

**Christoph Strosetzki (ed.). *El poder de la economía. La imagen de los mercaderes y el comercio en el mundo hispánico de la Edad Moderna. Madrid/Frankfurt-am-Main, Iberoamericana-Vervuert, 2018, 392 págs.***

El libro editado por Christoph Strosetzki presenta un título atractivo para el historiador contemporáneo. En efecto, en nuestros tiempos se formulan críticas cada vez más humanistas hacia el modelo neoliberal y llaman a operar cambios significativos en varios planos: político, económico y social. Se cuestionan las formas de vida de las sociedades occidentales por ser el resultado de un modelo económico cuyas crisis actuales presentan los límites de viabilidad o, por lo menos, de compatibilidad con valores tales como la solidaridad. Es cierto que, más allá de un modelo económico basado en el libre mercado y en el ajuste entre la oferta y la demanda, el neoliberalismo conlleva un modelo social y cultural donde las formas de hacer sociedad corresponden a sociabilidades objetivadas mediante el dinero y su acumulación. Así, el lenguaje económico domina la vida pública e impone sus patrones cognitivos.

El libro que presentamos interroga de manera relevante los sentidos y significados de la economía y de sus campos semánticos durante los siglos XVII y XVIII. Es decir, los siglos que vieron nacer el liberalismo, la economía política, la valoración social del dinero y de los negocios. Tal como se precisa en el prólogo, “La tratadística y la literatura ficcional otorgan respuestas que permiten formarse una idea de los comienzos del capitalismo” (p. 8). Por lo tanto, el periodo recorrido permite poner en perspectiva la tensión

entre los pensadores y filósofos humanistas del siglo XVI y los intelectuales del siglo XIX y XX que proporcionaron los análisis críticos del liberalismo económico en Europa: de Tomás de Mercado y Maquiavelo, a Max Weber y Joseph Schumpeter, entre otros.

El coordinador del libro, Christoph Strosetzki, es catedrático de la Universidad de Münster (Alemania) y especialista en los saberes humanísticos europeos y de las obras literarias y teatrales del Siglo de Oro, el libro consta de diecisiete contribuciones que buscan, revelan e interrogan la “imagen de los mercaderes y el comercio” en la España moderna, mediante el análisis de distintas obras literarias y teatrales producidas en este contexto hispanohablante. Cabe precisar que la mayoría de las contribuciones fueron presentadas en un Congreso en los Uffizi de Florencia, en 2017, probablemente ello explica la fluidez que se observa al leer los textos, encabezados por un prólogo del editor. Además, al seguir el orden cronológico de publicación de las obras analizadas, del Siglo de Oro al principio del siglo XIX, el conjunto de ensayos contribuye a una historia del comercio internacional moderno, del mercantilismo y de la ciencia que acompaña su desarrollo: la economía política. Explica así cómo, paulatinamente, se estableció una imagen ambivalente de los comerciantes y mercaderes y

de sus prácticas mercantilistas en la literatura de la España moderna.

Para tratar sobre la percepción social y cultural de los mercaderes y comerciantes en el siglo XVII, los dos primeros ensayos se basan en análisis lexicográficos. Así, los trabajos de Ignacio Arellano, sobre los textos satíricos de Francisco de Quevedo, y Ana Suárez Miramón, a partir de situaciones jurídicas descritas en *El gran mercado del mundo* de Pedro Calderón de la Barca, muestran la imagen negativa dominante durante el Siglo de Oro en torno a cualquier actividad mercantil. Las prácticas asociadas al negocio, tales como las ventas o los préstamos, alteraban las relaciones sociales y pervertían la jerarquía de los individuos establecida en función de la sangre. Cada cual solo podía aspirar a tener lo que le corresponde. El dinero modifica este orden y, según las palabras de Quevedo, señaladas por I. Arellano, “Como este mundo es venta, en él es propio de robar” (p. 20).

David García Hernán —a partir de varias obras de Pedro Calderón de la Barca y de Tirso de Molina— y Miguel Fernando Gómez Vozmediado — desde la literatura de cordel, los cuentos y canciones populares— rescatan la figura del rico poderoso, sea aristócrata, su servidor o el “hombre indiano” de vuelta de las Indias, que deben su riqueza a sus méritos y sufrimientos. Si bien no se menosprecia la riqueza ni el trabajo honesto en las obras analizadas, los ensayos muestran cómo se condena moralmente el contacto con el dinero que tiene el poder de contaminar la burocracia financiera y romper con el orden estamental: “No en vano el servicio a algún Grande de España podía ser

la mejor plataforma para mayores aspiraciones” (Gómez Vozmediado, p. 101).

