

EL LUJO: ¿MOTOR DEL CRECIMIENTO O CAMINO HACIA LA RUINA? PERCEPCIONES Y ACTITUDES ANTE EL GASTO SuntuARIO EN LA HISTORIA

“Luxury: Growth engine or road to ruin? Perceptions and attitudes to sumptuous spending in History”

Juan Vicente García Marsilla*

Recibido: 26-6-2019

Aceptado: 1-8-2019

Resumen

El concepto de lujo ha sido, a lo largo de la Historia, extraordinariamente fluido, siendo muy fina la línea que separa lo básico para la subsistencia de lo prescindible. En el fondo, lo lujoso es todo aquello que permite a una persona distinguirse de las demás, pero los efectos que las inversiones suntuarias han tenido sobre la sociedad y la economía han sido un frecuente objeto de debate. En este artículo se analizan esos efectos a lo largo de los siglos, preguntándose hasta qué punto el lujo ha sido importante para el crecimiento económico o ha generado unos gastos superfluos que han incidido negativamente en él, sin olvidar los efectos sobre la desigualdad social que estos sectores han producido.

Palabras clave: *Lujo, Consumo, Economía, Leyes Suntuarias, Crecimiento Económico.*

Abstract

The concept of luxury has been extraordinarily fluid throughout History, being very fine the line that separates the basic for subsistence from the dispensable. At heart, luxury is everything that allows one person to distinguish himself from the others, but the effects that sumptuous investments have had on society and economy have been frequent subject of debate. This paper analyses these effects of luxury throughout centuries, wondering to what extent it has been important for economic growth or has generated superfluous expenditures that have had a negative impact on it, without forgetting the effects on social inequality that these sectors have produced.

Keywords: *Luxury, Consumption, Economy, Sumptuary Laws, Economic Growth.*

* Juan Vicente García Marsilla. Universitat de València. juan.v.garcia-marsilla@uv.es

El tema del lujo, y más aún su estudio, ha padecido secularmente de una cierta “mala conciencia”, como si se tratara de una frivolidad que, precisamente por su carácter accesorio, careciera de importancia y fuera incluso moralmente reprobable. No hemos de olvidar que, en la mayoría de las lenguas, “lujo” y “lujuria” comparten una misma raíz, y ello obviamente no es una casualidad, sino producto de una cierta concepción concupiscente del consumo exclusivo y hedonista¹.

En parte, esa mala fama del lujo nos viene de nuestros ancestros lejanos, quienes pusieron las bases de la civilización occidental, es decir, griegos y romanos. Y es que, aunque en nuestro imaginario colectivo han quedado sus excesos, sus bacanales y sus sangrientos juegos con fieras y gladiadores, ya entonces diversas corrientes éticas, y sobre todo el estoicismo, consideraban estas explosiones de vitalidad como abominables. Los estoicos destacaban la austeridad de los fundadores de su mundo, los atenienses de Solón o los romanos de la república, cuyo comportamiento comedido trató siempre de evitar todo aquello que no fuera estrictamente necesario para la subsistencia de sus familias y de su patria, oponiéndolo a menudo a la molicie de las culturas orientales con las que habían entrado en contacto².

Después, la moral cristiana bebería especialmente de esa fuente y ensalzaría a los Santos Padres sobrios y frugales, que consideraban pecado todo aquello que fuera aficionarse demasiado a los placeres terrenales³. Y, sin embargo, en esas civilizaciones del pasado, y en la misma jerarquía de la Iglesia cristiana, el lujo estuvo y está muy presente y cumple funciones básicas para el funcionamiento interno de las sociedades. Pero, en realidad, ¿qué es el lujo? Werner Sombart (2012 [1992]) lo definió allá por 1922 de una forma muy simple: “Lujo es todo lo que no es necesario”. Demasiado fácil quizá. Las fronteras entre lo necesario para sobrevivir y aquello que va más allá, que es prescindible, han sido siempre borrosas, relativas y, sobre todo, muy fluidas. En la posguerra de la Segunda Guerra Mundial, por ejemplo, el crecimiento económico que vivieron los Estados Unidos primero, y más tarde la Europa Occidental, y la expansión progresiva del llamado “estado del bienestar” como antídoto capitalista para la difusión del comunismo al otro lado del “telón de acero”, hicieron que formas de consumo que antes parecían restringidas a las elites se acabasen considerando casi universales. El automóvil –llamado aún hoy, significativamente, a efectos sobre todo estadísticos, “turismo”–, la radio, el frigorífico, la lavadora o el televisor, pasaron de ser objetos de lujo a formar parte del universo cotidiano de un sector cada vez mayor de la población. Por el contrario, la crisis que comenzó en el 2008 y de la que no se sabe si ya hemos salido o en la que, según los economistas más agoreros, estamos a punto de recaer, ha hecho que muchas personas tengan que renunciar a bienes y servicios que ya considerábamos como derechos inalienables y que vuelven a ser catalogados como lujos al alcance de unos pocos. Christopher Berry, uno de los economistas que, desde los años 90, más ha escrito sobre el tema del lujo, destaca precisamente lo dinámico que es este concepto, su capacidad de reclasificarse constantemente en función de las circunstancias políticas y sociales de cada momento, y de transformar en necesidades lo que antes eran deseos o preferencias⁴.

1 Esta dimensión moral del lujo a través de la Historia ha sido tratada recientemente, entre otros, por Ruiz Sánchez (2018) o con anterioridad Garay (1992).

2 Véanse, por ejemplo, Gorman / Gorman (2014) o Berry (1989).

3 Muzzarelli (2016).

4 Berry (1994).

Lo que quizá Berry no había pensado es que, como hemos dicho, esa evolución pudiera convertirse en un momento dado en involución, pero, aun así, cabe recordar que incluso en los últimos tiempos difíciles la industria de los bienes más exclusivos, lo que hoy podrían ser los yates, los coches deportivos, las vacaciones en las Seychelles, la alta costura o las joyas de diseño, no solo no ha padecido la crisis, sino que, bien al contrario, ha crecido más como consecuencia de la polarización de la riqueza en manos de unos pocos⁵.

El lujo suele ir así asociado a lo que el sociólogo Pierre Bourdieu (2002 [1979]) definió como la “distinción”. Será considerado un lujo en definitiva aquello que permita destacar de los demás, que nos proporcione un disfrute que no esté al alcance de cualquiera. En ello hay sin duda un componente sensorial y hedonista, pero a menudo ese disfrute suele tener una dimensión pública, un alto nivel de ostentación. Aún hoy, para muchos: ¿de qué vale darse un lujo si nadie se entera, si no lo puedes lucir delante de tu vecino, de tu cuñado o de tu compañero de oficina, o aún más gente, ahora que tenemos las redes sociales y sus legiones de *followers*? Este sería, en todo caso, el nivel más bajo, más cotidiano de la ostentación, pero cuando vamos ascendiendo en el análisis de esta dinámica competitiva comprobamos que la magnificencia juega roles mucho más complejos desde el punto de vista social, político, económico y cultural.

De esta manera, por ejemplo, en las sociedades del pasado, y en parte también en las del presente, el lujo era y es la imagen, la “fachada” de la solvencia. El tren de vida medía así externamente la capacidad de gastar y, por tanto, el crédito que esa persona podía generar. En parte esa imagen era una ilusión, pero también, en muchos casos, los bienes de lujo tenían una utilidad práctica. Los reyes, por ejemplo, lucían en público sus mejores galas para “tranquilizar” a sus acreedores, demostrándoles que eran capaces de cancelar sus deudas en cualquier momento, pero es que, en un momento dado, todas las joyas y las ropas de seda que llevaban puestas podían efectivamente empeñarse para conseguir nuevos empréstitos, lo que generaba una interesante dinámica que se observa con frecuencia en los reyes medievales de la Corona de Aragón. Entre ellos, un caso significativo sería el de Alfonso el Magnánimo, quien, a pesar de su apodo, o quizá en parte por él, era uno de los monarcas más entrampados del continente. Para conseguir dinero para la conquista del reino de Nápoles no solo dejó en prenda en la catedral de Valencia todo el relicario real –incluido el famoso Santo Cáliz que antes había estado en San Juan de la Peña–, sino que a menudo empeñaba también sus joyas a mercaderes y banqueros que le proporcionaban a cambio liquidez en momentos de apuro. El problema era que luego, cuando tenía que mostrarse con toda la pompa y el boato en ceremonias públicas, como la entrada solemne en Nápoles tras la conquista, en 1443, debía acudir corriendo a sus acreedores, e incluso alienarles partes de su realengo, para que todos pudieran ver al soberano con sus collares de oro y piedras preciosas montado en un carro en su recorrido por la ciudad del Vesubio⁶.

