

## LA MORAL ECONÓMICA DE LOS COMERCIANTES EN LAS OBRAS REPRESENTADAS EN LOS CORRALES DE COMEDIAS DEL SIGLO DE ORO

*The economic morality of the merchants as represented in  
the comedy corral of the Golden Age*

Luis PERDICES DE BLAS 

Universidad Complutense de Madrid  
perdices@ccee.ucm.es

José Luis RAMOS GOROSTIZA 

Universidad Complutense de Madrid  
ramos@ccee.ucm.es

Fecha de recepción: 21/11/2021

Fecha de aceptación: 19/05/2022

**RESUMEN:** Uno de los propósitos de la línea de investigación Economía y Literatura es analizar la transmisión y divulgación de las ideas económicas, desde aquellos que reflexionaron en profundidad sobre las cuestiones económicas hasta el público en general. Precisamente, el presente trabajo profundiza en cómo se plasmaron las ideas de los escolásticos españoles sobre moral económica en una serie de obras dramáticas del Siglo de Oro. Se trata de piezas representadas en los corrales de comedias, a los que asistía un amplio y muy variado público, y entre cuyos autores están Calderón, Góngora, Lope de Vega, Ruiz de Alarcón o Aguilar.

*Palabras clave:* comerciantes; moral económica; escolástica española; Tomás de Mercado; teatro del Siglo de Oro.

**ABSTRACT:** One of the purposes of the Economics and Literature line of research is to analyze the transmission and popularization of economic ideas, from those who reflected in depth on economic issues to the general public. Precisely, this article delves into how the ideas of Spanish scholastics on economic morality were embodied in a series of dramatic works from the Golden Age. These are pieces represented in the comedy corrales, which were attended by a large and very varied public, and among whose authors are Calderón, Góngora, Lope de Vega, Ruiz de Alarcón or Aguilar.

*Keywords:* merchants; economic morality; Spanish Scholasticism; Tomás de Mercado; Spanish Golden Age theatre.

## 1. INTRODUCCIÓN

La transmisión de las ideas de los economistas o de aquellos que reflexionaron en profundidad sobre cuestiones económicas —como los teólogos españoles del Siglo de Oro, a los que se hace referencia en el presente trabajo— ha sido una de las líneas principales de investigación de la Historia del Pensamiento Económico en España desde los años ochenta del siglo pasado. Así, se han publicado numerosas monografías sobre la recepción de las ideas de importantes economistas foráneos, como Adam Smith, Karl Marx o John M. Keynes, por resaltar tres ejemplos representativos. Los últimos trabajos publicados sobre la escolástica española también plantean hipótesis sobre su posible influencia en autores europeos, en particular en Smith, con la finalidad de enlazar las ideas de los escolásticos españoles con las de los fundadores de la ciencia económica del siglo XVIII. Tales investigaciones, por tanto, se han centrado en cómo se transmiten las ideas de unos economistas a otros, dentro de la profesión<sup>1</sup>.

Sin embargo, en las dos últimas décadas también se ha estudiado cómo se han transmitido las ideas económicas desde los economistas a aquellos no profesionales en asuntos económicos, y de ahí al público en general<sup>2</sup>. Esta es precisamente una

1. Sobre las historias nacionales del pensamiento económico, véase Lluch y Cardoso en Fuentes Quintana (1999-2004, I: 435-484). En los tomos segundo al séptimo de Fuentes Quintana (1999-2004), se recogen diversos trabajos sobre la recepción en España de economistas foráneos, desde la Edad Moderna hasta el siglo XX.

2. Con anterioridad, había sido objeto de estudio la transmisión de las ideas de los economistas a los políticos y su reflejo en las medidas de política económica.

de las tareas de la línea de investigación Economía y Literatura<sup>3</sup>. Fuera del mundo académico y profesional, la mayoría de los individuos — tanto en el pasado como en la actualidad — no han adquirido sus conocimientos económicos consultando los textos de los economistas más sobresalientes. Muy pocos, por ejemplo, son los que en nuestros días han leído alguna obra de los galardonados con el Nobel de Economía. En cambio, la mayoría está hoy familiarizada con los temas económicos a través de la prensa, la radio, la televisión o las redes sociales. Pero tradicionalmente, en este proceso de transmisión de las ideas económicas al gran público, las obras literarias de ficción también han desempeñado un papel principal, en especial a través de las ideas sostenidas sobre estos temas por los protagonistas de sus tramas. Es más, como apuntan Santos Redondo y Ramos Gorostiza (2006: 29), «si al tratar un problema económico las grandes obras de la literatura se alejan del rigor profesional, ese alejamiento sigue siendo un importante objeto de estudio, porque las ideas económicas que subyacen en las obras de arte llegan con fuerza a la mentalidad popular». En el pasado, y sobre todo en el Siglo de Oro, cuando los niveles de alfabetización eran bajos y no se contaba con los medios de comunicación actuales — aunque hubiera pasquines ilustrados, coplas satíricas, etc. —, las obras dramáticas representadas en los populares corrales de comedias cumplían un papel muy significativo en la transmisión de las ideas. En algunos casos, incluso tenían la intención de adoctrinar de forma sutil a los espectadores sobre determinados temas políticos, religiosos y morales.

José Antonio Maravall ya apuntó en 1975 que el siglo XVII fue «una época de masas, la primera, sin duda, en la historia moderna, y el Barroco la primera cultura que se [sirvió] de resortes de acción masiva» (Maravall, 1975: 221). En otras palabras, los «de abajo se [habituaron] a ver, a oír, a enterarse, a formarse criterios sobre muchas materias que antes les eran por completo ajenas. Y esto [dio] lugar a la aparición del fenómeno de formación de una opinión pública que cada vez [era] más amplia y se expresa[ba] con más fuerza» (Maravall, 1975: 218).

En los corrales de comedias se representaban obras de dramaturgos que contenían ideas sobre la conducta moral de los comerciantes, entre otros temas relacionados con los asuntos económicos<sup>4</sup>. Si en la actualidad, como queda apuntado, la transmisión oral de las ideas desempeña un papel principal (pese a la

3. Los estudios sobre Economía y Literatura en España se han multiplicado en los últimos tres lustros, desde monografías como las de Perdices de Blas y Santos Redondo (2006) — que recoge diversos trabajos de economistas sobre la obra de escritores que van de Cervantes a Borges y Cortázar — o Bermejo Cabrero (2011), hasta el más reciente libro de Martín Rodríguez (2020) sobre Poesía y Economía en España entre los siglos XVII y XIX.

4. Sobre el dinero y la comedia española, véase Pedraza Jiménez, González Cañal y Marcello (2016). Sobre la esclavitud de los indios americanos en Tirso de Molina, Félix Lope de Vega y Pedro Calderón de la Barca, véase Perdices de Blas y Ramos Gorostiza (en prensa).

generalización de la prensa, la facilidad de acceso a los medios escritos y visuales, y el predominio de la imagen), más todavía lo desempeñaba en una sociedad con una alta tasa de analfabetismo. Aunque los sermones fueron la vía tradicional de transmisión de la moral en el Siglo de Oro, las piezas representadas en los corrales de comedias —donde la escenografía tenía un papel relevante— cumplieron una misión similar, y ello pese a que dichos lugares fueran denostados por los moralistas, que incluso propusieron su cierre en numerosas ocasiones<sup>5</sup>. Las obras representadas en estos teatros populares iban dirigidas a un público muy amplio y variado, que incluía comerciantes y trabajadores manuales, así como letrados e iletrados. En este sentido, habría que recordar —como apuntan Greer y Junguito— las palabras de Lope de Vega en su *Arte nuevo de hacer comedias* (1609): «Yo escribo por el arte que inventaron / los que el vulgar aplauso pretendieron, / porque, como las paga el vulgo, es justo / hablarle en necio para darle gusto» (Greer y Junguito, 2004: 35).

Entre las cada vez más numerosas monografías sobre Economía y Literatura en el Siglo de Oro, para el objeto de este trabajo cabe destacar la editada en 2018 por Christoph Strosetzki, con el título *El poder de la economía: la imagen de los mercaderes y el comercio en el mundo hispánico de la Edad Moderna*. Incluye varios artículos sobre la figura del mercader en las obras dramáticas de dicho siglo, y además el editor aporta un interesante estudio sobre el perfil del mercader en Aristóteles, Tomás de Mercado y Martín de Azpilcueta<sup>6</sup>. Precisamente, el presente trabajo profundiza en cómo se recogieron las ideas de los escolásticos españoles sobre moral económica en una selección de obras dramáticas del Siglo de Oro<sup>7</sup>. Se

5. No obstante, como señala Sanz Ayán (2001: 57), muchos de los teatros comerciales se toleraron porque estaban vinculados a la financiación de la asistencia social.

6. Otro reciente trabajo del mismo autor, como coeditor y autor, es Lütge y Strosetzki (2019).

7. El criterio de selección de las obras analizadas en este trabajo responde a dos condiciones: primero, que sean piezas que gozaron de éxito y/o cuyos autores fueron creadores destacados del teatro del Siglo de Oro; y, segundo, que los aspectos económicos tengan —de uno u otro modo— una presencia significativa en su trama. A su vez, sobre cada una de estas condiciones cabe hacer una matización importante. Por un lado, es evidente que no podemos disponer de datos concretos de la “penetración” en el público de los textos teatrales. Pero sí tenemos indicios indirectos: se sabe, por ejemplo, que algunas obras —como *El mercader amante* de Gaspar Aguilar— tuvieron muy buena recepción en los corrales de comedias, que eran los lugares de los “espectáculos de masas” de la época; y se sabe también que determinados autores —como Lope— se distinguieron precisamente por su gran capacidad para conectar con el público. Por otro lado, cuando hablamos de aspectos económicos lo hacemos en un sentido amplio, aunque con especial referencia a lo relacionado con el mundo del comercio. Es cierto que en alguna de las obras teatrales seleccionadas no se plantean cuestiones económicas “puras” o propiamente dichas, sino conflictos entre riqueza y honra, o contrastes entre hidalguía y mercadería. Pero esto último entraría también dentro de la citada perspectiva amplia de *lo económico*, y así se

trata de piezas que se representaron en los populares corrales de comedias y cuyos autores —Calderón, Góngora, Lope o Ruiz de Alarcón— tuvieron una influencia considerable en los escenarios. Es decir, este artículo analiza si el comportamiento de los comerciantes protagonistas en las obras dramáticas seleccionadas se ajustaba o no a las normas de conducta señaladas por los escolásticos en sus manuales de tratos y contratos, entre los que sobresale el de Tomás de Mercado. En definitiva, ¿eran los comerciantes descalificados por dedicarse a una profesión peligrosa desde el punto de vista moral que apenas podía distinguirse de la de logreros y usureros, o bien eran elogiados o tolerados por desempeñar su «delicada» actividad bajo las directrices de la justicia conmutativa señaladas por los escolásticos?

Al margen de esta introducción y del apartado de conclusiones, la exposición está dividida en dos grandes secciones. Por una parte, se dará cuenta de las principales ideas de los escolásticos sobre moral económica, comercio y comerciantes. Entre estos especialistas, que eran mayoritariamente teólogos o juristas, se destaca en particular a Tomás de Mercado, que describió el mundo de los negocios en Sevilla, principal plaza comercial de la época y donde se desarrolla la trama de alguna de las obras seleccionadas. Mercado escribió además su libro con fines divulgativos, como lo demuestra el hecho de que se publicara en español. Por otra parte, se examinará si los mercaderes, en los textos seleccionados (de Aguilar, Calderón, Góngora, Lope, Ruiz de Alarcón y un autor anónimo), seguían las pautas morales apuntadas por los escolásticos. En suma, ¿plasmaron estos dramaturgos las enseñanzas de los teólogos escolásticos en las obras que estrenaron en los corrales de comedias?

## 2. LA MORAL ECONÓMICA DE LAS TRANSACCIONES COMERCIALES

En el ámbito rural, la vida económica se ha asociado tradicionalmente con la sencillez, la honra, la virtud, el trabajo pausado, la buena voluntad en la consumación de las transacciones económicas, y la agricultura, actividad digna incluso de nobles. Por contraste, la vida económica urbana, sobre todo comercial, se ha calificado de artificial y peligrosa porque podría derivar en la pérdida moral de sus practicantes. Esta visión negativa del comercio aparece ya claramente proyectada en numerosos pasajes de la Biblia, así como en los textos de filósofos paganos de la Antigüedad, como Aristóteles.

