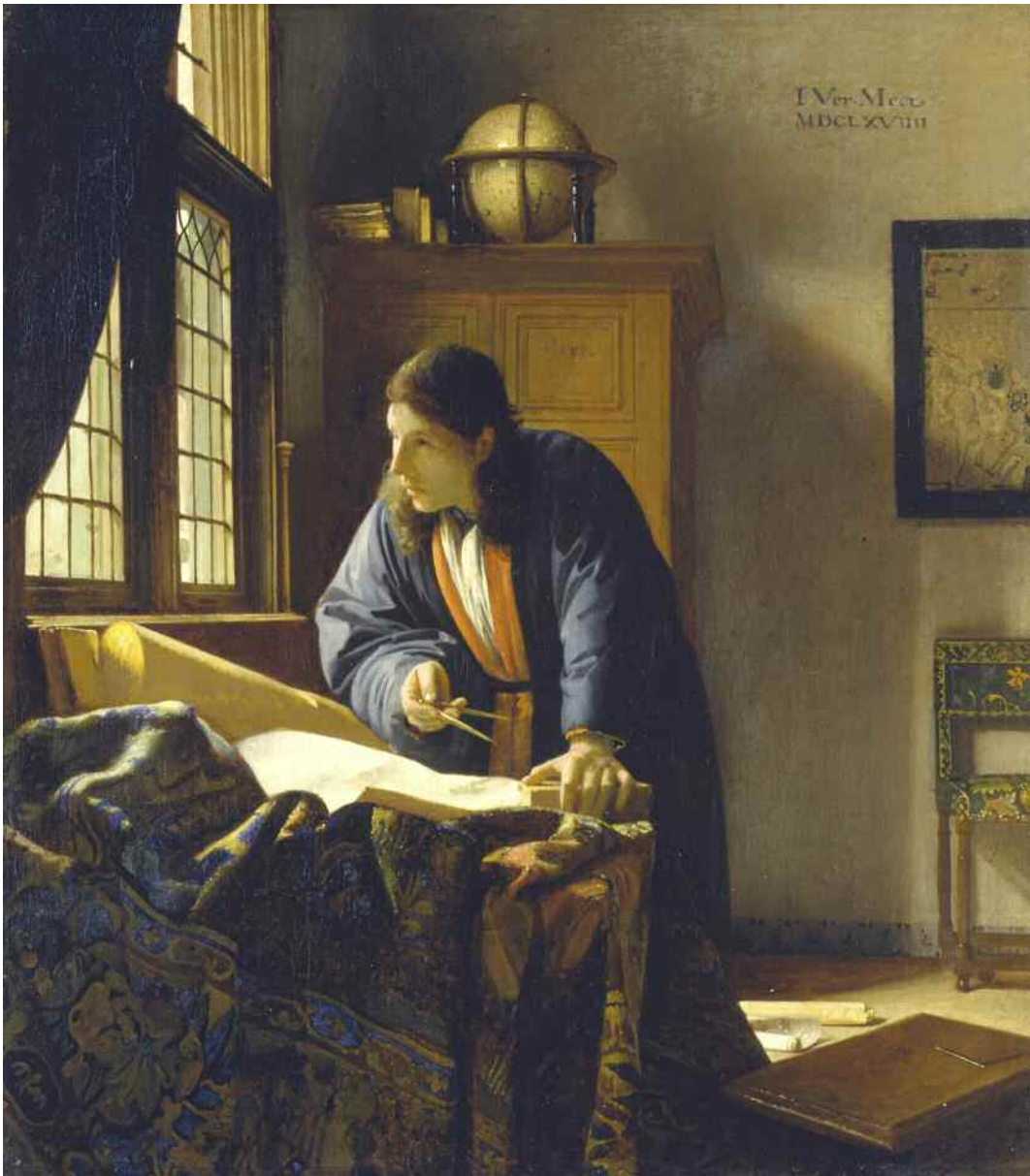




## Empresas y empresarios en tiempos de Barroco

Escuela de Barroco  
Fundación Focus-Abengoa | 2014

Actas de las  
conferencias



Jan Vermeer van Delft, *El Geógrafo*, Museo Städel, Frankfurt am Main. © Städel Museum - Artothek.

Escuela de Barroco Fundación Focus-Abengoa

# Empresas y empresarios en tiempos de Barroco

Sevilla, del 10 al 12 de noviembre de 2014

Edición al cuidado de  
Antonio-Miguel Bernal Rodríguez  
*Universidad de Sevilla*



Con la colaboración de la  
Universidad Loyola Andalucía

Fundación Focus-Abengoa

Hospital de los Venerables  
Plaza de los Venerables, 8  
41004 Sevilla, España

[focus@abengoa.com](mailto:focus@abengoa.com)  
[www.focus.abengoa.es](http://www.focus.abengoa.es)

Director de la Escuela:  
Antonio-Miguel Bernal Rodríguez  
*Universidad de Sevilla*

Coordinadora:  
Rocío García-Carranza Benjumea  
*Fundación Focus-Abengoa*

## Programa de la Escuela

### Lunes, 10 de noviembre

---

- 19:15 h. Presentación
- 
- 20:00 h. Conferencia inaugural:  
*Capitalismo y Barroco: dinero y agentes económicos en el mercado del arte*  
Antonio-Miguel Bernal Rodríguez,  
Universidad de Sevilla.  
Premio Nacional de Historia

### Martes, 11 de noviembre

---

- 10:00 h. *Globalización, internacionalismo mercantil y patrimonio*  
Antonio Manuel Macías Hernández,  
Universidad de La Laguna
- 
- 10:45 h. *La emergencia de la empresa barroca y el mundo premoderno virtual fuera de Europa*  
Christopher McKenna,  
Saïd Business School, Universidad de Oxford
- 
- 11:30 h. Descanso
- 
- 12:00 h. *Empresa y cultura material en la edad del Barroco: comercio, muestrarios y marketing 'ante litteram'*  
Amedeo Lepore,  
Universidad de Nápoles
- 
- 13:00 h. Visita al Archivo de Indias  
Manuel Ravina, Director
- 
- 17:00 h. *Roma, Batavia, España y la VOC: expresión de independencia y orgullo mercantil en el arte barroco holandés*  
Alexander Evers,  
Loyola University Chicago,  
John Felice Rome Center, Roma
- 
- 17:45 h. *Empresarios y mercaderes en el tiempo barroco: los jesuitas y la misión pedagógica*  
Scott Hendrickson, S.J.,  
Loyola University Chicago
- 

