
El lujo: seis figuras ejemplares para una iconografía de la riqueza

Omar Calabrese

En la historia de la cultura, el valor social del lujo ha sido siempre objeto de consideraciones contradictorias¹. En efecto, el lujo ha estado sometido a dos valencias opuestas: la negativa lo ha considerado una forma de exceso en la exhibición (o en la simulación) del poder económico; la positiva, en cambio, lo ha visto como simple signo de la conquista de una posición social, con sus consiguientes presuntas dotes de competencia en la selección y en el reconocimiento de lo que es bello, precioso, raro.

La valencia negativa se funda habitualmente en un mecanismo muy simple, que consiste en separar conceptualmente lo que pertenece a un sistema de valores (ético, estético, alético, tímico-pasional) y lo que es objeto de la evaluación de *valor*, o sea los bienes materiales que pueden constituir precisamente objeto de valor pa-

¹ Leone, Massimo (ed.), «Semiotica del denaro», número monográfico de *Carte Semiotiche*, 5, 2003.

ra cualquier sujeto. No por casualidad un individuo es considerado conjunto/disjunto con lo que él considera objeto de valor, y desde esta posición «de estado» puede ser empujado a actuar para transformar tal condición. En otras palabras: un sujeto atribuye valor a un objeto, y desde la presencia o ausencia de ese valor puede ser empujado a adoptar determinados comportamientos activos. La filosofía, sin embargo, siempre ha tenido tendencia a pensar los valores de manera abstracta y separada de los bienes concretos, y a atribuirles un contenido positivo sólo si están desvinculados del aspecto material, y en presencia de una actitud de desinterés personal. La exhibición de signos de interés privado ha constituido más bien un rasgo doblemente negativo, ya que los comportamientos frente a las cosas materiales son con frecuencia estimados un ejemplo social digno de imitación, y por ello posee un carácter pedagógico.

La valencia positiva se basa en cambio en el principio contrario. Una cultura puede apreciar que la propiedad de bienes materiales sea capaz de producir riqueza colectiva, y que su visibilidad constituya el signo y la demostración de un derecho y de una capacidad.

Un ejemplo del mundo antiguo: «la Parisina»

En la mayor parte de las culturas clásicas (en Grecia y Roma sobre todo) se consideraba inconveniente hacer exhibición del dinero (producir riqueza mediante el intercambio de dinero era visto como «usura», aunque este término no tenía su significado moderno), pero se aceptaba sin reservas el lujo como exhibición de objetos, ya que en este caso se lo consideraba un atributo o un don. Los objetos preciosos donados a los dioses eran una forma de adquirir honor en relación con ellos; los adornos de hombres y mujeres eran un modo de subrayar su belleza; los mostrados por el po-

der eran un reconocimiento del rango. Contamos con muchos testimonios tempranos de esta actitud. Las estatuas de las divinidades, femeninas sobre todo, muestran a menudo suntuosos atavíos, especialmente las egipcias (tenemos, por ejemplo, frescos de la diosa Hathor que ilustran el esplendor de los vestidos, collares y tocados de esta figura sagrada). En cuanto a la dignidad que proporciona la belleza, basta recordar el busto de la mítica Nefertiti (cuyo nombre, no por casualidad, deriva del adjetivo *nefer*, «bello»), que se conserva hoy en el Museo Arqueológico de Berlín, dotado de un suntuoso tocado rematado por un glifo de oro y con un magnífico collar de piedras preciosas. La relación con el poder, en fin, se puede ilustrar con la polémica sobre la ostentación de lujo de que fueron acusados (y por la que fueron procesados) Pericles y su amado escultor Fidias. Este último exhibía ropas y joyas de gusto y precio elevado, para dar a entender que era el «rey de los artistas» y que sus obras «no tenían precio», pero semejante dandismo pionero le acarreó una severa condena del tribunal². Toda la Antigüedad, en cualquier caso, está penetrada de un sentimiento de aceptación del lujo, siempre que no supere los límites de la decencia y la moral. Ya en el primer documento legislativo romano del que tenemos noticia, la XII Tabla, se establecen ciertas limitaciones para las ropas de luto. En la antigua Roma las leyes prohibían incluso superar en gastos de cenas y banquetes una cantidad determinada, poniendo así freno al lujo desaforado. Las principales leyes, que adoptaban los nombres de sus autores, eran: la *lex orchia*, propuesta por el tribuno Orchio, promulgada en 566 a.C. a fin de limitar el número de invitados a los banquetes y el lujo en los trajes de las mujeres; la *lex faunia*, que limitaba los gastos en los días de fiesta y los días feriados; la *diidia*, que determinaba el número de invitados y el gasto máximo que podía hacerse en un festín; la *licinia*, que

² Calabrese, Omar, *L'art de l'autoportrait*, Citadelles-Mazenod, París 2006.



