

Del descubrimiento de América al siglo XVIII. La Edad Moderna.

Las rutas del comercio descubren el mundo

El descubrimiento del Nuevo Mundo supone la apertura de largos y florecientes discursos religiosos, políticos, sociales y geográficos. Todos resultan muy interesantes e imprescindibles, pero parece conveniente aderezarlos con las “especias” de las consecuencias económicas y comerciales de la apertura de nuevas rutas comerciales y de la propia importancia de las cuestiones derivadas de la actividad comercial en el descubrimiento y colonización de nuevas tierras.

La apertura de nuevas vías de comunicación y la búsqueda y consolidación de nuevos mercados determinan que el comercio se convierta en el motor del desenvolvimiento humano en los siglos de referencia. El Renacimiento comienza en Italia en el siglo XV. Tiene manifestaciones artísticas y culturales vinculadas con la Antigüedad y el clasicismo y se conecta con el crecimiento de las ciencias en el contexto de una preferencia generalizada por vivir al máximo el presente. Se produce una especie de dilatación de la vida. Las formas de vivir se vinculan con los descubrimientos. La pasión por el infinito es desbordante. Los sistemas feudales languidecen ante el empuje del capitalismo comercial que rompe las barreras espaciales y temporales de la época.

Muchos comerciantes y banqueros acumulan grandes fortunas. En muchos casos, ser ricos está mal visto, con lo que se favorece el inmenso desarrollo de obras de arte en el interior de los edificios. Cosme de Médici es un ejemplo muy claro, puesto que su palacio en Florencia tiene el aspecto externo de una fortaleza sobria y en su interior alberga verdaderas maravillas de la pintura, joyería, ropajes... Las leyes suntuarias se convierten en un manual de cómo ser rico y no aparentarlo demasiado. La mayor revolución artística de todos los tiempos se nutre del afán de invertir en una producción artística que supone un culto a los ideales religiosos y a la belleza desmesurada manifestada, sobre todo, en el arte.

Las rutas del comercio

El Renacimiento comercial se sustenta en las grandes rutas comerciales que descubren el mundo. El comercio internacional se ampara en las vías marítimas que generan un nuevo espacio económico: el mundo. La visión global del comercio se desarrolla en torno a estas rutas que superan los márgenes convencionales de tráfico fluvial y terrestre.

El descubrimiento de América supone una inyección de vitalidad y de amplitud de horizontes en el desenvolvimiento de las transacciones comerciales globales. Los barcos, carabelas, naos, permiten transportar cargas muy superiores a los mulos y carros, a distancias muy superiores y con costes más bajos. El universo mercantil se configura alrededor de una cadena de puertos costeros (o fluviales conectados con el litoral) que permiten poner en contacto mercados lejanos. El comercio construye las ramificaciones nerviosas del capitalismo comercial que se impone por doquier.

En la Edad Moderna se terminan de moldear las diversas rutas comerciales del espacio mundo. En primer lugar, la Ruta de la Seda. Se trata del itinerario que antiguamente unía los imperios romano y chino. Los extremos convencionales de la ruta son Xian y Roma. China siempre se considera a sí misma como el centro del mundo (el Imperio del medio). Con la dinastía Qin (221-207 a.C.) llega la unificación del imperio. Este factor, junto con la mejora de las comunicaciones, de los pesos y medidas, del sistema monetario..., da alas al comercio que se convierte en el gran motor de las relaciones internacionales y sienta las bases de la Ruta de la Seda. El recorrido se hace en términos comerciales, Marco Polo al frente; bélicos, con Zang Qian, Alejandro Magno y Genghis Khan al mando de las operaciones militares, y religioso, el cristianismo, el islam y el budismo inciden en la zona. La Ruta de la Seda se suele hacer por etapas, segmentando el recorrido con diversos mercaderes especializados. Esta ruta es el gran nexo simbólico e histórico entre Oriente y Occidente. Los principales productos sometidos al tráfico son sedas, brocados, pieles, porcelanas y especias.

Anécdotas y peripecias. Huellas en la historia

LOS VIAJES DE MARCO POLO

Marco Polo es un viajero veneciano infatigable que recorre la Ruta de la Seda. Se embarca en 1271 en un apasionante y épico viaje a Asia con su padre y su tío, Niccoló y Maffeo. Visitan Persia, Armenia y Afganistán antes de llegar a China. En el viaje de regreso atraviesan el estrecho de Ormuz, desde donde llegan a Venecia después de un periplo de veinticuatro años. Acumulan notables riquezas a la vuelta de su enorme recorrido.

A su regreso se encuentra con la guerra entre Venecia y Génova, siendo encarcelado por los genoveses. En la cárcel relata sus fabulosos viajes al escritor Rustichello de Pisa, que es su compañero de celda. Más tarde, este escribe un libro titulado *Il milione* sobre las experiencias del comerciante veneciano. Liberado en 1299, Marco Polo desarrolla una intensa y próspera actividad como mercader y es miembro del Gran Consejo de la República de Venecia. Muere en 1324. Su ejemplo inspira a mercaderes y navegantes expedicionarios de todo tipo en los siglos sucesivos.

[18]



[18] *Vista de la Plaza de San Marcos en Venecia.* CANALETTO. Museo Thyssen-Bornemisza, Madrid.

[19]



[19] *Piazza Navona, Roma.* VANVITELLI. Museo Thyssen-Bornemisza, Madrid.

En 1453, los turcos otomanos, dirigidos por Mehmed II el Conquistador, se apoderan de Constantinopla. Cambian el nombre, pasa a ser Estambul, y, lo que es mucho más importante, cierran el paso de los estrechos del Bósforo y los Dardanelos. Los buques europeos que quieran acceder al Lejano Oriente tienen que pagar al gobierno turco. Desagradable panorama que obliga a buscar nuevas rutas.

Los países europeos empiezan a buscar nuevas vías marítimas para llegar a Oriente. Portugal empieza a bordear el sur del continente africano y el afán de los españoles les lleva al descubrimiento imprevisto de un nuevo continente. Empieza la era de los descubrimientos en el siglo XV que se prolonga hasta el siglo XVII.

Europeos de España, Portugal y Gran Bretaña, sobre todo, acuciados por la necesidad de acceder a las riquezas de Asia, recorren la casi totalidad del planeta apoyándose en nuevos inventos y tecnologías como la brújula y el astrolabio, las carabelas y barcos de mayor fuste, los portulanos y mapas marítimos, las armas de fuego (arcabuces) y las fortificaciones, la imprenta y el papel, el eje delantero de los carros, las técnicas contables...

La información empieza a convertirse en una herramienta mercantil de primer nivel. El correo mercantil, la contabilidad por partida doble, las letras de cambio, los manuales de mercaderías, los seguros de viajes, la cartografía, los libros de viajes ensanchan la visión de los emprendedores que se animan a acometer nuevas empresas en las distintas rutas disponibles. La noticia es una mercancía de lujo que vale su peso en oro. Los comerciantes requieren el correo como el comer. En el siglo XV, a título de ejemplo, Francesco di Marco Datini, de Prato, señala que *se ha pasado la vida escribiendo cartas*.

Llegan a tierras habitadas y deshabitadas, pero en todas terminan por imponer sus colonias. El afán mercantil es el poderoso ariete que derrumba murallas y que permite llegar a un mundo global desde la perspectiva del intercambio de mercancías. Siguiendo los pasos conquistadores de Cristóbal Colón, surgen Fernando de Magallanes, Francisco Pizarro, Juan Sebastián Elcano, Francisco de Orellana, Vasco da Gama...

