera edición del libro. Parte del material anterior —casi todo el capítulo sobre ofrendas florales— fue suprimido porque ya no se consideraba relevante, aunque opino que la avalancha de flores que siguió a la muerte de la princesa Diana podría haber inspirado nue-

vas observaciones sobre la materia. Y por supuesto, también fue preciso actualizar muchos datos, en especial los relativos a los precios.

Decca pudo realizar la mayor parte de esta revisión y escribir los capítulos mencionados, así como la introducción y el capítulo final (*Una nueva esperanza para los muertos*) antes de su inesperada (y por suerte rápida) muerte, ocurrida a causa de un cáncer en 1996. Lo que quedaba pendiente fue concluido por tres personas. La primera, su valiosísima ayudante Karen Leonard, quien fue asumiendo cada vez más responsabilidades y, de hecho, un buen día se vio inmersa en el movimiento para la reforma de los servicios funerarios. La segunda pieza indispensable fue Lisa Carlson, seguramente la figura más influyente en ese movimiento. Carlson realizó extensas contribuciones al libro, y en particular al penúltimo capítulo (*Pague ahora y muera más pobre*), donde se explican las complejas realidades —y trampas— relacionadas con los funerales que se pagan por anticipado. Finalmente, el marido de Decca, Robert Treuhaft, le había hecho a ésta una promesa antes de morir: aquel distinguido abogado laborista y defensor de los derechos humanos (que ya había colaborado en muchas obras de su esposa) se comprometió a abandonar la abogacía hasta que viera terminado este libro. Y lo hizo de una forma heroica.

Casi hasta su última semana de vida, Decca siguió disfrutando del proyecto y bombardeándonos a mis compañeros y a mí con faxes que fustigaban con deleite los más fatuos o hipócritas juguetes del negocio funerario. Podía ser implacable (incluso brutal) cuando estaba en el campo de batalla, pero jamás dejó de reírse, cosa que probablemente explica por qué *The American Way of Death* fue recibido en 1963 no sólo como una oportuna denuncia, sino también como una espléndida obra literaria. Y naturalmente, por qué el libro sigue resultando fascinante hoy en día.

Esta nueva edición va a publicarse exactamente treinta y cinco años después de que apareciese la primera,* y la denuncia es, por desgracia, tan necesaria como entonces. Por fortuna está surtiendo efecto.

ROBERT GOTTLIEB

* Gottlieb se refiere a la edición norteamericana de 1998. (*N. de la T.*)

PRÓLOGO

Este prólogo sería el lugar indicado para decir (como los críticos del negocio funerario estadounidense repiten sin excepción) «por supuesto, no me refiero a la gran mayoría de los enterradores, profesionales todos ellos de ética intachable»; pero ocurre que la gran mayoría de esos intachables sepultureros constituye precisamente el tema de este libro. Ser «de ética intachable» significa simplemente comulgar con el código moral imperante, que en este caso es el urdido a lo largo de los años por los propios enterradores para satisfacer sus intereses. El perfil del sepulturero medio que acata ese código deontológico es, en mi opinión, más significativo que el de sus colegas menos honorables, quienes al fin y al cabo son sólo unos granujas de poca monta parecidos a los que pueden encontrarse en cualquier otro negocio. Los hechos escandalosos (aprovechamiento de los juzgados o soborno de personal hospitalario para buscar «clientes», reutilización ilegal de ataúdes, duplicación fraudulenta de costes en casos de asistencia pública) afloran con frecuencia, pero no son típicos del sector en su conjunto y, por lo tanto, no se abordan en este libro.

Otro de los puntos a menudo señalados por los críticos del funeral norteamericano contemporáneo es que la culpa de los excesos funerarios recae en el público, pero a tenor de las pruebas presen-

tadas hasta ahora no me inclino a aceptar ese veredicto. Esta abogada, sin embargo, sólo está empezando a presentar su argumento.