Fig. 1. «La Parisina».

prohibía servir a la mesa más de una cierta cantidad de carne; la *cornelia*, que también limitaba los gastos en festines; la *aemilia*, que establecía la calidad y la cantidad de los manjares; la *julia*, que fijaba los gastos de bodas y festines extraordinarios. Esta última, emanada de César, prohibía el uso de mantos de púrpura y de perlas, excepto para ciertas edades y niveles de rango.

Un ejemplo, sin embargo, puede valer por todos, y éste se remonta al año 1400 a.C. Se trata de las figuras femeninas que aparecen en los frescos del palacio de Cnossos, del 1400 a.C, representando tal vez a danzarinas o cortesanas. La conocida como «la Parisina» (fresco, Museo de Heraclion), por ejemplo, debe su

sobrenombre a la sofisticación de sus adornos y al vistoso maquillaje que realza sus ojos y su boca. Lo mismo puede decirse de las llamadas «damas azules», que llevan elegantes collares y joyas entre los cabellos bien arreglados, y visten ropas rojas, signo de riqueza. Podríamos decir que en este ejemplo se encuentran paradigmáticamente presentes muchos de los «signos» de las funciones simbólicas del lujo. En primer lugar, están precisamente los afeites, que en la antigüedad eran una clara manifestación de riqueza, dado el alto precio de la ya existente cosmética (la isla de Chipre estaba especializada en la producción de perfumes, esencias y varios materiales para el maquillaje, y de ella partía una exportación bastante próspera). Hay que fijarse también en los colores de los vestidos. Es sintomática la presencia del rojo: la rareza de la púrpura y del azul (que de hecho son indicadores del rango de la persona) constituye otra señal de riqueza. El peinado forma parte igualmente de esta serie, porque el arreglo del cabello exigía el trabajo de servidores especializados. Y, en fin, estaban también las joyas, que se considerarán siempre inseparables de la ostentación del rango. En nuestro caso, este complejo de artefactos tiene la clara función de ayudar a la seducción, ya que cada uno de los elementos relacionados sirve para atraer la mirada hacia partes del cuerpo que pueden ser objeto del deseo del otro: ojos, boca, cabellos, cuello (importantísimo, por ejemplo, para los griegos, que le atribuían un absoluto valor erótico), talle, seno y partes posteriores, manos, pies.

La cristiandad hasta la Edad Media y la idea de «buen gobierno»

El pensamiento cristiano se adhiere totalmente a la negación del lujo privado, reservándolo sólo a la divinidad como expresión de devoción y sacrificio. En el mundo bizantino los ornamentos atribuidos a Dios, a Cristo en majestad y a la Virgen en la gloria son

casi una constante, llevada a su máxima expresión por Teodosio en Constantinopla, y luego parcialmente limitada por Justiniano. Su *Codex* de 529-534 d.C. será, en este sentido, absolutamente ejemplar por sus minuciosas indicaciones de cuál es la justa medida en que se puede producir y exhibir la riqueza. Y escritores como Persio y Servio, ya cristiano el primero, e influido por el cristianismo naciente el segundo, comenzarán en seguida a condenar el lujo en las ofrendas a los dioses⁵.

Realeza, divinidad y lujo parecen, más bien, hacerse intercambiables, desde el momento en que las figuras bizantinas de Dios, la Virgen y los Santos aparecen adornados como iconos imperiales, y viceversa, emperadores y nobles resultan santificados por la riqueza de sus ornamentos. Lo que no debe, sin embargo, asombrarnos, ya que los signos del poder son, desde la Antigüedad, también signos de divinización. En el período iconoclasta, inaugurado por León III en 725 y proseguido con encarnizamiento por Constantino V Coprónimo, la destrucción de las imágenes –consideradas ídolos paganos a causa de la riqueza de los materiales empleados para fabricarlas– fue sistemática, y se difundió hasta el norte de Europa y el reino de los francos. Esto acabó sólo un siglo después, con el acceso al trono de la emperatriz regente Teodora en 842.

