

Celestina* o el intercambio simbólico: algunas consideraciones sobre la lógica social del consumo en la *Tragicomedia de Calisto y Melibea

Raúl Álvarez-Moreno
University of British Columbia

De todos los objetos que contiene el conocido cuadro de Van Eyck *Retrato del matrimonio Arnolfini* (1434), siempre llamaron mi atención las naranjas. Realzadas por la luz suave que penetra desde la ventana y sujeta su presencia a diversas interpretaciones, sin duda transmiten, como lujo mediterráneo, la abundancia y el poder de su poseedor en la Brujas del siglo XV. De forma similar, la “fruta nueva” que Celestina, en la cumbre de su influencia social, gozaba en su casa antes que otros supieran incluso que era “nascida,” está abierta a más de un sentido, y es también recordada para marcar abundancia y poder pasados en la ciudad (Rojas 236).¹ En ambos casos, la posesión y total disponibilidad de un objeto consumible y no accesible a “otros” diferencia frente a los mismos, con los que además se está en competencia directa según implican las palabras de la alcahueta: “que yo primero no gozase” (Rojas 236, énfasis mío). Tampoco debe pasarse por alto en el ejemplo celestinesco el hecho de que consumo (gozar la fruta) y producción (vendérsela supuestamente a una preñada antojadiza) se presenten como posibilidades integrantes de un mismo proceso, si bien estimamos que el primero –consumo– precede a la segunda –producción– a lo largo de la obra.

En línea con lo anterior, si traspasamos a lo literario el principio de que detrás de todo gran fenómeno histórico se esconde un secreto financiero, creo posible postular de forma aceptable al consumo –en ósmosis con la producción, dentro de un marco social– y en relación con elementos como el deseo, el goce, la posesión o el intercambio, como el fenómeno económico que más claves puede aportar para un mejor discernimiento de *Celestina*.² Así, tras subrayar la relevancia y las particularidades contextuales de lo económico-social que afectan a la *Tragicomedia*, caracterizaremos el consumo para tratar de delimitar el proceso social e ideológico sobre el que se sostiene y adquiere significado en la obra. Finalmente, desde esa lógica, avanzaremos una explicación del sentido de la destrucción a la que, según Julio

¹ Sin entrar en el posible significado erótico del fragmento, la mera literalidad puede ser también ambivalente, haciendo referencia a frutas que todavía no han crecido o madurado y no están disponibles en la ciudad, aunque sí tempranamente para Celestina; o tratarse de frutas “exóticas” no comunes o desconocidas en Castilla y traídas, por ejemplo, desde el antiguo reino de Granada. La frase posterior, “En mi casa se avía de allar, si para alguna preñada se buscasse” (Rojas 236), parece decantar al texto hacia el primer sentido al anular la connotación de existencia en el término “nascida,” si bien la segunda interpretación no es totalmente descartable.

² Sin adscribirnos necesariamente a la teoría económica clásica o marxista, sí asumimos en nuestra propuesta la premisa de que muchas decisiones disfrazadas de ideología son en realidad económicas, aunque esto pueda contribuir al “break-down of the cultural consensus about how to explain and direct human actions” (see Melling and Barry8).

Rodríguez Puértolas, parece abocado todo en el mundo celestinesco (*Literatura* 155).

Resulta casi una perogrullada insistir en el ascendente de la economía en una obra, que ya en el prólogo vincula su discurso contencioso con el crecimiento económico, y que se cierra aconsejando al receptor sobre su lectura con una metáfora mercantil.³ Si miramos a la crítica, Peter Dunn ve el lenguaje del comercio y sus metáforas en el texto dentro de una cosmovisión articulada sobre la evasión del pago y la obligación de realizarlo (415), mientras Mary M. Gaylord considera el mundo celestinesco una feria en la que “commercial language is the language of *La Celestina*” (3). Por su parte, José A. Maravall explica la obra como el drama de una crisis social y moral que tiene su causa en los cambios económicos y culturales de la sociedad del XV (*El mundo* 18), a la vez que Rodríguez-Puértolas encuentra su clave en las nuevas relaciones de producción, que asociadas a la aparición de la burguesía, trastocan todo el sistema social y de valores tradicionales (*Literatura* 159).

Aún tomando como *caveat* los reparos de Peter E. Russell a la pretensión de Maravall de que los cambios económicos y sociales coincidan con los de la sociedad española del XV (126), convenimos con Alan Deyermond en que al menos sí parecen corresponder a los de la sociedad presentada por Rojas (299). En nuestra opinión, muchas tendencias descritas por Maravall se observan en la sociedad castellana incluso antes, como muestran tratados como el *Memoriale virtutum* (1422) de Alonso de Cartagena o las leyes suntuarias, aunque la intensificación literaria de las mismas en *Celestina* compense una realidad extraliteraria en la que tuvieron menor alcance que en Italia, Flandes o el Hansa.⁴ El paralelismo con otros países europeos es además difícil de calibrar por las complicadas y multidireccionales transformaciones económico-sociales que Castilla experimentó con los Reyes Católicos. Pues, si bien es verdad que la estatalización y tipificación legales, la monetarización, el ordenamiento impositivo, la relativa paz entre bandos urbanos, la mayor seguridad en los caminos, la mejora de las comunicaciones marinas, la implantación del ducado de oro, la regulación de las ferias o el avance demográfico prolongaron la fase dinámica de crecimiento y un capitalismo incipiente ya visibles en reinados anteriores, la estabilidad política vino con un alto precio para la economía. Como Massimo Perrotta ha mostrado, Isabel y Fernando reforzaron políticamente el estado a base de ceder ante los intereses financieros de la aristocracia, produciéndose una refeudalización de la economía y sociedad españolas, que antes incluso de la llegada del oro americano había ya fijado el patrón consumista de lo que en historia económica se denomina

³ “¿Aquel mudar de trajes, aquel derribar y renovar edificios y otros muchos affectos diversos y variedades que desta nuestra flaca humanidad nos provienen?” (Rojas 80). “No dudes ni ayas vergüenza, lector,/ narrar lo lascivo que aquí se te muestra,/ que siendo discreto, verás que la muestra/por donde se vende la honesta labor...” (Rojas 343-44).

⁴ Para el *Memoriale*, véase el excelente epígrafe que Luis Fernández Gallardo dedica en su tesis al tratamiento del dispendio en relación con la magnificencia por Alfonso de Cartagena (II, 564-70). Durante la época de los Reyes Católicos se promulgaron cuatro pragmáticas sobre el gasto suntuario, en Segovia (1494), Toledo (1499), Sevilla (1500), y Burgos (1515) (ver Sempere 1-22).

“negative example of Spain” (114-38).⁵

Esta inhibición política a cambio de privilegios económico-sociales supuso una gran victoria ideológica señorial, pues legitimó y reforzó a una aristocracia en crisis y sus modos durante muchos años por venir. La guerra de Granada fue decisiva en el endeudamiento congénito de la monarquía española, aunque la secuela fundamental de la dominación aristocrática fue el principio del declive gradual de las clases productivas, como el campesinado y, especialmente, la clase media artesana y mercantil urbana.⁶ La involutiva desarticulación de la “burguesía,” que diferenció a Castilla de otros países europeos, fue paulatina y no impidió al reino verse afectado por la nueva economía capitalista.⁷ Las ciudades castellanas, dominadas por un patriciado compuesto de baja nobleza y aristocracia de caballeros, siguieron creciendo y ganando importancia hasta mediados del XVI. Asimismo, los avances de la economía dineraria y la interiorización gradual del dinero como elemento de intercambio y frente al que se establece el valor, es algo que la sociedad de su tiempo comparte con *Celestina* (ver Gaylord 3).⁸ En resumen, la época en la que se gesta la obra no es la de la imposición de una ideología, cultura y sociedad burguesas en la

⁵ “The Spanish historians of our time have produced an enormous number of valuable studies on Spanish social structure in the fifteenth, sixteenth and seventeenth centuries. These studies explain many of the causes of modern Spain’s decline. According to the interpretation that most commonly emerges, the decisive social struggles which determined the features of the nation for the following centuries can be traced back to the second half of the fifteenth century. In that period the Catholic kings managed to obtain the recognition of their political supremacy over the feudal classes, provided they acknowledged and left intact the latter’s economic and social power. The power of the aristocracy was reinforced at the beginning of the sixteenth century by laws which enforced primogeniture, making it stricter (Leyes de Toro, 1505) and which tightened the aristocratic hierarchy (1520)” (Perrotta 146).