El siglo XVI apuntala la conquista de América. En 1518 parte de Cuba una expedición al mando de Hernán Cortés que desembarca en tierras mexicanas y funda la ciudad de Veracruz. Cortés somete militarmente a los aztecas. Se acrecienta el Imperio español que también anexiona Guatemala y Honduras. En 1531, Francisco Pizarro comienza la conquista del Imperio inca, que se extiende por Perú, Ecuador, Bolivia y parte de Chile. También se exploran Florida, Texas y California, se recorre el Amazonas y se funda Buenos Aires. En Asia se conquistan las islas Filipinas. El Atlántico, llamado Mar Tenebroso, es derrotado, sentando las bases de un mundo nuevo en el que casi no hay espacios nuevos sin habitar.

Los países europeos atlánticos refuerzan su posición geopolítica con la explotación de las rutas marítimas occidentales. Portugal a través del cabo de Buena Esperanza hacia las Indias Orientales.

España con el descubrimiento de las Indias Occidentales. Inglaterra y Holanda que van restando importancia a españoles y portugueses para acrecentar su posición relativa de dominio. De América llegan oro y plata, maíz y cacao. España suministra trigo, aceite, productos de ganadería, vino y armas.

El puerto de Sevilla ostenta el monopolio en las relaciones comerciales con las Indias. Todas las relaciones comerciales tienen que pasar por la Casa de Contratación, desde 1503, que contabiliza exhaustivamente los intercambios. Las flotas son organizadas por esta institución con el correspondiente acompañamiento de barcos de guerra para hacer frente a la piratería. Los metales preciosos y los productos exóticos se esparcen por Europa, configurando una *apoteosis del comercio* que cambia radicalmente el mundo.

Los principales puertos marítimos que operan en la península son los de Motrico, Gijón, Santander, Barcelona... Los puertos del Cantábrico exportan a Inglaterra y Flandes vino, hierro y

Sorbos literario-artísticos

EL LABERINTO DEL COMERCIO TERRESTRE Y NAVAL DE JUAN DE HEVIA Y LA HISTORIA GENERAL DE LAS COSAS DE LA NUEVA ESPAÑA DE FRAY BERNARDINO DE SAHAGÚN

El Laberinto del comercio terrestre y naval es una obra de Juan de Hevia de 1617, “donde breve y compendiosamente se trata de la mercancía y contratación de tierra y mar, útil y provechoso para mercaderes, negociadores, navegantes y sus consulados, ministros de los Juicios, profesores de Derechos y otras personas”. Con este largo subtítulo parece quedar claro de lo que trata el manual y sus destinatarios.

Resumiendo, se trata del primer compendio realizado en el hemisferio occidental sobre las leyes y costumbres que rigen el comercio en diferentes países del mundo.

El franciscano español fray Bernardino de Sahagún (1499-1590) escribe, entre 1540 y 1585, la *Historia general de las cosas de la Nueva España*. Se trata de la ordenación y estudio de un gran número de entrevistas realizadas a nativos de la zona central de México... El objetivo es proporcionar un manual de historia y costumbres mesoamericanas para los misioneros franciscanos que llegan a evangelizar la región. También es conocido como el Códice Florentino porque la única copia original que se conserva está en la Biblioteca Medicea Laurenciana de Florencia, después de haber sido entregada al Vaticano por el autor. La obra está escrita en náhuatl y cuenta con más de 1.800 ilustraciones realizadas por indígenas tlacuilos.

Se trata de una obra enciclopédica en 12 libros, traducida al castellano y al latín. El libro IX está dedicado a los comerciantes. La gran aportación de los españoles al comercio es la posibilidad de realizar largos desplazamientos al utilizar la rueda y los animales de carga. Los aztecas tienen que recurrir a procedimientos de transporte muy rudimentarios. Los comerciantes (*pochteca*) utilizan a cargadores humanos (*tlamene*) que llevan las mercancías en unas estructuras de madera con unas cuerdas que rodean la frente y los hombros del cargador. De esta manera se llevan los productos (alimentos, piedras preciosas...) de un lugar a otro.

[20]



[20] *Vendedora veneciana de cebollas*. SARGENT, John Singer. Museo Thyssen-Bornemisza, Madrid.

lana e importan bienes de lujo. La *Hermandad de las Cuatro Villas* está formada por los cuatro puertos cántabros más importantes: San Vicente de la Barquera, Santander, Laredo y Castro Urdiales. Llega a competir en importancia con la poderosa Liga Hanseática. Los puertos andaluces exportan cereales, aceite, vino y cuero e importan tejidos de Flandes, oro del norte de África y productos orientales suntuarios como especias y seda. Barcelona comercia con todos los países y regiones del área mediterránea.

Otras rutas comerciales interesantes son la ruta del Báltico, la ruta Triangular, la ruta Atlántica Norseptentrional y la ruta Mediterránea.

La ruta del Báltico parte de Alemania y encuentra su punto más relevante en el estrecho de Sund, en el que hay que pagar derechos de paso. Se trata de un recorrido dominado desde la Edad Media por la Liga Hanseática hasta que los holandeses, a finales del siglo XVI, empiezan a ejercer el poder sobre el mismo. A mediados del siglo XVII, con un tráfico comercial en declive, Inglaterra manda en la ruta. Destacan las transacciones sobre salazones, vinos mediterráneos, cobre sueco, cereal polaco...

La ruta Triangular opera durante los siglos XVI, XVII y principios del XVIII. Sale de los puertos europeos con navíos cargados de abalorios que se llevan a las costas africanas. Se intercambian por esclavos que se trasladan a América para ser vendidos a cambio de materiales preciosos, maderas, café, cacao y otros productos coloniales. El control de la ruta corresponde a España y Portugal durante el siglo XVI, holandés en el XVII e inglés en el XVIII. Esta ruta resulta muy rentable, aunque su contenido tenga elementos extremadamente sórdidos.

La ruta Atlántica Norseptentrional es muy antigua, data del siglo XIII, y abarca desde la cornisa cantábrica hasta los Países Bajos con ramificaciones en Francia e Inglaterra. Observa grandes movimientos comerciales desde 1492 hasta finales del siglo XVI. El ejercicio del control sobre la misma provoca grandes conflictos bélicos entre Holanda, Inglaterra y España. Los productos comercializados son muy variados, incluyendo alimentos, materias primas variadas, lanas y paños...

La ruta Mediterránea sale de los puertos del sur de Europa y llega hasta los del Oriente. En los puertos europeos se fletan navíos cargados de manufacturas y metales preciosos que se intercambian por sedas, especias, café y artículos de lujo. Los recorridos se dispersan por los mares Egeo y Adriático, configurando un espacio comercial de gran vitalidad. Esta ruta está controlada por Venecia, Génova y España hasta el siglo XVII y por Inglaterra en el siglo XVIII. Portugal, sobre todo desde los viajes de Vasco da Gama a la India, consolida la Ruta de las Especias, transportando las mismas por el mar Índico desde los centros de Malaca y Calcuta hasta Ormuz y Suez. La Casa de Guinea y la Casa de la India constituyen instituciones comerciales estatales portuguesas que perfilan el monopolio de un comercio pujante. La redistribución por toda Europa genera grandes beneficios para los hombres de negocios especializados. El mar Mediterráneo es el gran intermediario entre Oriente y Occidente.

Siglos XV, XVI y XVII

El reinado de los Reyes Católicos supone la definitiva unificación de Castilla y Aragón. Además, se fortalece el poder de los monarcas respecto a la nobleza. La disponibilidad de mayores territorios y poder político sienta las bases político-administrativas y económicas de una gran potencia en la Europa de los siglos XVI y primera mitad del siglo XVII.