En las sociedades preindustriales, claramente, el lujo se concretaba en objetos hermosos y excepcionales como aquellas joyas. No cabía aún en la cabeza de nadie la idea de que simplemente el tiempo, o la forma de llenarlo con experiencias memorables, pudiera ser algo en lo que valiera la pena

5 Olorenshow (2011-2012). Som / Blanckaert (2015).

6 García Marsilla (1996-1997).

invertir dinero⁷. Esa “objetivación” del lujo es sin duda muy importante para la Historia del Arte, ya que el gusto y la pericia técnica que se invirtieron en la concepción y ejecución de la mayoría de lo que hoy consideramos “obras de arte”, tenía detrás esa idea de ostentación y era, al fin y al cabo, la satisfacción de un deseo de lujo. Incluso las obras de temática religiosa, que fueron mayoría en Europa hasta no hace tanto, no dejaban de ser expresiones de lujo, tanto de una Iglesia que quería demostrar a los fieles que aquellas piezas que se exponían en los templos no eran sino el pálido reflejo de lo que les esperaba en el cielo, como también de los particulares, cuyas capillas eran más el escaparate de su riqueza y su buen gusto que de su devoción.

Aquellas capillas, una al lado de otra, podían fácilmente compararse. Visitar una catedral medieval o renacentista era quizá la forma más rápida de identificar a la oligarquía local; de conocer, de un solo vistazo, quién era quién en aquella ciudad⁸. En casos como ese, muy vinculados al arte, el lujo iba de la mano de la competencia, pero seguramente fue en contextos tan intrínseca y directamente competitivos donde antes se comprendió que el lujo no podía mostrarse únicamente a través de las grandes sumas de dinero invertidas en los materiales, sino de formas más sutiles, más propiamente “culturales”, que incluían el conocimiento de las últimas tendencias y el deseo de innovación.

El mismo Alfonso el Magnánimo, como muchos otros monarcas de su época, fue un auténtico obseso de la novedad. Desplazó por todo el continente a sus marchantes en busca de joyas, tapices o pinturas, o incluso de cantantes para su coro, y siempre en sus cartas demandaba que buscaran aquello que fuera “de la más extraña y nueva manera que puedan encontrar”. Como sabemos, esa ansia de innovaciones estéticas le llevó incluso a enviar en 1431 a uno de sus pintores de confianza, el valenciano Lluís Dalmau, a Flandes a que aprendiera a pintar con Jan van Eyck. Pretendía, de esa manera, convertirse en el vector de la penetración del arte flamenco, con su técnica al óleo y su gran minuciosidad, en la península Ibérica, pero también discutirle a su gran rival, Renato de Anjou, su primacía en el patrocinio de las artes y en la importación de esa nueva moda pictórica, en la que el francés le llevaba ventaja con figuras a su servicio como Barthélemy d’Eyck. De esa manera, junto con la rivalidad militar y política, había también una competencia en cuanto a su imagen como mecenas, como reyes cultos y humanistas y como árbitros del buen gusto⁹.

Para un rey bajomedieval, de hecho, convertirse en el referente estético de su país era una auténtica cuestión de estado. Se trataba de rodearse de un aura de prestigio con la que conseguir que los nobles, y a partir de ellos, de forma piramidal, el resto de la sociedad, les imitara y les siguiera. En tiempos en los que todo cambiaba más rápidamente que antes, estos elementos, digamos “culturales”, de afirmación de la superioridad social se convirtieron en fundamentales. Los monarcas, por tanto, velaron por ser ellos quienes marcaran la moda, un fenómeno cuyo nacimiento cada historiador tiende a datar en la época que él estudia, pero que sin duda comenzó a jugar un papel ciertamente importante sobre todo a partir del siglo XIV, al menos en lo que se refiere a aquello que era más visible y que con

7 Esas nuevas formas de lujo han sido explicadas por Yeoman / McMahon-Beattie (2010).

8 Véase, por ejemplo, el estudio que le dedica a las capillas de la catedral de Barcelona al final de la Edad Media Borau (2003).

9 La rivalidad y la importancia de ambos monarcas se puso de manifiesto, por ejemplo, en la exposición de Natale (2001).

mayor rapidez debía cambiar, como era la apariencia física y, en definitiva, el vestido¹⁰. Se le añadía así a la percepción del lujo un componente nuevo, como era el tiempo. Uno podía derrochar en lujos, pero si no lo hacía según la moda imperante, ese dispendio podía incluso llevar al ridículo. Sin duda, se trataba en parte de una estrategia del poder, secundado por las elites tradicionales que quizá no podían competir en fortuna con algunos nuevos ricos, pero sí en tiempo para dedicarlo al cuidado de sí mismos y en cercanía al poder para seguir en primicia las nuevas ocurrencias del monarca y su entorno inmediato.

Y si todo esto fue tan importante en aquel momento se debió en gran medida al incremento de la movilidad social que claramente se produjo entre finales de la Edad Media y comienzos de la Moderna. Para entonces, la cuna ya no era el único factor que determinaba la posición social de un individuo, y no era raro, especialmente en las regiones más dinámicas y urbanizadas del continente europeo, que algunos burgueses, o incluso campesinos acomodados, dispusieran de un patrimonio mayor que muchos miembros de la baja nobleza, y aún en algunos casos, de la alta¹¹. No olvidemos cómo en el Lazarillo de Tormes se tipifica al caballero pobre que, no obstante, trata de mantener las apariencias, o recordemos también la relativa modestia en que vivía el célebre Alonso Quijano a principios del siglo XVII, mientras que la fortuna de algunos campesinos, como Guillem Coll, un labrador de Sueca, a 30 km al sur de Valencia, en la segunda mitad del siglo XV, cuadruplicaba a la de los pocos donceles que vivían en su localidad y se podía comparar con la de algunos caballeros de la capital¹². La amplia difusión que tuvo entonces el motivo, tanto literario como iconográfico, de la Rueda de la Fortuna, no fue en absoluto casualidad y se produjo no solo cuando algunos nuevos linajes ascendían, sino también cuando otros comenzaban su declive y algunos acababan tristemente convertidos en “pobres vergonzantes”, es decir, en aquellos que, por su alta cuna, se resistían a pedir limosna en público y eran alimentados por limosnas especiales para ellos que se difundieron por todas las parroquias de la Cristiandad¹³.

El lujo y el gusto –un gusto que había que modelar y educar– fueron, por tanto, especialmente de la mano desde esos momentos y se convirtieron en factores ambos fundamentales para la dinámica social y política del Estado centralizado que se fue desarrollando en los siglos de la Edad Moderna. La afirmación de un poder absoluto debía llevar aparejado el absoluto control de los gustos suntuarios y la conversión de las preferencias del soberano en modelo a imitar por todos. De la misma manera, el afianzamiento de los Estados en el concierto internacional y la pugna política y militar entre ellos vino acompañada de una competencia también por el prestigio de las cortes y por su capacidad para generar nuevas modas, cada vez con una vocación más universal. Como ya se ha estudiado en numerosas ocasiones, el país que conseguía imponerse como gran potencia en el orden político europeo era inevitablemente el que marcaba la moda y las formas del gasto suntuario¹⁴. Así, el siglo XVI en el

10 García Marsilla (2017).

11 Carocci (2010).

12 Redondo (1993). Rey Hazas (1996). Furió (1982).

13 Sánchez Márquez (2011). Sobre los pobres vergonzantes véase Magdalena Lorente (1980).

14 Montoya Ramírez (2008).

que los Habsburgo de España dominaban medio mundo, fue la época de los vestidos negros que ellos habían heredado de sus antepasados borgoñones. Las lechuguillas, los guardainfantes de las mujeres o, en el arte, la severidad del Escorial, se convirtieron en referente para las otras cortes europeas. Pero cuando llegó la decadencia hispánica y el auge de los Borbones franceses, todo aquello cambió con sorprendente rapidez¹⁵.