⁶ “The feudal lords gained control of lands not through a capitalist-style private takeover, but thanks to the extreme reinforcement of their feudal supremacy. They used all means available to expropriate the fields of smallholders and peasants under intensive cultivation; they prevented the establishment in Spain of woollen mills (and thus of the other factories that would have followed) because they found better prices for their wool abroad; they obtained in various ways –often fraudulently– very broad tax exemptions, which, added to the total exemption enjoyed by the vast properties owned by the Church, forced the State to put pressure on the productive classes, pushing most of them into bankruptcy...Merchants, artisans and farmers became weaker and weaker, dogged as they were by the combined greed of the devourers of wealth” (Perrotta 114). Otros aspectos, como las presiones del *lobby* de la Mesta, el paso de riqueza productiva a pasiva por las confiscaciones de la Inquisición a mercaderes y artesanos conversos, o la propia expulsión de los judíos agravaron esta tendencia.

⁷ Más centradas cada vez en la mera exportación de materias primas y con una proporción ascendente de extranjeros entre sus filas, aún existe en el último tercio del XV un número notable de fortunas burguesas, a veces provenientes del mercadeo con Europa.

⁸ La transformación se aprecia muy bien en las listas de montazgos castellanos aprobadas por los Reyes Católicos, cuyas tarifas en 1485 requieren pagos en especie, algo que ya ha cambiado en la lista de 1495, cuando los pagos han de hacerse en metálico (Maravall, *Estado moderno* II, 61). La misma dualidad la tenemos en Calisto, que paga a Celestina en metálico –cien monedas de oro– y en especie –manto, cadena–, pago último del que se queja Pármeno a causa de su indivisibilidad. Más ejemplos de la valoración del dinero en la obra, apuntando a una diferencia de fase con respecto a López de Ayala o Juan Ruiz, nos los proporciona el propio Maravall (ver *El mundo* 58).

ciudad, sino la de un momento transitorio y complejo, que no durará mucho en los mismos términos, durante el que confluyen tres aspectos: una incipiente clase artesana y mercantil urbana con cierta pujanza pero ya en proceso de declive sin haber alcanzado su potencial y que contrasta con el gradual ascenso de un grupo letrado funcional o profesional; unas prácticas burguesas básicas que la realidad impone y se filtran inevitablemente en toda la sociedad, incluidas las clases bajas urbanas, letrados y nobleza; y la imposición, reforzamiento y extensión de los valores sociales nobiliarios y caballerescos –algo que no es exclusivo de España–, como ideología de prestigio al resto de los grupos sociales urbanos.

El auge del consumo durante el siglo XV, ayudado por circunstancias concretas como las referidas, fue el resultado de una mayor oferta proveniente de un incremento general en el comercio y en la producción.⁹ La mejora en la disponibilidad de bienes produjo dos movimientos graduales en los hábitos de consumo, uno horizontal y otro vertical, que aunque todavía limitados merecen tenerse en cuenta. Por un lado, cada vez más elementos nuevos o lujosos consumidos de forma especial, pasaron a ser o desearse como “everyday commodities” (Melling and Barry19). Por otro, se dio un giro gradual en muchos productos, que pasaron de ser exclusivamente consumidos por la aristocracia civil o religiosa a ser consumidos también por otras clases, obviamente en la distinta medida de sus posibilidades (Perrotta 7). También contribuyó al consumo de lujo y novedades el deseo de la nobleza, y muchas veces del clero, de distinguirse de otras clases con poder adquisitivo como mercaderes, artesanos, comerciantes, juristas, notarios o doctores, al mismo tiempo que el deseo de estas últimas de asimilar y rivalizar dentro de las pautas sociales aristocráticas de prestigio. Esta marcación social positiva del consumo frente a la acumulación y la producción, que después analizaremos con más detalle, creó una espiral de gasto ostentoso a la que Isabel y Fernando intentaron poner remedio sin éxito.¹⁰ Las razones, con la excusa del bien común, trataban de evitar la salida del oro y plata por tratarse muchos de productos importados, si bien las leyes no son ajenas al efecto subversivo que este gasto suponía en la delimitación social para la aristocracia, la principal perjudicada de que “súbditos y naturales” no midiesen “sus gastos cada uno con su estado, ni con su

⁹ De nuevo las leyes suntuarias y otros textos dan fe del crecimiento generalizado del consumo, que afectó sobre todo a viviendas, comidas, vestidos y guarniciones, y se prodigó en bodas, bateos, nombramientos, adquisición de grados académicos, reuniones sociales (donde se critica la contratación de cómicos), sin que se librasen los funerales, con los “lutos y gastos excesivos que en ellos se facen, e en el quemar de la cera desordenadamente” (*Pragmática 1494*, cit. Sempere 20). Maravall ofrece también varios ejemplos, relacionados con los gustos culinarios y la complicación de las comidas, la fiebre constructora, o todo lo relacionado con los productos femeninos (ver *El mundo*, 33, 63 y 64).

¹⁰ “Más a pesar de todo esto, el lujo continuó en aumento, burlando todos los esfuerzos con que aquellos Reyes procuraron contenerlo. La cronología de las leyes suntuarias de aquel reinado, lejos de manifestar su buen efecto, prueba por el contrario la constante oposición que había en los pueblos a obedecerlas, y las invenciones y modas con que procuraba indemnizarse el capricho y la vanidad de las trabas con que se intentaba contener” (Sempere 2). “Spain is the only one among the great mercantilist nations in which the contest between aristocratic luxury, financed by rent from estates, and middle-class luxury, financed by profits, was won by the nobles” (Perrotta 151).

manera de vivir” (*Pragmática 1494*, cit. Sempere 3). En esta tesitura parece plausible la extensión de estos hábitos a las clases subalternas por contagio, como propone Maravall tanto para *Celestina* como para la sociedad urbana de su tiempo (*El mundo* 69).

El contexto provisto por el dominio ideológico aristocrático en las prácticas sociales, y el aumento general del consumo no deben ser obviados a la hora de ver *Celestina* como una de las obras españolas donde mejor se aprecia la creación de valor en el dispendio en tanto que objeto condicionador de las relaciones entre los personajes. La sociedad creada por Rojas es un orden dictado en buena parte por la consecución del placer mediante el consumo, un espacio destinado al mismo cuya “empresa” es la creación de las condiciones para que se produzca: “yo quiero tomar la empresa de cumplir tu deseo,” dirá Sempronio a Calisto al principio (Rojas 102). Esto no implica que la producción no sea importante (ver Rodríguez Puértolas, *Literatura* 158-59); o que nos apuntemos sin más a la tendencia en historia económica que, frente a la tradicional crítica marxista centrada en la producción, pone el énfasis en el consumo como clave del capitalismo.¹¹ Más bien, se trata de pensar en ambos como partes un mismo fenómeno, cuyos límites son constructos culturales y están conformados por concepciones cambiantes de lo económico y lo cultural.¹² Igualmente relevante para nosotros es que el cuestionamiento de lo dual se extienda a la diferencia entre consumo productivo y no productivo.¹³ Uno de los primeros estudiosos que, con una aproximación sociológica, se movió desde la orientación productivista al consumo para explicar el capitalismo fue Thorstein Veblen. Sus conceptos de “conspicuous consumption” y “conspicuous leisure” fueron aplicados por Maravall a la sociedad castellana del XV y a *Celestina* como fundamentos de una clase ociosa de nuevos ricos entre los que se contaría Calisto (ver *El mundo* 28-32). Nuestro acercamiento problematiza lingüísticamente su esquema sociológico, sin discutir ningún mérito a Maravall, con el que coincidimos en tanto pero discrepamos en la composición y asiento ideológico de los “ociosos honorables,” la improductividad del gasto ostentoso y la concepción resultativa de la ostentación (tomados de Veblen), la victimización del subalterno o su explicación final moral. Asimismo, esta propuesta hace extensible a otros elementos de la obra análisis como el realizado por A. Deyermond sobre Melibea dentro de los parámetros del consumo.