Los elementos claves de la fortaleza de la nueva monarquía son la política de unidad territorial, el sometimiento de la nobleza díscola, la unidad religiosa y la ordenación institucional del Estado. Son elocuentes algunos versos del soneto de Cervantes ante el túmulo de Felipe II en Sevilla: "Voto a Dios, que me espanta esta grandeza y que diera un doblón por describilla". Con estas palabras se resume el proyecto catalizador supraeuropeo de España durante el siglo XVI.

En relación con el estamento eclesiástico, el clero queda controlado mediante el *patronato*, acuerdo con el Papa, y las órdenes militares se dominan al convertirse el rey en el maestro de todas ellas. En 1492, tras la conquista de Granada, los monarcas firman un decreto por el que los judíos tienen que convertirse a la religión cristiana. De la minoría judía, unos 150.000 emigran a otros países y los 50.000 restantes se funden con la población cristiana. El proceso es rápido, puesto que se trata de un problema religioso y no racial. Subsisten los musulmanes (*mudéjares*) de la corona de Aragón tolerados legalmente, los moriscos (cristianos "oficiales" pero que practican la religión musulmana) también aceptados, y muy importantes en el medio agrario, y algunos conversos. Estos últimos disponen de grandes poderes y prerrogativas, muchos de ellos se dedican al comercio, hasta que la Inquisición empieza actuar, generando un éxodo adicional.

La ordenación del Estado se configura en torno a la creación y adaptación de diversos organismos de poder. Destacan el Consejo Real o de Castilla (reorganizado en 1480), que asesora al monarca en los asuntos claves del gobierno del reino; las Chancillerías, instituciones judiciales, y los virreyes para la administración territorial. Adicionalmente se crea un ejército permanente, una estructura diplomática también permanente y se reorganiza la hacienda pública con la utilización del impuesto de la *alcabala*, que se recauda en los mercados como eje fundamental de los ingresos del erario. La alta burguesía, o patriciado urbano, pasa a ser controlada mediante la figura del *corregidor*, que se erige en el representante del rey en los gobiernos municipales.

Si tenemos en cuenta que en 1500 la población española cuenta con alrededor de 9 millones de personas, se puede afirmar que la aristocracia y las clases medias suponen alrededor del 5 por ciento de los habitantes, mientras que las clases modestas suponen el 95 por ciento. El 82 por ciento del total son campesinos. A lo largo del siglo XVI, la población crece considerablemente y algunas ciudades como Barcelona, Valencia, Valladolid, Toledo y Segovia llegan a superar los 30.000 habitantes.

Los tres primeros reyes de la Casa de Austria abarcan el período 1517-1621. Se trata de Carlos I, Felipe II y Felipe III. La población aumenta en un 15 por ciento con una cierta polarización en

[21]



[21] *Retrato de una dama bilando*. HEEMSKERCK, Maerten van. Museo Thyssen-Bornemisza, Madrid.

torno a las clases altas y bajas, con la progresiva pérdida de importancia de las clases medias. El establecimiento de una jerarquía nobiliaria se acompaña de la venta de hidalguías para hacer frente a las necesidades financieras ingentes de la corona. Los reyes y los nobles disponen de alrededor del 95 por ciento de las tierras, están exentos de tributación y acumulan cuantiosos capitales.

La población rural se desfonda ante las pésimas condiciones de los trabajadores rurales. Las plebes urbanas crecen y se ven acompañadas del crecimiento del número de mendigos, vagabundos, pícaros y bandidos.

La afluencia de metales preciosos procedentes del nuevo mundo genera tensiones inflacionistas que Felipe II intenta controlar por su aversión a las monedas malas. La estabilidad monetaria es relevante hasta llegar al reinado de Felipe III, que da paso a una serie de medidas de acuñación de moneda de corte inflacionista.

El siglo XVII trae consigo la decadencia española tan ampliamente analizada por los tratadistas. La España de Felipe IV y de Carlos II sucumbe como proyecto de nación, como sociedad y, marcando el paso, como economía floreciente, aunque fuera con frutos mal repartidos.

La declinación es generalizada y a partir de 1640 se convierte en una seña de identidad de España en el mundo. Curiosamente, esta caída en picado es simultánea al gran desarrollo de la empresa española en América. Ciudades, iglesias, catedrales, mercados, palacios, puertos, justiprecian un desplazamiento parcial de la prosperidad. Julián Marías escribe acerca del *injerto* de España en los pueblos americanos, que se consolida y da frutos en medio de las inmensas tribulaciones en el territorio peninsular.

La despoblación de Castilla se vincula con las tremendas exacciones tributarias, las levadas de soldados, el absentismo de los propietarios ricos y las enfermedades contagiosas. Estas últimas se vinculan con la desnutrición de una parte relevante de la población. A estos factores se suman las migraciones hacia la periferia peninsular y la búsqueda de nuevos horizontes en las Indias.

Se aceleran las ventas de hidalguías, con lo que se acrecienta la polarización social entre las minorías privilegiadas y las masas desfavorecidas. La nobleza colabora poco en las grandes empresas y languidece en la visión umbilical de sus blasones. Las palabras del duque de Maura sobre la nobleza española de la segunda mitad del siglo XVII son ácidas: "Oligarquía claudicante, pobretona y pedigüeña". Los nobles prefieren las servidumbres palaciegas al emprendimiento de actividades industriales y comerciales. El mismo duque señala: "*La opinión común, así en salones o patios del Alcázar como en plazuelas de villorrio, siguió desdeñando como mal nacidos a cuantos se afanaban por lo que no fuese servicio del rey, y respetó siempre más al grande dilapidador de su herencia que a quien administraba con avaricia su amayorazgado patrimonio*". En definitiva, se observa un menosprecio considerable sobre las actividades productivas que se extiende como un reguero de pólvora de arriba abajo entre todas las clases sociales. Los oficios mecánicos se consideran deshonorosos y viles y todo el mundo aspira a ser hidalgo "como poco".

[22]



[22] *El antiguo mercado del pescado en el Dam, Ámsterdam*. WITTE, Emanuel de. Museo Thyssen-Bornemisza, Madrid.

Desde 1621, con el reinado de Felipe IV, se acentúa el descontrol monetario con continuos procesos de inflación, devaluación y revaluación del vellón. Las masivas compras de productos extranjeros con los metales preciosos procedentes de las Indias contribuyen a las espirales inflacionistas y deflacionistas. Las clases humildes se encuentran envueltas en el desbarajuste monetario, con subidas de precios que se suman a la enorme presión tributaria. En definitiva, la capacidad adquisitiva de estas capas de la población se ve frenada año tras año. En este contexto, los pícaros, mendigos, bandidos y vagabundos crecen a pasos agigantados. La Iglesia, con la famosa *sopa de los conventos*, intenta hacer frente a la marea de pobres que se adueña de las calles.

Curiosamente, el siglo XVII es un hontanar inagotable de genios de las letras y las artes. Las enormes figuras de Góngora, Quevedo, Calderón de la Barca, Gregorio Fernández, Ribera, Murillo, Velázquez..., presentan un panorama apasionante absolutamente desvinculado de una realidad social decadente y de los falsos oropeles de las clases dominantes.

El siglo XVIII

En el siglo XVIII se produce el cambio dinástico en España con la irrupción de los Borbones. Felipe V, Fernando VI, Carlos III y Carlos IV son los monarcas que determinan la evolución de los acontecimientos. Las políticas emprendidas tienen componentes técnicos e ilustrados que permiten afrontar las coyunturas desfavorables y los avatares bélicos en los que se sitúa España a lo largo del siglo.