- 18:30 h. Mesa redonda
- 

- 19:30 h. Concierto de órgano a cargo de José Enrique Ayarra Jarne, organista titular de la Fundación Focus-Abengoa.  
Iglesia del Hospital de los Venerables

### Miércoles, 12 de noviembre

---

- 10:00 h. *La familia como empresa: patrimonio y estrategias mercantiles*  
Isabel Lobato,  
Universidad de Sevilla
- 
- 10:45 h. *"Mercado del arte" en la España barroca: intermediarios, comerciantes, banqueros y hombres de negocio*  
M<sup>a</sup> Jesús Muñoz González,  
Universidad Complutense
- 
- 11:30 h. Descanso
- 
- 12:00 h. Visita a la colección permanente del *Centro Velázquez*
- 
- 12:45 h. *Osuna, ciudad ducal: patrimonio y mecenazgo universitario*  
Antonio Bonet Correa,  
Director de la Real Academia de Bellas Artes de San Fernando
- 
- 13:30 h. Entrega de diplomas  
Acto de clausura
- 
- 15:30 h. Salida hacia la visita a la colegiata de Osuna
-

## Índice

- 6 *Presentación*
- 7 *Capitalismo y Barroco: dinero y agentes económicos en el mercado del arte*  
Antonio-Miguel Bernal Rodríguez, Universidad de Sevilla. Premio Nacional de Historia
- 15 *Globalización, internacionalización mercantil y patrimonio*  
Antonio M. Macías Hernández, Universidad de La Laguna
- 23 *Empresa y cultura material en la edad del Barroco: comercio, muestrarios  
y marketing ‘ante litteram’*  
Amedeo Lepore, Universidad de Nápoles
- 37 *Roma, Batavia, España y la VOC: expresión de independencia y orgullo mercantil  
en el arte barroco holandés*  
Alexander Evers, Loyola University Chicago, John Felice Rome Center
- 45 *Empresarios y mercaderes en el tiempo barroco: los Jesuitas y la misión pedagógica*  
Scott Hendrickson, S.J., Loyola University Chicago
- 52 *La familia como empresa: patrimonio y estrategias mercantiles*  
Isabel Lobato Franco, Universidad de Sevilla
- 59 *“Mercado del arte” en la España barroca: intermediarios, comerciantes, banqueros  
y hombres de negocio*  
María Jesús Muñoz González, Universidad Complutense de Madrid

# Presentación

La Escuela de Barroco de este curso ofrece una nueva visión, acorde con la más reciente historiografía y literatura económica, del papel que jugaron empresas y empresarios en lo que se conoce como la “primera globalización” de la economía a partir del siglo XVII bajo los supuestos directivos europeos.

Esta nueva consideración del papel de empresas y empresarios se centra en aspectos relacionados con la *innovación* en técnicas mercantiles y financieras –contabilidad, redes comerciales, mundialización de los mercados, etc.–, con la *modernización* económica derivada de las transformaciones habidas en los supuestos relativos al papel del dinero, del crédito, de la usura y beneficio mercantil, de las funciones de liderazgo empresarial, etc., con las *transformaciones* acaecidas desde los ámbitos institucionales, públicos y privados –el desarrollo de la seguridad jurídica de la empresa y de los negocios, la progresiva implantación de prácticas de buena gestión en las gestiones societarias, formación de cuerpos institucionales implicados así como la apertura progresiva de valores éticos y de naturaleza civil en los negocios. En este sentido se mostrarán los discursos paralelos establecidos en la ética protestante –teoría de Weber– y la de los países europeos del sur –católicos– y el papel que supuso la aportación renovadora del pensamiento jesuita en esta faceta de la actividad mercantil y empresarial.

Se analizan también aspectos de los que surgiera el embrión de prácticas de *mecenazgo empresarial* y *patrimonial*. Unos empresarios que trascendieran la actividad económica en actuaciones de *acción social* a través de



Jacob Fugger (1459-1525) con su contable principal Matthäus Schwarz en la “Oficina de oro”

implicaciones directas relacionadas con el valor patrimonial y el mecenazgo histórico artístico, social, religioso y cultural. En suma, se trata de abordar un aspecto relevante desde la modernidad económica que supuso las actuaciones emergentes de empresas y empresarios bajo el impulso del capitalismo mercantil y de la actitud renovadora de determinados agentes –iglesia y nueva clase empresarial– en relación con los valores humanísticos y sociales.

# Capitalismo y Barroco: dinero y agentes económicos en el mercado del arte

Antonio-Miguel Bernal Rodríguez  
Universidad de Sevilla. Premio Nacional de Historia

La expansión económica a través del Atlántico y del Índico, que desemboca en la globalización hincada a finales del siglo XV y comienzos del XVI, tuvo unos protagonistas indiscutibles, más allá de la acción del incipiente Estado moderno. Más que conquistadores, descubridores o guerreros, fueron personajes imbuidos de espíritu empresarial, donde los objetivos perseguidos tenían como fin último el beneficio y la ganancia.

Las acciones descubridoras, desde las iniciativas portuguesas seguidas por las castellanas de los viajes descubridores de Colón o los de conquista de Cortés y Pizarro, entre otros muchos, fueron concebidas como “empresas”. A la hora de organizar las expediciones, allegar el capital necesario para las mismas –de procedencia privada y conseguidos vía crédito–, definir los objetivos a alcanzar, la consecución de riqueza y el afán de lucro que las inspiran han sido reconocidas como verdaderos precedentes de “emprendedores” que responden al perfil schumpeteriano del “empresario innovador”.

A la altura del siglo XVII, en pleno tiempo de Barroco, los gérmenes y balbucesos que se fueron desarrollando a lo largo de los siglos XV y XVI se habían hecho realidad y una forma primera de capitalismo vinculado al negocio colonial preferentemente, aunque no en exclusiva –el reconocido como “capitalismo mercantil”– estaba plenamente arraigado en las instituciones, agentes, usos y modos de la economía europea.