En la tradición de la cristiandad occidental es en cualquier caso bastante raro percibir manifestaciones del lujo en los comportamientos de los individuos, sobre todo privados. Como se ha dicho, el lujo se reserva más bien para los contenedores (iglesias, altares, colgaduras, trajes públicos, ceremoniales) y no para los detalles individuales del ornamento. Sin embargo, éstos existían como práctica difusa y en algunas ocasiones considerada peligrosa. Así se desprende de crónicas de la tardía Edad Media, sobre todo en la Italia de las Comunas de los siglos XIII y XIV. No por casualidad,

⁵ Bettini, Mauricio, *Il ritratto dell'amante*, Einaudi, Turín.

las instituciones tendían a limitar o impedir la exhibición del lujo. Un claro ejemplo lo proporcionan las normativas que prohibían la exhibición del estatus social: los *Statuti del Donnaio* de Siena (1244), y leyes suntuarias similares en Florencia, Bolonia, Roma, Padua. En la Italia del siglo XIII aparecen muchas otras reglamentaciones de este tipo, como las promulgadas en 1272 en Sicilia por Carlos de Anjou. A comienzos del siglo XIV se contempla sobre todo el lujo de los vestidos y adornos femeninos, a excepción de pectorales, collares y guarniciones siempre que su precio no exceda las diez libras. Sucesivas reformas a mediados de los años 30 del siglo atañen tanto a los hombres como a las mujeres, con prohibiciones que no se refieren sólo al uso de oros, platas, perlas y piedras preciosas (cuyo límite se eleva ahora a una suma equivalente al doble de la anterior) sino también al de las colas de vestidos y mantos y a los trajes de muchos colores. Hay que tener en cuenta, sin embargo, que los redactores de las leyes suntuarias formaban parte de las clases privilegiadas y, con el paso del tiempo, terminaron prohibiendo el lujo al pueblo y reservándose para ellos mismos. Por vez primera, en fin, se asocia el lujo al vicio (juegos de azar, prostitución), es decir a otros varios excesos «antisociales».

Entre la Edad Media y el Renacimiento el lujo es exhibido en las representaciones artísticas exclusivamente como signo tangible del poder «legitimado»: reyes, aristocracia, clero. Es un «signo» en el pleno sentido del término: se atribuye a las joyas y otros objetos preciosos el valor de dones de Dios o del pueblo, derecho indiscutible, no identificador de propiedad. Objetos como las joyas, por otra parte, son –no por casualidad– portadores muchas veces de símbolos (blasones, divisas, sellos, referencias a la pertenencia a sociedades de distinta naturaleza).

Indicativo sin duda de este clima es el famoso fresco de Ambrogio Lorenzetti dedicado a los *Efectos del buen y del mal gobierno en la ciudad y en el campo*, pintado en el Palazzo Pubblico de Siena en-



Fig. 2. Ambrogio Lorenzetti, *Efectos del buen gobierno* (detalle).

tre 1337 y 1339. En la pared central, en la *Alegoría del Buen Gobierno*, destacan las figuras principales (el Bien Común, la Justicia, las virtudes teologales y cardinales), y todas están abundantemente adornadas con objetos de lujo, sobre todo coronas y trajes de damasco y seda.

Son, cabalmente, los signos del honor, dotados, tal vez, de otros valores simbólicos (la Comuna, por ejemplo, lleva un traje de seda típico de los jueces). Bajo ellos desfilan los ciudadanos, y en éstos se nota inmediatamente una mayor sobriedad, si bien algún detalle muestra su rango, como en el caso de un personaje situado casi en el centro que lleva un sombrero magnífico, zapatos de moda y una piel de armiño sobre los hombros. En la pared de la izquierda, dedicada al buen gobierno, algunos detalles conceden importancia a un lujo mesurado. Entre otras tiendas aparece, por ejemplo, un taller de orfebre. Y sobre todo se advierte una diversidad en el aspecto personal de los diversos habitantes y en el cortejo nupcial que alegra el centro del lado derecho (la ciudad). Aquí, la esposa está

