

PRÓLOGO

EL PODER DE LA ECONOMÍA: LA IMAGEN DE LOS MERCADERES Y EL COMERCIO EN EL MUNDO HISPÁNICO DE LA EDAD MODERNA

El descubrimiento del Nuevo Mundo convirtió a España en potencia mundial e inauguró un nuevo capítulo en el comercio internacional, incluso si en el siglo xvii los españoles tuvieron que hacer frente a una crisis. Con el mercantilismo, el mercader se convirtió en la figura central de la sociedad. Si a partir de entonces los nobles aspiraron a ejercer el oficio de mercader, vuelto prestigioso gracias a la riqueza que conllevaba, no dejaba de ser evidente, en muchos casos, la desigualdad existente entre el honor de ambos; en efecto, ya desde los tiempos bíblicos el usurero y el logrero dañaron la imagen del mercader, que se encuentra bajo la sospecha de ser codicioso, de sacar provecho del trabajo ajeno y de vivir ociosamente en desmedro del trabajo productivo. Sin embargo, no deja de situarse en las antípodas tanto del *caballero ocioso*, al cual se le prohíbe trabajar, como del pobre mendigo, quien gana su dinero a través de la mendicidad y no del trabajo. En el contexto de una nueva valoración del mercader se formuló un nuevo ideal de vida, en el cual el trabajo sobrio y disciplinado se vuelve central, mientras que el afán de honor comienza a ser condenado. El comercio se constituye así en una fuerza constructiva y civilizatoria, dejando aparecer la búsqueda aristocrática de gloria militar como una actitud destructiva. Este cambio de postura respecto a la figura del mercader, que comienza a cristalizarse en la temprana Edad Moderna, funcionará como modelo de una nueva valoración del ciudadano. De ello surgen preguntas como las siguientes: ¿En qué consiste el *iustum pretium* del trabajo mercantil? ¿Qué ámbitos

de conocimiento, aparte de aritmética y geografía, tiene que dominar el mercader? ¿Debe actuar según la moral, o tan solo simular hacerlo, para así poder hacer frente al engaño ajeno de manera más eficiente? La tratadística y la literatura ficcional otorgan respuestas que permiten formarse una idea de los comienzos del capitalismo. ¿Cómo se llegó de la prohibición del cobro de intereses a la marginalización de todo el estamento mercantil? Si a partir de la riqueza del mercader se obtenía un alto prestigio social, lo cual llevó también a los nobles a ejercer el oficio de comerciante, ¿por qué entonces los mercaderes ricos aspiraban a un título de nobleza? ¿Puede decirse que la moral y la eficiencia se derivaban realmente de la religiosidad, en el sentido de Max Weber, o proliferó tanto en el ámbito comercial como en el político una separación entre la eficiencia y la moral, en el sentido de Maquiavelo? ¿Qué porcentaje tienen, en la concepción y valoración del mercader y su actividad, los conceptos escolásticos de la Edad Media, y qué porcentaje tienen los conceptos capitalistas de la modernidad? Estas son las preguntas inaugurales que constituyen el trasfondo de los artículos reunidos en este volumen.

En su contribución «Dinero, mercaderes y oficios productivos en la sátira de Quevedo», Ignacio Arellano muestra cómo la creciente importancia de la economía dineraria puso en peligro el sistema estamental, posibilitando que los comerciantes accedan a un estamento superior a través del dinero. Si bien Quevedo consideraba todo tipo de actividad humana como una actividad comercial, adscribe a los comerciantes características satíricas como el afán de lucro, la codicia, la usura, el interés personal y el engaño. En referencia a la situación de crisis económica del momento, Ana Suárez Miramón considera *El gran mercado del mundo* de Calderón como expresión de la teoría económica barroca, para lo cual se centra en reflexiones sobre el derecho de mayorazgo, sobre la representación de la vida humana como negocio, mediante la parábola bíblica de los talentos otorgados, así como sobre la función del mercado, el valor del dinero y la crítica de la mendicidad.