En el largo proceso secular de gestación se logra, en primer lugar, un decidido “avance tecnológico”, en particular en lo que respecta a las técnicas, instituciones e instrumentos mercantiles y financieros. Entre ellos habría que destacar los avances que se dieran en la técnica de la práctica contable, con la aplicación de la partida doble, en el perfeccionamiento y desarrollo adquirido por un instrumento como la letra de cambio –que termina por convertirse en instrumento de crédito por

excelencia– o en la progresiva adaptación de la banca a la nueva realidad como institución al servicio de la economía real. Podrían citarse algunos avances más, tal vez menos espectaculares, que afectaron a la organización de las compañías mercantiles, a la especialización cada vez mayor entre los agentes mercantiles y financieros, al tránsito de los mercados internacionales temporales –las típicas ferias medievales–, a los nuevos sistemas de mercados permanentes representados por las Bolsas o la consolidación de redes y circuitos a escala nacional, europea y mundial por donde fluían mercaderías, créditos y dinero.

Quedaban por vencer y superar algunas resistencias para que la expansión económica y la modernización del sistema adquiriesen en tiempo de Barroco los perfiles propios del “capitalismo moderno”. Entre ellas, cabría destacar dos: una, la persistencia en las prácticas mercantilistas que avalaban el intervencionismo del Estado en la regulación económica hasta en sus más mínimos detalles, y dos, el problema heredado, de siglos atrás, sobre la prohibición y condena de la usura. Por supuesto, que en tan largo trance de transformación fue cambiando la sociedad misma con el consiguiente ascenso de la clase mercantil y financiera, los empresarios del mundo moderno que aportaron nuevos espacios de libertad individual, de conciencia y, finalmente, nuevos cánones y valoraciones en la estética y el mundo del arte, de la literatura, de las ciencias, de la política.

Como ejemplo de empresarios emprendedores, acorde con la modernidad que se perfila al comienzo del siglo XVI y atento a sus transformaciones, hemos señalado los casos de Cortés y Pizarro. Fue E. Otte quien más enfatizó ese carácter “empresarial” de los descubridores y conquistadores españoles en el continente americano, ejemplo de una modernidad que anunciaba nuevos tiempos económicos. Sin embargo, tal vez sea el de los Fúcares el ejemplo

*Carlos v sentado*, por Tiziano (c. 1548). Alte Pinakothek (Múnich)



más representativo, capaces de montar la que podría ser muy bien la primera gran empresa multinacional, gestionada con criterios de modernidad, apoyado en el conocimiento experto de su contable mayor, Matthäus Schwarz –Museo Thyssen, Madrid– y que aparece en el escritorio de trabajo representado junto a J. Fugger en la ilustración tan conocida.

En dos aspectos sería destacable la influencia del nuevo espíritu de “clase empresarial” de los Fugger: en la actividad artística y en su labor social. Bien es cierto que su trascendencia en la influencia artística no sería aún generalizada como sucedería después durante el Barroco, cuando el “gusto” artístico de la clase mercantil ascendente en países como Holanda prelude la nueva estética laica de una nueva época.

Con motivo de su viaje a Augsburgo el pintor Tiziano pinta varios cuadros del Emperador, entre otras la célebre pintura que lo representa a caballo victorioso en la batalla de Mühlberg. Carlos v se alojaba por entonces en dicha ciudad en la Casa de los Fugger, circunstancia que aprovecha la acaudalada familia del rico banquero alemán para que el pintor realizara algunos cuadros de personajes familiares, entre ellos el del propio jefe de la saga mercantil y financiera. Y los retrata, según comenta Checa en su estudio sobre Tiziano, con una simbología que nada tenía que ver con la pintura heroica y simbolista característica de los retratos que había pintado del Emperador, y de otros personajes del poder político, hasta entonces. Ese nuevo modo de representación, que apunta a una clase social emergente –la del moderno

capitalismo– y que poco tenía que ver con las pautas hasta entonces vigentes en la retratística, se dejó patente también por Tiziano en uno de los retratos que pintó por entonces mientras ambos –emperador y pintor– eran huéspedes del acaudalado banquero. ¿Un cuadro de un Emperador retratado como si fuera un gran comerciante y banquero?

Sin duda es uno de los retratos que sigue la tendencia de los cuadros que Tiziano hizo del banquero: se trata del retrato de Carlos v, de la Pinacoteca de Munich, que fue un encargo de los propios Fúcares y que lo representa como uno de los suyos. Comenta Checa que, sin embargo, los historiadores del arte que se han ocupado de este cuadro dicen que está retratado así por estar el Emperador enfermo de gota y aparecer en una silla especial, circunstancias ambas inciertas para la fecha de referencia: pues ni la gota era por entonces decisiva ni hay silla especial.

Es un cuadro singular para la época, pues Carlos v aparece sin ningún atributo de poder, el negro de la ropa, retrato de cuerpo entero pero sentado en una imagen “inoficial”, dice Checa. Retrato de dimensiones de tamaño natural. Inusual. Una de las creaciones pictóricas más portentosas de la retratística del siglo xvi, con posible modelo de referencia del empresariado emergente, aunque todavía aristocratizado, en la Baviera del siglo xvi.

El otro aspecto a considerar sería la faceta de acción social, un tanto apartada de la tradicional actividad caritativa, que se perfila en las manifestaciones del empresariado que da luz al nuevo capitalismo. El ejemplo pionero, más representativo, es sin duda el de los Fúcares y su acción social a partir del Fuggerei.