finamente ataviada y coronada, y lo mismo puede decirse de las damas próximas a ella, y hasta de los caballos de la esposa y sus acompañantes. Detrás, un grupo de bailarinas prepara un corro, y también estas figuras van bien vestidas y arregladas (es magnífico el vestido de una muchacha vuelta de espaldas), aunque no se vean joyas (prohibidas en Siena por aquel entonces), sino sólo ricas botonaduras en los vestidos. Todo lo contrario ocurre en la pared de la izquierda. La *Alegoría del mal gobierno*, por ejemplo, nos muestra a la Tiranía asiendo un puñal y una copa preciosa, para indicar que el lujo es el equivalente del lucro. Entre sus acompañantes se encuentra la Vanidad, ricamente adornada, pero preocupada sólo de mirarse en un espejo. Los *Efectos del Mal Gobierno* denuncian el empobrecimiento colectivo, pero, allí donde existen signos de riqueza, éstos provocan males terribles. Una muchacha bien vestida y enjoyada es sometida a violencia carnal, un personaje que lleva un traje policromo achecha para cometer un robo, y así sucesivamente. Como se ve, aquí se manifiesta plenamente el concepto de equidad y justa medida, característico de la mentalidad cristiana medieval, pero sobre todo de democracias municipales como la sienesa.

La burguesía, las cortes, los artistas. La «santificación» del lujo en Flandes

La burguesía, nacida en la Edad Media de las economías comunales, se refuerza en algunas zonas europeas en el Renacimiento, por ejemplo en Flandes, en la alta Alemania y en algunas regiones italianas como Venecia. Aquí, aparece la idea del lujo como signo de la Gracia, esto es como testimonio de la benevolencia divina. La respuesta, sobre todo italiana, a la burguesía nórdica es hacer casar el lujo con la estructura política absoluta de las cortes (nacionales y locales). El lujo se convierte en una de las «formas del

vivir» (Baldasar Castiglione⁴). Para ello, para la producción de los objetos de lujo nacen las grandes manufacturas, y los grandes artistas se dedican a ella sin problemas (recuérdese a Benvenuto Cellini en relación con la orfebrería, a Baldasarre Peruzzi y Paris Bordon con los tapices y muebles, hasta llegar a Bernini con su dedicación a la cerámica, el modelismo, los tejidos, etc.). El arte del placer acaba por asociar el lujo a también a la celebración de la belleza, sobre todo femenina, y a sus prácticas sociales, como la sexualidad, las fiestas, la comida. Podríamos decir que en este período se consolida lo que en tiempos modernos llamaremos «moda» y *design*. Este aspecto contiene ya no obstante los elementos de la reacción que se produciría más tarde.

En Flandes, sin embargo, existe un ambiente enormemente favorable a la ostentación del lujo. Hasta se inventan los rasgos de uno de los patronos de los orfebres, San Eligio, y se pone en marcha una «política del lujo burgués», que evita los excesos, pero revaloriza la idea del premio al mérito. Todo ello se estabilizará en la visión calvinista del protestantismo, opuesta a la luterana, en la que se basa el moderno capitalismo (véanse a este respecto las clarificadoras observaciones de Max Weber⁵). Un ejemplo evidente lo constituye en mi opinión el cuadro de Petrus Christus *San Eligio*, de 1449 (hoy en el Metropolitan Museum de Nueva York)⁶. El santo tiene el oficio de orfebre, y lo vemos en su taller con una pareja de clientes. En primer plano, sobre la mesa de trabajo, hay un cinturón nupcial, lo que hace suponer que el cuadro muestra a unos novios que están encargando los signos de su futuro matrimonio. Eligio, en efecto, está pesando el anillo, que es de oro a juz-

⁴ Baldasar Castiglione, *Il cortegiano*, 1528.

⁵ Weber, Max, *Die protestantische Ethik und der Geist des Kapitalismus* (trad. española, *La ética protestante y el origen del capitalismo*)

⁶ Véase las bellas notas de Ainsworth, Marian W, *Petrus Christus*, Ludion-The Metropolitan Museum of Art, Nueva York, 1994.