El hecho de que el antiguo sistema estamental se encuentre en vías de disolución es visto por David García Hernán a la luz de nuevos aspectos, puestos de relieve en la imagen del «rico» y del «mercader». Así, la riqueza pasa a ser considerada como un premio a los esfuerzos del trabajo, y el mercader es visto como «productiva figura», no solo en un sentido económico, sino también en el orden de la ética social. Esto no significa, sin embargo, que las estructuras feudales hayan desaparecido, tal

como lo muestra Miguel Fernando GómezVozmediano, examinando la manera en la cual las relaciones de dependencia de «señores» y «vasallos» están representadas en el romancero, en los cuentos, en las canciones populares, en los pliegos de cordel y en los romances de ciego. A diferencia del antiguo estamento del siervo, con la imprenta el mercader de libros accede a un nuevo estatuto estamental. Luis Iglesias Feijoo explicita qué pasos tenía que dar este mercader en tanto emprendedor consciente de los riesgos que tenía que asumir: desde la solicitud al Consejo de Castilla de una licencia de impresión y de un privilegio para obtener la exclusiva de edición, pasando por la aprobación eclesiástica, hasta la corrección de las pruebas y el establecimiento del precio. Una figura en la cual convergen todos los prejuicios proyectados sobre el mercader es la del logrero, quien, por ejemplo, compraba en épocas favorables grandes cantidades de cereal a bajo precio para venderlo después, en épocas de escasez generalizada de alimentos, a precios abusivos. De esta figura se ocupa en detalle Jesús M. Usunáriz, recurriendo para ello tanto a variadas historias moralizantes en las que los logreros son castigados por su comportamiento inmoral con enfermedades o incluso la muerte, como a obras teatrales en las cuales el logrero es equiparado a la figura del ladrón. Que las recriminaciones dirigidas contra el mercader tienen una tradición que se retrotrae hasta la Antigüedad, es puesto de manifiesto por Christoph Strosetzki, quien destaca, no obstante, que a esta imagen negativa de la actividad mercantil le son contrapuestas características positivas ya presentes en la idea de la justa medida de Aristóteles, mas realmente tematizadas durante el Siglo de Oro con Tomás de Mercado y Martín de Azpilcueta; la ganancia medida, la consideración del *pretium iustum* y la reconducción de la riqueza excesiva al cuidado de los pobres son algunas de ellas.

Otros artículos se dedican a la representación del mercader en el teatro. Teresa FerrerValls presenta tres piezas teatrales: *El mercader amante*, de Gaspar Aguilar, *Las firmezas de Isabela*, de Góngora, y la obra anónima *El mercader de Toledo*. Mientras que en la primera pieza el mercader es caracterizado como una figura positiva, el hecho de que Góngora lo haga aparecer en una comedia —vale decir un género demasiado bajo para los señores—, dejaría conjeturar un cierto desprecio. En la tercera obra, por el contrario, el rechazo social del mercader resulta evidente. De *El mercader amante*, de Gaspar Aguilar, y *Las firmezas de Isabela*, de Góngora, también se ocupa Victoriano Roncero López, quien igualmente resalta la representación positiva del comerciante en ambas piezas. La diferencia

reside en que, mientras Góngora solo pone en escena a comerciantes, en Aguilar el conflicto entre la nobleza y los mercaderes se manifiesta a través de la relación entre una noble y el hijo de un comerciante. El amor en la figura del mercader es analizado por Frederick A. de Armas con el ejemplo de *El anzuelo de Fenisa*, de Lope de Vega, señalando paralelos entre el amante y el mercader: los dos deben ser comedidos y no aspirar a lo ilimitado, incluso allí donde el amante se disfraza de mercader, para persuadir a su dama con sus mercancías. De ahí que el mercader sea una figura ambivalente, ora apreciada, ora sospechosa o peligrosa.