El texto de Luis Iglesia Feijoo rescata la figura del mercader de libros, es decir, el que asume los costes de producción de los libros y que muy a menudo tenía también que dedicarse a la venta del producto impreso. Si bien existen numerosos estudios sobre los impresores y las imprentas en la España moderna, la historia del comercio del libro queda por consolidarse. Este trabajo se inscribe, por lo tanto, en la historia económica del papel en la España del Siglo de Oro, contexto en el que los comerciantes genoveses tenían un rol protagónico y, a la vez, una reputación negativa.

Por su lado, Jesús M. Usunáriz propone una contribución sobre los “logreros” a lo largo de los siglos XVII y XVIII, haciendo hincapié en las prácticas abusivas de los usureros durante los periodos de carestía y los castigos divinos que recibían. La consagración del liberalismo con las reformas de Carlos III no quitó la negatividad asociada a la figura del usurero, moralmente condenado por una economía de subsistencia todavía vigente en las zonas rurales de la España del siglo XVIII. En los tres textos siguientes (Christoph Strosetzki, Teresa Ferrer Valls y Victoriano Roncero López), se demuestra cómo la imagen del mercader tiende a ser más compleja a medida que se va profesionalizando y expandiendo en la monarquía hispánica. Las nociones de «justo precio» y la ganancia mesurada, que existen desde la Antigüedad se encuentran expresadas con fuerza en el teatro del Siglo de Oro. Se muestra así que las prácticas comerciales tienden a regularse. La

imagen del mercader resulta ambivalente, entre rechazo y aceptación.

En esta misma línea, las obras de Lope de Vega sirven de referencia a los cuatro textos siguientes para desglosar los talentos y los poderes del negocio de los comerciantes. Así, el *Anzuelo de Fenisa* sirve a Frederick A. de Armas para asociar el comercio con el arte de la seducción, ya que ambos tienen la capacidad de crear una ilusión y engañar con promesas. Con *El amigo hasta la muerte*, Agnieszka Komorowska ilustra las virtudes de las relaciones mercantiles, que en principio debían contentar a ambas partes de forma igualitaria. A partir de la misma obra, Ysla Campbell resalta la importancia del comercio para romper con la rigidez de los estamentos del Antiguo Régimen, basados en la condición social. Así, junto con el matrimonio, el negocio exitoso permitía integrar la nobleza. Por su lado, Joan Oleza se interesa en la influencia de los *novellieri* italianos en la obra de Lope de Vega, donde aparecen figuras disfrazadas de comerciantes. Desde otra perspectiva, pero todavía en el siglo XVII, los *Avisos* de Jerónimo de Barrionuevo permiten a Francisco Domínguez Matito destacar las descripciones pesimistas que hace este clérigo acerca de las actividades financieras de su época.

Por tanto, si bien las profesiones vinculadas al dinero no dejaron de ser menospreciadas, adquirieron en ciertas obras una imagen más positiva vinculada con la riqueza y el poder, sobre todo en relación con el Nuevo Mundo. En efecto, el horizonte americano, con sus posibilidades de obtener bienes y construirse un patrimonio mediante actividades mercantiles, contribuye hasta principios del siglo XIX en la creación de

una imagen alentadora del negocio. No obstante, se mantuvo la otra cara de la medalla, es decir, la reputación negativa del mercader.

Por otra parte, la economía política, como sistema de pensamiento del mundo y de producción de ideas políticas, se acompaña a partir del siglo XVIII de la elaboración de los conceptos de bien común, de derecho natural y de la honra del mercader, aspectos que Jan-Henrik Witthaus analiza mediante las obras de Juan Enrique Graef, José de Campillo y Cossío y Valentín de Foronda. El desarrollo económico de la nación y del “hombre económico” se vuelven un tema literario mediante la expresión de las motivaciones de los comerciantes: el interés y la ganancia ya no son materias vergonzosas cuando están asociadas al bien común. De la misma manera, Beatrice Schuchardt estudia la construcción literaria de la figura del comerciante en oposición al ocioso, a través de *El Hombre agradecido* de Comella (1796) y de la recepción de la obra de George Lillo, *The London Merchant* (1731). Asociado a la comedia sentimental, el mercader conquista sus letras de nobleza por su plata y su contribución al desarrollo económico de la nación, de tal modo que las formas teatrales se adaptan a un público cada vez más burgués. *La familia a la moda*, de María Rosa Gálvez de Cabrera (estrenada en abril de 1805) permite a Christian von Tschiltschke cerrar esta serie de contribuciones mostrando la importancia del dinero en la vida cotidiana y en las relaciones sociales, desde la familia hasta la nación. De manera relevante, y deseoso de seguir “las pistas de una nueva antropología y poetología de lo económico” (p. 372), Tschiltschke sugiere que se puede observar una “nueva economía del teatro”