En el barrio de Santiago de Augsburgo, cuna de la dinastía de los mercaderes y banqueros Fugger, está la mundialmente famosa Fuggerei, la primera barriada social de la historia, o complejo social de viviendas más antiguo del mundo, construida por Jacobo Fugger el Rico en 1516. En 1523 había ya 53 casas construidas y se siguió ampliando el complejo hasta formar un recinto con calles diversas, plazas, etc., que se cierra de noche, con cinco puertas. Son viviendas sociales y el alquiler anual que se pagaba era de 1 Gulden Rheinischer igual a 0,80 euros anual vivienda. Cada vivienda de 45 a 65 metros cuadrados, con entrada propia, unifamiliares, con pequeño jardín y ático. Se conserva con igual funcionalidad en la actualidad y son 147 viviendas. En una de ellas, en pleno Barroco, entre 1681 y 1694, vivió la familia de Mozart –el bisabuelo del músico genial–. El origen de este complejo fue una fundación creada por Fugger con un capital inicial de 10.000 florines, que según el *Wall Street Journal* fue gestionado siempre con eficiencia y escrupulosidad





*El cambista y su mujer*, por Quentin Massys, 1514, Museo del Louvre (a la izqda.) y Marinus van Reymerswaele, 1538, Museo Nacional del Prado (a la dcha.)

hasta la actualidad. Tras el Barroco, abandonadas las actividades mercantiles y financieras de la familia Fugger, los ingresos siguen asegurados con lo obtenido de las explotaciones forestales, etc., adscrita a la Fundación.

Los avances conseguidos en instituciones mercantiles, con el desarrollo de la técnica e instrumentos mercantiles y financieros, así como la formación de una clase empresarial de moderno cuño, habría de superar aún un escollo no menor, y decisivo, para el desarrollo del capitalismo moderno: las prohibiciones canónicas y civiles contra la usura. Un proceso de progresiva despenalización que se inicia con las valoraciones positivas del préstamo con interés por las confesiones cristianas reformadas –fundamentalmente, calvinistas– durante el siglo XVI y culmina con las posiciones posibilistas, desde el catolicismo, de los jesuitas durante el siglo XVII en pleno tiempo de Barroco.

Un proceso, que aparte de la abrumadora literatura religiosa que ha dejado tras de sí, termina por hacerse notar en las manifestaciones de arte, en particular en las múltiples y reiteradas pinturas dedicadas a representar cambistas, usureros y banqueros. Como ha señalado Santos Redondo en un artículo muy estimulante dedicado al tema de la moral, la ética y arte a propósito de analizar varias obras dedicadas al tema del “cambista y su mujer”, en diversas variantes del mismo.

Lo primero que se hace notar en dicho artículo es la diferencia interpretativa entre los historiadores del Arte y los Economistas al enfrentarse a las obras *El cambista y su mujer* en las variantes debidas a Quentin Massys y Marinus van Reymerswaele. La visión de los primeros evidencia no sólo un desconocimiento monumental de la economía sino una prevención apriorística negativa contra la misma y, en consecuencia, una magnificación de

las valoraciones morales. En realidad, las interpretaciones de los historiadores del arte distan de una interpretación objetiva de los cuadros y que los prejuicios derivados de la ignorancia les conducen a unas interpretaciones tan equivocadas como insostenibles, sostiene Santos.

Massys, flamenco, autor afamado, pinta su obra *El cambista y su mujer* en 1514. El cambista aparece con una balanza, un juego de pesas y otros instrumentos de su oficio y junto a él está su esposa con un Libro de Horas abierto. El historiador del arte Jean Claude Frère, en su espléndido libro *Early Flemish Painting* (1997), afirmaba que el cuadro manifestaba símbolos de la riqueza. Y en ese sentido, los historiadores del arte asumen el simbolismo como fuente interpretativa de la obra. Esa posición interpretativa simbólica se acentúa aún más en la otra obra de Reymerswaele, donde se alude a que “la avaricia nunca tiene suficiente dinero, nunca está satisfecha”. Incluso, recuerda Santos Redondo, una reputada conocedora del pensamiento económico de la edad moderna, como Marjorie Grice-Hutchinson, considera, por vía de interpretación simbólica, que el cuadro es una ilustración de la intención de la Escolástica de hacer compatible los usos comerciales de la época con la doctrina de la iglesia sobre la usura. De ese modo, el cuadro representaría al cambista trabajando pero al mismo tiempo discutiendo con su esposa, que dispone del libro religioso, sobre algún problema moral o ético relacionado con su actividad.

Las interpretaciones sobre el cuadro de Massys son moralizantes; hay historiador del arte para quien el cuadro refleja sutilmente el conflicto entre la avaricia y la oración, representado por uno y otro personaje. No deja de ser llamativo que se hable de “avaricia” en vez de lo que aparece reflejado en el mismo de manera inequívoca: *la práctica comercial*. De cualquier forma, hay un punto de coincidencia

en destacar que cuadros de esas características “incorporan un sentido profano de la belleza, símbolo de un mundo nuevo”.

¿Qué argumentos serios servirían de justificación para la explicación simbólica de dichos cuadros? Hubo autores como Panofsky que sostienen que esa pintura trataba de conciliar mil años de tradición cristiana con el “nuevo naturalismo”.

Pero desde las perspectivas de los estudiosos del empresariado, empresas y business, los criterios de valoración son muy distintos. Así, desde la AECA, organización española que encuadra a los estudiosos de la contabilidad y gestión financiera empresarial, que en 1979 adoptó –a propuesta del grupo estudiosos de historia de la contabilidad– el logotipo de la Asociación inspirándose en el cuadro de van Reymerswaele, del que dice que “es la imagen de la actividad económica del renacimiento, especialmente la financiera, en una situación que podría considerarse de un banquero de la época: el matrimonio recuenta y pesa las monedas con delicadeza, tiene un prontuario de los tipos de monedas circulantes –con indicación de su tamaño, peso, ley, etc.–, contabilizan la operación en el ábaco adjunto a su derecha sobre la mesa y efectúa los asientos correspondientes en el libro de contabilidad que se despliega ante la mujer, sostenido entre sus bellas y delicadas manos”.

La interpretación divergente de economistas e historiadores económicos dista, pues, muy mucho de aquella de los historiadores del arte. Para aquellos, prosigue Santos, ambos cuadros serían ejemplos de los llamados “retratos ocupacionales” donde se representa a un banquero en su despacho, pesando, no contando, las monedas, una de las tareas propias de su oficio. Son pinturas que se elaboran entre 1514 y 1539, en plena vorágine de las aventuras económicas de un primer capitalismo globalizador y de cambios profundos en la práctica mercantil y financiera; en plena eclosión del primer capitalismo reflejado en el hecho de que el libro religioso de la primera pintura se ha convertido en un libro de contabilidad en la segunda, según análisis del reconocido historiador de la contabilidad Basil S. Yamey en su obra *Art and Accounting*, Yale Univ. Press, 1989.