Felipe V reina desde 1700 hasta 1746. Nieto de Luis XIV, trae la dinastía de Francia. En la guerra de Sucesión, Castilla apoya a Felipe de Anjou, mientras que Aragón se decanta por el archiduque Carlos de Austria. Esta situación se enmarca en la guerra europea. El Tratado de Utrecht, en 1713, determina que Inglaterra acepte a Felipe de Anjou como rey de España con la contrapartida de la pérdida de posesiones españolas. Inglaterra se queda con Gibraltar y Menorca, mientras que Bélgica, Nápoles y Sicilia pasan a Austria y Cerdeña cae posteriormente por la derrota española ante la Cuádruple Alianza.

Felipe V, con la colaboración indispensable del ministro Patiño, lleva a cabo la centralización administrativa, con la reorganización del ejército, la hacienda pública y la burocracia. Los Decretos de Nueva Planta juegan un papel importante en la construcción de un modelo uniforme en todas las regiones españolas. Durante su reinado todavía se venden, en ocasiones, algunos oficios públicos.

Fernando VI (1746-1759) es un monarca interesado en la cultura. Su endeble salud le obliga a mantenerse al margen de sus propios programas de reformas. El marqués de la Ensenada desempeña un papel relevante y se plantean iniciativas interesantes, como la reorganización del erario y la creación del catastro en 1750.

Sorbos literario-artísticos

EL PODEROSO CABALLERO DE QUEVEDO

En plena crisis del siglo XVII, Francisco de Quevedo deja la impronta de su causticidad a la hora de analizar la realidad española. La importancia del dinero como medio de pago para tener poder y capacidad para comprar “lo que sea” se manifiesta en la letrilla satírica *La pobreza. El dinero*. Se seleccionan algunos versos elocuentes a continuación.

¿Quién hace al tuerto galán
Y prudente al sin consejo?
¿Quién al avariento viejo
Le sirve de río Jordán?
¿Quién hace de piedras pan,
Sin ser el Dios verdadero?
El Dinero.

¿Quién los jueces con pasión,
Sin ser unguento, hace humanos
Pues untándolos las manos
Los ablanda el corazón?
¿Quién gasta su opilación
Con oro y no con acero?
El Dinero.

¿Quién la Montaña derriba
Al Valle; la Hermosa al feo?
¿Quién podrá cuanto el deseo,
Aunque imposible, conciba?
¿Y quién lo de abajo arriba
Vuelve en el mundo ligero?
El Dinero.

Carlos III (1759-1788) impulsa la modernización del país. El despotismo ilustrado alcanza carta de naturaleza en España iluminado por la celeberrima frase de “todo para el pueblo, pero sin el pueblo”. En cualquier caso, la idea de razón va creciendo en los ámbitos del poder. Las Sociedades Económicas de Amigos del País se involucran en el cambio social y económico.

Carlos IV (1788-1808) se caracteriza por su debilidad. Entrega el poder a su favorito Godoy, que manifiesta una progresiva subordinación al poder de los franceses.

El siglo XVIII observa, en líneas generales, una tendencia regia a emprender programas de reforma y modernización del Estado. Estas actuaciones suelen contar con el apoyo de la burguesía y tienen la oposición del clero y de los habitantes del medio rural. La burocracia se sustenta en los *covachuelistas*, que son los empleados de la Administración central.

La población aumenta de 6,5 a 12 millones a lo largo del siglo. Este cambio demográfico supone el impulso de la burguesía. La agricultura se desenvuelve en la baja productividad y las mejoras se sustentan en el aumento de las tierras cultivables y en algunas obras de regadío. La agricultura latifundista del siglo XVIII genera muy buenos rendimientos a los poseedores de los terrenos agrícolas. La industria tiene como sostén al sector textil con los procesos de hilado y tejido. La producción de lujo de las manufacturas reales colabora algo en el proceso junto con la importación del algodón de las Indias. En materia de comercio exterior destaca la exportación de lanas a Gran Bretaña y la venta de vinos. El monopolio del puerto de Cádiz asegura el comercio con América.

A lo largo de todo el siglo, las tensiones inflacionistas alimentan el desenvolvimiento de la economía nacional. Especialmente entre 1730 y 1760 la inflación se dispara. La carestía, no seguida por los salarios, se acelera en las dos últimas décadas del siglo. El sistema monetario español en el siglo XVIII permanece anclado en la confusión, con un gran número de monedas. Los castellanos cuentan por reales; los aragoneses y navarros por libras; los habitantes de las Indias por pesos. Además, se cuenta con monedas imaginarias o en desuso como el ducado de plata o el doblón sencillo. Esta situación perjudica el desenvolvimiento de los intercambios comerciales. Una pragmática de Carlos III en 1772 intenta refundir las monedas tomando como base el real de vellón, dividido en 34 maravedís.

El comercio interior, del que escribimos ampliamente a continuación, se imbrica en las carencias del mercado nacional estrangulado por un medio rural con escasos recursos y la ausencia de comunicaciones que faciliten el transporte de mercancías. Solamente Madrid y Barcelona se erigen como centros mercantiles de cierta envergadura y con capacidad de atracción comercial.

La actividad comercial en ciudades y pueblos en los siglos XV al XVIII

El gran problema que sobrevuela el análisis del comercio interior español en los siglos XV al XVIII es la compartimentación y estrechez del mercado. Cada región, y aun cada comarca y a veces cada localidad, constituye un área de comercio aislada de las demás por las malas comunicaciones y por la diversidad de regulaciones. Los sistemas de pesos y medidas son distintos. Las reglamentaciones locales y gremiales están orientadas a frenar la entrada de productos extraños y a captar el máximo de alimentos en los años de escasez. Los precios varían muchísimo entre regiones y están determinados por los costes de transporte y las disponibilidades de productos autóctonos.

También la especulación se convierte en un elemento fundamental en la configuración de la oferta y de los precios, generándose situaciones de escasez ficticia. Los productos de primera necesidad se encuentran con graves crisis de subsistencias en determinadas regiones, aunque en zonas no muy lejanas haya una relativa abundancia. El trigo, producto básico por excelencia al requerirse para la fabricación del pan, tiene una comercialización primaria (para consumo inmediato) y una comercialización secundaria (almacenamiento en pósitos y alhóndigas).

La comida básica de las clases populares se sustenta en el pan de trigo que suele acompañarse de aceite, vinagre y algo de vino de bajo nivel. A veces se hacen tortas (migas) y los labradores consumen ollas de berros y nabos, olla podrida (cocido a base de cerdo) y algo de cecina. Las clases pudientes consumen carnes, vinos de calidad, leche, azúcar y huevos. En general, las comidas están muy condimentadas, lo que aumenta la demanda de ajos, sal y especias.

En materia de carnes, las personas acomodadas compran carnero, mientras que los más pobres consumen, cuando pueden, pollo o cerdo. Son frecuentes las bebidas compuestas, como el agua de canela, la garnacha (uva, azúcar, canela, pimienta y otras especias) y la aleja (agua, miel y especias). El chocolate se consume muy espeso y con bastante frecuencia.

En definitiva, el aparato distributivo interior es endeble y muy asimétrico, puesto que los grandes nobles y los reyes disfrutaban en los palacios de los pescados del norte y de la comida italiana en periodos de tiempo cortos y en buenas condiciones. También los productos de lujo encuentran saneados y rentables circuitos de comercialización. En materia de seguridad, la creación de la Santa Hermandad en 1476 contribuye a velar por el discurrir pacífico por los caminos.

En líneas generales puede apuntarse que las ferias y mercados constituyen el gran eslabón del comercio interno, y de parte del externo, en los siglos XV y XVI. Algunas sirven para el intercambio de productos a escala regional, pero otras llevan la batuta del comercio de todo el territorio español e, incluso, de las relaciones con el exterior.