No he incluido en esta obra las exequias más atípicas: las pintorescas costumbres funerarias que todavía practican algunas tribus indias, los rituales dedicados a las reinas o reyes gitanos, las honras fúnebres con bandas de jazz en Nueva Orleans, los espectaculares entierros de cineastas o hampones famosos, que tuvieron su apogeo en la década de 1930 y que todavía se realizan de vez en cuando... Lamentándolo mucho, he tenido que evitar esas carreteras secundarias por muy espectaculares que parezcan para tomar la autopista de la práctica funeraria «normal y corriente», la «típica» de Estados Unidos, sin duda tan curiosa como los ritos tradicionales o las variantes modernas del viejo folclore.

INTRODUCCIÓN

Vayamos al principio de este libro: mi esposo, Bob Treuhaft, empezó a interesarse por la industria de la pompa fúnebre a mediados de los años cincuenta. Como abogado laboralista representaba a varios sindicatos y, para su consternación, pudo advertir que, cuando moría una madre o un padre de familia sindicado, la indemnización por fallecimiento que tanto costaba conseguir (a veces incluso tras arduas batallas) y que debía revertir en el cónyuge y los hijos, solía terminar en las arcas de una funeraria. «Es como si supieran exactamente cuánto gana un dependiente o una secretaria, y luego ajustaran el precio del funeral teniéndolo en cuenta», lamentaba con frecuencia.

Para solucionar el problema, a Bob se le ocurrió organizar una sociedad sin ánimo de lucro que, mediante contratos con una funeraria local, proporcionara a sus miembros sencillos funerales por una fracción del precio habitual. Así nació la Bay Area Funeral Society (BAFS), a la que se incorporaron numerosos fieles de la Iglesia Unitaria, miembros de cooperativas, profesores universitarios y otras lumbreras de la zona. Lamento decir que yo me burlaba de esos benditos llamándolos «necrofilistas» y bromeando con su «plan de reposo»: «¿Por qué te metes con los infelices sepultureros? —le preguntaba a mi marido—. ¿Acaso no nos roban diez veces

más los fabricantes de coches, los magnates de la industria farmacéutica o los caseros?».

Pero entendí el asunto después de leer algunas de las publicaciones del ramo que mi marido llevaba a casa. Los títulos mismos ya eran cautivadores: *Casket & Sunnyside* [féretro & al sol],* *Mortuary Management* [gestión funeraria] o mi favorito, *Concept: The Journal of Creative Ideas for Cemeteries* [concepto: revista de ideas creativas para cementerios]. Una vez enganchada me puse a leer aquello de manera compulsiva, pues me abría los ojos a un mundo fabuloso que ni siquiera había imaginado: «Futurama, el ataúd creado para el futuro...», «la Cripta de la Buena Pareja, donde marido y mujer pueden estar eternamente juntos de verdad...». Impresionada por un anuncio de la empresa Practical Burial Footwear de Columbus (Ohio), pedí una muestra por correo y me vi recompensada con un paquete que contenía un par de «adaptapiés Oxford». Según explicaba el folleto, tras dos años de investigación habían logrado diseñar unos zapatos que se acomodan perfectamente a los pies de los difuntos cuando aparece el rigor mortis. Son «adaptapiés» porque se anudan por delante y por detrás y las suelas se inclinan hacia abajo. (Nuestro hijo Benji, que entonces estudiaba secundaria, se los puso para andar por casa, pero desgraciadamente le duraron cuatro días.)

Bob me propuso que escribiera un artículo para contrastar la ampulosa retórica de las revistas funerarias con la filosofía de la Bay Area Funeral Society, los clérigos y las demás personas que defendían el regreso a unos funerales sencillos. Así lo hice y titulé la pieza «St. Peter, Don't You Call Me» [«San Pedro, no me llames»], pero todas las revistas importantes la rechazaron alegando que el tema era demasiado macabro.