En la Biblia pueden identificarse versículos que mantienen claramente esta tesis crítica con la ciudad y sus actividades económicas, en especial en referencia a urbes icónicas como Sodoma, Gomorra, Babilonia e incluso Jerusalén. Por

---

entiende generalmente en los estudios sobre economía y literatura del Siglo de Oro, como los recogidos en el libro de referencia de Strosetzki (2018).

ejemplo, en el Génesis, tratando sobre Sodoma y su destrucción, Abrahán interpela al Señor diciendo: «¿Es verdad que vas a destruir al inocente con el culpable? Si hay cincuenta inocentes en la ciudad, ¿los destruirás y no perdonarás el lugar por los cincuenta inocentes que hay en él?»<sup>8</sup>. Es decir, Abrahán plantea el dilema moral de salvar a los justos para que no pagasen por los pecadores, aunque da a entender que en una ciudad como Sodoma los justos no se prodigaban. Babilonia, junto a Sodoma y Gomorra, era la otra gran ciudad asociada al pecado y la perdición, calificada como «madre de las prostitutas y las abominaciones de la tierra»<sup>9</sup>. Precisamente, su caída se explica «porque del vino del furor de su prostitución han bebido todas las naciones, los reyes de la tierra fornicaron con ella, y los mercaderes de la tierra se enriquecieron con el poder de su opulencia»<sup>10</sup>. Incluso el famoso Templo de la ciudad sagrada de Jerusalén —a la que se llegó a proclamar «Ciudad Fiel»<sup>11</sup>— no se libró de la corrupción. En este lugar sagrado se desarrolló una de las escenas de la vida del Mesías más citada y representada —como en el famoso cuadro del Greco depositado en la National Gallery—: Jesús, después de las bodas de Caná en Galilea, va a Jerusalén y encuentra en el Templo a vendedores de bueyes, ovejas y palomas, así como a cambistas; escandalizado, les increpa diciendo: «Quitad esto de aquí: no convertáis en un mercado la casa de mi Padre»<sup>12</sup>. La importancia de esta escena es tal que fue descrita con detalle por los cuatro evangelistas, dejando grabada en la mente de muchos cristianos una imagen perdurable, recelosa con el comercio y el comerciante<sup>13</sup>.

Los filósofos paganos, que vivieron en ciudades-estado como Atenas, matizaron el contraste entre campo y ciudad. Aunque la vida campestre se presentaba en principio como más virtuosa que la urbana, lo más importante para dilucidar la calidad moral de una actividad era fijarse en su objetivo. Con tal fin, Aristóteles, en la primera parte de su *Política*, distinguía entre economía y crematística. Pastores, labradores, pescadores o cazadores trabajaban con los productos de la naturaleza, y no adquirían «su alimento mediante el cambio y el comercio» (Aristóteles, 1951: 14); por lo tanto, estas actividades se incluían en la economía porque dedicarse a ellas formaba parte del «arte adquisitivo natural propio de los que administran la casa y la ciudad» (Aristóteles, 1951: 15). Sin embargo, había otro arte adquisitivo —la crematística— para el cual no parecía «haber límite alguno de la riqueza y la

8. Génesis, 18:23-24.

9. Apocalipsis, 17:5.

10. Apocalipsis, 18:13.

11. Zacarías, 8:3.

12. Juan, 2:17.

13. Mateo, 21:12-17; Lucas, 19: 28-48; y Marcos, 11: 11-19. En este mismo sentido, cabría hacer referencia a fuentes teológicas adicionales, pero, dadas las limitaciones de espacio propias de un artículo, valgan al menos las ya citadas.

propiedad» (Aristóteles, 1951: 15). Se refería sobre todo a aquellas transferencias económicas asociadas al dinero y no dirigidas a proveer el bienestar de la familia o la ciudad: «Esta crematística comercial parece tener por objeto el dinero, ya que el dinero es el elemento y el término del cambio, y la riqueza resultante de esta crematística es ilimitada» (Aristóteles, 1951: 17). En suma, la economía doméstica tenía un límite y las prácticas comerciales incluidas en la misma eran actividades necesarias, laudables, naturales y que no tenían por objeto la adquisición ilimitada de dinero; por el contrario, la crematística propiamente dicha se relacionaba con el exceso, el dinero, la desmedida riqueza y la utilización de todos los medios a su alcance de forma antinatural. Por si esto fuese poco, un principio general de la crematística —bajo cuyo amparo estaban los préstamos y el comercio— era conseguir, «siempre que [fuera] posible, el monopolio» (Aristóteles, 1951: 22).

Una segunda contribución de Aristóteles a las reflexiones sobre los intercambios comerciales fue su teoría de la justicia, recogida en la *Ética a Nicómano*. Distinguió entre la justicia distributiva (de honores, fortuna y todas aquellas ventajas que puedan obtener los miembros de la ciudad), y la justicia conmutativa (que regulaba las condiciones legales de los contratos o de las relaciones civiles, ya fueran voluntarias —como la compraventa o los préstamos— o involuntarias —como el hurto y el adulterio) (Aristóteles, 1999, libro V). Esta distinción entre justicia distributiva —que no tiene el mismo significado que en la actualidad— y justicia conmutativa —cambiar igual por igual— es el armazón teórico sobre el que luego discurrirían los escolásticos, permitiéndoles elaborar una teoría del precio justo dirigida a salvar al comerciante que se gobernase por unas pautas morales.

En suma, el legado de Aristóteles fue doble: tanto su distinción entre economía y crematística y su relación con la búsqueda ordenada de la felicidad (satisfacción de necesidades frente a búsqueda ilimitada de la riqueza), como sus reflexiones sobre la justicia conmutativa relacionada con los contratos, entre ellos los comerciales. Como subraya Strosetzki, Aristóteles instaló a los mercaderes «en los márgenes de la sociedad y no en su centro», pues destacó que «la riqueza y la abundancia» no favorecían «un comportamiento virtuoso» (Strosetzki, 2018b: 172). Este estigma fue difícil de superar, aunque el préstamo y el cambio de moneda —objetos también de la justicia conmutativa— planteaban aún más problemas morales que la actividad comercial propiamente dicha.

Los escolásticos medievales fueron los que, con sus reflexiones sobre los asuntos comerciales, intentaron conciliar valores morales y económicos utilizando fuentes variadas. Entre ellas, los textos bíblicos y los de los filósofos griegos de la Antigüedad, con la recuperación de Aristóteles por —entre otros— Tomás de Aquino. Pero también bebieron de la Patrística, del derecho romano —en la regulación de contratos y propiedades—, y de otros escolásticos —según fue avanzando en el tiempo esta corriente de pensamiento. Todo ello les permitió

clarificar más las pautas morales de la actividad económica tras el florecimiento urbano, comercial y manufacturero de los siglos XII y XIII, llegando a desarrollar una visión más positiva del comerciante que la de los mencionados textos bíblicos y aristotélicos. Dicha reactivación económica vino acompañada de la difusión, extensión y creciente complejidad de las prácticas comerciales (letras de cambio, seguros marítimos, constitución de sociedades mercantiles de mayor tamaño y capital, etc.) que precisaban ser sometidas a una cuidadosa revisión moral para dilucidar cuáles pasaban el filtro de los preceptos morales.

En esta labor conciliadora de lo económico con la moral desempeñó un papel especialmente relevante Tomás de Aquino (1225-1274), discípulo de Alberto Magno y difusor —como queda apuntado— de Aristóteles. Las cuestiones 57 a 61 de su enciclopédica obra *Summa Theologica*, compuesta entre 1265 y 1273, se referían a la justicia, distinguiendo —como el Estagirita— entre distributiva y conmutativa. En esta última era «preciso igualar cosa a cosa» (Aquino, 1956: 354). Asimismo, como Aristóteles, diferenciaba entre las conmutaciones no voluntarias y las voluntarias, como la compraventa. Por tanto, la regla en los contratos de compraventa era la igualdad entre lo que se daba y lo que se recibía.

La cuestión 77 de la *Summa Theologica* todavía era más relevante, al centrarse en el precio justo. Esta fue una de las aportaciones sobresalientes de la escolástica medieval que cambió la percepción del mercader profesional. Rotundamente Aquino afirma que «[u]tilizar el fraude para vender en más de lo que vale [una mercancía], es absolutamente un pecado» (Aquino, 1956: 665)<sup>14</sup>. No obstante, el precio justo no está siempre «exactamente determinado, que más bien se fija por medio de cierta estimación aproximada, de suerte que un ligero aumento o disminución del mismo no parece destruir la igualdad de la justicia» (Aquino, 1956: 367-368). Por otra parte, una venta es ilícita si el vendedor oculta el desperfecto de lo que vende, o hay defectos en la cantidad o calidad del producto. Sin embargo, si el desperfecto es manifiesto y, además, el vendedor rebaja el precio en proporción a la falla, no está obligado a descubrir la tara de lo vendido porque es obvia y no incurre en engaño (Aquino, 1956: 674). Asimismo, si el vendedor desconoce los defectos de su mercancía no actúa de mala fe (Aquino, 1956: 676). En definitiva, la importancia de vender a un precio justo radica en que permite el funcionamiento normal de la comunidad al no dañar a ningún individuo y evitar el engaño en los intercambios comerciales. Precisamente, las obras dramáticas más críticas con el comercio —que se analizarán en el epígrafe tercero del presente trabajo— no captaron estas matizaciones y tendieron a identificar al comerciante con un embustero, falsario o engañador.

14. Sierra Bravo (1975: 159-188) realiza un buen resumen de la teoría del precio justo de los escolásticos.

Asimismo, en cuanto al beneficio del comerciante, Tomás de Aquino expuso que no era incompatible con ser un buen cristiano: «el lucro, que es el fin del tráfico mercantil, aunque en su esencia no entrañe algún elemento honesto o necesario, tampoco implica nada vicioso o contrario a la virtud» (Aquino, 1956: 677). Es lícito aquel beneficio orientado al sustento de la familia, a socorrer a los necesitados, o «cuando alguien se dedica al comercio para servir al interés público» (Aquino, 1956: 677). Igualmente, es lícito el beneficio cuando se ha mejorado en algo el producto vendido, o porque «el precio haya variado según la diferencia del lugar o de tiempo, ya por exponerse a algún peligro al trasladar [la mercancía] de un lugar a otro o a hacer que sea transportada» (Aquino, 1956: 678). En definitiva, el precio justo concilia lo económico y lo moral, pero dejando un margen suficiente de actuación al comerciante.

Si Tomás de Aquino reflexionó con el fin de conciliar la moral y las nuevas prácticas comerciales durante el resurgimiento económico de los siglos XII y XIII, los escolásticos españoles hicieron lo propio tras el descubrimiento de América, en un segundo ajuste entre moral y nuevas prácticas mercantiles. La intención era permitir que los comerciantes desarrollasen su actividad con cada vez mayor escala y complejidad<sup>15</sup>. En este sentido aperturista, es representativa la conclusión a la que llegó Martín de Azpilcueta (1965: 105) al analizar la naturaleza de los cambios de moneda y las ganancias lícitas de los cambistas, conclusión que también era extrapolable a las prácticas comerciales: «Hasta aquí a mas tirar se pueden extender las ganancias dellos. Hemos la extendido, quanto es posible, para defender justamente almas, honras y haciendas de tanta, tan principal y honrada gente. Desseamos que los que están fuera de este trato, ninguna envidia tengan a los que por el biben, aun muy sublimados». En este mismo sentido, Tomás de Mercado advertía que el confesor o teólogo no debía —cuando analizaba los asuntos comerciales— «ser tan amigo de sus conceptos que tenga todos los otros por borrados, sino ser discreto, discernir entre lo que hay evidencia o sola opinión y probabilidad, y no tener cada cosa en más de lo que es, aunque le incline y mueva afición» (Mercado, 1977, I: 89).