Para desde estas valiosas aportaciones anteriores, abrir diferentes vetas en la compleja lógica del consumo que funciona en *Celestina*, creo necesario fijar algunas premisas que afectan al fenómeno en general. Primeramente el consumo,

¹¹ Quizás el mejor ejemplo del foco en la producción, para caracterizar la modernidad económica, sea el influyente sociólogo Max Weber (ver Castiglione 166-67).

¹² “Production and consumption are linked together, but, considered jointly, it does not seem difficult to study them as one might study an elementary operation relatively independent of that which it is not” (Bataille 19).

¹³ “But real life, composed of all sorts of expenditures, knows nothing of purely productive expenditure; in actuality, it knows nothing of purely nonproductive expenditure either” (Bataille 12).

especialmente el conspicuo, no lo conduce la satisfacción de una necesidad sino de un deseo.¹⁴ Eso quiere decir que tanto la pasión de Calisto, como el apetito de los criados por su pernil y tórtolas, contienen un mecanismo que difiere de la mera satisfacción de necesidades primarias. Los deseos además, son contruidos, culturales, pendientes de una dimensión social y resultado de una ideología, lo que impugna la asunción de que el consumo es un proceso natural solo guiado por la disponibilidad de bienes.¹⁵ El deseo y el consumo son hábitos, modos de actividad experimentados, que a la vez son permitidos y constreñidos significativamente por un sistema social y cultural (incluido el amor cortés), y dentro de una circunstancia histórica. Por ende, todo acto de consumo significa algo socialmente, a la vez que clasifica o nos dice algo de quién consume o es consumido. El ciclo del deseo se mantiene alrededor de la esperanza posibilista última de accesibilidad al objeto (no es imposible), y de una tensión entre seducción y moralidad que marca su elección.¹⁶ Por ejemplo, la determinación social de Melibea como objeto de deseo no es indiferente a si se tiene el derecho o la legitimidad para perseguirla, lo que implica un papel activo –autosedución– del sujeto (Calisto o Sempronio) en su construcción dentro del sistema cultural en el que interactúa. La (auto-)seducción, aunque llama al control/posesión del objeto de consumo, encuentra placer y excitación en el exceso y en la pérdida de control (a veces el peligro) inherente al propio deseo, lo que choca de entrada con las distintas manifestaciones de moralidad clásica cristianizada de la razón, la prudencia, el punto medio, el conformarse con poco o el vencimiento de uno mismo presentes en el discurso ético del siglo XV.¹⁷

En esta dinámica sistémica y social se insertan los objetos de deseo, configurados valorativamente en interdependencia unos con otros. Calisto desea a Melibea frente a otras, y lo que desea o consume Calisto condiciona lo que desea consumir Sempronio, no siendo las preferencias de ninguno independientes.¹⁸ Esto es posible porque, en

¹⁴ “There is also a spreading consensus that much, if not all, consumption has been quite wrongly characterized as involving distanced processes of need fulfillment, utility maximization, and reasoned choice” (Belk, Ger, and Askegaard 326). “The question of consumption is not clarified by the concept of needs, nor by theories of their qualitative transformation, or their massive extension (Baudrillard, *For a Critique* 85).

¹⁵ “The desire to consume, both material goods in general and specific items in particular, is itself produced” (Melling and Barry 20).

¹⁶ Consideramos la indignidad de Calisto, que hace que no tenga esperanza de alcanzar a Melibea, una pose dentro de su papel de amante cortés (Rojas 95). Su deseo es posibilista, de ahí no solo que le hablara antes sino que enseguida recupere sus expectativas ante el ofrecimiento de Sempronio de ayudarle a lograr el deseado fin: “¿Cómo as pensado de hazer esta piedad?” (Rojas 103).

¹⁷ Por ejemplo, la idea de Calisto de quebrar las puertas de Pleberio (Rojas 262) es un típico ejemplo de lo que la ética aristotélica denominaba *akrasia*, o actuación contra el mejor juicio y el interés propio por la fuerza del deseo.

¹⁸ Este aserto cuestiona la tradicional consideración de Calisto como un ser egoísta, narcisista, fuera de la sociedad y centrado solo sobre sí mismo. En tanto que consumidor de Melibea esto resultaría inexacto, ya que el deseo que mueve el consumo es una pasión en un cuerpo que implica la búsqueda de la otredad.

realidad, no se consumen cosas o personas sino signos dentro de un sistema y, por tanto, el propio sistema en el que adquieren significado, e incluso la misma relación entre sus elementos. Las cosas son deseadas y consumidas por lo que significan, y el consumidor ha de conocer el código en el que adquieren significación. Esta significación es conseguida performativamente en oposición a otras cosas, lo que en el acto de consumo entraña una transmutación abstracta de valor desde lo funcional (“use value”) y lo intercambiable (“exchange value”) a lo sígnico (“sign value”) (ver Baudrillard, *For a Critique* 113).¹⁹ Obviamente, la intensidad del intercambio performativo y la distribución de valor hacia lo sígnico aumentan en una sociedad cuyo sistema de valores está en una transformación conflictiva; en otras palabras, cuanto mayor es el número de “honras adquiridas,” como las de Pleberio (Rojas 337), frente a las heredadas, “mejor es el uso de las riquezas que la posesión de ellas,” como apunta Sempronio (Rojas 130).

La premisa expuesta de la lógica del signo como la del consumo en *Celestina* tiene dos consecuencias metodológicas fundamentales. Primero, la complicación de la diferencia como único significado o valor estatutario producido por el intercambio (“comunicación”) y oposición, algo que asumía sin problema Maravall. Pues si bien es cierto, que el consumo discrimina al individuo frente a miembros de otra clase (distinción vertical), también lo hace frente a los de la suya (distinción horizontal). A esto se une la diferencia de sí mismo que promete al sujeto, por incluir el deseo hacia lo consumible una transformación a mejor frente a un yo anterior, una promisión de alteridad, una conciencia de sí vivificante que se relaciona con la afirmación de la identidad.²⁰ Esta búsqueda multidireccional de la diferencia no tiene fin, por eso los objetos de consumo no sacian el deseo, y la siempre latente pregunta de cuánto hubieran durado las visitas de Calisto, en caso de no haber encontrado la muerte, tiene una respuesta simple de aceptarse el patrón consumista: mientras le hubieran permitido seguir diferenciándose. La cosa se complica más aún, por añadir el consumo a la integración junto a la diferencia, como producción semántica y función social inmediata.²¹ Al consumir, el individuo busca afirmarse estableciendo relaciones de distinción, pero también de inclusión junto a otros (normalmente idealizados o incluso literarios), por mimetismo y en respuesta a un sentimiento de pertenencia.²² El consumo mimético supone pérdida de identidad en la inclusión, haciendo falaz el

¹⁹ Esta conversión se aprecia bien en el consumo del cordón de Melibea por Calisto. Su valor de uso como complemento ceñidor e incluso objeto de culto religioso, pasa a valor de intercambio (en albricias por manto y sayo), prolongándose a valor de signo con su abstracción, mediante el trato fetichista de Calisto (Rojas 184-87).

²⁰ “Aparentemente, la realización del ser humano se consigue gracias a la acción, que se traduce no solo en el ansia y en el goce de vivir, sino también en la intensidad de éste” (Rodríguez Puértolas, *Literatura* 150).

²¹ “It seems that the norm of consumption attitudes is simultaneously distinction and conformity” (Baudrillard, *For a Critique* 36).

²² “Mimetic desire contains an inversion of more traditional theories of conspicuous consumption as initially formulated by Veblen (1899)” (Belk, Ger, and Askegaard 328).

sentimiento de libertad de elección del objeto: “It is upon the loss of differences that the cult of difference is founded” (Baudrillard, *The Consumer* 89). De este modo, los personajes de *Celestina* estarían atrapados en la paradoja de que para buscar la mirada del otro y diferenciarse (consumo conspicuo) necesitan mirar al otro para integrarse consumiendo lo que él o ella (Girard 154-55), en una doble afiliación con referencia a un sistema abstracto.