* Véase la nota 17 en la p. 249. (N. de la T.)

Finalmente, conseguí un hueco en *Frontier*, una oscura revista mensual progresista que se publicaba en Los Ángeles con una tirada de 2.000 ejemplares. Salió en el número de noviembre de 1958.

Por iniciativa de Bob, su asociación pidió 10.000 copias que distribuyó a diestro y siniestro. La consecuencia inmediata fue que me invitaron a «Profile, Bay Area», un programa televisivo semanal de Caspar Weinberger, para que participase en un debate sobre la Bay Area Funeral Society en el que, junto con un pastor de la Iglesia Unitaria, tendría que enfrentarme a dos enterradores que resultaron ser unos adversarios increíblemente graciosos.

A partir de entonces las cosas se precipitaron. Terrence O'Flaherty, columnista televisivo del *San Francisco Chronicle*, escribió en su reseña que el programa había generado más material para su columna que ningún otro acto público desde que *La semilla del diablo* se representó en un instituto local. Roul Tunley, colaborador del *Saturday Evening Post*, leyó la columna de O'Flaherty y decidió que la asociación fundada por Bob podía ser un buen tema para el *Post*. Su artículo, que tituló «Can You Afford to Die?» [«¿Puede usted permitirse la muerte?»], se publicó en junio de 1961. Pese a que yo apenas contribuía a las actividades de la asociación de mi marido, Tunley me describió como «un ama de casa de Oakland que manda las tropas de asalto rebeldes empeñadas en destronar a los directores funerarios, los “barones del féretro”, y acabar con el precio abusivo de la muerte».

La reacción de los lectores fue impresionante. El director del *Post* dijo que había recibido más cartas sobre el artículo de Tunley que sobre ningún otro en toda la historia del periódico, y comentó que «el asunto parecía haber tocado una fibra sensible». El encargado de la oficina de correos de Oakland llamó a Bob: «Nos han enviado cientos de cartas sin señas dirigidas simplemente a “Jessica Treuhaft, Oakland”». (Al final nos llegaron y en uno de los sobres

se leía esta escueta dirección: «Jessica Treuhaff, Entierros Baratos, Oakland».)

¿Indicaba ese alud de correspondencia que había suficiente interés en el tema para justificar la publicación de un libro? Escribí a Roul Tunley y lo insté a ampliar su artículo para convertirlo en libro, pero me contestó que estaba muy liado con otros encargos. «¿Por qué no lo escribe usted?», me preguntó.

Bob y yo sopesamos la posibilidad. Le dije que sólo me lo plantearía en serio si él se comprometía a ayudarme trabajando con dedicación exclusiva. Y eso acordamos.

Aparte de las dificultades lógicas que surgen de manera inevitable (al menos en mi caso) cuando alguien escribe, se produjo una crisis de proporciones insospechadas que amenazó con hundir el proyecto cuando la obra estaba ya a medias. De entrada, tenía contratos con las dos editoriales que habían publicado mi primer libro, *Hons and Rebels*: Victor Gollancz en Gran Bretaña y Houghton Mifflin en Estados Unidos (bajo el título *Daughters and Rebels*), empresas con las que mantenía una cordial relación. Ambas estaban encantadas con el planteamiento del libro sobre el negocio de las funerarias y con el primer capítulo que les había presentado. Llegado el momento, les envié más capítulos, entre ellos una minuciosa descripción de lo que ocurre en el sanctasanctorum de las funerarias, la sala de embalsamamientos, cuyo acceso está estrictamente prohibido al público y en especial a la familia del finado. Con la esperanza de darle a un tema más bien repulso cierto toque de humor macabro, se me ocurrió construir el relato empleando la jerga funeraria (véase el capítulo 5, «La pompa fúnebre»). Para mi total pesadumbre, Victor Gollancz y el revisor de Houghton Mifflin exigieron al unísono la extirpación de esa parte.