Quizá hay pocos episodios más reveladores de estos procesos de revolución en las formas del lujo que la entrevista en la isla de los Faisanes que tuvo lugar entre las cortes de España y Francia en 1659¹⁶. En esta pequeña isla de titularidad compartida en medio del río Bidasoa se llevó a cabo la reunión que debía sellar la llamada Paz de los Pirineos, que no era otra cosa que el reconocimiento de la derrota española con el matrimonio de Luis XIV y María Teresa de Austria, hija de Felipe IV. Los dos validos o ministros plenipotenciarios de ambas partes, el cardenal Mazzarino y don Luis de Haro, se encargaron de montar una especie de barraca en la isla, dividida en dos mitades, cada una de las cuales sería decorada por cada uno de ellos. La de España tenía el suelo cubierto por esteras, como era costumbre hispánica en los meses de verano, y las paredes con gasas de colores nácar y plata; los franceses, por su parte, la llenaron toda de tapices con las armas del rey y de paños de seda, mientras dos retratos del propio Luis XIV y de su madre, Ana de Austria, presidían su mitad de la estancia. Según parece, en la zona española el aposentador real, que no era otro que Diego Velázquez, dispuso unas telas bordadas con la temática del Apocalipsis, según apuntaba Jonathan Brown (1986: 249), como sutil reconocimiento de la debacle que aquel tratado suponía para la monarquía Habsburgo.

No solo se contraponían dos conceptos del lujo en la decoración, sino que los mismos actores del pacto, luego retratados en diversas ocasiones en pinturas y tapices, mostraban casi dos momentos de la moda superpuestos: el “antes” lo encarnaban los cortesanos de Felipe IV, con sus ropillas más cortas con brahones por los que salían las mangas del jubón, sombreros y golillas, aunque en algún caso aún se ve algún personaje con la envarada gorguera de tiempos anteriores; el “después” obviamente lo constituían los franceses, con sus enormes pelucas, sus ropas más coloridas, con volantes, y sus lazos en los zapatos. Cada uno estaba marcando su propio estilo, pero el triunfo francés llevó a que, incluso antes de que los Borbones se impusieran en España con la Guerra de Sucesión, las modas francesas fueran calando poco a poco en la buena sociedad hispánica¹⁷.

A partir de entonces Luis XIV supo convertir todo lo francés en *chic* y su propia imagen en el referente del buen gusto a escala internacional. Fue entonces cuando algunas expresiones suntuarias se convirtieron en intrínsecamente galas, en una exitosa campaña publicitaria que, según explicó Joan DeJean, marcaría a la larga el lujo contemporáneo: desde la cocina francesa al champán, pasando por la alta costura, que aún se adquiere en *boutiques* y tiene en París su centro neurálgico.¹⁸

Esa “distinción” de lo francés no decaería ni mucho menos con la Revolución que, sin embargo, sí alteró en parte los referentes del lujo y la moda. Las cortes del siglo XIX no harían sino acentuar

15 Giorgi (2016).

16 Pérez Suescun (2011). Williams (2009). Véase también el capítulo que le dedica Giorgi (2013: 191-210) en su tesis.

17 Giorgi (2016).

18 Dejean (2008 [2005]).

sus dispendios en palacios, carrozas y vestidos, pero en el nuevo mundo industrial ya no estaba tan claro que fueran los reyes los árbitros del buen gusto. En la corte británica de las primeras décadas del siglo, la de Jorge IV, los derroches del monarca en banquetes, para los que mandó construir a John Nash el Royal Pavilion de Brighton, y sus excesos indumentarios, fueron ya ocasión de comentarios desfavorables en la alta sociedad¹⁹. Para refrenarse y educarse en el “buen gusto” se dejó aconsejar por su compañero de Eton y Oxford, George Bryan Brummell, apodado *Beau Brummell*, verdadero árbitro de la moda entonces, creador del dandismo y que, en cambio, provenía de orígenes muy modestos, ya que su abuelo era un tendero de Londres²⁰. Brummell acabó mal, en el exilio por deudas y enemistado con el rey, por sus ácidos comentarios acerca de la gordura de este. De hecho, murió en la ruina, exiliado en un asilo de Caen, pero que fuera él, y no el rey, quien se convirtiera en el “tirano” de la moda, marca un cambio muy importante en la historia del lujo y nos hace reflexionar sobre cuál ha sido históricamente el ámbito social del lujo, sobre quién podía o debía disfrutarlo y en qué medida a lo largo de los tiempos.

Una de las primeras preguntas que nos vienen a la mente es la relación entre lujo y género: ¿el lujo es cosa más de mujeres o los hombres también tienen algo que decir? ¿Es realmente, como se ha dicho con frecuencia, la mujer más consumista que el hombre? Un buen ejercicio en este sentido podría ser analizar la publicidad que nos bombardea a diario y observar a quién va dirigida fundamentalmente. La imagen que nuestra sociedad contemporánea ofrece es que son sobre todo las mujeres las que disfrutan yendo de compras y permitiéndose “caprichos”. En buena parte, el papel consumista de la mujer fue reforzado por los grandes capitalistas del siglo XIX, los fundadores de los grandes almacenes, como el parisino *Au bon Marché* o el americano asentado en Londres *Selfridge's*, que vieron en las mujeres de las clases medias la clientela ideal para que quedara atrapada en sus nuevos templos del consumo²¹. Émile Zola lo inmortalizó en *El paraíso de las damas*²², pero aquello no era ya propiamente lujo, era la vulgarización del lujo en la Francia de Napoleón III. Para llegar hasta allí había ido cuajando antes el estereotipo de la mujer derrochadora, ya muy presente en la literatura medieval y en los sermones de los moralistas. San Vicente Ferrer, en uno de sus muchos *exempla* que empleaba con intención didáctica, describía a una esposa que constantemente se quejaba a su marido de que las demás mujeres, valiendo menos que ella, iban mucho mejor vestidas y enjoyadas y constantemente le pedía dinero para comprarse una prenda nueva²³.

¿Hasta qué punto esto se correspondía con la realidad? Es cierto que la inversión en las dotes de las hijas constituyó, ya al menos desde la Plena Edad Media, uno de los mayores esfuerzos económicos realizados por las familias de todas las clases sociales. Lluís To demostró cómo en un pueblo no especialmente importante del interior de Cataluña como era Vic, ya en el siglo XIII las familias campesinas gastaban buena parte de sus ingresos en telas importadas, que llegaban desde Flandes y

19 Hunt (2016). Sobre el Royal Pavilion, véase Morley (2003).

20 Kelly (2006). Purdy (2004).

21 Miller (1981). Marseille (1997). Chatriot / Chessel (2006). Outka (2005). Maclaran (2012).

22 Héliès-Hassid (2000). Hennessy (2008).

23 Ferrer (1971 [1934]: 42-43).

el norte de Francia, para las dotes de las doncellas casaderas²⁴. Las mujeres se convertían en algo así como el escaparate de la riqueza de la familia y vestir a la novia con las mejores galas posibles era uno de los actos sociales de mayor elocuencia en aquella sociedad, como lo sería también después en la Italia renacentista que creó los *cassoni* y las *cassapanche* decorados como contenedores dignos de aquellas telas lujosas²⁵. Sin embargo, las dotes eran pactadas por los cabezas de familia, normalmente hombres, y la misma historia de san Vicente presenta a la mujer pidiendo a su marido que gastara, no gastando ella directamente. Y es que, en efecto, el poder de decisión, la postura de fuerza en el mercado, la seguían teniendo ellos en estos siglos, y cuando algunos historiadores se han dedicado a cuantificar el precio de los ajueres de hombres y mujeres a través, por ejemplo, de los inventarios de bienes y las almonedas, se ha comprobado que, al menos en el siglo XV, en la mayoría de los casos, los verdaderos *fashion victims* eran ellos²⁶. Habría que darles la razón, pues, a los sociólogos Gilles Lipovetsky y Elyette Roux cuando definieron a los siglos medievales y altomodernos como los de la “etapa masculina de la historia del lujo” (2012 [2003]). En principio, fue de hecho una de las vías de reivindicación femenina la capacidad de estas de comprar de forma independiente, en lo que algunas damas del Renacimiento, como Isabella d’Este o Eleonora de Aragón, duquesa de Ferrara, fueron auténticas avanzadas²⁷. Pero la feminización del consumo llegaría mucho más tarde, y aún en el siglo XVIII los petimetres –como se llamaba a los jóvenes obsesionados con su aspecto– abundaban más que sus equivalentes femeninos, las madamas²⁸.