En el marco de la colonización de América, en la cual los comerciantes lograron adquirir una riqueza tal que se volvieron un peligro para la nobleza, y del concepto del *pretium iustum*, con el cual se aspira a armonizar valores económicos y éticos, Agnieszka Komorowska muestra cómo en *El amigo hasta la muerte*, de Lope de Vega, la amistad entre Bernardo, hijo de Felisardo, un mercader rico, y Sancho, un noble empobrecido, debe hacer frente a numerosas pruebas. En su contribución sobre esta misma obra, Ysla Campbell pone de relieve que, si bien el padre, Felisardo, actúa según el nuevo *ethos* del mercader, su hijo, Bernardo, se orienta hacia los valores aristocráticos: «La paradoja radica en el fundamento de la nueva integración nobiliaria: a la nobleza se suman la virtud y la riqueza proveniente de los negocios». Joan Oleza constata la importancia del mercader tanto en la *comedia erudita o regular* italiana, ambientada en un marco urbano, como en la *novella* italiana, pero indica asimismo que su influencia sobre Lope de Vega es más bien limitada, puesto que en este último se representa un entorno social diferente y suelen aparecer figuras que solo están disfrazadas de comerciantes. En los *Avisos* de Barrionuevo, Francisco Domínguez Matito constata una atmósfera cargada de pesimismo a causa de los inmensos costes de la guerra, la alta carga impositiva y la inestabilidad de los precios. A la crítica de la monarquía, con su derroche y su indiferencia respecto a los problemas de la nación, se contraponen el mundo del dinero, de los mercaderes y de los banqueros.

En el siglo XVIII las circunstancias siguieron desplazándose a favor del mercader. Al respecto, Jan-Henrik Witthaus presenta tres posiciones: mientras que Juan Enrique Graef condena la búsqueda del interés particular por egoísta, considerando al mercader honrado como aquel que se ve obligado a cumplir con la exigencia del bien común, para José de Campillo y Cossío las pasiones de los individuos constituyen

la clave del éxito económico; en Valentín de Foronda, finalmente, es el engranaje de los distintos intereses particulares lo que fomenta el bien común. Según Beatrice Schuchardt, también el teatro español del siglo XVIII se encuentra bajo la influencia de la recepción literaria de la pieza teatral *The London Merchant*, cuyo público burgués se complace en ver representadas figuras de su propio mundo del comercio y del artesanado. De ahí que *El hombre agradecido* (1796), de Comella, ponga en escena a Bruno, un mercader ilustrado que, actuando de manera ejemplar con cautela y autoridad natural, le brinda ayuda a un mercader caído en desgracia. Christian von Tschiltschke elige como ejemplo la obra de teatro neoclásica *La familia a la moda* (1805), de María Rosa Gálvez, puesto que allí el mundo se presenta como atravesado por el materialismo y por cuestionamientos económicos, aunque el marco de referencia no lo constituyan ni el mercado ni los comerciantes, sino la economía hogareña. En efecto, a la familia Pimpleas, cuyo comportamiento en materia de gastos se orienta hacia un estilo de vida aristocrático, se le contrapone doña Guiomar, quien se conduce según los nuevos valores burgueses de la racionalidad económica.

Las contribuciones del presente volumen se remontan en su mayoría a un congreso que tuvo lugar los días 9 y 10 de febrero de 2017 en los Uffizi de Florencia. Se agradece muy especialmente a Ignacio Arellano y al GRISO por la organización del congreso, y a la DFG por el financiamiento de la impresión. Y ¿cómo no señalar también nuestro cordial agradecimiento a la dirección de la Galleria degli Uffizi, que con tanta gentileza nos abrió sus puertas para debatir en el mismo espacio en el que un día hablaron Dante, Petrarca y Boccaccio, y que nos permitió desarrollar nuestro congreso en un ámbito excepcional?

Münster, diciembre de 2017
Christoph Strosetzki