Diferenciación e integración nos llevan a la segunda consecuencia metodológica anunciada por entrañar ambas la asignación de un lugar en un orden económico e ideológico y, sobre todo, la producción y reproducción de ese orden mediante el acto de consumo. Dentro de este marco, la elección de Areúsa de vivir “señora” en su propia casa deja de ser un acto social de rebeldía antiseñorial para reforzar en realidad, miméticamente, la conformidad con el código aristocrático de posesión solariega interiorizado por todas las clases sociales. Por este carácter productivo y reproductivo de ideología, el consumo se constituye en su intercambio en un mecanismo de poder que produce dominación, y que permite no solo legitimar jerarquías sino la continuidad del propio sistema. La transfiguración del poder en signos hace imprescindible el control del proceso de creación, atribución de valor, posesión y gestión de los mismos por el poder o una clase. Como adelantamos, la sociedad castellana del siglo XV que trasciende en *Celestina* es una sociedad a la que la aristocracia no se asoma tanto mediante la posesión de los medios productivos o la riqueza, como por el dominio del proceso de significación con respecto al consumo, independientemente de que sean sus miembros los que lo ejerzan. Las leyes suntuarias manifiestan la consagración del privilegio semiótico, más importante incluso que el político o el económico por representar, según Baudrillard, “the ultimate stage of domination” (*For a Critique* 116). Con todo, si procuramos hacer un análisis crítico de la ideología que reposa bajo la práctica del consumo relativa a los objetos de un sistema, más importante incluso que el grupo de poder que gestiona los significados y ante la imposibilidad de reproducir el código completo, podemos, no obstante, establecer algunas ideas sobre el mismo que nos ayuden a delimitar el valor máximo en intercambio que constituye un objeto (signo) de consumo.

Avanzábamos con anterioridad lo prioritario que en *Celestina* es generar o mantener “honra” mediante la apropiación signica del excedente de valor producido en el intercambio del acto de consumo. En su permeabilidad y sobreposición, los oficios de *Celestina* pueden verse como servicios destinados a facilitarlos, ilustrando sus actividades el vínculo indisoluble referido entre consumo y producción. Por ejemplo, el discurso de la alcahueta a Areúsa de movimiento de lo uno a lo múltiple en hombres (Rojas 205-06) rompe con el principio medieval ontológico de la unidad (Maravall, *El mundo* 25) y expone la diversificación de ingresos típica del capitalismo, pero también es el reverso productivo de la diversificación consumista ofrecida a los criados: “Pues callad, que quien éstas os supo acarrear os dará otras diez...” (Rojas 272).²³ La

²³ Algo similar ocurre con su casa, espacio heterotópico que es al mismo tiempo de producción y consumo. Como las frutas aludidas, los signos de trabajo acumulados que encontramos en la

obsesión de los personajes por tener dinero se exagera en una sociedad donde gastar es casi un imperativo, y no solo porque la ostentación diferencia sino también porque en su proceso mimético incluye y empieza a poseer una dimensión identitaria en la conformación del individuo: eres lo que consumes.²⁴ Así, esas criadas “que nunca oyen su nombre propio en boca de las señoras,” aludidas por Areúsa y traídas como ejemplo de cosificación por Rodríguez Puértolas (163), son también “cosas” tanto por ser consumidas –bien en su trabajo y su tiempo, o únicamente en su tiempo si son criadas nominales (ver Maravall, *El mundo* 70)–, como por la privación identitaria de consumir, algo que manifiesta bien el deseo frustrado de Lucrecia. En la degeneración del modelo, si ese dinero es heredado o adquirido pasa a un segundo plano, del mismo modo que el hecho de si la adquisición es honesta o no, por más que colee la tradicional oposición moral de la “mansa pobreza” dentro del mencionado pulso entre seducción y moralidad.²⁵ Al mismo tiempo, lo esencial pasa a ser lo superfluo por su mayor productividad semántico-social. En este sentido actúan las evocaciones de Celestina del exceso en los buenos tiempos (Auto IX), la necesidad mayor que de comer tiene Lucrecia de lejía para el pelo (Rojas 169), o el recordatorio de Sempronio de que, a pesar de ir a mesa puesta, “otras cosas he menester más de comer” (173). La consiguiente afirmación de la alcahueta de que los viejos necesitan más dinero, rebajando las “exigencias” de un joven o reduciéndolas a “mochachas” que ella puede proveer, están al servicio de su plan de quedarse con todo y no hacen sino reforzar nuestro punto.²⁶ El mismo estilo de vida de Centurio, sin que esto contradiga su filiación literaria o su posible adicción al juego, también entra dentro de un ritual en el que lo necesario (objetos básicos de su casa) es minimizado en función del gasto superfluo de lo que le proporcionan Areúsa y sus “treinta mujeres en la putería” (Rojas 295).

descripción de su “laboratorio” que hace Pármeno (Rojas 111-12) son también objetos de consumo que adelgazan, producen buen olor, enrubian o “devuelven” la virginidad. Muy importante para nosotros –y que a veces se pierde por despacharse esta parte como una mera copia de una fuente– es su presentación sistemática, la gama de selección y complementariedad con que son expuestos ante un potencial cliente (Calisto). Esto los convierte, en mi opinión, más que en una simple secuencia o profusión de objetos (y a despecho de la intención de Pármeno), en una cadena ordenada de significantes, como la que cualquier mercader dispone en su escaparate para mejor vender sus productos.

²⁴ Autores de la época como Juan de Lucena –*De Vita Felici* (146)–, o Pedro Mártir de Anglería –“Carta a fray Hernando de Talavera” del 13 de abril de 1488 (*Epistolario* I, 17) – aluden quejosos al hecho de vivir en una sociedad en la que quién eres, y el patrón de tu éxito y honra dependen cada vez más de la posesión de la riqueza.

²⁵ “PÁRMENO: Riqueza deseo, pero quien torpemente sube a lo alto, más ayna cae que subió. No querría bienes mal ganados. CELESTINA: Yo sí. A tuerto o a derecho, nuestra casa hasta el techo” (Rojas 123). Perrotta observa cómo una vez que este modelo se fija en una sociedad, “though this luxury is voluntary, it has become almost compulsory; so that the money required to keep up appearances must be procured with illegal means if necessary” (151).

²⁶ Conjuntamente, esta frase de Sempronio confirma la connotación irónica y no tan espiritual que Celestina, durante su avance suasorio contra Melibea, previamente ha añadido a las palabras de Cristo en el Evangelio: “¿Y no sabes que por la divina boca fue dicho, contra aquel infernal tentador, que no de sólo pan viviremos?” (Rojas 158).

En la *Tragicomedia* todo es susceptible de ser objeto de consumo, siendo la comodificación o lógica del mercado observada por Dunn o Gaylord la consecuencia y no la causa de lo primero. De este modo, el mundo de la *Celestina* es una feria, porque todo lo que contiene tiene valor en un sistema y puede ser consumible transmutado en signo. En la obra se consumen bienes (casas, ropas, alimentos), palabras (actos de habla, información, conocimiento o el propio libro), seres humanos (cuerpos, trabajo, tiempo), sentimientos y relaciones (amistad, amor, lealtad, piedad, caridad, deseo sexual), e incluso seres trascendentales (Dios, Plutón).²⁷ En el caso de los seres humanos el consumo es bidireccional: consumen y pueden ser consumidos. Su presencia en el mercado es confirmada por Sempronio: “¡Oh qué mala cosa es de conocer el hombre; bien dicen que ninguna mercadería ni animal es tal difícil!” (Rojas 174). Éste también expone en otro comentario el mecanismo mental detrás de las intenciones de Calisto: “Quisieras tú ayer que te traxeran a la primera habla amanojada y envuelta en su cordón a Melibea, como si ovieras embiado por otra cualquiera mercadería a la plaça...” (Rojas 220).²⁸ No es solo que las funciones y deseos se objetivicen, manipulen o reifiquen en términos de beneficio (Dunn 413-14) sino que todo puede ser evocado, provocado y orquestado en signos y modelos consumibles. Dentro de estos modelos, lo disponible para ser consumido (digamos, los polvos para el mal olor de boca que Celestina desea ofrecer a Lucrecia), tiende a presentarse como un servicio, como una gratificación personal más que como un puro y simple producto.²⁹ La retórica del servilismo en que entran Celestina y Calisto para que éste consuma su servicio muestra además con su teatralidad, afectada reserva y devoción sistemática una tensión y artificialidad en las relaciones funcionales entre clases. Esta falta de armonía refleja el contraste entre la redefinición del “servicio” medieval en términos de prestación/consumo y la pervivencia del viejo sistema de valores. Por último, para que algo se convierta en un objeto de consumo también es importante que alguien lo desee, ofrezca y posea como tal. Dentro de la comodificación semiótica observada, la creación de valor ocurre en la combinación y contraste que se dan, sobre todo, en el intercambio.