Lo interesante es que para entonces las pautas de consumo habían evolucionado, de manera que algunos antiguos lujos estaban al alcance de sectores más amplios de la población y, por definición, lo que está al alcance de muchos ya no puede ser lujo. Ahora bien, en las últimas décadas los historiadores de la economía han comenzado a destacar la importancia de esa ampliación del universo social capaz de gastar en bienes que quedaran por encima del mero nivel de subsistencia. Si hasta los años 70 se habían justificado los orígenes de la Revolución Industrial británica en las innovaciones productivas con la introducción de nuevas máquinas en la industria textil, en 1982 se publicó la obra de Neil Mckendrick, John Brewer y John Harold Plumb, *El nacimiento de la sociedad de consumo*, que atribuía la aplicación de esas innovaciones a las nuevas necesidades que había creado una auténtica revolución del consumo previa, en la Inglaterra de la primera mitad del siglo XVIII²⁹.

Sin embargo, después, ya a principios de este siglo, Bruno Blondé, Jon Stobart y otros historiadores holandeses y belgas situaron esos mismos cambios en el consumo ahora en la Holanda del siglo XVII, origen además de la llamada “revolución industrial” de Jan de Vries, basada en pequeños talleres y en la auto-explotación de campesinos y artesanos, que precedería a la concentración de la producción en factorías³⁰. A lo que se resisten todos estos estudiosos de la fachada atlántica de Eu-

24 To Figueras (2016).

25 Witthoft (1982). Lindow (2005).

26 García Marsilla (2008).

27 Welch (2009 [2005]).

28 Haidt (1999). García Fernández (2009).

29 Mckendrick / Brewer / Plumb (1982).

30 Blondé / Stobart (2006). Blondé / Stobart (2014). Blondé / Van Damme (2015). De Vries (2008 [2008]).

ropa es a reconocer que mucho antes de los procesos que ellos estudian –y a los que han llamado sin pudor la “revolución del consumo”–, esas pautas económicas estaban ya bastante difundidas en la Europa mediterránea. Y no es solo que Paolo Malanima hablara en los mismos siglos XVII y XVIII del “lujo” de los campesinos de la Toscana³¹, sino que los medievalistas han comprobado cómo en las sociedades del Mediterráneo el incremento del número y calidad de los bienes de consumo en los hogares de las clases medias e incluso bajas fue muy importante ya a partir de la Peste Negra. El problema es que en el sur de Europa no puede encadenarse causalmente ese auge del consumo con una revolución productiva, sino que el mercado de los bienes de uso desarrolló aquí sus propios sistemas de funcionamiento, entre otras cosas con la articulación de un complejo mercado de segunda mano que permitía que los objetos de las elites se fueran filtrando poco a poco, y con un cierto retraso cronológico, entre los niveles más bajos de la sociedad, y estimuló un amplio proceso de emulación que algunos han llamado el *populuxe* o el “lujo de los pobres”³².

Esa emulación era aceptable para las elites tradicionales siempre que, efectivamente, hubiera un desfase cronológico con respecto a sus formas de consumo o, como vino a suceder en muchos lugares y en muchos sectores de la producción, las clases medias se conformaran con productos de imitación de inferior calidad o elaborados parcialmente en serie. El conflicto se generaba, como he apuntado con anterioridad, cuando los verdaderos “nuevos ricos” generaban una dinámica de competitividad con los más antiguos en el marco de una sociedad que seguía siendo estamental. No solo aquello podía generar confusión a la hora de la catalogación de los individuos en uno u otro orden social, cosa que tenía gran importancia a ojos de los poderes políticos de la época, sino que esa misma competencia podía generar una “loca carrera de las apariencias”, cuyos derroches podrían llevar a muchos a la ruina y provocar un auténtico caos social.

Más o menos esa es la lógica general que preside las llamadas “leyes suntuarias”, que estuvieron presentes en la civilización occidental al menos desde el siglo VII a. C. hasta el XVIII, aunque en cada caso, obviamente, habría que introducir bastantes matices. Ya los griegos afirmaban que el lujo producía afeminamiento y Platón habló en su *República* de cómo los gastos suntuarios amenazaban el orden social y de cómo el “Estado lujoso” era por definición un “Estado enfermo”³³. También los romanos se preocuparon por los efectos de la exhibición del lujo, primero en la *Lex Oppia* del 215 a. C., que prohibía a las mujeres lucir ciertos adornos de oro; después en la *Lex Orquía*, de 183 a. C. y sobre todo en la *Lex Fannia Sumptuaria*, la primera que recibe propiamente este apelativo, del 161 a. C.³⁴ y que se concentraba sobre todo en los gastos en banquetes, aunque para ciertos estudiosos contemporáneos, como Vincent Rosivach, esa ley, que se redactó después de que un juez presidiera un juicio estando borracho, fue más bien simbólica, porque su aplicación se reveló imposible³⁵.

31 Malanima (1990).

32 García Marsilla / Navarro / Vela (2015). Meneghin (2015). Sobre etapas posteriores: Torras / Yun (1999) o Muñoz (2018). Sobre el “lujo de los pobres”: Fontaine (2003) y Berg (2015).

33 Maceri (2009).

34 Coudry (2017).

35 Rosivach (2006).

La gran época de las leyes suntuarias no llegó, sin embargo, hasta el siglo XIII, aunque la más antigua de las leyes medievales es la que dictó Génova en 1157 contra el uso de forros de piel. A partir de esa época se mezclaron normativas reales, de ámbito general por tanto, con otras más locales dictadas por los obispos o, sobre todo, por los municipios. Entre las más antiguas, aunque bastante nebulosas, están algunas atribuidas a Jaime I en Aragón o a Felipe el Hermoso en Francia, pero en la Edad Media el control del lujo, o como algunos autores lo han llamado de forma bastante poética, la “gobernanza de las pasiones”, era un asunto mucho más propio de los entornos más cercanos, que se controlaban desde el poder municipal³⁶.

¿Por qué se redactaban estas leyes? Aquí habría que distinguir entre la justificación que ofrecían los mismos legisladores en los preámbulos de sus textos y otras causas, digamos menos evidentes, que se han planteado *a posteriori* los historiadores. Entre las causas explícitas, los redactores de las normativas suntuarias aludían a su vocación de corregir “desordenadas voluntades” en un tono ciertamente paternalista. Los poderes que las promulgaban no dudaban en presentarse a sí mismos como una especie de preocupados pastores de un rebaño en peligro de descarriarse, y en ello estaba presente el discurso alarmista de las órdenes mendicantes, que amenazaba con graves desórdenes si nadie frenaba aquellos alardes consumistas³⁷. Más tarde, ese mismo discurso sería utilizado, por ejemplo, por los puritanos, que llegaron a imponer algunas de estas leyes en la América colonial³⁸. En otra ocasión, el rey Enrique III de Inglaterra en 1363 llegó a prohibir que se comiera más de una vez al día en las casas de los campesinos de su reino; dicha ley trataba de impedir el auge de los precios que se había producido tras los estragos de la Peste Negra³⁹. Hubo incluso normativas suntuarias que intentaron claramente orientar el gasto de los ciudadanos, como fue habitual en la península Ibérica en las leyes de los siglos XIII y XIV, en las que se trataba de ordenar a los contribuyentes en función de su capacidad de responder a un esfuerzo bélico. Así, Pedro el Ceremonioso premiaba en la Corona de Aragón, en 1358, con poder llevar forros de ardilla o armiño y bordados de perlas y pedrería sobre telas de seda y oro a aquellos que fueran capaces de mantener un caballo de guerra y a sus mujeres⁴⁰. Lo mismo había hecho Alfonso el Sabio de Castilla casi un siglo antes, y estas medidas se entienden en sociedades en las que los ejércitos los componían aún en buena parte los vasallos armados de los reyes⁴¹.