De Houghton Mifflin recibí esto: «Consideramos que será bastante más difícil vender su obra si usted se extiende tanto (y con

tanto detalle viscoso) en el proceso de embalsamamiento». Esto, de Gollancz: «La broma, en su estado actual, va sin duda demasiado lejos. No puedo imaginarme a ningún editor que acepte publicarla».

La noticia era devastadora. Teniendo en cuenta que el destino final de casi todos los estadounidenses es la momificación y que esta práctica tan masiva y genuinamente americana es la base económica de la industria funeraria, omitir su descripción me parecía impensable. Así pues, nos resignamos a terminar el libro con la idea de editarlo nosotros mismos. Pero justo en ese momento intervino mi estupenda agente, Candida Donadio, anunciando que había encontrado un nuevo editor: Robert Gottlieb de Simon & Schuster.

Desde ese instante todo fue coser y cantar. Gottlieb (un prodigio del mundo editorial pese a tener apenas treinta años) estaba encantado con el capítulo sobre el embalsamamiento e hizo valiosísimas aportaciones al conjunto de la obra.

La industria mortuoria se enteró del proyecto meses antes de que se publicara el libro, de modo que la prensa del sector no tardó en iniciar el asedio con toda su artillería. Por el horizonte asomaba una nueva amenaza: la de Jessica Mitford. En las revistas de enterradores aparecieron titulares como «Jessica Mitford prepara un libro contra las funerarias» o «¡El día de Mitford se acerca!».

Cuando *Mortuary Management* empezó a llamarme Jessica a secas tuve la sensación de que había alcanzado ese exclusivo pináculo de la fama en que el nombre de pila basta para identificar a la persona, como ocurre en Estados Unidos con Zsa Zsa, Jackie o Adlai.*

* Zsa Zsa Gabor, actriz de origen húngaro célebre por sus nueve matrimonios; Jacqueline Bouvier Kennedy, esposa del presidente John F. Kennedy; Adlai Stevenson, político perteneciente al ala más progresista del Partido Demócrata que perdió dos elecciones presidenciales frente a Dwight D. Eisenhower. (*N. de la T.*)

Yo engullía ávidamente aquellos improprios: «la infame Jessica Mitford», «la escandalosa», «la cizañera»...

En un artículo titulado «Who's Afraid of the Big, Bad Book?» [«¿Quién teme al gran libreo?»], el director de *Mortuary Management* afirmaba que no había mucho que temer ya que los libros sobre «la profesión» nunca vendían demasiado. Lo sabía porque su papá había escrito una obra sobre las pompas fúnebres que apenas vendió trescientos ejemplares pese a haber salido anunciada en el *Saturday Evening Post*.

Mi marido y yo tendíamos a coincidir con su pronóstico: no esperábamos más lectores que los fieles de la Iglesia Unitaria, los miembros de nuestra asociación y otros defensores de la reformas en el sistema funerario, un grupo relativamente pequeño. Pero Bob Gottlieb no compartía nuestra opinión. Unos meses antes de la publicación, nos llamó para decirnos que la primera tirada sería de 7.500 ejemplares. Al cabo de unos días nos comunicó que la había aumentado a 15.000, y después volvió a telefonarnos para anunciar que la primera edición iba a tener 20.000 ejemplares. Me preocupé un poco. «¿No temes que terminemos añadiendo un epílogo titulado “Despojos de edición”?», le pregunté. Pero no había motivo de alarma: el día de su salida a la calle, en agosto de 1963, el libro se agotó. No quedó ni un ejemplar en los estantes.