Realmente, el consumo es un intercambio durante el que se instituye o genera valor dentro de un sistema y en un contexto social. Eso significa que, si bien es verdad

²⁷ El ejemplo de Plutón es particularmente significativo por todo el debate sobre la magia en el texto al que ha dado lugar. Desde nuestra aproximación, Plutón no es tanto un agente maléfico trascendental que actúa en la obra, sino un signo consumido (con su propio ritual) por Celestina con el objeto de diferenciarse frente a otras alcahuetas –“tu *más conocida* cliéntula” (Rojas 147, énfasis mío)–, y sentirse más confiada ante la peligrosa misión que le espera. También debe recordarse que Plutón es el dios de la riqueza, lo que añade otra dimensión significativa al episodio.

²⁸ “But however this is shown it does not controvert the fact that in general a capitalist society reduces what is human to the condition of a thing (a commodity)” (Bataille 129).

²⁹ Esta servicialización de la sociedad celestinesca, que adquiere perfecta formalización en el “sirvamos todos” de Celestina (Rojas 271), no ha pasado desapercibida a Raúl Guerra, quien vincula la tercería, como actividad del sector servicios, al desarrollo de la intermediación en el comercio dentro del nuevo contexto fabril y mercantil (150).

que el cuerpo de Areúsa se mercadea por la lealtad de Pármeno (Gaylord 2), la cosa no queda ahí en términos de intercambio. El acto de consumo de ese cuerpo (como el que no hay en la ciudad tres tales, según se nos dice) también lo intercambia Pármeno por diferencia frente a otros criados de su categoría; por integración en el club de los que aman –obsérvese el recelo del “¿Ya todos amamos?” de Sempronio (Rojas 213)–; y por una alteridad que contribuye a apuntalar el previo “ya no soy el que solía” (Rojas 194). Incluso el dinero, va más allá de facilitador del intercambio simple “functional value” ya que produce valores como los expuestos al constituirse en objeto de consumo. Esto ocurre tanto porque llega a alcanzar valor simbólico como objeto mismo (Gaylord 3), como por el hecho que nos recuerdan las leyes suntuarias de que el oro de las monedas se fundía para ser consumido de otros modos.³⁰ Algo similar sucede con el lenguaje, asociado al dinero en relación con el intercambio y el valor en *Celestina* según Gaylord, quien también sugiere implícitamente su consumo.³¹ De nuevo, las palabras no se limitan a objetos de comercio, sino que sus significados se intercambian y negocian para ser consumidos y generar valor añadido en un nuevo proceso de intercambio semántico.³² Podemos cuestionar que Pármeno consuma el significado de amistad que le vende Celestina (Rojas 122), pero no el intento de la vieja. Tras el consumo de sus palabras por Lucrecia –“y así me estuviera un año sin comer, escuchándote y pensando en aquella vida buena que aquellas moças gozarían” (Rojas 237)– además de la vicaria distinción, integración y mejora individual imaginadas siendo una de ellas, está la distinción real de consumir conversación de tú a tú, normalmente vedada a las criadas según Areúsa (Rojas 232).

La forma de intercambio que instituye más valor dentro del sistema y el contexto social que opera en la obra, se lleve o no hasta el final, es aquella que implica pérdida (cambio) durante el acto de consumo. Es en su sacrificio, en su destrucción, donde la conversión del objeto en signo adquiere su valor máximo, constituyéndose el consumo en un acto destructivo *per se* en el que el *usus* (usar sin poseer) deja de ser posible.³³ Esto quiere decir que, independientemente de la destrucción de la substancia del objeto que centra el debate medieval sobre el consumo (*abusus*), lo relevante para que el *res quae usu consumuntur* se convierta en el último ejercicio de distinción, integración, cambio individual y dominación es la destrucción del valor de uso y de

³⁰ “E asi mismo en el dorar, y platear sobre hierro, e cobre, e latón se pierde mucho oro, y mucha plata, sin que de ello se puedan más aprovechar. Sobre lo qual todo a Nos, como a Rey e Reyna, e Señores pertenece proveer, y remediar...” (*Pragmática* 1494, cit. Sempere 4).

³¹ “Celestina’s genius lies not only in her acute sensitivity to the desires of her fellow human beings, but in her recognition of the fact that human desire ... is in large part a hunger for words, a hunger which seeks not only to express itself, but also to satisfy itself verbally” (Gaylord 7).

³² Las palabras son consumidas por sí mismas, como reduplicación semiótica de un acto de consumo –“el plazer no comunicado no es plazer” (Rojas 212)–; o como anticipo de otro acto: “te traigo muchas buenas palabras de Melibea” (Rojas 250).

³³ “It is that value, deployed beyond exchange value and founded upon the latter’s destruction, that invests the object purchased, acquired, appropriated, with its differential sign value” (Baudrillard, *For a Critique* 112-13).

cambio en los mismos términos: el otro ya no podrá usar el objeto ni intercambiarlo de la misma forma, es decir, produciendo el mismo valor como signo.³⁴ A nivel sónico no hay destrucción sino cambio, por lo que lo que el consumo hace en realidad es consumir la utilidad social del objeto para un individuo a expensas de otro con el que se compete: el consumo de la virginidad de Melibea crea valor para Calisto pero lo destruye para Pleberio. Por tanto, la abstracción del valor de uso y cambio es productiva, lo que nos separa del concepto de “conspicuous consumption” de Veblen y Maravall, ya que el consumo implica utilidad social productiva de lo consumido. Destruir edificios y volverlos a levantar es un consumo útil que refuerza y lleva al extremo la producción sónica de valor diferencial y de dominación, si se tiene en mente que la mansión noble, más que mera residencia, era el centro neurálgico de un ámbito de poder e influencia.³⁵

El valor semiótico máximo del consumo como destrucción (cambio) se observa bien en el tiempo.³⁶ De nuevo, en él interseccionan producción y consumo, en el marco del movimiento de conquista de esta categoría teológica por el hombre, y de su uso como elemento de control que se venían produciendo desde el siglo XIII (Le Goff xiii). Ya Maravall había llamado la atención sobre la necesidad que tienen de aprovechar el tiempo los personajes celestinescos en vínculo con el provecho (*El mundo* 64), así como del valor social de su destrucción en el ocio ostentoso (*El mundo* 28), vinculando ambos a una nueva clase burguesa y mercantil. Para nosotros esta destrucción no es sino la actuación de patrones señoriales del consumo de lo temporal. De hecho, Antonio Gargano, sin caer en la asociación automática entre cultura urbana y lo fabril/mercantil, problematiza la concepción urbana, objetiva, “el tiempo de los mercaderes” como la única presente en la obra. En su lugar, propone un conflicto de ésta con su percepción subjetiva, cortés y aristocrática, que denomina “paradigma temporal del deseo.”³⁷ En conflicto o vencido por el tiempo cuantificable mercantil, a la hora de su consumo ocioso en el placer, el ideal temporal resulta, no obstante, la

³⁴ La actividad de Celestina como remendadora de virgos está destinada a conjurar este postulado, y a devolver a sus clientas y clientes (padres) su máximo valor diferencial como objetos de consumo. En este sentido, la doctrina subjetiva del consumo propuesta por Belk, Ger, y Arkegaard explica la aniquilación del objeto en función de una afirmación categórica del yo frente a un mundo reconocidamente hostil, ajeno y deshumanizador que va muy bien con el de *Celestina*. La destrucción, como forma de acción de la intransferibilidad esencializada llevada al extremo, sería la forma máxima de afirmarse vitalmente (ver Belk, Ger, y Arkegaard 348), lo que constituye la gran paradoja de nuestro texto: consumir significa vida y muerte al mismo tiempo.