El gran maestro de la Universidad de Salamanca, Francisco de Vitoria, junto a sus discípulos y a los que estuvieron bajo su influencia, ensancharon el margen de

15. Este artículo no entra en el debate sobre si estos escolásticos españoles formaron una escuela, ni —en caso afirmativo— sobre cuáles serían sus miembros y cómo se debería denominar (Escuela de Salamanca, Escolástica hispana, Escolástica tardía o Escuela Ibérica de la Paz). Sobre este tema véanse Fuentes Quintana (1999-2004, t. 2, segunda parte) y Perdices de Blas y Revuelta (2011). Entre la extensa bibliografía sobre el pensamiento de estos escolásticos españoles se pueden entresacar las seis siguientes monografías clásicas: Barrientos (2011), Gómez Camacho (1998), Grice-Hutchinson (1995) y (2005), Sierra Bravo (1975) y Vigo (1997).

actuación de los que se dedicaban al comercio y al préstamo. Para ello se apoyaron en el Estagirita y, sobre todo, en Tomás de Aquino, pero siendo críticos con ambos y mejorando algunas de sus conclusiones. Así, rectificaron al primero en temas tan importantes, para algunos comerciantes, como la esclavitud y la trata de seres humanos (cuestión principal de la primera parte de la *Política*, en la que, como queda apuntado, se exponía también la distinción entre economía y crematística). Vitoria comentó explícitamente los argumentos aristotélicos sobre la esclavitud natural, despejando dudas no aclaradas por Tomás de Aquino:

Aristóteles ciertamente no quiso afirmar que los que tienen poco entendimiento son por naturaleza esclavos y que no tienen dominio sobre sí y sus cosas. Esta es la servidumbre civil y legítima que no hace a nadie siervo por naturaleza. Tampoco quiere decir el filósofo que puedan ser privados de sus bienes, reducidos a esclavitud y vendidos aquellos que por naturaleza son cortos y de escasa inteligencia. Quiso decir que hay en ellos una necesidad natural de ser regidos y gobernados por otros, siéndoles muy provechoso el estar sometidos a otros, como los hijos necesitan estar sometidos a los padres y la mujer al marido (Vitoria, 1967: 30-31).

El pensamiento de los escolásticos medievales se había expresado tradicionalmente bajo la forma de sentencias —como en el caso de Pedro Lombardo— o de sumas teológicas —como en el caso de Tomás de Aquino. Pero entre los escolásticos españoles del Siglo de Oro fue más frecuente la publicación de tratados de la justicia y el derecho. En las sumas y las sentencias, el pensamiento socioeconómico se encontraba desperdigado; en cambio, en los tratados de la justicia y el derecho las cuestiones sociales se independizaban y eran tratadas con mayor libertad y flexibilidad. No obstante, todos estos formatos tenían un perfil académico y resultaban farragosos para los no profesionales de la Economía, entre los que se encontraban los dramaturgos. De hecho, en el proceso de divulgación de las ideas económicas resultaban más interesantes obras más accesibles, como los manuales de confesores, dirigidos a los párrocos que tenían que absolver de sus pecados a sus feligreses. Entre dichos manuales destaca el de Martín de Azpilcueta, pero muy especialmente el de Tomás de Mercado, publicado en lengua vernácula bajo la denominación de *Suma de Tratos y Contratos*.

La obra de Tomás de Mercado contó con tres ediciones (1569, 1571 y 1587), siendo a partir de la segunda cuando se fueron ampliando los temas tratados como respuesta a la cada vez más compleja vida comercial de las gradas sevillanas<sup>16</sup>.

16. El dominico Francisco García también publicó en Valencia, en 1583, un tratado completísimo sobre los contratos (*Parte primera del tratado utilísimo y muy general de todos los contratos, cuantos en los negocios humanos se suelen ofrecer*). Su finalidad era superar al editado diez años antes por Bartolomé Frías de Albornoz (*El Arte de los contractos* [sic], 1573).

Arrancaba su argumentación aseverando que los preceptos morales recogidos en su libro no «ataban» más al mercader cristiano que al turco o árabe, porque se basaban en «una doctrina muy llana, escrita en nuestra alma y en la ley de la naturaleza» (Mercado, 1977, I: 45), es decir, accesible a todo tipo de público. A ello añadía la importancia de la justicia —porque «ni sin manjar podemos vivir, ni sin la justicia bien vivir» (Mercado, 1977, I: 48)—, subrayando en particular la relevancia de la justicia conmutativa en asuntos de tratos y contratos, objeto de sus reflexiones. El extenso libro segundo, dedicado precisamente al arte y trato de los mercaderes, se iniciaba señalando que el pecado original había dado lugar al reparto de los bienes y a la propiedad, y —como consecuencia— a la necesidad de los intercambios. De esta forma, había surgido el mercader profesional y la necesidad de marcarle unos preceptos morales para que pudiera «ganar de tal modo su vida que no [perdiera] la futura» (Mercado, 1977, I: 77). Es decir, el fin era que el comerciante ejercitase con justicia su arte, «que de suyo no [era] mala» (Mercado, 1977, I: 78). En la misma línea que Tomás de Aquino, sostenía que el fin del trato del comerciante —y de ahí su ganancia— era proveer a la república, darle la posibilidad de ejercer la caridad, y conseguir lo necesario para el sustento de su familia.

Mercado, previamente a su exposición sobre cómo se formaba el precio justo, reunía en un capítulo —el quinto del segundo libro— siete «buenos consejos» dirigidos a los comerciantes, que les darían «gran reputación y buena opinión en el pueblo», y excusarían «muchos gastos dañosos a la bolsa y no muy honrosos a la persona» (Mercado, 1977, I: 84). Así, debían:

1. Ser moderados en los signos externos de su riqueza (casa, joyas, otras pertenencias superfluas y criados), porque de otro modo los ciudadanos sospecharían que todo despilfarro y lujo salía del engaño en el ejercicio de sus tratos: «vivir modesto excusa costa, ahorra dineros y hácese bienquisto y acreditado» (Mercado, 1977, I: 84).
2. Ser templados en el hablar y de pocas palabras.
3. Aborrecer jurar por costumbre.
4. Practicar la caridad, como el resto de los ciudadanos, pero con más ahínco, porque los comerciantes «mercando y vendiendo a la continua, no pueden tanto apurar el justo precio que no pequen por carta de más, a las veces, el que vende, o por de menos, cuando ve algún lance, el que compra, do se incurren

---

El tratado de éste, a diferencia del de García, tuvo escasa difusión. Frías de Albornoz estudió en la Universidad de Salamanca y ocupó una cátedra en la Universidad de México. Tenía por tanto rasgos en común con Mercado: ambos escribieron un libro en español sobre tratos, se formaron en Salamanca, y vivieron en Nueva España (México). No obstante, Frías de Albornoz —que era seglar— escribió un tratado menos interesante que el de Mercado, como apuntó García.

- sin sentirlo dos mil carguillos de restitución, de los cuales se descarga con la limosna» (Mercado, 1977, I: 85-86).
5. Ser aficionados a los buenos libros, porque la lectura ejercería como de «despertador del alma» y les induciría «a ser mercaderes en otro género de trato más subido y provechoso», como era la salvación espiritual (Mercado, 1977, I: 86-87).
  6. Oír misa diariamente.
  7. Tener como confesor un «hombre de ciencia y conciencia» y algo entendido en negocios, «sin ser demasiado escrupuloso, que, cierto, el letrado corto, falto de experiencia y cargado de escrúpulos no es conveniente al mercader» (Mercado, 1977, I: 87). Estas palabras de Mercado eran muy ilustrativas de su empeño en reprender a aquellos que estigmatizaban a los mercaderes incluso cuando se regían por adecuados preceptos morales.

Partiendo de estas recomendaciones, Mercado realizaba un análisis minucioso del precio justo, ya fuera el tasado por la autoridad o el que corría por la plaza, formado por la estimación común de compradores y vendedores. En dicho análisis mostraba un gran conocimiento de las prácticas cotidianas de los negocios en Sevilla —primera plaza comercial a ambos lados del Atlántico—, señalando siempre hasta dónde podía llegar el mercader en sus tratos sin incurrir en comportamientos inmorales. De ahí que algunos dramaturgos se interesasen por su obra como fuente para plantear sus tramas.

Por ejemplo, si fuera necesario tasar una mercancía, la tasa no debía ser perpetua para no perjudicar al mercader; por supuesto, la autoridad tendría obligación de atender en primer lugar al interés de los ciudadanos, pero también a «la ganancia de los mercaderes, para que, con el cebo del interés y el gusto, insistan y trabajen mejor en proveer la ciudad» (Mercado, 1977, I: 107). En definitiva, la preocupación de Mercado fue encontrar la receta magistral para equilibrar el afán del mercader (comprar barato y vender caro) y el del ciudadano (adquirir productos baratos y de calidad)<sup>17</sup>.

Por consiguiente, la labor de los escolásticos fue precisamente alejar con sus reflexiones la visión negativa e impactante sobre el mundo mercantil de algunos textos bíblicos o de Aristóteles —como los citados a principio de este epígrafe—, e incluso modernizar algunos de los temas tratados por el Estagirita, reivindicando al

17. El esfuerzo de los escolásticos españoles por conciliar la justicia conmutativa y las nuevas formas de hacer negocios que aparecieron tras el descubrimiento de América (buscando no despreciar el comercio y al comerciante, sino determinadas formas de ejercer su actividad), se asemeja al esfuerzo de los economistas actuales que tratan de delimitar la responsabilidad social de la empresa. En este tema se profundiza en diversos trabajos incluidos en Lütge y Strosetzki (2019).

comerciante que actuaba bajo unas determinadas pautas morales. En este sentido, la teoría del precio justo pretendía conciliar los valores comerciales y los morales. De ahí que los escolásticos españoles le dedicasen muchas páginas, ampliando y perfeccionando los primeros planteamientos medievales. Pues bien, la pregunta que se intentará responder en el siguiente apartado es esta: ¿Captaron los dramaturgos las reflexiones de los escolásticos sobre la conducta de los mercaderes y el precio justo, que abrían la posibilidad de realizar prácticas comerciales bajo preceptos morales, o se quedaron con las referencias más negativas sobre el comercio de los textos bíblicos y aristotélicos, que encajaban con los prejuicios aristocráticos contrarios a todo lo relacionado con la crematística? En definitiva, ¿percibieron la meticulosa labor llevada a cabo por los escolásticos, tanto en la Edad Media como —sobre todo— en el Siglo de Oro?

### 3. LA MORAL ECONÓMICA EN LAS PIEZAS TEATRALES DEL SIGLO DE ORO

Una imagen estereotipada y simplista del Siglo de Oro nos puede conducir a asociar dicha época únicamente con la sublimación del fervor religioso y los valores asociados al linaje —que la hubo—, y con el consiguiente aborrecimiento o desprecio de todo lo relacionado con el comercio —que también existió. Por ejemplo, Francisco de Quevedo, como apunta Arellano (2018: 25), llegó a confundir en algunas ocasiones prácticas usureras y comerciales<sup>18</sup>. De hecho, en este perspicaz literato se puede encontrar el poso de la vieja idea del dinero como origen de la corrupción de los seres humanos, que además permitía la movilidad social, pues los comerciantes enriquecidos compraban sin problemas tierras y títulos (Arellano, 2018: 2019)<sup>19</sup>. También el teatro, como apunta García Hernán, «nos muestra por doquier la imagen de incontestable superioridad que entrañaba la riqueza», reconociendo la importancia social de los comerciantes «en un mundo que se pretendía teóricamente estamental» (García Hernán, 2018: 83-84). En definitiva, «el mercader no era, ni mucho menos, un ser despreciable ni en la literatura ni en la vida del Siglo de Oro» (García Hernán, 2018: 86), y está «claro que, si bien están presentes los arquetipos propios de la sociedad estamental, no lo están menos los nuevos criterios de ensalzamiento del mérito personal, el esfuerzo y el trabajo, la riqueza como premio a ese esfuerzo, e, incluso, la productiva figura —también en el orden de la ética social, no sólo del mundo de la crematística— del mercader» (García Hernán, 2018: 89).

18. Sobre Quevedo y el dinero, véanse también Geisler (2013) y Marigno (2018).

19. El tema del dinero y la movilidad social se trata con mayor extensión en los trabajos incluidos en Pedraza, González y Marcello (2016).