La respuesta de público fue a todas luces espectacular. Para mi satisfacción, los críticos no sólo prodigaron elogios entusiastas, sino que además captaron la sorna. El *New York Times*, por ejemplo, dijo: «Una denuncia salvajemente ingeniosa y bien documentada». El *New York Herald Tribune* afirmó: «Espléndido e inquietante [...] un retrato mordaz del negocio mortuorio». Y el *San Francisco Chronicle*: «Explosivo, siempre absorbente y a menudo divertidísimo». Y *Cosmopolitan*: «Un libro excelente [...] escrito con tanta ironía que

es difícil considerarlo una simple denuncia». Y el *National Guardian*: «Uno de los casos más curiosos y divertidos en el mundo literario... espeluznante, pero increíblemente entretenido». Y *The Reporter*: «La autora posee una habilidad poco común para convertir lo macabro en jocoso». Y el *Denver Sunday Post*: «Observaciones sensatas y punzantes [...] comentarios sardónicos...».

The American Way of Death se encaramó al número uno en la lista de libros más vendidos del *New York Times* y allí permaneció durante varias semanas. La CBS realizó un documental de una hora titulado «The Great American Funeral» [«El gran funeral americano»] a partir del libro. Los periódicos de más renombre (*Miami Herald*, *New York Herald Tribune*, *Denver Post*, *San Francisco Chronicle*, *Chicago Tribune*, *Cleveland Plain Dealer*) publicaron largos reportajes sobre las costumbres funerarias y el coste de los funerales en sus respectivas comunidades. Durante un tiempo, los entierros fueron el tema de moda en las tertulias radiofónicas, y muchos oyentes llamaban para contar sus desdichadas experiencias a manos de los sepultureros. Walt Kelly y Bill Mauldin se burlaron de la industria funeraria en sus viñetas. Elaine May y Mike Nichols protagonizaron un episodio satírico en el programa televisivo «That Was the Week That Was», donde Elaine hacía el papel de «dama doliente». Emisoras de televisión o radio de todo el país organizaron debates entre profesionales de la pompa fúnebre y una servidora. Sacerdotes de todos los cultos se hicieron eco del mensaje y denunciaron los funerales caros y ostentosos como práctica pagana. Los miembros de las cooperativas funerarias sin ánimo de lucro pasaron de unos diecisiete mil a cerca de un millón.

Más tarde me llevaría una alegría tremenda cuando un libro de texto para estudiantes universitarios titulado *The Essential Prose* aterrizó en mi buzón: era, según los editores, una antología de «pro-

sa excepcional del pasado y el presente». Allí, embutida entre Plátón y Sir Thomas Browne, estaba precisamente la descripción del embalsamamiento que había estado a punto de malograr el proyecto. Y es más, ese mismo fragmento ha sido seleccionado en casi cincuenta compilaciones escolares o universitarias durante los últimos cuatro años. Tal vez pueda extraerse una moraleja para los escritores noveles en sus primeros tratos con las editoriales...

Pero lo más gratificante para mí fue la respuesta de la industria funeraria. Las publicaciones del sector reaccionaron con furiosas invectivas y dedicaron montañas de páginas a las formas de combatir «el síndrome Mitford», como dijo uno de sus periodistas. *Mortuary Management* opinaba que «en realidad, el peligro para la estabilidad de la actividad funeraria no reside en el libro mismo, sino en el empleo residual de sus materiales [...] Los periódicos, grandes o pequeños, reseñan la obra de Mitford transmitiendo y retransmitiendo su veneno a toda la ciudadanía». Me pareció una observación muy acertada.

Un mes tras otro, las revistas mortuorias embestían contra «la bomba Mitford», «la danza guerrera de Mitford», «el misil Mitford», «la explosión Mitford» o «la furia de Mitford», y condenaban el movimiento a favor de funerales más baratos y sencillos calificándolo de complot comunista. Uno de sus aliados fue el congresista James B. Utt, de Santa Ana (California), quien llegó a leer un manifiesto de dos páginas sobre mis antecedentes subversivos (está en el *Congressional Record*). En cuanto al propósito de mi libro, dijo: «Se trata de un nuevo ataque a la religión cristiana. Su diatriba contra los agentes funerarios no es más que un vehículo para combatir a Jesucristo». El manifiesto terminaba con estas solemnes palabras: «Preferiría dejar mis restos, vivos o muertos, en manos de cualquier enterrador norteamericano antes que pisar el suelo de una nación