En tierras castellanas, el triángulo Medina del Campo, Medina de Rioseco y Villalón lleva la voz cantante en los intercambios comerciales que se producen en la península ibérica, incluyendo Portugal. La de Medina del Campo es impulsada por Fernando de Antequera a principios del siglo XV. Se celebra en dos periodos anuales en mayo, de treinta días, y en octubre, de cincuenta días. Las de Medina de Rioseco y Villalón son creadas por los señores de estas villas en 1423 y 1474. Estas ferias alcanzan su auge a partir de finales del siglo XV y admiten comerciantes de Galicia, cornisa cantábrica, Aragón, Valencia, Cataluña, Navarra, Toledo, zonas de Andalucía y Murcia. Su papel redistribuidor es similar al de Sevilla para toda Andalucía, Canarias, norte de África y América.

Los principales géneros comercializados son lana, especias, libros, tejidos y algunos productos alimentarios. Los paños son muy variados en ligaduras, colores, calidades y precios. También destaca el comercio de lencería con manteles, colchas, ropas de cama... Muchos de estos productos proceden de Flandes o de zonas bretonas. Algo similar ocurre con los productos de mercería y con las alfombras y tapices.

En muchas ocasiones, las ferias se encadenan entre localidades relativamente próximas, con lo que aparecen ciclos feriales que permiten que los campesinos puedan abastecerse y que los feriantes, buhoneros, trajinantes y regatones puedan desplazarse de unos lugares a otros.

En algunas ciudades se crean lonjas, que se erigen como los centros básicos fijos de contratación. En determinadas zonas castellanas surgen comerciantes poderosos que son capaces de ordenar la producción y vender a domicilio, pero también en mercados lejanos. Son los denominados *mercaderes hacedores de paños*, especializados en estos productos.

Las rutas del comercio invitan al desarrollo mercantil en gran escala. La capacidad de acceder a los mercados internacionales favorece la creación de colonias mercantiles por toda Europa. Se crean redes comerciales en las que la reputación es un factor decisivo junto a la disminución de los costes de transacción. En Nantes, Ruan, Génova, Marsella, Pisa, Florencia, Nápoles, Brujas, Amberes, Londres, Lisboa..., se establecen cónsules que favorecen el desenvolvimiento de las citadas colonias. Los consulados se erigen como instituciones jurídicas y económicas que organizan flotas, regulan los seguros, resuelven pleitos comerciales, ejercen funciones de albergue y solidaridad...

A partir del siglo XVI, el comercio de la lana encuentra nuevos cauces de desenvolvimiento con el florecimiento del Concejo de la Mesta, que favorece y protege el ganado trashumante con caminos y cañadas reales y normas sobre el funcionamiento del sector.

Por otra parte, hay centros importantes de demanda especializada como arsenales, obras públicas y fábricas. Cartagena, Cádiz o Ferrol son ciudades portuarias que generan un considerable tráfico de mercancías vinculado con la marina. El comercio de betunes, maderas, hierros, lonas, además del de productos básicos, da pujanza económica a las ciudades receptoras y a los comerciantes proveedores de otras regiones.

De manera similar, la construcción del Canal de Castilla concentra a un gran número de trabajadores en lugares no habituales y se convierte en un eje que vertebra el comercio de Castilla hacia el norte. La fábrica de paños de Guadalajara es otro inmenso hontanar de demanda de todo tipo de productos procedentes de toda España.

Algunos gremios pierden fuerza a lo largo del siglo XVII por el dominio de los *mercaderes fabricantes*, que proporcionan las materias primas a los maestros y les compran los productos terminados a precios bastante reducidos. Este fenómeno se da con frecuencia en los gremios sederos de Sevilla, Granada, Toledo y Valencia.

Las crisis del siglo XVII llevan aparejadas pandemias, escaseces alimentarias y un desbarajuste monetario que determinan un deterioro de la actividad distributiva, compatible con un paradójico esplendor del comercio ambulante y callejero. Desde primeras horas de la madrugada se pueden adquirir torreznos en puestos callejeros de las ciudades. Crece el comercio ambulante de vinos y aceites, que se transportan en acémilas, compitiendo con las bodegas.

También es frecuente la venta de naranjadas, aguardientes y dulces en tenderetes provisionales, originando la protesta de las *alojerías* (venden dulces y alojes, que son bebidas de origen árabe que combinan agua, arroz y miel). Como se puede deducir, muchos fenómenos comerciales mo-

Anécdotas y peripecias. Huellas en la historia

LA PLAZA MAYOR DE MADRID

La Plaza Mayor de Madrid comienza a construirse a finales de 1617, culminando las obras en 1620. En la misma se celebran actos festivos como la beatificación de santa Teresa o san Isidro, desfiles, procesiones, festivales taurinos y otras actividades religiosas y lúdicas. En el mundo de los intercambios se constituye como un gran centro comercial con un surtido bastante amplio.

En la cara norte se instala la Real Casa de la Panadería. En los locales bajos se vende pan y funciona el Peso Real de la Harina como fiscalía del grano y distribución de la molienda. Las partes altas se destinan a habitaciones reales. En el edificio de enfrente se sitúa la Casa de la Carnicería, en la que se comercializan productos cárnicos sacrificados.

Los restantes comerciantes se instalan a lo largo y ancho de la plaza, pudiendo poner toldos para preservar las mercancías de los desperdicios que pudieran arrojar los vecinos de las plantas superiores. Los gremios configuran en el siglo XVIII el reparto de las zonas del mercado de la siguiente manera: el comercio de cáñamo y sedas se implanta entre el Arco de Cuchilleros y la calle Ciudad Rodrigo. El de quincalla, calzado y mantas, entre Botoneras y la calle de la Sal. El de cáñamo y sedas ocupa la antigua Casa de la Carnicería. El de seda e hilos en la cara norte, con la excepción de los bajos de la Casa de la Panadería donde se asientan el Peso Real y Fiel Contraste.

De la Plaza Mayor surgen nueve calles que se convierten en derivaciones comerciales del enorme palpito de la propia plaza. Con el paso de los años se amplían los productos expuestos a la venta y se convierte en un gran eje comercial, sobre todo en el período navideño. Manadas de pavos, tenderetes de turrónes, jaleas y guirlaches, naranjas y plátanos, y zambombas y panderos dominan el panorama de la plaza. En 1818 se cierra la actividad mercantil de productos de alimentación, dando paso a un comercio especializado con orientaciones muy variadas de ropa, calzado, sombreros y gorras, sellos..., y a la proliferación de bares y restaurantes.

Hasta finales del siglo XVIII, que pasan a la Plaza de la Cebada y a la Puerta de Toledo, se llevan a cabo ejecuciones en la Plaza Mayor. También, siguiendo en la vertiente de lo sórdido e inelegante, se desarrollan autos de fe, luchas sangrientas, tres incendios tremebundos...

Avanzando el siglo XX, la Plaza Mayor acoge la venta en puestos callejeros de artículos navideños en el período invernal correspondiente. Se convierte en una atracción más del centro de Madrid, con un surtido bastante profundo de artículos para la construcción de belenes, panderetas, zambombas, artículos de broma, caretas, turrónes, musgos, serrines, etc. La plaza suele estar repleta de gente. En la película *La gran familia* (1962), dirigida por José Palacios, se plantea con bastante sensibilidad y realismo la pérdida entre la multitud, en la Plaza Mayor navideña, del niño Chenchó y la dramática y desolada búsqueda por parte del abuelo, encarnado por José Isbert.

ernos tienen antecedentes antiguos, incluso en la reacción ante nuevas opciones competitivas. Por otra parte, la crisis favorece la ruralización de las actividades con impacto positivo en el comercio de ambulantes y buhoneros.