Por tanto, estamos ante una época en la que convivían visiones contrapuestas sobre el comercio y el comerciante, al igual que sobre materias políticas o artísticas. Tales visiones contrapuestas eran típicas de un contexto cambiante derivado del impacto económico del descubrimiento de América: nuevos mercados y productos, desplazamiento del centro de gravedad del comercio europeo del Mediterráneo al Atlántico, subida del nivel general de precios por la afluencia de metales preciosos a Europa (la llamada «revolución de los precios»), nuevas formas de organizar el comercio ultramarino en grandes compañías, y cambios en los hábitos de consumo y las mentalidades.

Precisamente, este trabajo tiene por objetivo desentrañar si los autores de las obras dramáticas seleccionadas absorbieron el enfoque aperturista del comercio y los comerciantes elaborado por la escolástica (tanto en la Edad Media como, sobre todo, en la Moderna). Cabe insistir en que lo importante no es ver si los dramaturgos seleccionados analizaron los complejos temas de la compraventa con rigor profesional, sino examinar si percibieron el cambio de perspectiva de los escolásticos a la hora de desestigmatizar la labor del comerciante.

Las ocho piezas teatrales seleccionadas y firmadas por autores sobresalientes de la escenografía del Siglo de Oro se exponen agrupadas en cuatro secciones: 1º) *El mercader amante* de Gaspar Aguilar y *Las firmezas de Isabela* de Luis de Góngora; 2º) *El anzuelo de Fenisa* y *El amigo hasta la muerte* de Félix Lope de Vega; 3º) *La nave del mercader* y *El gran mercado del mundo* de Pedro Calderón de la Barca, así como la anónima *El mercader de Toledo*, que en un primer momento le fue atribuida; y 4º) *La industria y la suerte* de Juan Ruiz de Alarcón.

### 3.1. El mercader amante *de Aguilar* y *Las firmezas de Isabela de Góngora*

*El mercader amante* —escrita antes de 1605— y *Las firmezas de Isabela* —compuesta en 1610— están interrelacionadas: la primera inspiró a la segunda, pues la de Aguilar tuvo éxito comercial (Roncero López 2018a: 202)<sup>20</sup>. La prueba de su popularidad es que se cita en la primera parte del *Quijote* (capítulo 48).

Aguilar —nacido en la comercial ciudad de Valencia— demuestra estar familiarizado con el mundo de los negocios desde la misma loa introductoria a su obra, en la se refiere con naturalidad a las letras de cambio y al dinero. La trama de su obra se centra en la argucia desarrollada por el mercader Belisario, que finge su ruina para dirimir a quien elegir por esposa entre dos mujeres con cualidades aparentemente semejantes. De este peculiar y heterodoxo modo —que la elegida reprobará al final de la obra— quiere averiguar qué dama tiene

20. Un análisis de esta obra de Aguilar en Roncero y Ferrer (2018).

firmeza de carácter, aunque su pretendiente pierda su hacienda en el ejercicio de su actividad comercial. En su texto, Aguilar reflexiona sobre la honra de los comerciantes, pero también sobre la de las mujeres tradicionalmente acusadas de volubles, la de los nobles engraidos que despreciaban cualquier actividad económica, la de la gente humilde —como los criados— que se envalentonaban con el enriquecimiento súbito, e incluso la de aquellos padres que a la hora de casar a sus hijas dudaban si elegir «duques» o «ducados» (haciendo referencia a la valiosa moneda de oro española) (Aguilar, 2014: acto I, vv. 996-997). En definitiva, plantea la cuestión del «poder de la riqueza» (Aguilar, 2014: acto I, v. 458), que podía derivar en conductas inmorales, tanto en los de arriba como en los de abajo, tanto en hombres como en mujeres.

El mercader quiere pasar por pobre para conseguir una buena esposa y no hace ostentación de su riqueza —cualidad elogiada por Tomás de Mercado en un comerciante. Y ello a pesar de «que en tesoro exced[ía] al próspero Fúcar», le traían «barras de oro por la barra de Sanlúcar» (Aguilar, 2014: acto I, vv. 319-323), y era respetado por la nobleza local.

Belisario declaraba con humildad en qué consistía su profesión: «comprar y vender, / que es mi verdadero trato» (Aguilar, 2014: acto I, vv. 664-665). No obstante, su contrincante en amores —con tratamiento de don— le definía como «mercader ordinario», de pobre linaje y que «solo entiende de los cambios» (Aguilar, 2014: acto I, vv. 565-576). Además, Belisario no parecía de fiar (Aguilar, 2014: acto I, v. 587), pues su riqueza la había adquirido en corto espacio de tiempo, lo que suscitaba sospechas (Aguilar, 2014: acto III, v. 2964). Incluso algún personaje ponía en duda que fuera cristiano viejo, dando rienda suelta a los prejuicios contra los judíos como usureros (Aguilar, 2014: acto I, vv. 792-798)<sup>21</sup>. Por tanto, estamos ante un mercader que se ocupaba en el lucroso comercio transatlántico, que Aristóteles hubiera calificado de crematístico, y sobre el que los escolásticos españoles reflexionaron con menos prejuicios.

Aguilar demostraba que había absorbido las enseñanzas de los escolásticos porque no rechazaba el comercio en gran o pequeña escala, sino que su preocupación era si éste se realizaba honrosamente, que en el caso de un mercader no podía ser de otra forma que cumpliendo unos determinados preceptos morales<sup>22</sup>. Así, subrayaba cómo algunos perdían la cabeza por ganar de dinero de cualquier forma:

21. Sobre la representación de los judíos en el teatro del Siglo de Oro, véase Pedraza (2001).

22. Sobre la estima en que tenían su honra los españoles, véase Roncero López (2018a: 212-213), que cita un representativo texto de Domingo de Soto (1964: 98): «son los españoles de tal condición que premian más la honra que la vida, y terminan por padecer hambre que publicarla».

y que muchos suele haber  
que, como el tener es honra,  
dan la honra por tener  
y hacen cosas que jamás,  
sino porque el bien les sobre,  
hicieran (Aguilar, 2014: acto I, vv. 467-472).

Era la futura esposa del Belisario quien exponía con consistencia cómo se podía ser mercader y honrado:

pues si es rico, siendo honrado,  
no por eso vale menos,  
que la riqueza en los buenos  
es como el oro esmaltado.

Dices que suele tomar  
y dar a cambio su hacienda,  
y no dices que sin prenda  
la suele a todos prestar,  
y que en las calamidades,  
que parecen sus intentos,  
toma a cambio pensamientos  
y da a cambio voluntades (Aguilar, 2014: acto I, vv. 507-518).

Por lo tanto, se resaltaba la importancia de adquirir la riqueza con honra, es decir, siguiendo una conducta moral, que los escolásticos contemporáneos de Aguilar entendían como aquella que se ajustaba a la justicia conmutativa. En este sentido, el mercader retribuía al final de la obra —no con un sueldo, sino con una parte de su hacienda— a su criado por el buen trabajo realizado, con lealtad y sin cegarse con el poder del dinero. Con claridad, exponía su deseo de pagarle lo que era «justo»:

entiende que por mi gusto  
tanta parte de mi hacienda  
te daré, que el mundo entienda  
que te pago lo que es justo (Aguilar, 2014: acto III, vv. 150-153).

El comerciante, además, haciéndose pasar por pobre, mostraba su fortaleza:

¿No es mejor dar a entender  
que en mi pecho hay fortaleza  
para ganar y perder? (Aguilar, 2014: acto I, vv. 746-748).

Como apunta Ferrer, se perfilaba así el carácter de Belisario unido a la serenidad: «un buen mercader cuyo oficio le tiene acostumbrado a los riesgos y a los vaivenes

de fortuna» (Ferrer, 2018: 185). Asimismo, el comerciante no se demoraba en pagar sus deudas, otra buena práctica en el mundo de los negocios (Aguilar, 2014: acto I, vv. 905-910).

La integridad de la conducta moral del comerciante, por tanto, se mostraba en no querer aumentar su patrimonio casándose con una mujer con gran dote —como por otra parte hacían algunos hidalgos, tal como se expone en otras obras analizadas en este epígrafe—, en no utilizar su dinero para comprar el amor de una dama, y en renunciar a su propia fortuna —aunque fuera de forma fingida, porque la pobreza es «insufrible» (Aguilar, 2014: acto II, 1173)— para emparejarse con una esposa de carácter firme y no cegada por las ansias de riqueza. Esta idea, aplaudida por Mercado y relacionada con no dar muestras de ostentación de la riqueza y no obsesionarse con la misma, la expone con contundencia y de forma extrema Labinia, futura consorte del comerciante, al rechazar el matrimonio con el criado de Belisario, que fingía haberse enriquecido y la ponía a prueba pidiendo su mano:

¿Yo he de querer el tesoro,  
padre, que nunca he querido?  
¿Yo que a los ricos olvido?  
¿Yo que la pobreza adoro?  
    ¿Yo que menosprecio ya  
de tal suerte la riqueza,  
que me agrada la pobreza  
por un sujeto en que está?  
    Un hombre rico me das,  
yo quiero tomalle pobre,  
y como el valor le sobre,  
que le falte lo demás;  
y por mi satisfacción,  
quiero escogelle y tomalle  
tan pobre que pueda dalle  
de limosna el corazón (Aguilar, 2014: acto III, vv. 2444-2459).

Por tanto, el mercader Belisario, que se había enriquecido rápidamente en el comercio transatlántico, actuaba bajo pautas morales en sus negocios. No era mezquino (no intentaba comprar el amor), era buen pagador, tenía fortaleza de carácter y era justo en sus actuaciones. Su futura mujer tampoco estaba cegada por el dinero y tenía a gala dar limosna. En suma, Aguilar mostraba haber absorbido gran parte de las enseñanzas de los escolásticos españoles, como Tomás de Mercado.

Góngora compuso *Las firmezas de Isabela* en 1610 inspirado en la obra de Aguilar, pero con la peculiaridad de que los protagonistas de su trama son los miembros de cuatro familias de mercaderes asentados en tres grandes plazas

comerciales: 1º) Octavio —mercader de Toledo— y su hija Isabela; 2º) Fabio —también mercader de Toledo— y su hermana Violante; 3º) Emilio —mercader de Granada— y su hijo Marcelo; 4º) Galeazo —mercader de Sevilla— y su hijo Lelio/Camilo. A final, todos quedan emparentados: Isabela con Camilo/Lelio y Violante con Marcelo.

En esta obra se quiere probar la firmeza de Isabela para sostener su amor por un empleado de su padre (Lelio/Camilo), que en realidad era hijo de un rico comerciante sevillano<sup>23</sup>. A diferencia de *El mercader amante*, no se presenta el dilema entre un pretendiente hidalgo y otro comerciante: toda la trama se dirime principalmente entre Fabio, un acreditado comerciante de Toledo, y Camilo/Leilo, un empleado al servicio del padre de Isabela que ocultaba su verdadera identidad. Fuera de este círculo de comerciantes y sus criados, sólo aparece una campesina, tratada con desprecio, como personaje secundario. Cuando Isabela, en un momento de la enredada trama, se hace pasar por esa labradora, Galeazo —su futuro suegro— se pregunta horrorizado: «¿Yo labradora por nuera?» (Góngora, 1999: acto III, v. 1171).

A pesar de que Góngora describe un círculo endogámico de comerciantes en el que al final todos se casan entre sí, Ferrer mantiene que no los reivindica: «implícitamente revela un conformismo, un prejuicio de clase de raigambre clásica, al aceptar que los mercaderes pertenecen al ámbito de la comedia, en el que no da cabida a personajes vinculados con la nobleza» (Ferrer, 2018: 191). No obstante, como también señala Ferrer, Góngora «nos muestra en su obra a mercaderes que actúan, sin ser juzgados o despreciados por su oficio» (Ferrer, 2018: 191). En este último sentido se podría añadir que, al describir con toda naturalidad y detalle los negocios de los comerciantes y cómo habían llegado a ser ricos sin perder su honra, se percibe la influencia de las enseñanzas de los escolásticos. Este es el caso de los cuatro patriarcas protagonistas de la trama, como Fabián y el padre de Camilo/Lelio, tal como se expondrá a continuación a modo de ejemplo.