neoclásico. Así, la lucha entre dos mujeres por el control de la esfera doméstica revela una crisis de la masculinidad hacia principios del siglo XIX,

De los aspectos sobresalientes a través de todas las contribuciones del libro editado por Christoph Stroseztki, destacan la cultura material y el dinero que, según el famoso dicho de Quevedo, es “poderoso caballero”. Quizás porque existe ya una reconocida publicación titulada *El poder del dinero*, no se ha querido titular este conjunto de contribuciones de la misma forma. Sea como sea, *El Poder de la economía* aporta una nueva mirada, desde la literatura y el teatro, que dialoga con las investigaciones recientes enfocadas en la venalidad y la venta de cargos y oficios en el mundo iberoamericano. En efecto, los trabajos de Francisco Andújar del Castillo, entre otros, así como las reflexiones de la historiadora Anne Dubet, en particular a partir del caso “Verdes Montenegro”, posibilitan una historia de las reformas financieras y de gobierno del Antiguo Régimen mediante las percepciones de los propios actores y testigos de los cambios y permanencias. En este sentido, los ensayos de *El poder de la economía* proporcionan también herramientas conceptuales para entender la importancia del dinero, ya que define los vínculos sociales mediante las deudas y las obligaciones. Asimismo, los ensayos permiten especificar cómo las condiciones de existencia de los individuos se perciben mediante sus aspiraciones y determinan las condiciones materiales de vida. La observación del actuar mediante fuentes literarias y teatrales fundamenta entonces un análisis que permite abarcar las costumbres, las instituciones, la administración, las concepciones y los proyectos de los actores del pasado vinculados al comercio.

Distintos trabajos académicos basados en la noción de economía moral, desarrollada desde los años 1970 por el historiador inglés E.P. Thomson a partir de sus estudios sobre las revueltas del siglo XVIII, habían ya cavado el surco de una historia social y cultural de la economía moderna, en la cual el libro de contribuciones que presentamos, publicado en 2018, también se inscribe.

El periodo explorado muestra que entre el siglo XVI y el siglo XIX, operó una transformación en la percepción de las prácticas sociales de intercambio. La tensión entre caridad y justicia, es decir, una virtud teologal asociada a la transmisión de los bienes y a la herencia de oficios, y una virtud cardinal vinculada al intercambio de bienes y servicios, se resuelve progresivamente con la adopción de una visión ambivalente del comercio y de los mercaderes. Con la compra de oficios, el negocio y el comercio se convirtieron en actividades que, asociadas con el trabajo y la mejora de las condiciones materiales de vida, contribuyen al bien estar de la sociedad. Este fenómeno se ve asociado con las ideas liberales de distribución de riquezas, de la honra del mercader y del “justo precio” que adquirieron las prácticas mercantilistas a lo largo del siglo XVIII mientras la moral siguió empapelando al dinero por su carácter subversivo. Así, aunque la moral cristiana abomine el dinero, la imagen literaria del comercio, de los negocios y de los mercaderes sigue siendo ambivalente: el dinero permite romper con los estamentos y aspirar a una vida que se define en términos materiales más allá de la necesidad. En definitiva, el proceso de teatralización de la economía está todavía por cuestionarse. Este libro representa un paso interesante.

## Referencias citadas

Andújar del Castillo, F., ed. (2011): *El poder del dinero. Ventas de cargos y honores en el Antiguo Régimen*, Madrid: Biblioteca Nueva.

Dubet, A. (2015): *La Hacienda real de la Nueva Planta (1713-1726), entre fraude y buen gobierno. El caso Verdes Montenegro*, Madrid: Fondo de Cultura Económica.

Aude Argouse  
Universidad de Chile  
Universidad Bernardo O'Higgins