Para los productos de primera necesidad continúa vigente la figura del *obligado*. La comercialización de los productos de la caza, huevos, frutas y hortalizas se desenvuelve a través de la iniciativa particular. Las carnicerías tienen notable importancia con los *maestros de la tabla*, mientras que los pescados experimentan notables vaivenes en las ventas en función de los períodos de vigilia.

[23]



[24]



[23] Monarquía hispánica. Ocho escudos de oro a nombre de Carlos II, acuñados en la ceca de Lima en 1699. Estas piezas “macuquinas” eran fáciles presas de la limadura y “cercén” de sus bordes; aunque en ocasiones fuera el propio taller el que, para ajustar el peso, cortara el contorno de la moneda. Ø 29 mm. Museo de la Casa de la Moneda, Madrid.

[24] Monarquía española. Real de a ocho “columnario” de plata de 1768, acuñado por Carlos III en la ceca de Potosí, actual Bolivia. El tipo “mundos y mares” es uno de los más famosos de la historia de la moneda española. Sobre los dos hemisferios o partes del mundo, flanqueadas por unas columnas de Hércules que ya no marcan el fin de la tierra, aparece la leyenda UTRAQUE UNUM (entre los dos hacemos uno), simbolizando la unión entre ambas orillas del Atlántico bajo la Corona de España. Ø 40 mm. Museo de la Casa de la Moneda, Madrid.

Sorbos literario-artísticos

FEIJOO, UN ILUSTRADO CON TERMINOLOGÍA DEL COMERCIO

El padre benedictino Jerónimo Feijoo (1676-1764) es un escritor y ensayista incisivo y preciso que se declara a sí mismo *ciudadano libre de la república de las letras*. Se trata de un profundo renovador que quiere sacar a España de “los errores arraigados”.

Resulta muy curioso que en sus profundas argumentaciones introduzca con fresca espontaneidad elementos de la vida cotidiana vinculados con el comercio. De esta manera, señala en *Los sabios y los necios*:

“He visto entre profesores de todas facultades muy vulgarizada la queja de falta de memoria, y en todos noté un aprecio excesivo de la potencia memorativa sobre la discursiva; de modo que a mi parecer, si hubiese dos tiendas, de las cuales en la una se vendiese memoria y en la otra entendimiento, el dueño de la primera presto se haría riquísimo y el segundo moriría de hambre. Siempre fui de opuesta opinión, y por mí puedo decir que más precio daría por un adarme de entendimiento que por una onza de memoria. Suelen decir que apetezco poco la memoria, porque tengo lo que he menester. Acaso los que me lo dicen hacen este juicio por la reflexión que hacen sobre sí mismos, de que ansían poco algún acrecentamiento en el ingenio por parecerles que están abundantemente surtidos de memoria”.

Hete aquí que Feijoo, al plantearse el debate entre memoria y entendimiento, introduce con habilidad la metáfora de las dos tiendas.

En su texto *Pedantería* escribe lo siguiente:

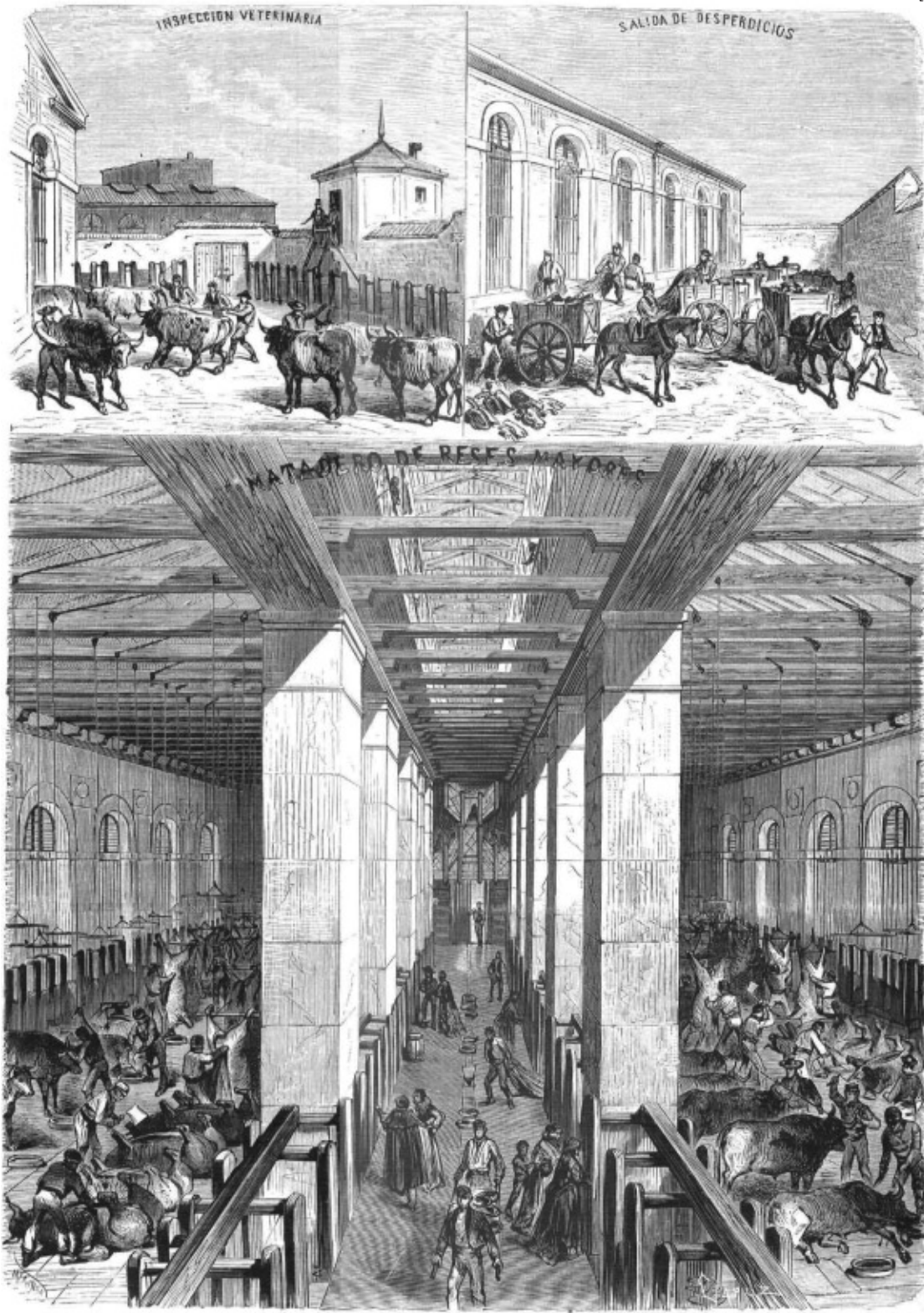
“La ciencia es un tesoro que se debe expender con economía, no derramarse con prodigalidad. Es precioso, poseído; es ridículo, ostentado; pero bien apurada la verdad, se hallará que nunca le poseen los que le ostentan. Solo los que saben poco quieren mostrar en todas partes lo que saben. No hay conversación donde, sin esperar oportunidad, no saquen a plaza sus escasas noticias. Entre los verdaderos sabios y estos sabios de poquito hay la misma diferencia que entre los mercaderes de caudal y los buhoneros. Aquellos, dentro de su lonja, tienen los géneros para que allí los vayan a buscar los que lo hubieren menester; estos se echan a cuestras su mísera tiendecita, y no hay plaza, no hay calle, donde no la espongan al público”.

Preciosa comparación la realizada por Feijoo. Sirve para distinguir entre los auténticos sabios, con cierto atributo de humildad, y el sabio de poquito que intenta desplazar sus sapiencias como los buhoneros sus productos en la venta ambulante.