El primero era un mercader curtido y viajado, apodado «el Corzo de Toledo» —«por las riquezas que tiene / en trato, en muebles y en joyas» (Góngora, 1999: acto I, vv. 810-811)—, que no tenía dudas en expresar su gran admiración por el esplendor de Sevilla:

gran Babilonia de España,  
mapa de todas naciones,  
donde el flamenco a su Gante  
y el inglés halla a su Londres;

23. Sobre esta obra se pueden consultar Dolfi (2003) y Jammes (1994), pero sobre todo Cavillac (2014), Ferrer (2018) y Roncero (2018a).

escala del Nuevo Mundo,  
cuyos ricos escalones,  
enladrillados de plata,  
son navíos de alto borde (Góngora, 1999: acto I, vv. 488-495).

Galeazo, el padre de Lelio/Camilo, es descrito ensalzando su honra y su riqueza adquirida con la actividad comercial:

No pisó un tiempo las Gradas,  
ni ahora pisa la Lonja,  
mercader de más caudal,  
ciudadano de más honra,  
que Galeazo en Sevilla (Góngora, 1999: acto I, vv. 722-726).

Y así de detalladamente se describen sus negocios en diferentes plazas:

Tus casas son principales  
en la calle de Bayona;  
de renta sobre la almona  
tienes quince mil reales;  
dos casas en Caldescobas,  
adonde de aceite haces  
dos almacenes capaces  
de catorce mil arrobas;  
gran trato con Marcelino  
en Cazalla y en Jerez,  
de donde cargas tal vez  
seis mil botijas de vino.

No invió flota el Perú  
con razonables sucesos,  
que de cuarenta mil pesos  
no la descargases tú.

Correspondencia en Sanlúcar  
tienes con julio asentada,  
y con Grimaldo en Granada  
de las sedas y el azúcar.

Aquí, en Toledo, treinta años  
con el padre de mi novia [Octavio],  
y con Laurencio en Segovia  
de todas suertes de paños.

¿Quiés que sea más prolijo? (Góngora, 1999: acto I, vv. 421-445).

La historia de Camilo/Lelio, narrada por el mismo, también muestra cómo el hijo de un mercader sin la tutela de su padre se gana honradamente la vida sirviendo

a otro mercader. Llegó a Toledo, buscó la casa de Octavio, se ofreció como cajero, decidió cambiar su identidad tomando el nombre de Camilo, y se enamoró de Isabela que le correspondió. Y ésta, por si esto fuera poco, expresa con un lenguaje muy comercial su amor por Camilo/Lelio:

[...] Fía de mí,  
que debajo de mi mano  
ya, Camilo, has de vivir.  
No te acobarde tu estado,  
porque, desde que te vi,  
un Fúcar alemán eres,  
un ginovés Lomelín.  
Para igualar tu humildad  
no tengo un maravedí;  
para alentar tu esperanza  
mi dote es un Potosí.  
Tuya soy, tuya he de ser (Góngora, 1999: acto III, vv. 230-241).

Góngora, junto a esta descripción de la honrosa actividad comercial, también acentúa la confianza como base de la misma. Confianza que estaba presente en los negocios que realizaban las dos casas comerciales, la toledana del padre de Isabela y la sevillana del padre de Camilo/Lelio, aunque sus miembros no se conocían personalmente. Y confianza confirmada cuando los patriarcas de ambas familias decidieron emparentarse casando a sus respectivos vástagos:

Muchos años ha que tiene [Galeazo]  
correspondencias muy hondas  
con Octavio, aquí en Toledo,  
persona bien caudalosa;  
invidiado en el lugar,  
no por sus riquezas solas,  
sino por la de sus dichas,  
si lo son hijas hermosas.  
Tiene la hija más bella  
que se conoce en Europa,  
Isabela, cuyo nombre  
es beldad del Tajo y gloria.  
Deseando, pues, los viejos,  
como prudentes personas,  
el trato hacerle deudo  
y vincular sus memorias,  
por cartas se convinieron,  
porque entre esta gente toda

no sólo efecto las firmas,  
mas las palabras son obras (Góngora, 1999: acto I, vv. 730-749).

Otro aspecto positivo de los comerciantes que Góngora subraya es su asistencia a misa, un hábito del buen mercader destacado por Mercado. En concreto, el padre de Isabela expresa claramente su necesidad de asistir a misa:

que buscar misa querría,  
porque en Dios comience el día,  
para que se acabe en Dios (Góngora, 1999: acto I, vv. 891-894).

En cambio, una conducta que reprende — como Mercado — es la de jurar. Así, Tadeo regañaba a su amo Camilo/Lelio porque, en un momento de nerviosismo y duda del enredo amoroso, pretendía jurar a la ligera ante la cruz de su espada (Góngora, 1999: acto I, vv. 369-377).

En suma, Góngora coincide con Aguilar en transmitir que la actividad comercial es honesta siempre que se conciba bajo unos preceptos morales, aunque el segundo describe mejor dichas pautas morales, percibiéndose que asimiló más hondamente la doctrina de los escolásticos.

### 3.2. El anzuelo de Fenisa y El amigo hasta la muerte de Lope de Vega

En estas dos obras seleccionadas de Lope de Vega se aprecia también la influencia de las reflexiones de los escolásticos<sup>24</sup>. El argumento principal de *El anzuelo de Felisa* (1617) gira en torno a la bella siciliana Fenisa, quien, con argucias, intenta infructuosamente «pescar» el dinero del comerciante valenciano Lucindo, que finalmente le devolverá el engaño con creces. La obra está ambientada en una época en la que España dominaba Sicilia y, desde el activo puerto de Palermo, donde transcurre la acción, se proveía del grano que tanto necesitaba. De hecho, la figura del comerciante Lucindo, ligada a esa provisión necesaria, se presenta de forma positiva, como alguien que asume variados riesgos para el beneficio público (motivo suficiente, según Tomás de Aquino y Tomás de Mercado, para recibir un

24. Un análisis de estas obras de Lope de Vega en Armas (2018), Campbell (2018), Komorowska (2018) y Oleza (2018). Este último contabiliza las obras de Lope de Vega cuyos protagonistas son mercaderes, señalando la influencia recibida de los «novellieri», cuyas obras se ambientan en ciudades comerciales. Sin embargo, apunta: «Un Lope que tiene la audacia de llevar a escena una auténtica revolución popular, liderada por los oficios, como la que en la corona de Castilla protagonizaron las Comunidades y en la de Aragón las Germanías, deja fuera de representación a los mercaderes y banqueros genoveses, tan famosos y tan satirizados en España, quién sabe si por no ser capaz de imaginar su papel o por no llegar o querer llegar a verlo» (Oleza, 2018: 302).

beneficio por la actividad comercial, como quedó apuntado en el epígrafe segundo de este artículo). Lucindo es plenamente consciente de los innumerables avatares a los que se enfrenta en su profesión, aunque cree que para un mercader puede ser aún más peligroso dejarse llevar por los encantos de una mujer, como también mantiene Aguilar en *El mercader amante*:

Sé bien que es gran enemigo  
del trato del mercader.  
Ni el porfiar, ni el fiar,  
ni derechos, ni quebrar,  
ni el no pagar los señores,  
ni el morirse los deudores,  
ni la tormenta del mar  
igualan a que se arroje  
un mercader a querer (Lope de Vega, 1803: 10).

Además, el comerciante Lucindo es presentado como un buen mercader, honesto, prudente e inteligente, que no sucumbe a las sutiles artimañas de Fenisa, y que finalmente se muestra incluso más astuto que ella. El mundo de los negocios es complejo, siempre sometido al peligro del fraude, las falsas apariencias y los excesos de confianza, y Lucindo sabe moverse en él. Fenisa, con experiencia en el embuste, lo ve inicialmente presa fácil: «No ha venido forastero / a Palermo en muchos años / mercader o caballero / donde puedan mis engaños / pescar tan lindo dinero. / Una nave trae cargada / de paños, medias y rasos» (Lope de Vega, 1803: 12). Y, cuando por fin cree que ha consumado el engaño, dice: «¡Con qué astucia le he engañado! / ¡hay hombre tan mentecato! / ¿Destas bestias cría España?» (Lope de Vega, 1803: 35). Pero poco después, Fenisa descubrirá, en el almacén donde esperaba encontrar valiosas mercancías, que ha sido efectivamente estafada; de hecho, el propio Lucindo, antes de regresar a España, se lo ha dejado explicado en una carta:

Cajas con papel de estraza,  
muy aseadas y limpias;  
seis varas de tafetán,  
te mostrarán por encima.  
¡Qué de pasas, qué de arroz  
te recreará la vista!  
Mas por debajo hay granzones,  
palillos, trapos y chinas.  
Los paños y terciopelos,  
son de fábrica exquisita;  
mas sirven de tapaderas  
de asquerosas aljofifas (Lope de Vega, 1803: 37).

En definitiva, esta comedia de Lope refleja bien al menos dos aspectos de la forma en que el escolástico Tomás de Mercado entendía la actividad mercantil. Por un lado, se ha visto que Lope mostraba al mercader asumiendo importantes riesgos para llevar a cabo una actividad que beneficiaba a la colectividad. Esto estaba perfectamente en línea con lo señalado por Mercado, que consideraba que el comercio contribuía al «bien común y al aumento del estado público», pues era «necesario y provechoso [...] proveer la república de los bastimentos, ropa o mercerías que le faltan» (Mercado, 1977, I: 78-79, 81). Pero, a la vez, el proceloso mundo mercantil ofrecía «grandes y continuas ocasiones» para un comportamiento malicioso, dejándose llevar por el «agua de la codicia» (Mercado, 1977, I: 74-75); por eso mismo, resultaba meritorio, desde el punto de vista del peligro moral, adentrarse en él: «se atreve a mucho quien se ocupa y derrama en tantos negocios pegajosos y cuidadosos [...] porque cualquiera de ellos basta para apartarse de la senda y vereda de la justicia» (Mercado, 1977, I: 76). Pero, tal como pedía Mercado a los comerciantes, Lucindo —en la obra de Lope— se muestra honesto, y únicamente utiliza el engaño para responder, en justa correspondencia, al intento de engañarle.

El tema de la *Comedia famosa del amigo hasta la muerte* (1618) es el fuerte vínculo de la amistad entre dos personajes —Sancho y Bernardo— por encima de la libertad e incluso de la propia vida. Es decir, trata de cómo la verdadera amistad acaba prevaleciendo ante las más duras pruebas<sup>25</sup>. Por tanto, en esta obra no aparece en primer plano la cuestión del comercio, a pesar de estar ambientada en Sevilla. Pero sí hay referencias a la idea, muy extendida en la época, de la superioridad del honor y la nobleza, valores firmes e imperecederos, sobre el dinero y la riqueza, derivados de los volubles negocios mercantiles. En este sentido, Campbell plantea que la obra trata de la asimilación mercantil a la nobleza; 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» (Campbell, 2018: 284). Además, se apunta que el ámbito de los sentimientos amorosos no debe ser objeto de mercadeo, como también sostenía Aguilar. Así, en un momento dado, Ángela —hermana de

25. Sancho parte hacia Sevilla porque Ángela, la hermana de su amigo Bernardo, que está enamorada de él, no tiene medios para garantizarse un matrimonio adecuado a su cuna. Pero, cuando navega por Lisboa, Sancho es hecho prisionero por los piratas. Bernardo se entera y se va a Argel para ofrecerse como esclavo a cambio de la liberación de su amigo. Ello, además, le impide en principio casarse en secreto con su amada Julia —hermana de Sancho— para evitar su matrimonio de conveniencia con el acomodado Octavio. Al final, cada uno de los dos amigos se acabará casando con la hermana del otro. Pero antes habrá una difícil prueba para su amistad: Sancho mata a Federico, hermano de Bernardo, por estar acosando a Julia, y Bernardo no sólo no se lo tiene en cuenta, sino que llega incluso a acusarse a sí mismo del crimen para cubrirle; pero Sancho quiere asumir su responsabilidad. Al final todo se arregla con la intervención del mismísimo rey Felipe II, que está de visita en Sevilla.