Sin embargo, en no pocos de los textos suntuarios se reconoce que su cometido no es otro que “mostrar la diferencia entre las personas”, y eso nos lleva a preguntarnos a quiénes afectaban realmente. En algunos casos, el ser noble significaba que se estaba exento de cualquier restricción; en la Inglaterra isabelina, por ejemplo, muchas de las ordenanzas se hicieron precisamente para destacar la

36 Entre la abundante bibliografía sobre las leyes suntuarias véanse Muzzarelli (1996). Muzzarelli / Campanini (2003). Sobre Castilla, González Arce (1998), y en la Corona de Aragón, García Marsilla (2015) y Villanueva Morte (2014).

37 Sobre la importancia del discurso mendicante, y sobre todo franciscano, en los ordenamientos jurídicos del Estado bajomedieval véase Evangelisti (2006).

38 North (1988).

39 Thrupp (1941).

40 García Marsilla (2015).

41 González Arce (1988).

exclusividad de la Corona, como la prohibición de vestir pieles de armiño a quien no perteneciera a la familia real, en un contexto de auténtica floración de modas extravagantes en el que la reina se llevaba sin duda la palma, tal y como puede observarse en alguno de sus retratos oficiales⁴².

Pero no siempre era así: incluso normativas de ámbito municipal afectaban a la nobleza y a la misma casa real durante sus visitas a una ciudad. En Valencia, sin ir más lejos, uno de los municipios más prolijos en adoptar leyes suntuarias de la Baja Edad Media, se registraron fuertes enfrentamientos entre la ciudad y varios de sus reyes y sobre todo reinas, cuando sus séquitos llegaban a la ciudad del Turia. Así ocurrió por ejemplo cuando se estaba preparando la entrada en Valencia de Juan I y su esposa francesa, Violante de Bar, en 1392: esta pidió en una carta expedida desde Tortosa que se suspendiera la normativa contra el lujo que regía en Valencia durante su estancia en la urbe y quince días después de su marcha, a lo que se negaron los *consellers* valencianos, con gran indignación de la reina, que llegó a amenazar con derogar a la fuerza el estatuto, por lo que, a cambio, los munícipes se negaron a visitar a los reyes en su palacio. Otros momentos parecidos de tensión se vivirían después con María de Luna, la esposa de Martín el Humano. Así, este rey –“hecha la ley hecha la trampa”– creó una especie de selecto club nobiliario, llamado la “empresa de la Corretja”, a cuyos miembros les concedió poder adornar la dicha correa, que era su emblema, con todos los adornos de perlas y pedrería que quisieran, especificando que estaban exentos de cumplir las limitaciones que impusieran las ciudades⁴³.

El control del lujo era, por tanto, también una lucha por el poder, una pugna para demostrar quién tenía la capacidad de regular la vida de la población y no faltan los historiadores, como Franco Franceschi y Luca Molà, que afirman que las leyes suntuarias no eran más que una forma de “hacer caja” a costa de unos ciudadanos que no se resignaban a la austeridad indumentaria⁴⁴. Eso nos lleva a otro aspecto que se ha discutido a menudo sobre estas ordenanzas, que es hasta qué punto se cumplían y a qué proporción de la población afectaban realmente. Seguramente ese segmento era reducido, porque no mucha gente podría realizar alardes consumistas en una sociedad en la que una buena parte de la población vivía con lo justo, pero estas leyes tampoco eran papel mojado. En distintas ciudades se han registrado los ingresos por multas que penaban a los que las incumplían y, sobre todo, en las urbes italianas de la Edad Media y del Renacimiento se han conservado voluminosos registros en los que figuran todos aquellos hombres y mujeres que tuvieron que reformar sus vestidos viejos para adaptarlos a las nuevas exigencias. Sin duda, el más famoso es el que generó la llamada *Prammatica sulle vesti* en Florencia entre 1343 y 1345, desfilando durante esos dos años ante los oficiales del *comune* ni más ni menos que 3.257 mujeres para declarar que poseían vestidos que no se ajustaban a la ley, para que les fuera concedida una *bolla* o certificado de que los tenían antes de que esta se promulgara⁴⁵.

El vestido era, con diferencia, la manifestación del lujo más afectada por estas leyes, lo que es normal si tenemos en cuenta que era el comunicador de estatus más inmediato que se podía hallar en las

42 Kirtio (2011).

43 Ambos casos en García Marsilla (2015); sobre la “Empresa de la Corretja” véase Riera i Sans (2002).

44 Franceschi / Molà (2005).

45 Gérard-Marchant *et al.* (2013).

sociedades preindustriales. Como hemos comentado con anterioridad, hubo una tendencia creciente a la feminización de buena parte de las ordenanzas, en un contexto de misoginia por parte del poder. El largo de las faldas, los bordados en hilos de oro o la utilización de calzados altos y aparatosos, como los chapines, se contaron siempre entre los aspectos más controlados por la legislación. Pero, en general, eran los alardes públicos de derroche los que se perseguían, como las celebraciones de bodas o bautizos, en las que se limitó el precio de los regalos o la cantidad de padrinos y madrinas que un recién nacido podía tener, que en la época podían llegar hasta una decena. Con el tiempo, además, se trató de poner coto a nuevas formas de ostentación. Por ejemplo, en la Edad Moderna se restringió el número y el tamaño de las carrozas, las parejas de caballos que podían tirar de ellas o la cantidad de criados con librea que podían acompañar a su señor por la calle⁴⁶. Mucho más raro era que se legislara sobre aspectos privados, primero porque eran más difíciles de controlar y, segundo, porque no podían inducir a falsas expectativas como sí lo hacían los excesos indumentarios.

Las primeras voces contra la aplicación de este tipo de normativas ya se dejaron oír, no obstante, a partir del siglo XVI. Uno de los primeros en alzarla fue el francés Michel de Montaigne, que escribió un breve ensayo llamado *Sobre las leyes suntuarias*, en el que dudaba de si tales leyes no conseguían precisamente el efecto contrario al que buscaban. Decía textualmente:

“La forma mediante la cual nuestras leyes intentan regular los gastos vanos y ociosos en carnes y ropaje, parece ser contraria al fin que persigue... Promulgar que solo los príncipes están autorizados a comer rodaballo, vestir terciopelo o encaje dorado, y prohibir al común de las gentes estas cosas, ¿Qué es eso sino colocar estos elementos en mayor estima, y hacer que todas las personas estén más ansiosas por comerlos y usarlos?”⁴⁷.

Pero más allá de este pragmatismo que consideraba contraproducente legislar sobre el consumo, estaban los teóricos de los beneficios del lujo, que comenzaron a abundar con las escuelas mercantilista y librecambista de la Edad Moderna. Así, David Hume o Adam Smith consideraban que el lujo estimulaba el crecimiento del comercio y de la industria y, por tanto, la potencia de una nación⁴⁸. Propugnaban de esa manera una mayor difusión social de la capacidad de gastar como motor de la economía, aunque ello conllevara, inevitablemente, cambios sociales. La mayoría de los llamados *ilustrados* eran también de esa opinión y reflejaban el cambio de mentalidad que había introducido el asentamiento progresivo del sistema capitalista. Consideraban que el poder político no debía tutelar en absoluto las haciendas privadas y que cada uno triunfaría o se arruinaría en función de sus propias aptitudes y de su capacidad de administrar su fortuna. Para ellos, el estado ya no tenía por qué poner palos que trabaran la rueda de la fortuna, que giraba cada vez más deprisa.