³⁵ “Tercio si hoc tendit ad preparacionem domus sue nam ad magnificum pertinet habere decentem domum quia hoc decet ad ornatum hominis” (*Memoriale*, fol. 48 vº, cit. Fernández Gallardo II, 567).

³⁶ “Time is not in this instance ‘free,’ it is sacrificed, wasted it is the moment of a production of value, of an invidious production of status, and the social individual is not free to escape it. No one needs leisure, but everyone is called upon to provide evidence of his availability for unproductive labor” (Baudrillard, *For a Critique* 76-77).

³⁷ “Es difícil imaginar una contestación más radical del paradigma temporal del deseo que, siendo prerrogativa de la clase aristocrática y de la tradición culta, inscribe irrealísticamente la posibilidad de un placer ilimitado en el desvarío de un tiempo inmóvil, en cuanto sin duración” (Gargano 39).

aspiración aristocrática de poder medirlo subjetivamente según el deseo y no el reloj.³⁸ Por lo que respecta al lenguaje, arriba mencionamos cómo las palabras en sus distintas manifestaciones iban más allá del valor de uso y de intercambio para adquirir un valor signíco doble en tanto que objetos de consumo. Como signos, su racionalidad de producción máxima de diferencia, integración y alteridad en su consumo está basada en la exclusión y aniquilación de toda ambivalencia simbólica en nombre de una estructura fija y sistemática.³⁹ La imposibilidad de ello (se trata en realidad de cambio) la entiende bien Celestina, como refleja su pretensión de que Melibea o Pármeno consuman significados alternativos para producir dominación, pero no tanto así Pleberio. Su desconuelo final tiene mucho que ver con el hecho de que, en la feria de la vida, ha comprado y consumido objetos defectuosos, palabras como “mundo” o “amor,” que creía unívocas en un sistema y no “preñadas” en un contexto, pero que ya es demasiado tarde para descambiar (Rojas 138-43).

Este patrón de valor social máximo en la destrucción (cambio) solo es entendible desde una noción de utilidad no economicista ni mercantil (aunque la burguesía la adopte por mimetismo), desde una lógica social señorial en la que el “desperdicio” toma una función positiva, lo superfluo antecede a lo necesario, y el gasto “no productivo” toma precedencia en términos valorativos sobre la acumulación y la apropiación de capital (ver Baudrillard, *The Consumer* 44).⁴⁰ La destrucción de valor económico más allá de la simple consumación, mediante la transubstanciación en signo para crear últimamente dominación tiene además un sustrato religioso, por más que pueda inscribirse dentro de la lógica capitalista del mercado.⁴¹ Esto es así porque

³⁸ Esto está claro en Calisto, a pesar de que haya de aceptar en su monólogo la implacable ley del reloj (Gargano 38), pero también en Pármeno, que cediendo al tiempo del mercader con su partida del lecho de Areúsa, reconoce como excelencia que en el “alcanzar” de la ramera se haya abolido el tiempo productivo de espera y de labor: “Ayer lo pensé, ya la tengo por mía...Tarde fuy, pero temprano recaudé” (Rojas 216). Eso sin contar con Areúsa, que quisiera alargar el consumo del tiempo de la noche en la mañana sin respetar el tiempo del reloj y de la producción, frente la consideración negativa de dejarlo pasar en balde en el ámbito “productivo” (“hazienda”), expuesta a Celestina con anterioridad: “Assí que necesidad más que vicio me hizo tomar con tiempo las sávanas por faldetas” (Rojas 201).

³⁹ “The sign is a discriminant: it structures itself through exclusion. Once crystallized on this exclusive structure, the sign aligns its fixed fields, reassigns the differential, and assigns Sr an Sd each its sphere of systemic control” (Baudrillard, *For a Critique* 149). La “phatic communion” observada por Malcolm K. Read en la obra, y cuyo resultado es el debilitamiento, la disminución y anemia semántica, y al fin “a world where words are meaningless and insane” (94) sería también consecuencia del formulismo creado por la inserción y repetición sistemática.

⁴⁰ “And, again, it is by wasteful expenditure that the aristocratic classes have asserted their pre-eminence down the ages” (Baudrillard, *The Consumer* 43). No debe olvidarse que T. Veblen asocia el concepto de “leisure class” ancestralmente a la aristocracia guerrera o sacerdotal, y a factores como lo lúdico, lo deportivo, lo competitivo, lo predatorio, lo destructivo o lo ceremonial, aunque en todo momento traten de apropiarse de sus principios otros grupos sociales emergentes, como la burguesía, y sean incluso mantenidos parcialmente tras imponer el nuevo grupo sus valores en la sociedad (3 y 117-19).

⁴¹ La destrucción generalmente añade valor económico al objeto al significar falta, escasez o menor accesibilidad futura. Los productos más apreciados en la época eran normalmente aquellos que no se

las estructuras antropológicas que hacen posible el consumo, como las del capitalismo en general, son eminentemente religiosas, algo que se acentúa en el caso de la destrucción signica: “Religion is the satisfaction that a society gives to the use of excess resources, or rather to their destruction (at least insofar as they are useful)... a secondary efficacy is usually attributed to a thing whose primary meaning was in breaking the chain of efficacious actions” (Bataille 120).⁴² Con todo, la legitimación externa de este modelo consumista fue tortuosa durante la Edad Media. En su obra clásica sobre el capitalismo y la religión, R. H. Tawney señala cómo la actividad productiva del incipiente capitalismo estuvo siempre en tensión con las leyes de la moralidad cristiana, que con el apoyo de la filosofía clásica aristotélica, estoica e incluso cínica se opuso de entrada al exceso y al consumo conspicuo.⁴³ Por su parte, Le Goff ha mostrado que la Iglesia, más que oponerse al capitalismo, mantuvo una posición contradictoria, que ya en el siglo XIII fue de abierta flexibilidad, con excepción de la usura.⁴⁴ En el caso específico del valor social de la destrucción en el acto de consumo, en realidad su esquema siempre estuvo legitimado dentro del ámbito de lo sagrado, como en el ritual del consumo de Cristo, el celibato o en los recursos empleados en la construcción de catedrales (ver Bataille 119). En tanto que liturgia de preservación y unión de la comunidad, la destrucción creaba una valencia como signo (cambio), con un refrendo metafísico que la hizo compatible –sin grandes tensiones hasta los pauperistas franciscanos del siglo XIII– con el discurso antisuntuario de la Iglesia. Un proceso similar de significación absoluta, que permitía insertar a lo consumido en un sistema abstracto bajo el signo de una utilidad social trascendente e incuestionable fue el sustrato sobre el que la aristocracia civil satisfizo su deseo de diferencia e integración. Sin embargo, empezó a requerir nuevas formas de legitimación cuando ésta fue perdiendo su función guerrera exclusiva, lo urbano minó la autarquía económica, y otras clases con dinero mimetizaron el proceso como código de prestigio. Todos estos cambios, que se intensificaron en el siglo XV, venían

podían usar conforme a su naturaleza si no se consumían, de ahí que lo destinado a alargar la vida de lo fungible, como las especias, adquiriera a su vez tan alto precio. En relación con la disponibilidad es de resaltar que dentro de la medida aristocrática del valor, la máxima generación de diferencia y exclusividad la produce lo que “supuestamente” está fuera del mercado: “No ay otra colación para mí sino tener tu cuerpo y belleza en mi poder; comer y beber, dondequiera se da por dinero, en cada tiempo se puede aver y qualquiera lo puede alcanzar. Pero lo no vendible, lo que en toda la tierra no ay ygal que en este huerto, ¿cómo mandas que se me passe ningún momento que no goze?” (Rojas 324).