Bernardo— se rebela frente un matrimonio de conveniencia basado en el dinero, diciendo que su padre:

acaba de recibir  
dos cartas de un caballero  
o mercader extranjero  
que compra mi libertad,  
[...] Es rico y no es a mi gusto.  
Y, sin gusto, no hay riqueza  
porque la naturaleza  
se contenta con lo justo (Lope de Vega, 1618: 151).

Bernardo, que ya antes le había aconsejado algo parecido, le da la razón:

que casarte a tu disgusto  
con este rico extranjero  
es venderte por dinero,  
y no por el precio justo (Lope de Vega, 1618: 151).

Y Ángela se refirma en esta misma idea, concluyendo:

que el dinero no es razón  
que, con las almas, se mida.  
[...] Porque yo más me acomodo  
a nobleza que a riqueza.  
La bien nacida pobreza,  
hacienda puede buscar,  
mas no la hacienda comprar  
la verdad de la nobleza (Lope de Vega, 1618: 151).

Este debate sobre el matrimonio de conveniencia es importante porque Lope de Vega introduce el concepto de precio justo, que, como ya se ha apuntado, fue una aportación principal de los escolásticos —y en particular de los escolásticos españoles, como Mercado— con la que se trató de conciliar los valores morales y los comerciales<sup>26</sup>.

### 3.3. La nave del mercader y El gran mercado del mundo *de Calderón de la Barca, y la anónima* El mercader de Toledo

En esta tercera sección se da cuenta de dos obras de Calderón de la Barca y de una tercera pieza anónima que en un primer momento le fue adjudicada, pero que

26. A esta misma conclusión llega Komorowska (2018: 266).

en asuntos económicos tiene un enfoque doctrinal diferente, como se expondrá más tarde<sup>27</sup>.

*La nave del mercader* (1674) es un complejo auto sacramental alegórico, que transmite el poder que tienen Cristo y la Eucaristía para rescatar al Hombre de su constante tendencia al pecado y la culpa. Curiosamente, Calderón elige la figura de un bondadoso Mercader para representar a Cristo. El Hombre, en vez de seguir la difícil senda de «cambrones, zarzas y espinos» (Calderón, 1996: 101) que le indica el Mercader —a instancias del Amor—, o de hacerse a la mar con el Mercader en la nave (de la Iglesia) en busca de la Eucaristía, es arrastrado por el Deseo hacia un placentero camino de vida cortesana lleno de artificios, lujo y sensualidad<sup>28</sup>. Los secuaces de la Culpa —el Mundo, la Lascivia y el Demonio— deciden entonces lanzarse a despojar al Hombre de los dones que ha recibido prestados (Calderón, 1996: 114): los cinco Sentidos y las Potencias (Voluntad, Memoria y Entendimiento) (Calderón, 1996: 107-108, 111-113). Más tarde, cuando el Tiempo viene a cobrarse los citados dones, el Hombre no puede devolver nada porque ya nada tiene, y es hecho cautivo (Calderón, 1996: 145-147). Entonces, el Mercader abona la fianza ante el Tiempo (Calderón, 1996: 160) y el Hombre es liberado y desaparece. Pero al Mercader fiador se le exige la restitución completa de los dones o deudas del Hombre y, al no poder pagar, sufrirá castigo físico (Calderón, 1996: 167-168). Finalmente, el Amor ofrecerá como pago el pan de la Eucaristía, que será aceptado (Calderón, 1996: 171).

Es muy revelador que Calderón eligiese la figura del buen Mercader para representar a Cristo, pues ello indica que, pese a los recelos sociales frente al mundo mercantil —derivados de los numerosos peligros y tentaciones que planteaba para el buen comportamiento cristiano—, no había negación o condena radical del comercio ni del comerciante. Como había dicho Aquino —y ratificaron los escolásticos españoles— el comercio, siempre que no buscara simplemente el lucro y la mera acumulación material, era una actividad «natural» y perfectamente lícita, además de necesaria y socialmente útil.

Ana Suárez Miramón considera que el otro auto sacramental seleccionado en este apartado —que lleva el pomposo título de *El gran mercado del Mundo*— tiene gran interés económico por su amplio vocabulario y por enlazar con temas que eran candentes en la España de la época, tales como los problemas de la moneda, la condena de la mendicidad o los mayorazgos (donde Calderón se alinearía con

27. Un análisis de estas obras en García Hernán (2018) y Suárez Miramón (2018).

28. Responde el Hombre a la invitación del Mercader: «¿yo al páramo de las ondas / cuando puedo ir al abrigo / de las ciudades? ¿Yo a ver / tribulaciones, peligros / y tormentas cuando sé / que en las delicias del siglo / hay músicas y saraos / banquetes y regocijos?» (Calderón, 1996: 103).

Mateo López Bravo, quien, para que no fuesen fuente de ociosidad, lujo y pobreza, proponía que se basasen en el mérito y la virtud). En definitiva, este auto sacramental sería «un referente inigualable de la importancia que adquirió la economía cuando aún no se conocía la ciencia económica» como disciplina independiente (Suárez Miramón, 2018: 67)<sup>29</sup>.

En *El gran mercado del Mundo* (c.1635-1640), el Buen Genio y el Mal Genio (que representan la buena y la mala moralidad, respectivamente) compiten por la Gracia. El Padre de Familias la promete en matrimonio a aquel que mejor emplee sus talentos en el gran mercado del mundo, que ha sido convocado por la Fama. Distintos personajes alegóricos van interactuando con el Buen Genio y el Mal Genio (Gula, Lascivia, Culpa etc.), hasta que ambos acaban yendo al mercado acompañados de la Inocencia y la Malicia. Allí, para bien y para mal, todo tipo de cosas se venden, virtudes y vicios. Entre los vendedores están la Herejía, la Soberbia, la Humildad, la Fe o el Desengaño. Al final, tras las compras, cada uno de los Genios enseña lo adquirido, pero sólo el Bueno demostrará que ha sabido emplear bien sus talentos, haciéndose merecedor de la Gracia ante Padre de Familias (que representa al género humano).

En la obra no se condena la actividad mercantil, sino que —al contrario— se utiliza como metáfora: el mundo es como un gran mercado donde todo se intercambia y cada cual elige libremente, aprendiendo a utilizar de forma adecuada su caudal o talentos: «En él se vende de todo; / pero atended y advertid / que el que compra bien o mal / no lo conoce hasta el fin» (Calderón, 2003: 272). Así, el Padre de Familias encomienda a los dos Genios: «al gran Mercado habéis de ir / del Mundo; talento igual / dará a los dos, y advertid / que el que mejor le empleare, / y vuelva después aquí / con más adquiridos bienes, / esposo será de Gracia, y no solamente / mi heredero [...] Así / emplead bien el caudal» (Calderón, 2003: 278-279). El mercado es punto de encuentro social donde, como en la vida misma, conviven el engaño y los abusos con la buena provisión de las cosas necesarias. Como señala la Música, «vicio y virtudes / ferian sus premios. / ¡Oh, felice el que emplea / bien sus talentos!» (Calderón, 2003: 298).

En suma, en la obra de Calderón el comercio o el intercambio es un mero instrumento, con ventajas, pero también peligros, pues puede ser puesto al servicio de distintos fines, como señalaban los escolásticos. Por otra parte, las virtudes que elige el Genio Bueno —como caridad, fe, humildad o «pensamiento»—, se adecuarían precisamente a las que serían deseables en los propios mercaderes, según el escolástico Tomás de Mercado (1977, I: 84-87): llaneza, honestidad, recato, afición a los buenos libros, práctica de la limosna y religiosidad. Por el contrario, muchos

29. Un análisis muy detallado de esta obra de Calderón, desde el punto de vista puramente literario, en Díaz Balseira (1997).

de los vicios por los que opta el Genio Malo, como la ostentación, la codicia o la soberbia, debían ser especialmente evitados por los comerciantes.

La obra anónima titulada *El mercader de Toledo, vara de medir, y acción del mejor testigo*, atribuida en un primer momento a Calderón y de la que se desconoce la fecha de edición, no comparte el enfoque de los dos anteriores autos sacramentales calderonianos. De hecho, se posiciona en contra del mundo comercial<sup>30</sup>. La trama gira en torno a Teodora, una mujer bella, discreta e hidalga, pero pobre, que es acusada por Guiomar —hija de un comerciante— de flirtear con su marido (Don Pedro) y su hermano (Don Juan). Guiomar denuncia la conducta escandalosa de Teodora y la amenaza con el destierro, lo que muestra el poder de los comerciantes en Toledo. Finalmente, le propone que se conforme con Don Juan (que según ella se gastaba su fortuna en Teodora). Aunque dicho galán promete casarse con Teodora, esquiva cumplir su palabra y sólo acaba cumpliéndola cuando media Cristo crucificado.

Claramente en la obra hay dos bandos, con dos mentalidades diferentes: los hidalgos (Don Pedro, Teodora, su hermano Diego y su padre) y los hijos de un rico mercader de Toledo (Guiomar y Don Juan). Teodora afirma con rotundidad que su «noble pobreza» la suple la «voluntad» (Anónimo, s.a.: 2), y hace ostentación ante a la hija del comerciante de su hidalguía y de los «muchos escudos soberbios» que exhibe su casa, y que informan de la «estirpe de quien provengo» (Anónimo, s.a.: 3). Reconoce que su padre perdió su fortuna en juegos y lujos, pero de ello se benefició el progenitor de Guiomar: su padre compraba ricas telas al comerciante, y así éste se «fue enriqueciendo» hasta el extremo de comprar a un yerno hidalgo (Don Pedro), dejar a sus hijos una cuantiosa fortuna puesta en «casas, juros y censos», y hacer que fueran incluidos entre las «señoras» y «caballeros» de Toledo (Anónimo, s.a.: 4). Es decir, Teodora tiene una visión negativa del comercio como si fuese un juego de suma cero: unos ganan a costa de otros.

La orgullosa y pobre protagonista también marca con claridad los diferentes valores que guían a una familia hidalga frente a otra de comerciantes: su familia no se vende por dinero («en mi sangre no vendemos / al oro la voluntad») a diferencia de Guiomar y su stirpe («Tú conforme la costumbre / de tu humilde nacimiento / puedes inclinar al oro / tu apetito y tus deseos»). Guiomar se defiende diciendo que sus antepasados lucharon en la Vega de Granada, a lo que Teodora añade con desprecio, aludiendo al título de la obra: «yo lo creo / si la vara de medir / fue la pica de dos hierros» (Anónimo, s.a.: 4). Es decir, la altiva Teodora se empeña en sostener que la familia de un comerciante no puede tener un origen hidalgo (Anónimo, s.a.: 20).

30. Sobre esta obra se puede consultar el artículo de Gutiérrez Sebastián y Rodríguez Gutiérrez en Pedraza Jiménez, González Cañal y Marcello (2016: 171-203).

El autor anónimo de la obra asocia engaño y comercio, que precisamente es lo que habían intentado desligar los escolásticos al reflexionar sobre el precio justo. Así, los dos hijos del comerciante son presentados como personas que llevan el engaño casi en los genes: Don Juan no cumple la promesa de casarse con Teodora, y Guiomar encubre a su hermano y levanta falsos testimonios contra su futura cuñada. Es decir, se asocia al comerciante con el engaño, aunque Don Juan y Guiomar viven realmente de las rentas del patrimonio que les dejó su padre en herencia. Teodora, por una parte, recrimina a Don Juan que «un buen nacido» no «engaña a una mujer» (Anónimo, s.a.: 19), mientras Don Pedro, por otra, mantiene la misma tesis cuando afirma que las mujeres nobles «ni engañar, ni mentir saben» (Anónimo, s.a.: 23) (a diferencia de lo que ocurre con las hijas de los comerciantes, como su mujer).

Se da la paradoja de que Don Pedro —que siempre está del lado de Teodora y en contra de su propia esposa, a la que incluso amenaza con la muerte— no se ruboriza al declarar que se casó con la hija de un mercader por su escasa fortuna, cuando estaba predestinado a hacerlo con una hidalga. Pero también critica a los hidalgos derrochadores, como el padre de Teodora (Anónimo, s.a.: 21-22). Por su parte, Guiomar reprocha irónicamente a Teodora que una mujer que presume de linaje se humille pidiendo matrimonio al hijo de un comerciante («no es bien que tenga por marido / un hijo de un mercader» (Anónimo, s.a.:19)). Por consiguiente, tanto Don Pedro como Teodora, aunque presumen de su alcurnia y de que sus familias, se acaban vendiendo por dinero: realmente su pobreza les conduce a casarse con los hijos de los comerciantes. Es más, Teodora, cuando la intervención divina de Cristo delata la falta de palabra del hijo del mercader, no duda en aceptar inmediatamente casarse con él.