Fig. 3. Petrus Christus, *San Eligio*.

gar por el material que aparece junto a la balanza. En el lado derecho se encuentran prácticamente todos los materiales típicos de la joyería: piedras preciosas, cristal, coral, plata y peltre, marfil, perlas y otros minerales preciosos. La pareja es elegantísima: el traje de la mujer está finamente adamascado, y el hombre lleva un sofisticado sombrero en el que va prendida una joya, un collar con un motivo nobiliario y un traje también muy elegante. Se trata pues de una exhibición de lujo motivada por la sacralidad (el matrimonio) y por la nobleza (de rango o de espíritu), que se contrapone a la ri-

queza de los personajes que están fuera del taller y representados en el espejo. Aquí, la pareja bien vestida está acompañada de un halcón, símbolo de codicia, y sirve de contrapeso moral a la que vemos dentro de la estancia.

La polémica sobre el lujo entre los siglos XVI y XVII.
La Magdalena de Caravaggio

El luteranismo por una parte (el dinero es «el estiércol del diablo», decía Lutero, retomando un antiguo proverbio italiano⁷) y la Contrarreforma llevan a una actitud crítica respecto al lujo. Se acentúan enseguida las Grandes Narraciones sobre el abandono del lujo (retorno neofranciscano, revueltas de las clases inferiores europeas, renacimiento del pauperismo, concepto de *vanitas*, premio al «sacrificio»). Lujo y vicio se convierten en sinónimos. Se puede decir que en la cultura occidental irrumpe una auténtica crítica de la riqueza y de su exhibición. El Seiscentos reforzará enormemente la contraposición entre lujo como signo del poder y pobreza como estilo de vida virtuoso.

En el siglo XVIII, con la Ilustración, aparecerá una nueva idea: asociar precisamente el lujo con su contrario, la pobreza, como dos caras de la misma moneda: el primero genera la segunda⁸. Surge así, con Condillac y posteriormente con Rousseau, Montesquieu, d'Holbach, y hasta Voltaire (que sin embargo no fue contrario a ciertas manifestaciones del éxito económico, entendidas como placer y liberación), el concepto de redistribución de la riqueza, y el lujo no es ya un mal método pedagógico respecto a las masas (co-

⁷ Fini, Massimo, *Il denaro sterco del demonio*, Milán.

⁸ Borghero, Carlo (ed.), *La polemica sul lusso nel Settecento francese*, Einaudi, Turín, 1974.



Fig. 4. Caravaggio, *Magdalena*.

mo ocurría en la Edad Media cristiana, o en el luteranismo), sino el testimonio de la injusticia social. Se abre aquí el camino que llevará a la crítica marxista de la economía. Desde finales del siglo XVI, en suma, el lujo se asocia sólo a prácticas desviantes, aunque sean de excepcional valor artístico. La ética y la estética se separan radicalmente. El lujo es de ahora en adelante algo vagamente pecaminoso, pero placentero. No por casualidad, se lo asocia a los temas «negativos» del pasado, o a las excentricidades del comportamiento, al sexo, al exotismo, al exhibicionismo, al libertinaje, etc.

Enseguida aparecen artistas, como François Boucher, Jean-Honoré Fragonard o Maurice-Quentin Latour, especializados en la representación de los placeres del refinamiento.

Un caso realmente a propósito para ilustrar la idea de la renuncia (ideológica) al lujo es el de la célebre pintura atribuida (con bastante seguridad) a Caravaggio, que tal vez se remonte a los años 1594-1596 y se conserva en la Galería Doria Pamphilj de Roma. La mujer está retratada dormida, a al menos en un estado de perfecto olvido de sí misma— sentada en una silla, con los cabellos despeinados, la saya desordenada y algunas joyas tiradas por el suelo. En el cuadro están presentes muchos signos evidentes de la idea de un brusco y voluntario cambio de estilo de vida. La melena en desorden se opone a la idea de compostura, a través de un retorno a la naturaleza (la de la Magdalena es tradicionalmente una cabellera «selvática»). La falda es de rico damasco, pero ha sido descuidadamente levantada sobre las rodillas, rompiendo con la idea de decoro. La blusa con encajes aparece desordenada bajo los tirantes del peto, armonizando con el vestido. Las joyas no han caído sin más al suelo, sino que han sido arrojadas a él: el collar de perlas ha sido arrancado del cuello, y aparece roto en dos fragmentos, el brazalete, los pendientes de perlas y el collar de oro están desordenados. Incluso el vaso de ungüento (que es un atributo de la santa a partir del Evangelio, en memoria de la unción de los pies que ella ofreció a Jesús) asume un tono ambiguo, casi como si fuera un ungüento cosmético al que renunciar.