⁴² Para Walter Benjamin, el capitalismo no representa solamente, como en Weber, una secularización de la fe protestante, sino que es en sí mismo y esencialmente un fenómeno religioso desarrollado de modo parasitario desde el cristianismo (259). Bataille también supera la tradicional limitación de Weber: “The ties between the precapitalist economy and Roman Catholicism were just as strong as those between the modern economy and Protestantism” (116).

⁴³ La constante principal de la hostilidad hacia el consumo fue, como señala Perrotta, la diferencia entre necesidades naturales y artificiales (6), diferencia que Baudrillard considera cultural y no natural, tachándola de mito y ficción idealista (*For a Critique* 80).

⁴⁴ “The Church capitulated on the essential issues to nascent capitalism and went so far as to make a place for itself in the new order” (Le Goff 41).

ocurriendo desde el XIII, por lo que la Curia Romana creó el paradigma teológico que legitimaba el consumo como destrucción (Agamben 108).⁴⁵ Bien mirado, lo que hizo Juan XXII en la bula *Ad conditiorem canonum*, dentro del marco de su polémica con los franciscanos, fue transferir el problema desde lo teológico y lo moral al ámbito del derecho. La posesión del objeto, su *dominium*, era un derecho natural y activo que encerraba la disponibilidad total del mismo (*ius disponendi*), incluida la destrucción y la imposibilidad del *usus*, ideas que a través de comentaristas del *Digesto*, como Accursio o Bartolo, fueron conocidas en la facultad de derecho de Salamanca.⁴⁶ La inclusión de la destrucción en el *dominium*, si no permitía su significación total en el sistema como valor moral positivo, al menos la hacía aceptable. Además, garantizaba su funcionalidad social como privilegio semiótico dentro del nuevo estado moderno o el imperio *nisi lex prohibeatur*, manteniendo la utilidad y productividad social de un proceso que, respaldado por la religión y el derecho de los letrados, reproducía el código jerárquico señorial de dominación en el que todavía se moverá el *Guzmán de Alfarache* un siglo más tarde.⁴⁷

Creemos, ya para concluir, que desde la racionalidad consumista expuesta, es posible avanzar una interpretación del sentido último de la catástrofe que se cierne sobre los personajes de *Celestina*. Si dentro del patrón del consumo, ciertas actitudes “democráticas” o subversivas del texto se difuminan o constituyen en el fondo una performativización del modelo semiótico de los magnates, la ambivalencia que el final ofrece al conjunto resulta abiertamente sugestiva. Es en el marco de esta ambivalencia, donde lo simbólico puede abrir un espacio de contestación del consumo como institución restrictiva, mediante la discontinuidad de la retribución social del valor y la utilidad abstractos producidos al consumir. De hecho, la confrontación de la lógica de la diferencia del signo con la de la ambivalencia, permite a la destrucción de valor de uso e intercambio dejar de producir valor sígnico diferenciador, facilitándose entonces la transgresión (ver Baudrillard, *For a Critique* 124). De este modo, muchas de las interpretaciones del desastre último de la obra, vistas la destrucción y muerte finales sobre nuestro cañamazo como consumo terminal, neutralizan la posibilidad de un intercambio de ambas fuera de la lógica del signo. Esto incluye tanto a aproximaciones didáctico-morales, para las que destrucción y muerte son un castigo, como las subversivo-pesimistas, para las que resultan la manifestación de un intento de minar los valores vigentes de la sociedad. En el caso de las primeras, la tensión

⁴⁵ Aunque su legitimación economicista aparece esbozada en las leyes suntuarias (el consumo no sería tan malo, si al menos se consumiera lo producido en Castilla), no aparecerá claramente formulada hasta la Ilustración, cuando el interés propio y el incremento en el consumo lo presenten autores, como Mandelville, como algo positivo para la sociedad en tanto que incrementaba una productividad y riqueza que revertía en el bien común (Perrotta 4).

⁴⁶ “The pope’s argument considers the common legal idea of his time: *dominium* involves some temporal advantage for the owner” (Mäkinen 164). “First, unlike the Fathers, the scholastics based economic ethics on justice rather than on charity” (Perrotta 60).

⁴⁷ “The major social motive of pre-modern luxury (though it is also a function of modern luxury) is the establishment and the legitimization of power through the ostentation of wealth” (Perrotta 10).

entre moralidad y seducción se resolvería con la represión de la segunda, mediante una reproducción correctiva dentro del sistema sógnico con diversos motivos: la extensión de estas actitudes a todas las clases (leyes suntuarias), el caos general que deviene del deseo no reglado (Bataillon), la imposibilidad de vivir a crédito semántico para siempre (Gaylord), o la mayor efectividad de un castigo en esta vida mediante la muerte = no poder gozar/consumir (Maravall, *El mundo*). Las segundas, especialmente las fundadas sobre el factor converso (Castro, Gilman), duplican la mayoría de las veces el sistema más que subvertirlo, al reafirmar también el modelo: el funesto resultado final se relacionaría con el pesimismo del excluido, lo que convertiría a muerte y destrucción en una respuesta ante la imposibilidad de diferenciarse, integrarse y cambiar a mejor dentro de una lógica que, en el fondo, se reproduce de forma inversa. En otras palabras, el problema del autor no sería tanto el sistema señorial como el sistema señorial excluyéndole a él, con lo que lo subversivo de la destrucción se atenuaría por no cuestionarse la consagración de lo sacrificado en términos de diferencia.

Frente a esto, la destrucción y muerte finales en *Celestina* dan pie a una interpretación simbólica en términos baudrillardianos, como intercambio transitivo y ambivalente que cancela la relación establecida en el acto de consumo, y asume valor fuera de la lógica económica señorial.⁴⁸ El intercambio sógnico, a veces cuestionado pero presente en casi toda la obra, se reemplazaría así por uno simbólico que obtura la retribución social consignada en el código, produciéndose “the deconstruction and transgresión of the sign form towards symbolic exchange” (Baudrillard, *For a Critique* 125). Los desastrosos casos, por tanto, dejarían de generar diferencia, integración o cambio percibido como positivo para transformarse en declaraciones artístico-simbólicas de negación de un código y un sistema, mediante la ambivalencia proporcionada por la ironía: los personajes, tratando de afirmarse vitalmente buscando diferencia, integración y mejora en el consumo, son consumidos a su vez en la muerte sin generar lo esperado ni para sí ni para los que los sobreviven.⁴⁹ La fractura en la rentabilidad social del *abusus* aparece verbalizada por Elicia en la pérdida de la buena vida junto a Celestina y la diferencia/integración/mejora proporcionada por la alcahueta, “con quien yo me honrrava entre mis yguales” (Rojas 296); por Calisto, sintiendo más la muerte de la alcahueta que la de sus reemplazables criados: “...que más mal ay que viste ni puedes pensar si Celestina, la de la cuchillada, es la muerta” (Rojas 280); por Tristán, con la discontinuidad de las visitas de Calisto: “Diselo a la triste y nueva amiga que no espere más su penado amador” (Rojas 328); y sobre todo, por Pleberio, con lo primero que dice ante el cuerpo sin vida de su hija: “nuestro gozo en un pozo” (Rojas 336).⁵⁰ Esta interpretación simbólica, en fin, abre la posibilidad de

⁴⁸ “Life given over to death: the very operation of the symbolic” (Baudrillard, *Symbolic* 131).

⁴⁹ De esa forma, desear y consumir son desconectados de su significación inmediata dentro del sistema, que según Belk, Ger, and Askegaard es “to feel vitally alive and hold back the void of death” (343).