### 3.4. La industria y la suerte *de Ruiz de Alarcón*

En *La industria y la suerte* (1628) se percibe claramente que su autor, el novohispano Juan Ruiz de Alarcón —que, como Tomás de Mercado, vivió a ambos lados del Atlántico— no absorbió las enseñanzas de los escolásticos sobre las prácticas comerciales<sup>31</sup>.

La trama de esta obra, como en *El mercader de Toledo*, gira en torno a dos pretendientes, un noble pobre —Don Juan de Luna— y un comerciante rico —Arnesto—, que cortejan a la misma dama —Blanca. Todo ello da lugar a un complicado enredo que se dirime entre el engaño del comerciante y el valor del noble, asociándose así engaño con «industria» (o arte del mercader), y linaje con «suerte». El comerciante engaña y emplea toda su «industria» y su dinero para ganar en asuntos amorosos

31. Sobre esta obra se puede consultar Roncero (2018b).

contra el pobre noble, que al final sale vencedor. La disputa se plantea en términos de David contra Goliat, entre un pretendiente sin recursos, pero cuyas «nobles y buenas» cualidades se estiman más que «las Indias» (Ruiz de Alarcón, 1990: acto III, vv. 577-578), y un comerciante a quien se define como «un hombre solamente / fabricado de dinero» (Ruiz de Alarcón, 1990: acto I, vv. 249-250), el «Midas de Andalucía» (Ruiz de Alarcón, 1990: acto III, v. 702). Además, la pugna entre los dos galanes se sitúa en Sevilla, plaza en la que el dinero manda indiscutiblemente, comprando honores y nobleza:

Te certifico [a Don Juan]  
que en la tierra donde estás,  
es el linaje del rico  
el que a todos deja atrás.  
No se opone a la riqueza,  
si es pobre, aquí la nobleza;  
que si he de decir verdad,  
dineros son calidad...  
Y la pobreza es vileza.  
Mira, no te desenfrenes  
fiado en tu sangre noble;  
porque él [comerciante], si a contienda vienes,  
más amigos tendrá el noble  
que gotas de sangre tienes.  
En la corte son factores  
aquellos grandes señores,  
con razón, de la nobleza;  
que como en ellos se empieza,  
defiéndenla sus autores;  
mas como en este hemisferio  
es el uso más válido  
tratar y buscar dinero,  
a todos es preferido  
aquél que lo halla primero.  
Y así, mientras pobre fueres,  
el ardiente orgullo doma,  
y pues que tan cuerdo eres,  
mientras en Roma estuvieras,  
vive a la usanza de Roma (Ruiz de Alarcón, 1990: acto I, vv. 252-280)<sup>32</sup>.

32. En este sentido también se expone: «Algunas casas nobles considero / al señoril dosel entronizadas, / que de ellas fue el autor solo el dinero. / Las edades presentes y pasadas

No obstante, también se puntualiza lo efímera que puede ser esta riqueza conseguida por el ejercicio del comercio, en contraposición a la hacienda heredada y disfrutada con honestidad:

Por ser tan rico Arnesto, me procura  
merecer la opinión: yo la confieso;  
mas no hay hacienda en mercader segura.  
Sin medida es su crédito; mas eso  
es la misma ocasión de su ruina,  
pues a gastar le obliga con exceso (Ruiz de Alarcón, 1990: acto II, vv. 912-917).

Por cierto, la práctica de gastar en exceso —a la que se hace alusión en el último verso— fue recriminada por Tomás de Mercado en todo buen comerciante.

La trama se dirige a mostrar la mala «industria» o arte del comerciante para alcanzar sus objetivos, quien al mismo tiempo no quiere perder su buena reputación, base de cualquier negocio comercial, y más si se quieren seguir los preceptos morales apuntados por los escolásticos:

[...] por mi reputación  
Me detengo acobardo;  
Que ésta es la Lonja, y recelo  
lo que en Sevilla perdiera  
de crédito, si riñera  
con ese pobre mozuelo (Ruiz de Alarcón, 1990: acto I, vv. 11-16)<sup>33</sup>.

La cobardía del comerciante le lleva a utilizar su dinero y el engaño. Persuadido de que es un buen partido, cree que Blanca se fija en él y lo expresa en términos comerciales:

Amar, o no amar, depende  
de la voluntad del uno,  
y aquél que comprar pretende,  
no tiene derecho alguno,  
hasta que quiera el que vende.  
Y así, aunque di mi querella  
yo después a Blanca bella,  
con justa causa os impido,

---

/ togas, armas y púrpuras sin cuenta / han visto con dinero conquistadas» (Ruiz de Alarcón, 1990, acto II, vv. 930-935).

33. Don Juan se dirige al comerciante en los siguientes términos despectivos: «No haréis, no, / no temo bríos bastardos, / el noble nunca temió, / ¿pensáis que es deshacer fardos: / matar hombres como yo?» (Ruiz de Alarcón, 1990, acto I, vv. 180-184).

pues haberme ella querido  
me ha dado derecho en ella (Ruiz de Alarcón, 1990: acto I, vv. 140-149).

Entiende que con dinero no sólo va a persuadir a Blanca y a su padre, sino que puede incluso mandar matar a su contrincante sin la necesidad de batirse en duelo. Así, ante el desafío de Don Juan, el comerciante le responde:

¡Ojalá que no tuviera  
yo más que vos que perder,  
y que un hombre pobre fuera,  
que mi valor os hiciera  
con esta espada entender!  
Y así, don Juan, no me asombro  
de vos, ni animoso os nombro,  
que en perderos, ¿qué perdéis,  
supuesto que no tenéis  
más que la capa en el hombro?  
Por esto no me conviene  
mataros yo, que otro habrá,  
que por mí esa lengua enfrene,  
que este privilegio da  
el dinero a quien no tiene (Ruiz de Alarcón, 1990: acto I, vv. 185-199)<sup>34</sup>.

No sólo hace ostentación de su riqueza, algo tan denostado por Tomás de Mercado, con la que puede comprar vidas y amores, sino que emplea el engaño —esa es su verdadera «industria»— para conseguir su objetivo. Así, ronda a su amada en la oscuridad de la noche haciéndose pasar por Don Juan. El criado del comerciante incluso considera que engañar es una «buena razón de estado» (Ruiz de Alarcón, 1990: acto II, v. 849). Además, cuando el comerciante cree que su treta ha funcionado y ha conseguido a Blanca, se regodea de los buenos resultados de su mala «industria»:

Ve, ¿será la vez primera,  
que se ve engañado un Ángel,  
y yo el primero ladrón,  
que el cielo por hurto alcance? (Ruiz de Alarcón, 1990: acto III, vv. 595-598).

Pero cuando finalmente se descubra el engaño, Blanca no dudará en asociar el arte de engañar con el del comerciante:

34. Más adelante el comerciante repite abiertamente su vergonzosa intención: «muertes y heridas, que quiero / hacer sin riesgo al dinero / homicida de don Juan» (Ruiz de Alarcón, 1990, acto I, vv. 785-787).

[...] sin duda que ha sido  
Arnesto quien me engañó.  
Claro está, no pudo ser  
tan cobarde un caballero (Ruiz de Alarcón, 1990: acto II, vv. 543-546).

El desenlace de la obra es categórico en contra del comerciante: Blanca y Don Juan se casan, pues los dos son del mismo linaje. Por otra parte, la prima de Don Juan —enamorada de este— es castigada por actuar deshonestamente —a pesar de su alcurnia— y se casa con el comerciante. A ambos les une el ser urdidores de engaños. Finalmente, el comerciante, resignado, acepta casarse con Sol de Guzmán:

Pues ya he visto cuán en vano  
la suerte quise vencer  
con industria y con engaño.  
Yo soy vuestro (Ruiz de Alarcón, 1990: acto III, vv. 899-902).

Por tanto, las cualidades del comerciante retratado son el negativo de lo que debe ser un buen mercader según lo apuntado por Tomás de Mercado, y con ello se percibe con claridad que en Ruiz de Alarcón no calaron las enseñanzas de los escolásticos.

#### 4. CONCLUSIÓN

Los países europeos de la vertiente atlántica empezaron a tener cada vez mayor importancia comercial desde el siglo XVII. Este fue el caso de las Provincias Unidas de los Países Bajos que, independizadas de la Monarquía Hispánica, vivieron una época dorada, eclipsando incluso a las tradicionales ciudades comerciales del norte de la península itálica, en donde se habían ambientado numerosas piezas literarias de la literatura española y, en general, europea. No obstante, sería Gran Bretaña la que empezaría a experimentar los cambios económicos más relevantes y profundos, que le acabarían conduciendo a protagonizar la primera Revolución Industrial a mediados del siglo XVIII. Sin embargo, ya en el XVII se la consideraba una nación de comerciantes o tenderos, como despectivamente afirmaría luego Napoleón. Precisamente, sería en la *Pérfida Albión* donde se publicaría, durante los siglos XVI y XVII, una amplia literatura sobre temas comerciales cuyos autores (como Thomas Mun, Gerard de Malynes, Josiah Child o William Petty), englobados en la corriente de pensamiento mercantilista, intentarían explicar el intrincado mundo del comercio sin realizar valoraciones morales.

Este resurgimiento comercial y de la literatura económica coincidió con el de la dramaturgia inglesa. Allí también se representarían piezas teatrales cuyos

protagonistas eran comerciantes, como *El mercader de Venecia* (1600). En esta emblemática obra de Shakespeare se contrasta la buena conducta del mercader Antonio, que tiene su capital invertido en barcos en el extranjero, con la reprensible del usurero Shylock. Es decir, en dicha obra se separa claramente la conducta del mercader cristiano de la del usurero judío, pese a que Aristóteles había incluido a ambas dentro de la crematística, poniéndolas bajo sospecha<sup>35</sup>. En suma, es importante tener en cuenta que el análisis realizado en este trabajo para el caso español tiene un amplio recorrido, pues se puede llevar a cabo con fines comparativos en referencia a otros países para el mismo periodo.

En España las obras protagonizadas por mercaderes, como *El mercader de Venecia*, fueron firmadas por autores de la talla de Calderón de la Barca, Góngora, Lope de Vega o Ruiz de Alarcón, pero en un contexto en que ciertos teólogos — como Tomás de Mercado — divulgaron las reflexiones morales de los escolásticos sobre la vida comercial. No obstante, también hubo, como en Gran Bretaña, algunos autores no preocupados por los aspectos morales, llamados arbitristas<sup>36</sup>.

De las ocho obras analizadas, una de ellas muestra muy claramente que su autor había absorbido las enseñanzas de los escolásticos — *El mercader amante* de Aguilar —, pues perfila a un comerciante que actúa justamente; y otras dos — *El mercader de Toledo* de autor anónimo y *La industria y la suerte* de Ruiz de Alarcón — presentan al mercader asociado con las malas prácticas morales y el engaño. En cuanto a las otras cinco piezas — *Las firmezas de Isabela* de Góngora, *El anzuelo de Fenisa* y *El amigo hasta la muerte* de Lope de Vega, y *El gran mercado del mundo* y *La nave del mercader* de Calderón de la Barca — se posicionan prácticamente en la misma línea que *El mercader amante*.

Aunque los textos analizados no exponen el mundo económico como lo haría un profesional, sí son importantes — al margen de su indiscutible calidad literaria — desde un punto de vista económico, pues permiten rastrear cómo calaron las ideas económicas de los escolásticos en los dramaturgos, que a su vez las transmitieron al gran público en los corrales de comedias. De hecho, de las ocho obras estudiadas, seis captan el gran paso hacia adelante dado por los escolásticos (respecto a determinados textos bíblicos y aristotélicos) a la hora de equilibrar los valores morales y los económicos. Y es que, en el Siglo de Oro, en el que tanto se exaltaron los valores espirituales y el linaje, también se divulgaron ideas que incidían en que las actividades comerciales profesionales eran susceptibles de ser guiadas por preceptos morales y, por tanto, podían desarrollarse de una forma honesta y provechosa para

35. Un análisis de Carlos Rodríguez Braun sobre esta obra, desde el punto de vista económico, en Perdices de Blas y Santos Redondo (2006: 109-141).