Lujo y capitalismo moderno

La primera sociedad capitalista profundiza en el tema de las contradicciones/conjunciones entre lujo y pobreza. En la pintura italiana, por ejemplo, existe un gran filón de representaciones crí-

ticas del lujo, conectadas con los objetos hasta aquí señalados como sus principales símbolos (joyas, trajes, cosas preciosas, cosméticos, etcétera), a los que se añade también la comida. Hay abundancia de representaciones de almuerzos, desayunos, tentempiés en bares, reuniones en el restaurante y en el café, a menudo en un tono fuertemente polémico. También aquí elegiremos entre todos un único ejemplo, las *Reflexiones de un hambriento* de Emilio Longoni, pintado en 1893 (y que se conserva en Museo del Territorio de Biella). La escena representa el conflicto de un pobre situado de-



Fig. 5. Emilio Longoni, *Reflexiones de un hambriento*.



Marlene Dietrich en *The Devil Is a Woman*.

lante de una *trattoria* cara, que observa a través del escaparate a los acomodados clientes que comen en el interior. Resulta emblemática la elección del cristal de la vitrina como división entre ricos y pobres: permite la ostentación («pone en el escaparate»), pero también hace posible la transparencia (la escena del lujo puede llegar a ser obscena para quien es pobre).

Sin embargo, a medida que se produce el avance de la sociedad capitalista, el lujo se relanza como práctica también accesible a las nuevas clases sociales. Lo hace mediante el recurso a la produc-

ción en serie, y por medio de falsificaciones y sucedáneos (nuevos materiales, producción en serie, intervención de la química). La «miniaturización» del lujo es la manera más típica de organizar consumos de masa, y abarca desde el utilitario hasta el *design* en serie pasando por la bisutería. Los medios de comunicación, y su capacidad de crear imágenes son el vehículo que difunde el nuevo concepto de «lujo medio». Con esto, también el verdadero lujo obtiene algunas ventajas, ya que asistimos a la disminución de los sentimientos de culpa sedimentados en la historia de la cultura. El lujo puede expresarse, gracias a las mitologías mediáticas –con el cine a la cabeza– en sus diversas maneras históricas: exhibición del poder, de la riqueza, del gusto, del premio al mérito, etcétera.

Una vez más, podemos referirnos a un ejemplo que los abarca todos. Elijo en este caso una foto extraída del film *The Devil is a Woman* (1935), protagonizado por Marlene Dietrich. La imagen nos muestra a la actriz en una de sus poses más provocadoras, que mezcla la odalisca oriental con la bailarina de cabaret. El cuerpo apenas está cubierto de ropa, pero sí de una serie de adornos, que se dirían joyas. Sólo que no son joyas auténticas, sino bisutería producida en materiales pobres para el cine, y que en poco tiempo se convertirían en adornos industriales en serie, típicos de los bazares de todo el mundo. ¡Todavía hoy copias de las joyas falsas que la Dietrich llevaba en aquel film se pueden adquirir en Internet a 35/70 dólares cada una! Lo que distingue a la bisutería es la simulación de lo precioso, y por ello adopta la forma expresiva del exceso: exceso en el tamaño, en el brillo, en los colores, rareza de formas. El lujo no lujoso exige en suma la exageración, y no desde luego la medida predicada durante siglos.

La sociedad contemporánea, por otra parte, es sobre todo una sociedad estética de masas. De las varias matrices del lujo lo que hoy se privilegia es el régimen de la visibilidad (arte, forma del vivir). Los artistas contemporáneos se aventuran a producir joyas,

los creadores de moda entran en el sector, los productores son considerados grandes artesanos, cuando no incluso grandes artistas. Tal vez precisamente este impulso estético atraviese hoy nuevas fronteras, confiando cada vez más la noción de «precioso» a las formas del producto y no ya al material de que está hecho. Asistimos, en suma, a una especie de paradoja: está naciendo un nuevo Renacimiento, pero bajo el disfraz del Barroco.

O. C.

Traducción: *Hugo Gracián*.