⁵⁰ Con este dicho, Pleberio lamenta la pérdida de una heredera para un capital destinado a la producción (“fabriqué navíos”), pero sobre todo y, especialmente, de un capital destinado al consumo conspicuo

que el lector asigne a la destrucción y muertes finales un valor más genuinamente subversivo, negando sin reproducirlo el mismo sistema que las usó para perpetuarse, como trata de hacer acertadamente Rodríguez-Puértolas:

De modo consciente hasta donde las limitaciones de su propio condicionamiento podían permitirselo, de modo inconsciente también, Fernando de Rojas ha llevado a cabo, además de un profundo y completo análisis de la sociedad de su época y de la situación del hombre castellano en su propio momento, una demoledora negación de la negación, es decir, la negación de las mediatizaciones capitalistas (burguesas) que en la práctica niegan la esencia humana, la realización de las potencialidades reales del hombre. Rojas niega el nuevo sistema y los nuevos valores, mas no para sustituirlos por otra cosa. Pues en *La Celestina* no parece existir el futuro. (*Literatura* 168)

Ocurre, que tal y como hemos mostrado, estos valores no son en esencia, con respecto al consumo, ni tan nuevos ni tan burgueses. Tampoco sería necesario, en el ámbito de lo ambivalente y lo simbólico, recurrir a términos como “nihilismo” o “existencialismo” (Rodríguez Puértolas, “Estudio” 52; González Maestro 87) para explicar una ruptura y negación de los mismos sin alternativa, ya que precisamente su transgresión no se basa, como diría Celestina, en expeler un clavo o un dolor con otro (Rojas 243).⁵¹ Como no puede ser de otra forma, en una obra en la que la vida es lucha por sobrevivir a cualquier coste, el mayor de los lujos llega de forma ambivalente, mediante la aniquilación sin valor de uso, intercambio o signo; del mismo modo que en una sociedad dirigida por el valor y la utilidad, la muerte simbólica lleva a convertirse en el único lujo verdaderamente inútil, en la única alternativa.

(“edifiqué torres...adquirí honrras...planté árboles”) que hubiera diferenciado a su familia. Dicho de otra forma, más importante que recibir unos bienes para producir más, Melibea hubiera heredado el derecho natural a la abundancia, el privilegio de consumir bienes que la hubieran diferenciado, incluido y cambiado para mejor al mismo tiempo.

⁵¹ “Ambivalence is not the dialectical negation of value: it is the incessant potentiality of its annulment, of the destruction of the illusion of value. It is not with an opposing code that the ambivalent and symbolic confront the discourse of value” (Baudrillard, *For a Critique* 209).

Obras citadas

- Agamben, Giorgio. *Profanaciones*. Barcelona: Anagrama, 2005.
- Bataille, Georges. *The Accursed Share: An Essay on General Economy. Volume 1 Consumption*. New York: Zone Books, 1967.
- Bataillon, Marcel. *La Celestine selon Fernando de Rojas*. Paris: Didier, 1961.
- Baudrillard, Jean. *The Consumer Society: Myths and Structures*. London: Sage, 1998.
- . *Symbolic Exchange and Death*. London: Sage, 1993.
- . *For a Critique of the Political Economy of the Sign*. St. Louis, MO: Telos Press, 1981.
- Belk, Russell W., Güliz Ger, and Søren Askegaard. "The Fire of Desire: A Multisited Inquiry into Consumer Passion." *Journal of Consumer Research* 30 (2003): 326-51.
- Benjamin, Walter. "Capitalism as Religion." Ed. Eduardo Mendieta. *The Frankfurt School on Religion*. New York and London: Routledge, 2005.
- Cartagena, Alfonso de. *Memoriale virtutum*. MS 9178. Biblioteca Nacional Madrid.
- Castiglione, Dario. "Excess, Frugality and the Spirit of Capitalism: Readings of Mandeville on Commercial Society." Eds. Joseph Melling & Jonathan Barry. *Culture in History: Production, Consumption and Values in Historical Perspective*. Exeter: University of Exeter, 1992. 155-79.
- Castro, Américo. *La Celestina como contienda literaria: castas y casticisms*. Madrid: Revista de Occidente, 1965.
- Deyermond, Alan. "Melibea como artículo de consumo." Eds. Jesús Montoya & Juan Paredes. *Estudios románicos dedicados al profesor Andrés Segovia Ortega I*. Granada: Universidad de Granada, 1985. 291-300.
- Dunn, Peter. "Pleberio's World." *Publications of the Modern Language Association* 91.3 (1976): 406-19.
- Eyck, Jan Van. *Retrato del matrimonio Arnolfini*. Óleo. Londres: National Gallery. 1434.
- Fernández Gallardo, Luis. "Alonso de Cartagena. Iglesia, política y cultura en la Castilla del siglo XV." Tesis Doctoral Inédita. Universidad Complutense de Madrid, 2003.
- Gargano, Antonio. "Tempora temporibus concertante: cultura urbana y civilización cortés en *La Celestina*." *Insula* 691-92 (2004): 37-39.
- Gaylord, Mary M. "Fair of the World, Fair of the Word: The Commerce of Language in *La Celestina*." *Revista de Estudios Hispánicos* 25:1 (1991): 1-27.
- Gilman, Stephen. *The Art of La Celestina*. Madison: University of Wisconsin Press, 1976.
- Girard, René. *Violence and the Sacred*. London, New York: Continuum, 2005.
- González Maestro, Jesús. *El personaje nihilista: La Celestina y el teatro europeo*. Frankfurt am Main: Vervuert, 2001.
- Guerra Garrido, Raúl. "La Celestina o la importancia del sector servicios." Ed.

- Gonzalo Santonja. *Celestina. La comedia de Calisto y Melibea, locos enamorados*. Madrid: Sociedad estatal, España nuevo milenio, 2001. 141-50.
- Ioanis XXII. "Ad conditorem canonum I." *Bularium Franciscanum V. Romae: Typis Vaticanis*, 1898-1904.
- Le Goff, Jacques. *Time, Work, and Culture in the Middle Ages*. Chicago: The University of Chicago Press, 1980.
- Lucena, Juan de "De Vita Felici." *Opúsculos literarios de los siglos XIV al XVI*. Madrid: Sociedad de Bibliófilos Españoles, 1892. 108-206.
- Mäkinen, Virpi. *Property Rights in the Late Medieval Discussion on Franciscan Property*. Leuven: Peeters, 2001.
- Maravall, José Antonio. *Estado moderno y mentalidad social. Siglos XV a XVII*. Madrid: Revista de Occidente, 1986.
- . *El mundo social de La Celestina*. Madrid: Gredos, 1964.
- Mártir d'Angleria, Pedro. Ed. López de Toro. *Epistolario*. Madrid: Góngora, 1953.
- Melling, Joseph, and Jonathan Barry. "The Problem of Culture: An Introduction." Eds. Joseph Melling & Jonathan Barry. *Culture in History: Production, Consumption and Values in Historical Perspective*. Exeter: University of Exeter, 1992. 3-27.
- Perrotta, Cosimo. *Consumption as an Investment: The Fear of Goods from Hesiod to Adam Smith*. New York and London: Routledge, 2004.
- Read, Malcolm K. *The Birth and Death of Language: Spanish Literature and Linguistics (1300-1700)*. Madrid: Porrúa Turanzas, 1983.
- Rodríguez Puértolas, Julio. "Estudio preliminar." Ed. Julio Rodríguez Puértolas. '*La Celestina*' de Fernando de Rojas. Madrid: Akal, 1996. 5-65.
- . *Literatura, historia, alienación*. Barcelona: Labor, 1976. 147-71.
- Rojas, Fernando de. Ed. Dorothy S. Severin. *La Celestina*. Madrid: Cátedra, 2000.
- Russell, Peter E. [Reseña:] "J. A. Maravall, 'El mundo social de *La Celestina*.'" *Bulletin of Hispanic Studies* 43.2 (1966): 125-28.
- Sempere y Guarinos, Juan. *Historia del lujo, y de las leyes suntuarias de España*. Madrid: Imprenta Real, 1788.
- Tawney, Richard H. *Religion and the Rise of Capitalism*. New Brunswick and London: Transaction Publishers, 1998.
- Veblen, Thorstein. *The Theory of the Leisure Class*. Oxford: Oxford University Press, 2007.