Tampoco pensemos que este fue un pensamiento unánime. Sin salir de España, mientras el allicantino Juan Sempere y Guarinos compilaba en 1788 su *Historia del lujo y de las leyes suntuarias*

46 López Álvarez (2006).

47 Román y Salamero, cap. XLIII (2003).

48 Brewer (1998). Cunningham (2005).

de España en la que solo pensaba en la rentabilidad económica que ese lujo podía traer a la nación e identificaba lujo con progreso⁴⁹, en el mismo año José de Espinosa y Brun escribía su *Discurso sobre el lujo de las señoras y proyecto de un traje nacional*, en el que, aun reconociendo los beneficios que traía el lujo, proponía una especie de proteccionismo indumentario para que las españolas vistieran de una forma especial, con tejidos y ornamentos que solo se fabricasen dentro del país, para que así la demanda que generasen no enriqueciese a otras naciones, sino solamente a la propia. Era una especie de patriotismo frente a una primera globalización, idea que no era tan rara en la época, cuando propuestas parecidas circulaban por otros países, como Suecia o Rusia, e incluso en Dinamarca aún se dictó la que seguramente es la última ley suntuaria propiamente dicha de Europa en 1783⁵⁰.

En todo caso, para entonces nadie dudaba de que la producción de mercancías caras y exclusivas fuera un acicate importante para el crecimiento económico. La Francia de Luis XIV ya había enseñado el camino, creando manufacturas de estado como las fábricas de cerámica de Sèvres o los tapices de Gobelinos, que serían luego imitadas también por los Borbones de España, con la Real Fábrica de Tapices o la de Vidrio de La Granja⁵¹. Los grandes estados absolutos, guiados por ministros de ideología mercantilista, favorecían de esta manera la producción nacional de objetos de lujo, muchos de los cuales –como la porcelana– habían sido importados hasta entonces de la lejana China por las Compañías de las Indias Orientales, especialmente la holandesa y la inglesa.

Para ellos, los dilemas morales que se podían derivar de que aquellas manufacturas solo las pudiera disfrutar una minoría no existían. Era más importante que el oro que salía de sus países al extranjero para comprar esos objetos se quedara en ellos y aún atrajera más de otros países rivales. Pero tanto los mercantilistas como los partidarios del librecambismo habían dejado de ver la ostentación básicamente como un peligro para el orden social. Ahora era sobre todo una oportunidad de negocio, de grandes negocios dado el alto precio de lo que se vendía. Esa es la imagen que se tiene hoy. Nadie parece discutir, por ejemplo, que el turismo que tiene que atraer un país volcado en él, como es España, debe ser un turismo de lujo, porque el de sol y playa, y mucho menos el de borracheras veraniegas, no sale rentable. Los ideales que se transmiten a través de las cadenas de televisión son los de una vida en la que se pueda disfrutar del lujo y de lo exclusivo, y no olvidemos el éxito internacional que tuvo en la época inmediatamente anterior a la crisis, y más concretamente entre 1998 y 2004, una serie como *Sexo en Nueva York*, que disfrazaba de un cierto feminismo el ideal de la mujer independiente, pero esclava de las marcas y de las grandes fiestas de Manhattan⁵².

La crisis ha vuelto a poner, sin embargo, en el ojo del huracán temas como este. Escándalos como el de las tarjetas *black*, que ha salpicado a miembros de todos los partidos y sindicatos, ha indignado a la gente tanto por la malversación de dinero público como también, reconozcámoslo, por los lujos excéntricos, y algunos abiertamente indecentes, que sus usuarios se permitían. En plena campaña electoral se ha vuelto a hablar también de cómo fiscalizar el lujo y no olvidemos que hasta 1986

49 Sempere y Guarinos (2000).

50 Álvarez Barrientos (2011).

51 Minard (2008). De la Calle Vian (2010). Helguera (1988).

52 Arthurs (2003).

había un impuesto sobre él que se derogó con la entrada en la Unión Europea y la llegada del IVA, pero incluso hoy, con los tipos diferentes del IVA, hay una batalla sobre qué se considera lujo y, por tanto, paga más IVA, y qué es bien de subsistencia y debería estar sometido al mínimo recargo. En definitiva, el lujo sigue siendo un caballo de batalla político hoy en día a escala internacional, en tanto si, pese a todas las propuestas, no se ha acabado todavía con los paraísos fiscales es porque detrás de ellos hay grandes fortunas que influyen de forma muy evidente sobre los poderes políticos.

Para concluir y tratando de dar respuesta a la pregunta que aparecía en el enunciado de esta intervención: el lujo ¿motor del crecimiento o camino hacia la ruina?, hay que aceptar que el lujo –que es algo que está concebido para distinguirse de los demás– es un concepto tan fluido que precisamente lo que consigue es que la rueda de la economía siga girando y eso, obviamente, entraña sus peligros desde el punto de vista de la estabilidad social. El lujo puede convertirse así en un acelerador involuntario de los cambios y sobre él no dejará nunca de pesar una reprobación ética que hoy en día ha adquirido nuevos matices, con la preocupación por el planeta y la sostenibilidad⁵³. Sin embargo, también hemos de pensar en la relación muy directa que ha habido siempre entre lujo y arte. En el pasado prácticamente no hubiera existido arte de no haberse realizado inversiones en él que, desde todo punto de vista, deben considerarse lujosas, y en el mundo posmoderno significativamente, el arte –que ya no tiene por qué estar hecho de materiales caros– se ha convertido en uno de los lujos por excelencia, simplemente por la firma del artista famoso y porque ciertas galerías y críticos internacionales le asignan un valor especial, lo que hace que esas obras se conviertan incluso en bienes refugio para los millonarios⁵⁴. Si el lujo es lo superfluo, hoy más que nunca lo superfluo rige nuestras vidas y tiene mucho sentido investigarlo y tratar de comprenderlo desde el prisma de las Humanidades y las Ciencias Sociales, como se lleva a cabo en los artículos contenidos en este volumen.

53 Todas las prevenciones contra el lujo han sido puestas de nuevo de manifiesto recientemente por autores conservadores de inspiración cristiana, como Cloutier (2015).

54 García Marsilla (2011).

Referencias bibliográficas

Álvarez Barrientos, J. (2011): «Eutrapelia y control de la distinción: el proyecto de traje nacional de 1788». En: Álvarez Barrientos, J. / Herrera Navarro, J. (eds.) (2011): *Para Emilio Palacios Fernández. 26 estudios sobre el siglo XVIII español*. Madrid: FUE, pp. 465- 488.

Arthurs, J. (2003): «Sex and the City and Consumer Culture: Remediating Postfeminist Drama». En: *Feminist Media Studies*, vol. 3, Issue 1, pp. 83-98.

Berg, M. (2015): *Luxury and Pleasure in Eighteenth Century Britain*. Oxford: Oxford University Press.

Berry, C.J. (1989): «Luxury and the Politics of Need and Desire: The Roman Case». En: *History of Political Thought*, vol. 10, n.º 4, pp. 597-613.

Berry, C.J. (1994): *The Idea of Luxury. A Conceptual and Historical Investigation*. Cambridge: Cambridge University Press.

Blondé, B. / Stobart, J. (eds.) (2006): *Buyers and Sellers. Retail Circuits and Practices in Medieval and Early Modern Europe*. Turnhout: Brepols.

Blondé, B. / Stobart, J. (eds.) (2014): *Selling Textiles in the Long Eighteenth: comparative perspectives from Western Europe*. Londres: Palgrave / MacMillan.

Blondé, B. / Van Damme, I. (2015): «Beyond the ‘Retail Revolution’. Trends and Patterns in 17th and 18th Century Antwerp Retailing». En: *Il Commercio al minuto. Domanda e offerta tra economia formale e informale. Secc. XIII-XVIII, Atti delle Settimane di Studi F. Datini*. Florencia: Firenze University Press, pp. 219-240.

Borau, C. (2003): *Els promotors de capelles i retaules a la Barcelona del segle XIV*. Barcelona: Pagès editors.

Bourdieu, P. (2002 [1979]): *La distinction. Critique social du jugement*. Madrid: Taurus.