La temprana modernidad de ambos cuadros se puede comprender si se tiene en cuenta el papel innovador jugado por los empresarios flamencos –comerciantes, mercaderes, banqueros, etc.– desde la primera mitad del siglo XVI a través de las importantes plazas de Brujas y Amberes, convertida esta última durante el siglo XVI en el centro financiero de la Europa de su tiempo. No es, pues, de extrañar que los pintores flamencos, del

Renacimiento, como ocurriría después con los holandeses del Barroco, estuviesen familiarizados con el mundo del dinero y con la actividad económica orientada hacia el mercado –no religioso (como era lo dominante en el resto europeo, salvo quizás Venecia) sino civil, debido al tipo de sociedad en la que vivían y a la que estaban destinadas sus obras. De ahí, nos dice nuestro autor, la representación en el arte flamenco, con tanta frecuencia, de la actividad profesional de cambistas, mercaderes, compañías y banqueros como actividades profesionales normales y respetables.

La pugna contra la usura, intensa en la iglesia medieval, pervive no sólo en la tradición cristiana romana sino, en sus inicios, en los Reformadores, como Lutero. Al evolucionar, la religión protestante –Calvino et *alii*–, que suprime la doctrina de las buenas obras como fuente de salvación al tiempo y recupera el ascetismo monástico medieval del *ora et labora* –que hacía que el individuo sólo era culpable ante Dios y que precisamente por ello le obligaba a ordenar su vida ajustándose a la voluntad divina–, se manifiesta, progresivamente, más conciliadora con conceptos como ganancia, beneficio e intereses.

Calvinistas, baptistas, cuáqueros adoptaron actitudes varias pero en todos ellos el *despertar espiritual y el racionalismo económico* irían de la mano, conjugando la piedad con la habilidad y eficiencia económica –algo hasta entonces puesto en entredicho por los Padres de la Iglesia–. El lograr con su actividad mercantil y financiera pingües ganancias-beneficios era señal de que disponían del crédito divino, signo de la benevolencia de Dios. De ahí la férrea voluntad de los calvinistas y puritanos para establecer la eficacia en el negocio y la búsqueda del lucro, como signo de benevolencia divina. La ganancia en los tráficos mercantiles y financieros, usura incluida, dejó de conceptuarse como elemento insano y pasa a ser considerado como “signo de certidumbre de la salud espiritual del empresario triunfante”, como diría Caro. La iglesia católica se decanta finalmente por estimar los valores económicos del capitalismo, con variantes, asumiendo el préstamo con interés gracias al papel e influencia de los jesuitas.

En tiempo de Barroco se percibe con nitidez la evolución de la teología moral a la ética empresarial. Nadie como los jesuitas se afanaron tanto por cambiar los parámetros mentales de una sociedad campesina y ovejera, como la castellana, demasiado aldeana y ensimismada en valores tradicionales, reticentes a los nuevos tiempos. Entre 1530 y 1570 se perciben los primeros aires de reacción contra los nuevos ricos surgidos de las riquezas de las Indias... Para religiosos dominicos



Jean Calvino (1509-1564) e  
Ignacio de Loyola (1491-1556)

como Tomás de Mercado, a mediados del siglo XVI, el mercader... se había vuelto amante de su dinero y codicioso del ajeno... y Juan de Pineda los ve, sin remisión, en el infierno.

Las citas condenatorias podrían ser interminables, si bien a comienzos del siglo XVII se percibe un cambio de actitud que trasciende a los sermonarios y libros de confesores, en parte debido a la influencia renovadora de los jesuitas en materia de negocios y conciencia... textos de jesuitas, entre ellos el del jesuita riojano Rodrigo de Arriaga, que sirvieron de coartada para justificar los altos beneficios conseguidos en el comercio colonial a través de los préstamos y cambios a riesgo marítimo así como la legitimación de un sinnúmero de prácticas y operaciones bancarias y negociaciones reputadas en la moral tradicional de la iglesia como usurarias y condenatorias.

La vocación mercantil de la Compañía puede que ahonde sus raíces en la figura misma de su fundador, quien antes de metamorfearse en Ignacio de Loyola, tras la quiebra de su fugaz vida militar, pudo haber conocido de cerca, y aún practicado, la *mercatura* al servicio de familiares vascos relacionados desde la plaza sevillana con las Indias. En verdad, poco se conoce del futuro santo durante los primeros treinta años de su vida hasta que en 1521 es herido en el sitio de Pamplona –el primer acontecimiento público con el que arranca sus biografías oficiales como las de Rivadeneyra–; años de juventud en los que parece que se produjeron esos contactos con el mundo de los negocios. Hasta en tanto las investigaciones no arrojen resultados más precisos, se ha subrayado como prueba de las reminiscencias de aquella práctica mercantil –y que ha desaparecido de la biografía oficial del santo– el hecho de llamar “compañía” a la nueva orden (la elección del vocablo quiere justificarse por relación a la milicia, aunque también pudiera entenderse

bajo el significado mercantil pues en latín se denomina *Societatis*) y por el constatado paralelismo existente en la manera en que están concebidos los *Ejercicios espirituales* ignacianos y el sistema de contabilidad mercantil por partida doble, donde al balance espiritual y cuenta de resultado de los penitentes se llega por las compensaciones de debe y haber, de cargue y descargue de las partidas anotadas en cuenta.