comunista». (Los deseos del señor Utt se cumplieron por fin en 1970. La nota necrológica que le dedicó el *New York Times* llevaba por subtítulo «Atacó el libro de Mitford», y en ella se consignaba que, a lo largo de sus diez legislaturas como miembro del Congreso, «su intervención más sobresaliente consistió en llamar a Jessica Mitford “procomunista y antiamericana”»). El tiro le había salido a Utt por la culata cuando el *New York Times* publicó un editorial titulado «Cómo no leer un libro». El *Times* ridiculizaba el «ataque macartista» de Utt, señalaba que el libro había «cosechado grandes elogios tanto de clérigos católicos, protestantes o judíos como de críticos y comentaristas repartidos por todo el país», y terminaba afirmando que «las credenciales de Utt como crítico literario son, sin duda alguna, nulas».

El asunto tuvo también su repercusión en el extranjero. La televisión alemana me pidió una entrevista para un documental que iba a producir. «Pero si no hablo alemán», le dije. «No importa, le mandaremos un texto para que lo memorice.» Además mandaron a un cámara, y así me vi recitando lo siguiente: *Ein teures Begräbnis ist ein status symbol, wie ein luxus Auto, ein schwimming pool im Garten, oder ein weekend in Miami Beach für hundert Thaler pro Tag.**

Sin embargo, por muy grato que sea contemplar con nostalgia el pasado, el período inmediatamente posterior de la publicación de *The American Way of Death*, la cuestión básica permanece inalterable: ¿se ha conseguido alguna mejora significativa, se han aliviado las tribulaciones del consumidor? Durante un tiempo, la respuesta parecía ser un «sí» relativo. En 1977, catorce años después de que

* Un entierro caro es un símbolo de estatus, igual que un coche de lujo, una piscina en el jardín o un fin de semana en Miami Beach por cien dólares al día. (N. de la T.)

se publicara *The American Way of Death*, volví a investigar acerca del mundo de las pompas fúnebres para un epílogo titulado «Post Mortem» que aparecería con una nueva edición en rústica de la obra. A pesar de que el coste medio de un funeral en Estados Unidos (sin contar los gastos del cementerio) había ascendido de 750 dólares en 1963 a 1.650 en 1977, se habían producido dos avances importantes que proporcionaban cierta esperanza a quienes prefirieran una despedida menos exuberante y costosa. La Oficina para la Protección del Consumidor de la Comisión Federal de Comercio había promulgado una «normativa de comercio» con la que se pretendía defender al incauto consumidor de productos funerarios en sus tratos con los enterradores. Las incineraciones casi se habían duplicado en esos trece años y, viendo el potencial económico de esa moda, un audaz empresario fundó la Neptune Society, una sociedad mercantil dedicada a la incineración que consiguió un éxito inmediato y que al poco tiempo tenía imitadores en todo el país.

No obstante, algunos de los cambios más recientes en el sector funerario disipan las esperanzas más optimistas de los consumidores. La incineración, que en otra época era la mejor salida para quien buscara unas exequias baratas y sencillas, se ha vuelto cada vez más cara; es más, los directores de pompas fúnebres se sacan velozmente de la manga variados procedimientos para ascenderla de categoría e igualarla a los funerales de cuerpo entero. La tan celebrada normativa de la Comisión Federal de Comercio tiene muchas lagunas, pero lo más siniestro es la formación en los últimos quince años de empresas monopolistas que se van apoderando de las funerarias y cementerios hasta ahora independientes.

Estos hechos explican en gran medida la necesidad de una versión actualizada de *The American Way of Death*.

MUERTE
A LA AMERICANA