Brewer, A. (1998): «Luxury and Economic Development: David Hume and Adam Smith». En: *Scottish Journal of Political Economy*, vol. 45, Issue 1, pp. 78-98.

Brown, J. (1986): *Velázquez: pintor y cortesano*. Madrid: Alianza.

- Carocci, S. (ed.) (2010): *La mobilità sociale nel Medioevo*. Roma: École Française de Rome.
- Chatriot, A. / Chessel, M. E. (2006): «L'histoire de la distribution, un chantier inachevé» En: *Histoire, Économie & Société*, 1, pp. 67-82.
- Cloutier, D. (2015): *The Vice of Luxury. Economic Excess in a Consumer Age*. Georgetown: Georgetown University Press.
- Colomer, L. (2001): «Paz política y rivalidad suntuaria. Francia y España en la isla de los Faisanes». En: *Arte y Diplomacia de la Monarquía Hispánica en el siglo XVII*. Madrid: Fernando Villaverde ediciones, pp. 61-88.
- Coudry, M. (2017): «Leyes suntuarias y comportamiento económico de las élites de la Roma republicana». En: *Anales de Historia Antigua, Medieval y Moderna* 51, pp. 23-39.
- Cunningham, A.S. (2005): «David's Hume Account of Luxury». En: *Journal of the History of Economic Thought*, vol. 27, Issue 3, pp. 231-250.
- De la Calle Vian, L. (2010): «La Real Fábrica de Tapices de Madrid: muerte y resurrección de un arte». En: *Anales de Historia del Arte*, 20, pp. 243-270.
- De Vries, J. (2009 [2008]): *La Revolución Industrial. Consumo y economía doméstica desde 1650 hasta el presente*. Barcelona: Crítica.
- Dejean, J. (2008 [2005]): *La esencia del estilo. Historia de la invención de la moda y el lujo contemporáneo*. Madrid: Nerea.
- Evangelisti, P. (2006): *I francescani e la costruzione di uno Stato. Linguaggi politici, valori identitari, progetti di governo in area catalano-aragonese*. Padua: EFR.
- Ferrer, V. (1971 [1934]): *Sermons* [ed. a cargo de Sanchis Sivera, J.]. Barcelona: Barcino.
- Fontaine, L. (2003): «The Circulation of Luxury Goods in Eighteenth Century Paris: social Redistribution and an Alternative Currency». En: Berg, M. / Eger, E. (eds.) (2003): *Luxury in the Eighteenth Century*. Londres: Palgrave Macmillan, pp. 89-102.
- Franceschi, F. / Molà, L. (2005): «L'economia del Rinascimento: dalle teorie della crisi alla 'preistoria del consumismo'». En: Fantoni, M. (ed.) (2005): *Il Rinascimento italiano e l'Europa, I, Storia e storiografia*. Treviso-Costabissara: Fondazione Cassamarca-Angelo Colla Editore, pp. 185-200.

- Furió, A. (1982): *Camperols del País Valencià*. Valencia: Edicions Alfons el Magnànim.
- Garay, J. de (1992): «Algunas consideraciones acerca del lujo». En: *Thémata. Revista de Filosofía*, n.º 10, pp. 469-499.
- García Fernández, M. (2009): «Entre paños y algodones, petimetres y castizas ¿La nueva moda en el arca se vende?». En: García Hurtado, M.R. (coord.) (2009): *La vida cotidiana en la España del siglo XVIII*. Madrid: Sílex, pp. 125-154.
- García Marsilla, J.V. (1996-1997): «El poder visible. Demanda y funciones del arte en la corte de Alfonso el Magnánimo». En: *Ars Longa. Cuadernos de Arte*, n.º 7-8, pp. 33-47.
- García Marsilla, J.V. (2008): «La vida de las cosas. El mercado de objetos de segunda mano en la Valencia bajomedieval». Ponencia al Congreso *Pautes de consum i nivells de vida al món rural medieval* (Valencia, 18-20 de septiembre de 2008). En: <www.uv.es/consum/marsilla.pdf>.
- García Marsilla, J.V. (2011): «Art, mercat i societat. Mil anys de relacions i interferències». En: *Afers*, n.º 70, pp. 579-583.
- García Marsilla, J.V. (2015): «Ordenando el lujo. Ideología y normativa suntuaria en las ciudades valencianas (siglos XIV y XV)». En: Brouquet, S. / García Marsilla, J.V., (eds.) (2015): *Mercados del lujo, mercados del arte. El gusto de las élites mediterráneas en los siglos XIV y XV*. Valencia: PUV, pp. 561-591.
- García Marsilla, J.V. (2017): «La moda no es capricho. Mensajes y funciones del vestido en la Edad Media». En: *Vínculos de Historia*, n.º 6, pp. 71-88.
- García Marsilla, J.V. / Navarro, G. / Vela, C. (2015): «Pledges and Auctions: The Second-Hand Market in the Late Medieval Crown of Aragon». En: *Il Commercio al minuto. Domanda e offerta tra economia formale e informale. Secc. XIII-XVIII, Atti delle Settimane di Studi F. Datini*. Florencia: Firenze University Press, pp. 295-319.
- Gérard-Marchant, L. et al. (2013) : *Draghi rossi e querce azzurre. Elenchi descrittivi di abilit di lusso (Firenze 1343-1345)*. Florencia: Sismel-Edizioni del Galluzzo.
- Giorgi, A. (2013): *De la vanidad y de la ostentación. Imagen y representación del vestido masculino y el cambio social en España, siglos XVII-XIX*. Murcia: Universidad de Murcia.
- Giorgi, A. (2016): *España viste a la francesa. La historia de un traje de moda de la segunda mitad del siglo XVII*. Murcia: Editum.

- González Arce, J.D. (1998): *Apariencia y poder. La legislación suntuaria castellana en los siglos XIII-XV*. Jaén: Universidad de Jaén.
- Gorman, R.J. / Gorman, B.V. (2014): *Corrupting Luxury in Ancient Greek Literature*. Ann Arbor: University of Michigan Press.
- Haidt, R. (1999): «Fashion, effeminacy, and homoerotic desire (?) the question of the ‘Petimetres’». En: *Letras peninsulares*, vol. 12, n.º 1, pp. 65-80.
- Helguera, J. (1988): «La Real Fábrica de Vidrios de San Ildefonso: una aproximación a su historia económica». En: *Vidrio de La Granja de San Ildefonso*. Madrid: Ministerio de Cultura, pp. 57-104.
- Héliès-Hassid, M.L. (2000): «‘Au bonheur des dames’ ou la leçon de commerce de M. Zola»- En: *Décisions Marketing*, n.º 20, pp. 35-46.
- Hennessy, S. (2008): «Consumption and Desire in ‘Au bonheur des Dames’». En; *The French Review*, vol. 81, n.º 4, pp. 696-706.
- Hunt, T. (2016): «The Prince of Whales: Caricature, Charivari and the Politics of Morality». En: Shirley, M.H. / Larson, T.E., (2016): *Splendidly Victorian: Essays in Nineteenth and Twentieth Century British History in Honour of Walter L. Arnstein*. Nueva York: Routledge, pp. 11-44.
- Kelly, I. (2006): *Beau Brummell. The Ultimate Man of Style*. Nueva York: Free Press.
- Kirtio, L. (2011): «‘The inordinate excess in apparel’: Sumptuary Legislation in Tudor England». En: *Constellations*, vol. 3, n.º 1, pp. 17-29.
- Lindow, J.R. (2005): «For use and Display: Selected Furnishings and Domestic Goods in Fifteenth-century Florentine interiors». En: *Renaissance Studies*, vol. 19, Issue 4, pp. 634-646.
- Lipovetsky, G. / Roux, E. (2012 [2003]): *El lujo eterno. De la era de lo sagrado al tiempo de las marcas*. Barcelona: Anagrama.
- López Álvarez, A. (2006): «Coches, carrozas y sillas de mano en la monarquía de los Austrias entre 1600 y 1700: evolución de la legislación». En: *Hispania*, vol. LXVI, n.º 224, pp. 883-908.
- Maceri, S. (2009): «El concepto de riqueza en Platón en tanto impedimento para el Estado justo». En: *Energeia*, vol. 5, n.º 1, pp. 165-184.