Los *bodegones de puntapié*, admirable expresión castiza, representan el desenvolvimiento híbrido de los locales estables con la venta callejera. Se trata de estructuras frágiles, su denominación es sumamente precisa, con escasa higiene y aspecto cuestionable, conformadas por cajones portátiles o tablas. Venden diversos productos de alimentación, incluyendo comidas preparadas como tajadas de carnero y el llamado manjar blanco, formado por pechugas de pollo o pescado acompañadas de una pasta con azúcar y leche.

Realmente son establecimientos mixtos de comercio y restauración, puesto que también sirven en mesas productos como vinos, torreznos, hígados fritos... Se les considera similares a los figones o casas de gula, que también son hosterías de baratillo. En general, son sitios bulliciosos y ruidosos en los que la gente se alimenta y pasa el tiempo. Algunos tienen problemas con las autoridades por los olores que levantan y los ruidos escandalosos.

[25]



MADRID.—El Matadero.

[25] *La Ilustración española y americana*, 16 de mayo de 1873. Biblioteca Nacional de España.

CALLES COMERCIALES CURIOSAS DE MADRID

En el centro histórico de todas las ciudades es habitual encontrar calles cuyo nombre está vinculado a actividades comerciales, ya sea porque en ellas se realizaba en su momento la actividad recordada o por homenaje y reconocimiento a los gremios de turno. Por utilizar una referencia, extensible a otras ciudades, se recogen a continuación algunas calles curiosas de Madrid con fuerte raigambre comercial.

- Calle de la Abada. Tiene notables librerías de viejo, además de casas de préstamo, churrerías... Su nombre procede de un rinoceronte que se escapa de un espectáculo sembrando el pánico a principios del siglo XVI.
- Calle de Aceiteros. Hoy es el paseo de Reina Victoria, que nace en Cuatro Caminos. Es la ruta fundamental de los aceiteros que con sus odres abastecían la capital.
- Calle y barrio de Arganzuela. Se ubica durante muchos años el matadero y mercado de carnes.
- Calle de Bordadores. Entre las calles Mayor y Arenal. Se instalan los bordadores de tela durante el reinado de Juan II. Calle gremial de gran nivel.
- Calle de Botoneras. Calle gremial de vendedores de cerámicas y botonaduras.
- Calle de Cabestreros. En la misma se establece el gremio de cabestreros, cuyo patrón es san Antonio Abad.
- Plaza del Carmen. Se constituye como sede de un notable mercado con un gran número de cajones, que llegan hasta la Red de San Luis.
- Calle de Carretas. Se trata de una calle con enorme vigor comercial. En la misma se ubican tiendas de abanicos finos y joyerías. También la recorren vendedores ambulantes que disponen de un surtido muy variado: frutas, navajas de Albacete, tabaco, cerillas...
- Plaza de la Cebada. Empieza a configurarse en el siglo XVI en terrenos de la orden de Calatrava. Se realiza la compraventa de cereales, legumbres y tocino. En los años 70-75 del siglo XVIII se construye el primer mercado fijo y de almacén metálico, imitación del de Les Halles de París.
- Calle de Coloreros. En esta calle estaban las tiendas que vendían pastillas para teñir las telas. Anteriormente se llamó de los Zapateros de san Ginés. Une la calle Mayor con la plaza de san Ginés.
- Corredera Alta de san Pablo. Fue mercado al aire libre para convertirse en mercado cubierto en los años 30 del siglo XIX. Desaparece en los años 60 del siglo XX.
- Pasaje del Comercio. Se sitúa entre la calle de la Montera y la plaza del Carmen. Alberga diversos comercios, entre los que destaca una librería clásica.
- Calle de los Estudios. Bordea el instituto de san Isidro. Destaca su comercio ropavejero y el de muebles de pino. Esta calle termina en la plaza de Cascorro. En esta zona se ubica el matadero de cerdos, que genera un gran número de establecimientos especializados en pieles, tenerías y curtidos.
- Calle Gran Vía. Es la calle comercial por excelencia, con variados establecimientos especializados en telas, vestidos, joyerías..., que se van acompañando con centros de espectáculos como cines, teatros... También abundan los restaurantes y cafeterías. En la Gran Vía se instala Sepu a comienzos del siglo XX, que se convierte en el paradigma de los almacenes populares en España, inaugurando la estrategia de precios atractivos utilizando expresiones como "casi todo a un duro", "todo a 99" y eslóganes similares.
- Calle de Lavapiés. Se erige en los siglos XVIII, XIX y comienzos del XX en el eje de la manolera y el casticismo madrileños. En el siglo XIX se empieza a denominar chulos a los jóvenes del barrio. Funcionan diversas tiendas relevantes, destacando los despachos de vinos y las buñolerías.
- Calle de la Lechuga. En esta calle se instalan puestos especializados en la venta de esta hortaliza.
- Calle Mayor. Es la calle comercial por excelencia en los siglos XVII y XVIII. La villa asigna los lugares que ocupan las diversas tiendas. Pañeros, sederos, manguiteros, joyeros, hiladores, ropavejeros..., ejercen sus actividades en las correspondientes zonas de las aceras.
- Plaza Mayor. Comienza a proyectarse en 1494, durante el reinado de los Reyes Católicos. En aquel momento se denomina plaza del Arrabal. Su inauguración, versión moderna, se realiza en 1619, aunque en el periodo intermedio se celebran diversos mercados especializados como el de la Paja, el de frutas y hortalizas, el de la Cebada...

Anécdotas y peripecias. Huellas en la historia

CERVANTES, COMISARIO DE ABASTOS

Miguel de Cervantes y Saavedra (1547-1616), después de una azarosa vida en la que participa en la batalla de Lepanto y resulta cautivo en Argel, encuentra acomodo en la vida civil como comisario de abastos de la armada española. En 1587 empieza a realizar frecuentemente la ruta de Madrid a Andalucía y en 1588 se instala en Sevilla, recorriendo los pueblos de Écija, Estepa, Marchena, La Puebla de Cazalla..., obteniendo provisiones para los barcos reales y regulando los abastos de los diversos pueblos. A partir de 1594 pasa a ser recaudador de impuestos atrasados, desagradable cometido de ir casa por casa para conseguir las tercias y alcabalas.

De la cosecha de 1588 corresponde entregar a la ciudad de Écija la cantidad de 7.500 fanegas de trigo y 500 de cebada. La orden recibida por Cervantes es contundente: recoger el trigo de Écija, dejando a los labradores las medidas necesarias para "comer y sembrarse". Se trata de una política de contención de precios y de lucha contra la especulación llevada a cabo por Felipe V. El decreto establece textualmente que *"ningún tratante de esta Corte que lo fuese de cualesquiera género compatible, sus mujeres, criados, criadas, ni otras personas en su nombre, chalanes y regatones, salgan ni baxen a los caminos, huertas, plazas y calles de esta Corte ni lugares de su comprar y atravesar, de los dueños arrieros y trajineros, ningunos géneros, ni que se mezclen con ellos en dichos parajes con ningún pretexto..."*

LOS NEGOCIANTES EN EL SIGLO XVIII

Zavala Auñón, economista de la primera mitad del siglo XVIII y director del Real Catastro de Cataluña, distingue cuatro tipos de negociantes:

- Artistas: Aquellos que por razón de su oficio tienen empleados caudales en los materiales o ingredientes de su mismo arte, ya para convertirlos en manufacturas o para venderlos a otros.
- Tratantes: Los que compran por junto para vender al por menor en sus tiendas.
- Mercaderes: Los que por mar o por tierra hacen venir de fuera, de cualquier género que sean, para vender al por mayor o en grueso en las ciudades.
- Banqueros o negociantes de cambio o letras: Que benefician su caudal por medio de corredores u otras personas con lucro o interés.