36. Sobre el comercio y estos últimos autores, véase Allorza Aparicio y Cárceles de Gea (2009), cap. 1.

los ciudadanos de a pie. Es decir, el poder de lo espiritual y el linaje convivieron con el poder de lo económico, como plasman de forma realista estas obras de la época de esplendor de la literatura española.

## BIBLIOGRAFÍA

- Aguilar, G. (2014) [1616]. *El mercader amante*, edición de R. Durá Celma. Alicante: Biblioteca Virtual Miguel de Cervantes. <http://www.cervantesvirtual.com/nd/ark:/59851/bmc1k172>.
- Alloza Aparicio, A. y Cárceles de Gea, B. (eds.) (2009). *Comercio y riqueza en el siglo XVII. Estudios sobre cultura, política y pensamiento económico*. Madrid: CSIC.
- Anónimo (s. a.). *El mercader de Toledo, vara de medir, y acción del mejor testigo*. Sevilla: Imprenta de Joseph Padrino. [http:// https://archive.org/details/A25009606](http://https://archive.org/details/A25009606).
- Aquino, T. (1956). *Suma Teológica*, t. VIII. Madrid: BUC.
- Arellano, I. (2018). Dinero, mercaderes y oficios productivos en la sátira de Quevedo. En C. Strosetzki (ed.), *El poder de la economía* (pp. 13-49). Madrid-Frankfurt: Iberoamericana-Vervuert.
- Aristóteles (1951). *Política*, edición bilingüe y traducción de J. Marías y M. Araujo. Madrid: Instituto de Estudios Políticos.
- Aristóteles (1999). *Ética a Nicómano*, edición bilingüe y traducción de J. Marías y M. Araujo. Madrid: Centro de Estudios Constitucionales.
- Armas, F. A. de (2018). El mercader y la cortesana: arte, cuerpo y comercio en *El anzuelo de Fenisa* de Lope de Vega. En C. Strosetzki, (ed.), *El poder de la economía* (pp. 229-246). Madrid-Frankfurt: Iberoamericana-Vervuert.
- Barrientos García, J. (2011). *Repertorio de moral económica. La Escuela de Salamanca y su proyección*. Pamplona: Eunsa.
- Bermejo Cabrero, J. L. (2011). *Economía y hacienda a través de la literatura española: de Berceo a Cervantes*. Madrid: FUE.
- Calderón de la Barca, P. (1996) [1674]. *La nave del mercader*, edición de Ignacio Arellano. Pamplona: Universidad de Navarra — Grupo de Investigación Siglo de Oro (GRISO).
- Calderón de la Barca, P. (2003) [c. 1635-1640]. *El gran mercado del mundo*, edición de Ana Suárez. Pamplona: Universidad de Navarra — Grupo de Investigación Siglo de Oro (GRISO).
- Campbell, Y. (2018). De la mentalidad mercantil al pensamiento dominante: dos perspectivas generacionales en *El amigo hasta la muerte* de Lope. En C. Strosetzki, C. (ed.), *El poder de la economía* (pp. 269-288). Madrid-Frankfurt: Iberoamericana-Vervuert.
- Cavillac, M. (2014). El discurso del *mercader* y sus incidencias literarias. *Criticón*, 120-121, 41-56.
- Díaz Balsera, V. (1997). La nave del mercader y la economía de la violencia. En V. Díaz Balsera, *Calderón y las quimeras de la culpa* (pp. 125-147). West Lafayette: Purdue University Press.
- Dolfi, L. (2003). El teatro de Góngora: imágenes y enigmas. *Criticón*, 87-88-89, 277-286.

- Ferrer, T. (2018). Entre mercaderes anda el juego: *El mercader amante* de Gaspar Aguilar, *Las firmezas de Isabela* de Góngora y la anónima *El mercader de Toledo*. En C. Strosetzki (ed.), *El poder de la economía* (pp. 181-198). Madrid-Frankfurt: Iberoamericana-Vervuert.
- Fuentes Quintana, E. (ed.) (1999-2004). *Economía y economistas españoles*, 9 tomos. Barcelona: FUNCAS-Galaxia Gutenberg-Círculo de Lectores.
- García Hernán, D. (2018). La visión estamental de la nobleza y la imagen del rico y del mercader en la literatura del Siglo de Oro. En C. Strosetzki (ed.), *El poder de la economía* (pp. 69-91). Madrid-Frankfurt: Iberoamericana-Vervuert.
- Geisler, E. (2013). *El dinero en la obra de Quevedo. La crisis de identidad en la sociedad feudal española a principios del siglo XVII*. Kassel: Edition Reichenberger.
- Gómez Camacho, F. (1998). *Economía y Filosofía Moral: la formación del pensamiento económico europeo en la Escolástica española*. Madrid: Síntesis.
- Góngora y Argote, L. de (1999) [c. 1610]. *Las firmezas de Isabela*. Alicante: Biblioteca Virtual Miguel de Cervantes. <http://www.cervantesvirtual.com/nd/ark:/59851/bmc4x552>.
- Greer, M. R. y Junguito, A. (2004). Economies of the Early Modern Spanish Stage. *Revista Canadiense de Estudios Hispánicos*, 29(1), 31-46.
- Grice-Hutchinson, M. (1995). *Ensayos sobre el pensamiento económico en España*. Madrid: Alianza.
- Grice-Hutchinson, M. (2005). *La escuela de Salamanca. Una interpretación de la teoría monetaria española 1544-1605*, estudio introductorio de L. Perdices de Blas y J. Reeder y traducción de J. L. Ramos-Gorostiza. Salamanca: Caja España-Obra Social.
- Jammes, R. (1994). La figura del donaire en *Las firmezas de Isabela* de Góngora. *Criticón*, 60, 61-68.
- Komorowska, A. (2018). El arte de negociar el *istum pretium*. Mercaderes, amigos y amantes en *El amigo hasta la muerte* de Lope de Vega. En C. Strosetzki (ed.), *El poder de la economía* (pp. 247-268). Madrid-Frankfurt: Iberoamericana-Vervuert.
- Lope de Vega, F. (1618). *Comedia famosa del amigo hasta la muerte*. En *Onzena parte de las Comedias de Lope de Vega Carpio* (pp. 147-174). Madrid: Viuda de Alonso Martín de Balboa.
- Lope de Vega, F. (1803) [1607]. *El anzuelo de Fenisa*. Madrid: Librería de González.
- Lütge, C. y Strosetzki, C. (2019). *The Honorable Merchant-Between Modesty and Risk-Taking. Intercultural and Literary Aspects*. Cham (Suiza): Springer.
- Maravall, J. A. (1975). *La cultura del Barroco. Análisis de una estructura histórica*. Madrid: Ariel.
- Marigno, E. (2018). Los mercaderes en las jácaras de Quevedo. *Hipogrifo*, vol. 1 (extraordinario), 233-243.
- Martín Rodríguez, M. (2020). *Poesía y economía en la literatura española de los siglos XVII a XIX*. Granada: Universidad de Granada.
- Mercado, T. de (1977) [1569]. *Suma de tratos y contratos*, edición de Nicolás Sánchez-Albornoz, 2 tomos. Madrid: IEF.

- Oleza, J. (2018). Lope y los mercaderes. Un viaje de ida sin vuelta desde la Italia de los *novellieri*. En C. Strosetzki (ed.), *El poder de la economía: la imagen de los mercaderes y el comercio en el mundo hispánico de la Edad Moderna* (pp. 287-304). Madrid-Frankfurt: Iberoamericana-Vervuert.
- Pedraza, F. B. (2001). Los judíos en el teatro del siglo XVII: la comedia y el entremés. En I. M. Hassán y R. Izquierdo (coords.), *Judíos en la literatura española* (pp. 153-212). Cuenca: Ediciones Universidad de Castilla La Mancha.
- Pedraza, F. B., González, R. y Marcello, E. E. (coords.) (2016). *El dinero y la comedia española. XXXVII Jornadas de Teatro Clásico. Almagro 10, 11 y 12 de julio de 2014*. Cuenca: Ediciones Universidad de Castilla La Mancha.
- Perdices de Blas, L. y Ramos Gorostiza, J. L. (en prensa). La estela del debate sobre la esclavitud de los indios americanos en Félix Lope de Vega, Tirso de Molina y Pedro Calderón de la Barca. *Anales del Seminario de Historia de la Filosofía*.
- Perdices de Blas, L. y Revuelta, J. (2011). Markets and Taxation: Modern Taxation Principles and the School of Salamanca. *EsicMarket. Revista Internacional de Economía y Empresa*, 138, 91-116.
- Perdices de Blas, L. y Santos Redondo, M. (eds.) (2006). *Economía y Literatura*. Madrid: Instituto de España-Ecobook-Comunidad de Madrid.
- Roncero, V. (2018a). El mercader y su mundo en *El mercader amante* y *Las firmezas de Isabela*. En C. Strosetzki (ed.), *El poder de la economía* (pp. 199-228). Madrid-Frankfurt: Iberoamericana-Vervuert.
- Roncero, V. (2018b). «Fabricado de dinero»: el deshonoroso mercader en *La industria y la suerte* de Ruiz de Alarcón. *Hipogrifo*, vol. 1 (extraordinario), pp. 265-290.
- Ruiz de Alarcón y Mendoza, J. (1990) [1628]: *La industria y la suerte*. Alicante: Biblioteca Virtual Miguel de Cervantes. <http://www.cervantesvirtual.com/obra-visor/la-industria-y-la-suerte--0/html/>
- Sámbrían, O. A. (2018). La figura del mercader en el teatro del Siglo de Oro. *Hipogrifo*, vol. 1 (extraordinario), pp. 291-304.
- Santos Redondo, M. y Ramos Gorostiza, J.L. (2006). Introducción metodológica. En L. Perdices de Blas y M. Santos Redondo (eds.), *Economía y Literatura* (17-34). Madrid: Instituto de España-Ecobook-Comunidad de Madrid.
- Sanz Ayán, C. (2001). Economía, negocio y teatro en los siglos XVI y XVII. En R. Castilla Pérez y M. González Dengra (eds.), *La teatralización de la historia en el Siglo de Oro español: Actas del III Coloquio del Aula-Biblioteca «Mira de Amescua» celebrado en Granada de 5 al 7 de noviembre de 1999* (págs. 53-79). Granada: Universidad de Granada.
- Sierra Bravo, R. (1975). *El pensamiento social y económico de la escolástica. Desde sus orígenes al comienzo del catolicismo social*, t. I. Madrid: CSIC-Instituto de Sociología Balmes.
- Soto, D. de (1964) [1545]. *Deliberación en la causa de los pobres*, Madrid: IEF.
- Strosetzki, C. (ed.) (2018a). *El poder de la economía: la imagen de los mercaderes y el comercio en el mundo hispánico de la Edad Moderna*. Madrid-Frankfurt: Iberoamericana-Vervuert.

- Strosetzki, C. (2018b). Sobre el mercader en Aristóteles, Tomás de Mercado y Martín de Azpilcueta. En C. Strosetzki (ed.), *El poder de la economía* (pp. 169-180). Madrid-Frankfurt: Iberoamericana-Vervuert.
- Strosetzki, C. (2019). El mercader: de la patrística al concepto de *honnête homme* de Savary. En C. Lütge y C. Strosetzki, *The Honorable Merchant-Between Modesty and Risk-Taking. Intercultural and Literary Aspects* (pp. 3-18). Cham (Suiza): Springer.
- Suárez Miramón, A. (2018). El gran mercado del mundo, expresión de la teoría económica barroca. En C. Strosetzki (ed.), *El poder de la economía* (pp. 51-68). Madrid-Frankfurt: Iberoamericana-Vervuert.
- Vitoria, F. (1967). *Relectio de Indis o libertad de los indios*, edición de L. Pereña y J.M. Pérez Prendes. Madrid: CSIC.
- Vigo, A. del (1997). *Cambistas, mercaderes y banqueros en el Siglo de Oro español*. Madrid: Biblioteca de Autores Cristianos.