- Maclaran, P. (2012): «Marketing and Feminism in Historic Perspective». En: *Journal of Historical Research in Marketing*, vol. 4, Issue 3, pp. 462-469.
- Magdalena Lorente, A.M. (1980): «El plato de los pobres vergonzantes de la parroquia de santa María del Mar». En: Riu, M., (ed.) (1980): *La pobreza y la asistencia a los pobres en la Cataluña medieval*, vol. 2. Barcelona: CSIC, pp. 171-188.
- Malanima, P. (1990): *Il lusso dei contadini: consumi e industrie nelle campagne toscane del Sei e Settecento*. Bologna: Il Mulino.
- Marseille, J. (dir.) (1997): *La révolution commerciale en France. Du «Bon Marché» à l'hypermarché*. Paris: Le Monde Éditions.
- Mckendrik, N. / Brewer, J., / Plumb, J. H. (1982): *The Birth of a Consumer Society: The Commercialization of Eighteenth Century England*. Londres: Hutchinson.
- Meneghin, A. (2015): «The Trade of Second-Hand Clothing in Fifteenth-Century Florence. Organisation, Conflicts and Trends». En: *.Il Commercio al minuto. Domanda e offerta tra economia formale e informale. Secc. XIII-XVIII, Atti delle Settimane di Studi F. Datini*. Florencia: Firenze University Press, pp. 319-336.
- Miller, M.B. (1981): *The Bon Marché. Bourgeois Culture and the Department Store, 1869-1920*. Princeton: Princeton University Press.
- Minard, P. (2008): «Économie de Marché et État en France: mythes et légendes du Colbertisme». En: *L'Economie Politique*, n.º 37, pp. 77-94.
- Montoya Ramírez, M. I. (coord.) (2008): *Moda y sociedad. La indumentaria: estética y poder*. Granada: Universidad de Granada.
- Morley, J. (2003): *The Making of the Royal Pavilion, Brighton: Design and Drawings*. Londres: Philip Wilson Publishers.
- Muñoz, D. (2018): *Los escaparates de la moda. Sistemas de comercialización, espacios de consumo y oferta textil en la Valencia preindustrial (1675-1805)*. Madrid: Sílex.
- Muzzarelli, M.G. (1996): *Gli inganni delle apparenze. Disciplina di vesti e ornamenti alla fine del Medioevo*. Turín: Scriptorium-Paravia.

- Muzzarelli, M.G. (2016): «Let the Great Evil of these Vanities Be Known”: Preaching against Luxury and Futility». En *_ Przegląd Tomistyczny*, XXII, pp. 231-247.
- Muzzarelli, M.G. / Campanini, A., (eds.) (2003): *Disciplinare il lusso. La legislazione suntuaria in Italia e in Europa tra Medioevo ed Età moderna*. Roma: Carocci.
- Natale, M. (ed.) (2001): *El Renacimiento mediterráneo: Viajes de artistas e itinerarios de obras entre Italia, Francia y España en el siglo XV*. Madrid: Fundación Thyssen-Bornemisza.
- North, G. (1988): *Puritan Economic Experiments*. Tyler (Texas): Institute for Christian Economics.
- Olorenshaw, E. (2011-2012): «Luxury and the Recent Economic Crisis». En: *Vie & Sciences de l'Entreprise*, n.º 188, pp. 72-90.
- Outka, E. (2005): «Crossing the Great Divides: Selfridge, Modernity and the Comomdified Authentic». En: *Modernism/Modernity* vol. 12, n.º 2, pp. 311-328.
- Pérez Suescun, F. (2011): «A propósito de la Paz de los pirineos: topografía, logística y escenografía de las entregas de princesas en el río Bidasoa». En: Jiménez Estrella, A. / Lozano Navarro, J. (2011): *Actas de la XI Reunión Científica de la Fundación Española de Historia Moderna*. Granada: Universidad de Granada, pp. 509-521.
- Purdy, D. (ed.) (2004): *The Rise of Fashion: A Reader*. Minneapolis: University of Minnesota Press.
- Redondo, A. (1993): «Texto literario y contexto histórico-social: del *Lazarillo* al *Quijote*». En: García-Martín, M. (ed.) (1993): *Estado actual de los estudios sobre el Siglo de Oro*. Salamanca: Ediciones de la Universidad de Salamanca, pp. 95-116.
- Rey Hazas, A. (1996): «El *Quijote* y la picaresca: la figura del hidalgo en el nacimiento de la novela moderna». En: *Edad de Oro*, n.º 15, pp. 151-160.
- Riera i Sans, J. (2003): «Els heralds i les divises del rei Martí (1356-1410)». En: *Paratge. Quaderns d'estudis de genealogia, heràldica, sigil·lografia i nobiliària* 14, pp. 41-62.
- Román y Salamero, C. (2003): *Ensayos de Montaigne seguidos de todas sus cartas conocidas hasta el día*. Alicante: Biblioteca Virtual Miguel de Cervantes, cap. XLIII.
- Rosivach, V. J. (2006): «The Lex Fannia Sumptuaria of 161 BC». En: *Classical Journal*, vol. 102, n.º 1, pp. 1-16.

- Ruiz Sánchez, J. C. (2018): «El lujo ilustrado vs. el lujo hiperdomoderno: el asunto moral del lujo». En: *Ámbitos. Revista de Estudios de Ciencias Sociales y Humanidades*, n.º 39, pp. 93-101.
- Sánchez Márquez, C. (2011): «Fortuna velut Luna': Iconografía de la *Rueda de la Fortuna* en la Edad Media y el Renacimiento». En: *eHumanista*, n.º 17, pp. 230-253.
- Sempere y Guarinos, J. (2000): *Historia del lujo y de las leyes suntuarias de España*, [ed. a cargo de J. Rico]. Valencia: Institució Alfons el Magnànim.
- Som, A. / Blanckaert, C. (2015): *The Road to Luxury. The Evolution, Markets and Strategies of Luxury Brand Management*. Singapur: Wiley.
- Sombart, W. (2012 [1992]): *Lujo y capitalismo*. Madrid: Sequitur.
- Thrupp, S. (1941): «Social Control in the Medieval Town». En: *The Journal of Economic History*, n.º 1, pp. 39-52.
- To Figueras, Ll. (2016): «Wedding trousseaus and cloth consumption in Catalonia around 1300». En: *The Economic History Review*, n.º 69/2, pp. 522-547.
- Torras, J. / Yun, B. (eds.) (1999): *Consumo, condiciones de vida y comercialización. Cataluña y Castilla, siglo XVII-XIX*. Valladolid: Junta de Castilla y León.
- Villanueva Morte, C. (2014): «Sobre el lujo femenino en el Aragón bajomedieval». En: García Hertero, M. C. / Pérez Galán, C. (coords.) (2014): *Mujeres de la Edad Media, Actividades políticas, socioeconómicas y culturales*. Zaragoza: Institución «Fernando el Católico», pp. 241-268.
- Welch, E. (2009 [2005]): *De compras en el Renacimiento. Culturas del consumo en Italia, 1400-1600*. Valencia: PUV.
- Williams, L. (2009): «España y Francia cara a cara en la frontera: alardes de poder y la Paz de los Pirineos». En: Jané, O. (ed.) (2009): *El Tractat dels Pirineus a l'Europa del segle XXI, un model en construcció?: Actes del Congrés*. Barcelona: Museu d'Història de Catalunya, pp. 161-176.
- Witthoft, B. (1982): «Marriage Rituals and Marriage Chests in Quattrocento Florence». En: *Artibus et Historiae*, vol. 3, n.º 5, pp. 43-59.
- Yeoman, I. / McMahon-Beattie, U. (2010): «The Changing Meaning of Luxury». En: Yeoman, I. / McMahon-Beattie, U. (eds.) (2010): *Revenue Management: A Practical Pricing Perspective*. Basingstoke: Palgrave MacMillan, pp. 62-85.