En el siglo XVII nuevos impulsos de modernidad terminan por perfilar los rasgos que serán definitivos en el primer capitalismo. Surge el Banco de Ámsterdam y con él los resguardos de los Depósitos en el Banco circulaban como dinero y eran de igual cuantía y valor a los fondos depositados más el premio de dichos depósitos y la parte correspondiente a beneficios. Es decir, que en cierto modo sí se creaba dinero bancario. Se perfeccionan las compañías por acciones y, en técnicas financieras, se abre paso el descuento, el arbitraje, la especulación bursátil y con ella las primeras crisis económicas de sesgo moderno. La compañía de las Indias orientales, en 1600, fue la primera empresa donde los socios solo podían perder el capital aportado. Como en la letra de cambio, en este tipo de sociedades se reduce la inseguridad en los negocios al tiempo que estimula la inversión: se pueden admitir más agentes económicos, sin arriesgar más allá de cierta apuesta y sin admitir a priori un límite en la ganancia o beneficios. Las Bolsas se convierten en los nuevos templos, dedicados al dinero, a la especulación y a las ganancias. La de Amberes o la de Londres serán ejemplos representativos; además, en ellas, por su estructura arquitectónica, facilitaban el encuentro y comunicación entre la clase empresarial mercantil y financiera con la gente del mundo de la pintura, libros, etc., al destinar la parte superior del edificio a habitáculos donde éstos solían tener sus tiendas y

estudios. Un caso representativo sería la Real Lonja de Londres (The Royal Exchange), erigida por Thomas Gresham, a sus expensas. Hugonote trabajó en las finanzas de la corona sin retribución alguna. A cambio de la erección de la Lonja, sobre solar cedido por el Ayuntamiento, Gresham podría alquilar las tiendas situadas en la parte superior del edificio, que le generaban una renta de 700 libras anuales: dichas tiendas estaban dedicadas a librerías, estudios y tiendas de pintores, etc.

Los protagonistas, por excelencia, de ese “nuevo espíritu” serán los holandeses, que supieron llevar como nadie a la pintura los valores emergentes del capitalismo y de la clase empresarial que lo aúpa; se convierten en clientes preferentes y dejan a la vez su impronta de clase en el arte holandés del momento. Mercaderes holandeses con colecciones de arte considerable: entre ellos, Jan Six, casado con la hija de otro gran mercader, Margarita Tulp, que logran formar una colección de 171 pinturas de los pintores más importantes (Rembrandt, Vermeer, Ruysch, Leyster, etc.) y que se ha mantenido como colección privada familiar hasta el presente en la misma casa familiar del siglo XVII perfectamente conservada. Y es en esa pintura, reflejo de la nueva sociedad, donde destaca la figura y genio de Rembrandt.

El cuadro más inquietante en su significado será *La Ronda de noche*. Es una de las pinturas más famosas del mundo, de 1642. Se titula en realidad *La compañía del capitán Frans Banning Cocq*, que era un rico comerciante de Ámsterdam, hijo de un boticario.

La interpretación que se ha venido dando del mismo se mueve entre los mismos criterios simbolistas con que se había analizado la pintura flamenca del siglo, en lo que toca a las representaciones de cambistas, mercaderes y banqueros. *La Ronda de noche* es un cuadro

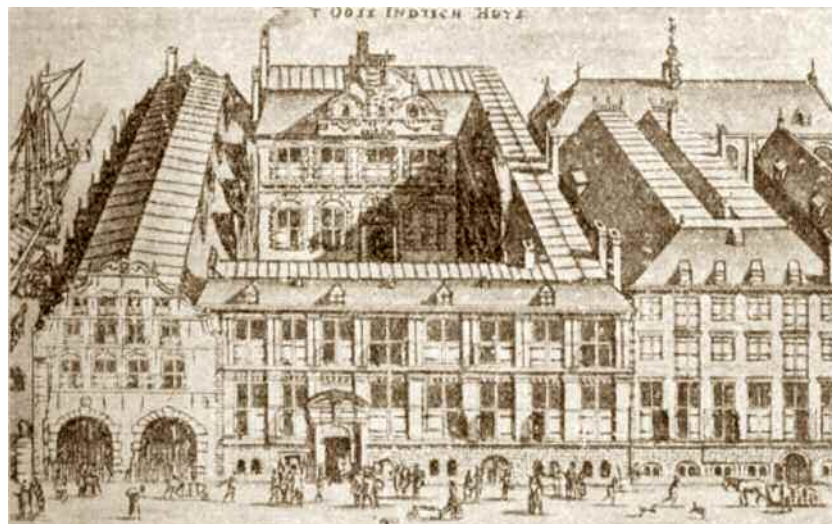
de gran tamaño. En primer plano aparece Cocq, protestante, y en segundo plano su teniente, que era católico; por eso se interpreta a la pintura como una ilustración de la unión de protestantes y católicos holandeses contra la soberanía española.

Otra interpretación es que el cuadro fue encargado por Cocq y los 34 personajes que en él aparecen, que pagaron a escote los 1.600 florines que el pintor cobró por el mismo, una suma enorme para la época (el equivalente al sueldo de cinco/seis años de un maestro carpintero). Se pagó a escote, 100 florines por barba. Los que no pagaron, fueron borrados y sustituidos por otros figurantes. Cuando se presentó el cuadro fue abucheado y marcaría el declive del pintor. Fue un bulo o rumor que corrió largamente en su época. En realidad, parece que lo que se estaba produciendo era un cambio en el gusto de la burguesía mercantil holandesa, más proclive a los colores brillantes y vivos y las graciosas maneras, que introducía Van Dick, que a la sobriedad puritana reflejada en la obra de Rembrandt quien, sin embargo, siguió pintando retratos de mercaderes, entre ellos el de Nicolaes Ruts, 1631.

Un giro copernicano en la interpretación a la *Ronda de noche* se debe a la historiadora del arte, Alpers, hija del premio Nobel de Economía, Leontief. Ella realiza de manera conjunta un análisis de arte y economía de la obra. Especializada en sociología del arte, será una de las principales exponentes de lo que se dio en llamar “nueva historia del arte”, basada en la representación de lenguajes culturales y en donde se entremezclan valores de arte con los de economía, ciencia, poesía, sociología, técnica, etc.