El mismo Zavala se queja de los tremendos perjuicios que las exacciones fiscales, por ejemplo las rentas provinciales, ocasionan en el comercio. Tiendas cerradas, mercancías sin vender en ferias y mercados... El desaliento cunde en los comerciantes ante la sombría presencia de alcabalas y cientos que les fustigan.

Sorbos literario-artísticos

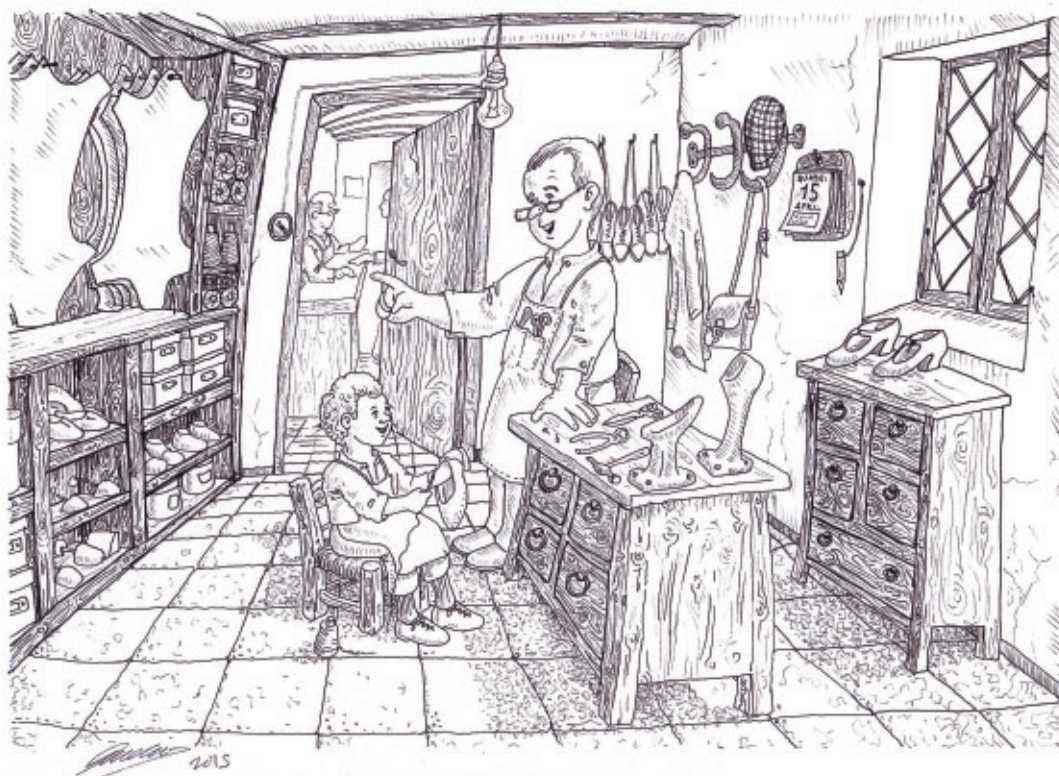
EL RELEVO GENERACIONAL

Cadalso (1741-1782) plantea, en sus *Cartas marruecas*, el grave problema de la falta de incentivos de los hijos para reemplazar a sus padres en las tareas comerciales y artesanales. Prefieren intentar acceder a posiciones nobiliarias con grave menoscabo de la industria y el comercio.

“Uno de los motivos de la decadencia de las artes en España es sin duda la repugnancia que tiene todo hijo a seguir la carrera de su padre. En Londres, por ejemplo, hay una tienda de zapatero que ha ido pasando de padres a hijos por cinco o seis generaciones, aumentándose el caudal de cada poseedor sobre el que dejó su padre hasta tener casas de campo y hacienda considerables en las provincias, gobernando estos estados el mismo desde el banquillo en que preside a los mozos de zapatería de la capital.

Pero en este país cada padre quiere colocar a su hijo más arriba, y si no el hijo tiene buen cuidado de dejar a su padre más abajo; con cuyo método ninguna familia se fija en gremio alguno determinado de los que contribuyen al bien de la república por la industria, comercio o labranza, procurando todos, con increíble anhelo, colocarse por este o por otro medio en la clase de los nobles menoscabando a la república en lo que producirían si trabajasen. Si se redujese siquiera su ambición de ennoblecerse al deseo de descansar y vivir mejor, tendría alguna excusa moral este defecto político, pero suelen trabajar más después de ennoblecer.”

[26]



[26] Cadalso. Aurelio del Pino.

La distribución de productos alimentarios básicos a los más pobres la suelen realizar las órdenes religiosas. Guisos, sopas, fritos, etcétera, permiten abastecer con un gran número de raciones a las clases menesterosas. En Madrid, por ejemplo, resulta muy loable y eficaz la labor nutricional de las monjas constantinoplas. Algunos días llegan a repartir 1.500 raciones.

En el siglo XVIII, con prolongación en el XIX, tienen gran importancia los *pregoneros* para dar a conocer las bondades de los productos comercializados.

Saliendo del ámbito de los productos básicos, destaca la proyección económica de los comerciantes de seda, pañeros, especieros y negociantes en lencería. La especialización es muy elevada, consolidándose con fuerza los drogueros, cereros (velas), joyeros, peleteros... Con el avance de los siglos van apareciendo comerciantes generalistas que venden de todo y en el siglo XVIII aparece la *tienda libre*, que vende todo aquello que pueda generar beneficios (sin especialización) y no está sujeta a los designios gremiales. Algunos empresarios catalanes son los grandes avanzados de este tipo de establecimientos, realizando aperturas por todo el territorio español.

Las actividades de los mercaderes catalanes por Castilla y otras zonas llegan a denominarse “diásporas comerciales”. En el siglo XVIII empiezan a proliferar tiendas muy variadas en las grandes ciudades, aunque ya Lope de Vega señala, en el siglo XVII, que en Madrid “*todo se ha vuelto tiendas*”. La pugna competitiva entre las tiendas permanentes y los mercados periódicos se acelera en los últimos años del siglo XVIII y continúa en el siglo XIX.

En las zonas rurales, donde no existen centros de venta, los mercados ambulantes son la solución inmediata ante los excedentes de las cosechas y la escasez de tiendas permanentes donde ofrecer las mercancías. En cada villa suele haber un mesón, una taberna, donde se vende aceite y vino, y una carnicería propiedad comunal.

En materia fiscal hay que citar la *renta de la barra*, que es un complejo impuesto municipal que se cobra en las puertas de las ciudades, afectando a la mayor parte de los productos que intentan penetrar en el espacio urbano. De esta manera se consolidan y amalgaman las diversas tarifas fiscales que se cobran en las puertas de las ciudades. Es decir, se sustituyen las diversas alcabalas, portazgos, derechos específicos sobre los productos cárnicos..., por el nuevo tributo integrador.

Resulta destacable señalar que los Cinco Gremios Mayores de Madrid (Seda; Mercería; Especiería y Droguería; Joyería; Paños y Lienzos) reciben espléndidas prerrogativas reales durante el siglo XVIII. Por ejemplo, controlan las rentas provinciales, lo que les confiere un enorme poder en el comercio minorista madrileño. Tienen que dar salida a los paños de Guadalajara y otros tejidos de las fábricas reales. Este cometido se va ampliando con el desarrollo de compañías especializadas en sombreros, sedas y joyería. En 1763 crean la Compañía General y de Comercio para desarrollar el comercio con Europa y América. Su relevancia económica da pábulo a que Carlos III cuente con ellos para la suscripción de un importante lote de acciones del primer banco central español: el de San Carlos.