Fue ella quien abrió las puertas a lo que se conocería, en los estudios de arte, como “pintura de género”. Uno de sus primeros estudios lo dedicó a

Casa de la Compañía de las Indias Orientales en Ámsterdam (mediados del siglo XVII). Grabado de la época





*La compañía del capitán Frans Banning Cocq*, Rembrandt, 1642, Rijksmuseum

*Las Meninas*. Aunque sus primeros trabajos innovadores en la historia del arte –el arte de describir en el siglo XVII– estuvieron centrados en la descripción de interiores de la pintura holandesa al estimar insuficientes las aportaciones de Panofsky, que sometía a la pintura holandesa a patrones analíticos siguiendo la interpretación narrativa de la pintura italiana, escenas domésticas, etc., contrastándola con la narrativa de la pintura italiana. Abre la perspectiva a lo que se llamaría después “pintura de género”.

En 1968 publica su libro más sobresaliente, *Enterprise Rembrandt: The Studio and market*, donde examina las estrategias de mercado de Rembrandt y su modelo de arte para atraer a los consumidores holandeses. Aplica con agudeza aportaciones provenientes de la teoría económica para analizar la obra, eludiendo los criterios tradicionales de historiadores del arte y, aunque inicialmente su investigación provocó severas críticas, finalmente su tipo de análisis termina por imponerse en el estudio de determinadas obras de arte. Con el tiempo su reconocimiento fue total y sin reservas cuando su estudio *Enterprise of Rembrandt* fue catalogado como uno de los trabajos de historia del arte más importante de la historia en 2010.

El libro de Alpers deja de ser una monografía tradicional de historia de arte para convertirse en un análisis de las estrategias del pintor holandés empleadas para comercializar su producción artística. Lo que no dejó de escandalizar al mundo académico: parecía una irreverencia imperdonable estudiar la obra de un pintor genial y universal en prosaicos términos económicos, algo que

consideraban como una perspectiva de análisis empobrecedora. Una crítica debido a que el libro está concebido como un libro de texto de economía, materia para la cual están especialmente mal dotados los historiadores del arte, que desconocen conceptos y vocabularios de historia y economía; mal equipados para algo que en definitiva no entienden y que, como dijo el poeta, desprecian cuanto ignoran.

Lo que fue norma generalizada durante el siglo XVII en el caso de Holanda, se dejaría entrever en otras sociedades y ciudades estrechamente vinculadas a la economía colonial y a la globalización, a los progresos del capitalismo y a la presencia de unos grupos empresariales estrechamente vinculados a las actividades mercantiles y financieras. Dos de ellas pudieran ser Londres y Sevilla.

De Londres tenemos testimonios muy reveladores de un testigo de excepción: Samuel Pepys, a través de sus *Diarios* (1660-1669). Hombre clave en el todopoderoso Almirantazgo inglés. Ejemplo de alto funcionario, cultivado en la música, teatro y finalmente en la pintura, a medida que va ascendiendo en riqueza y en la escala social londinense.

Con una posición ya relevante hace pintar a su esposa por un tal Hales; visita los talleres de pintores residentes en Londres –en su mayoría, flamencos–, en compañía de su esposa, entre ellos a Dancre –al que llama gran pintor de paisaje– para que pinte frescos para su comedor; le compró uno que representaba un paisaje de Roma, en la línea de las veduta. El paisajismo estaba a tener presencia importante en el gusto de la pintura inglesa y que



con los pintores holandeses se había configurado como “género autónomo”, en los paneles del comedor de Pepys se iban a representar 4 Residencias reales inglesas. El pintor, además, daría clase a su esposa, con un estipendio de 40 chelines.

Compra grabados, traídos de Francia. Visita el estudio del pintor Streeter, pintor de temas históricos –participó con el arquitecto Wren en la elaboración de la maqueta suntuosa de St. Paul, encargado de pinturas en la misma–: vieron su obra en el taller y algunos entendidos dijeron que era mejor que Rubens aunque él confiesa no haber oído nunca el nombre del tal pintor Streeter. Y hace confidencias de su posicionamiento como comprador y coleccionista. En 11 de abril de 1669 escribe: “visité a Lotan, paisajista holandés que vive en St. James, pero no vi buenas obras... nos envió al estudio de otro holandés recién llegado, un tal Everest. Nos enseñó un florero pintado por él, lo más delicado que he visto en mi vida... me pidió 70 libras por él. Yo le ofrecí 20. ¡En suma, especula, sigue tendencias, regatea en las compras!”.

En el caso de Sevilla, el triángulo de esa interrelación entre comercio colonial, sagas familiares empresariales y artistas relacionados con ambos grupos lo representarían las personas de Veitia Linaje, Murillo y Neve.

José de Veitia Linaje, 1623-1688, burgalés, autor del *Norte de la contratación* (1672), fue una figura clave en el comercio colonial con las Indias, a través de su puesto relevante en la Casa de Contratación de Sevilla. Había desempeñado con anterioridad cargos diversos en Sevilla, en la Aduana, fue contador de Averías en la Casa de Contratación y

luego alto cargo de la Casa (Tesorero) y finalmente miembro del Consejo de Indias. Similar a Pepys y a otros altos funcionarios europeos ligados al comercio marítimo, colonias, armada, etc.

Casó con Tomasa Murillo en 1644, con 21 años. Sin embargo, que sepamos, no hay cuadro suyo pintado por su cuñado Murillo, aunque el pintor se benefició de las relaciones e influencias de Veitia en el mundo mercantil sevillano y gaditano; incluso, a semejanza de lo sucedido en Ámsterdam y Londres, Murillo llegó a tener estudio –academia– en el Edificio de la Lonja, en la parte superior.

La clientela de Murillo fue mayoritariamente eclesiástica, aunque también la compraban miembros de las familias de mercaderes ya enraizados en la ciudad en la segunda mitad del siglo XVII, en su mayoría de origen flamenco; además de la pintura religiosa, Murillo pintó mucha *pintura de género*, tal como la describe Alpers, y que era especialmente valorada por los mercaderes flamencos que negociaban en la ciudad. Es muy probable que como otros sevillanos del momento pintasen cuadros de devoción para atender la demanda americana.

La Academia de dibujo –donde también habría otros pintores, como Herrera, Valdés Leal, etc.– se estableció en la Lonja en 1660. Murillo pintó retratos de mercaderes flamencos y holandeses: dos de ellos, Josué van Belle, que llegó a Sevilla en 1663, y Nicolás Omazur, que llegó a reunir una importante colección de la obra murillesca, fueron quienes expandieron la fama europea de Murillo.

El tercer ángulo del triángulo lo formaría Justino de Neve, descendiente de una familia flamenca bien asentada en la Carrera de Indias desde inicios del siglo XVII, algunos de cuyos miembros llegaron a ocupar puestos relevantes en la Universidad de Mercaderes, o Consulado de Sevilla. Neve posiblemente sería un caso excepcional en la relación con Murillo y su labor de patrocinio de algunas de sus más importantes obras, entre ellas las de Santa María la Blanca y las dos que se destinaron al Hospital de Venerables Sacerdotes, hoy sede de la Fundación Focus-Abengoa. Una institución sevillana de sólido prestigio empresarial a la economía globalizada del mundo actual, con un haber considerable en la labor de restauración y recuperación del patrimonio y que, en fecha inmediata, con la incorporación del *San Pedro* a la sede de la Fundación –una de las pinturas expoliadas por el mariscal Soult– cierra un ciclo de trescientos años de una historia donde comenzaban a entrelazarse las trayectorias del mundo del arte y del conocimiento con la acción social de empresarios emprendedores.

# Globalización, internacionalización mercantil y patrimonio

Antonio M. Macías Hernández  
Universidad de La Laguna

Cuando aludimos a la primera globalización (siglos XVI y XVII), de inmediato nos referimos a las dimensiones de su espacio mercantil, al crecimiento de los intercambios, al desarrollo de las técnicas mercantiles y financieras, entre las que cabe destacar la letra de cambio y los préstamos y seguros marítimos. Pero si consideramos que estas técnicas eran propias del comercio a larga distancia del Bajo Medievo, los rasgos distintivos de la primera globalización se reducen a los dos primeros, y, siendo así, deberíamos preguntarnos sobre su causalidad y principales actores. ¿Fueron los hombres del gran comercio? ¿Qué papel desempeñaron los agentes de la economía real? El relativo silencio historiográfico en torno a estos últimos induce a pensar que ejercieron un papel subordinado o secundario –y recuérdese al respecto lo de colonia o pacto colonial–, cuando lo cierto es que sin las innovaciones tecnológicas y empresariales aplicadas por estos agentes a la esfera de la producción no hubiera crecido la oferta de bienes y servicios que hizo posible la primera globalización.

Este breve texto defiende esta tesis y toma como ejemplo lo ocurrido en un escenario concreto, las Islas Canarias. Descubiertas en torno a 1340, su verdadera colonización comenzó en 1480 y tuvo como protagonista un capital mercantil que se tornó productivo: invirtió en la construcción de una economía agroindustrial azucarera y luego vitivinícola, ligadas ambas al mercado internacional. Y como había que ganarse un hueco en este mercado y el único modo de hacerlo era mejorando la competitividad de la oferta, los principales gestores de estas economías agroindustriales desarrollaron innovadoras estrategias y propiciaron el cambio técnico con el fin de rentabilizar sus inversiones. Examinemos, pues, los elementos esenciales de este esfuerzo productivo vinculado a la primera globalización.

## I

Durante el Bajo Medievo, la caña sacarina (llamada *caña criolla* en su destino atlántico. Cf. figura 1) colonizó las tierras irrigadas y cálidas de Sicilia, Valencia y Granada. Ahora bien, debemos tener muy en cuenta lo que sigue a la hora de interpretar el alcance de esta agroindustria mediterránea. Su espacio productivo era de corta dimensión, y la oferta de igual medida y elevado precio, de modo que sus únicos compradores eran la élite de la sociedad europea. Por consiguiente, si los comerciantes que monopolizaban la venta de este producto, los genoveses y flamencos, querían ampliar el volumen de su negocio, debían invertir el fruto de su especulación mercantil en todo aquello que permitiera aumentar la producción y reducir su precio con objeto de ganar nuevos consumidores. Debían actuar, pues, en el ámbito propio de la economía real.

La nueva estrategia impulsó la construcción del espacio azucarero atlántico, y fue ahora cuando este complejo agroindustrial, de primitivo jardín mediterráneo, se transformó en latifundio indiano. Pero interesa advertir que la nueva agroindustria no nació sin gestación previa; tuvo su fase de transición, de ensayo de todo lo que, una vez probado con éxito, se llevó al Nuevo Mundo, y esta fase comenzó en los archipiélagos atlánticos ibéricos. Primero, en Azores y Madeira hacia 1450 y, después, en Gran Canaria hacia 1482, incorporándose Tenerife y La Palma a finales de la centuria. Ocurrió entonces una brusca caída en los precios internacionales del azúcar, y baste citar como ejemplo el mercado londinense: el precio de la arroba (11,5 kilos) se redujo de seis libras en 1470 a una libra en 1510.

¿Qué causas explican esta tendencia? ¿Los precios se hundieron por la sobreproducción azucarera o por un descenso de los costes en la agroindustria, de modo que fue luego de 1500

cuando el azúcar ganó nuevos consumidores e inició su andadura proletaria? El texto que sigue defiende esta segunda explicación.

La planta requiere terrenos arcillosos, ricos en cal y nutrientes y próximos al mar, además de una temperatura media anual elevada y abundante humedad edáfica. Las vegas y lomadas de la plataforma costera de los archipiélagos ibéricos ofrecían estas condiciones agronómicas, y los extensos bosques de laurisilva de las medianías y cumbres la leña (una media de 14 kilos por kilo de azúcar) para las calderas donde se cocería el guarapo y cristalizaría el azúcar. Y aunque la pluviometría de la franja costera era escasa, la masa forestal retenía la humedad de los vientos alisios y facilitaba la recarga de un acuífero cuyas aguas afloraban por una tupida red de barrancos.

Existen, sin embargo, sensibles diferencias entre los tres archipiélagos. A la mayor temperatura media anual del canario, debemos agregar que la cultura neolítica de su primer ocupante creó terrazas de cultivo, presas de derivación, canale y estanques, de modo que el agente azucarero contó aquí en principio con la fuerza de trabajo y la infraestructura precisa para iniciar el plantío. Pero la verdadera diferencia se encuentra en la modernidad institucional. El capital mercantil que impulsó la agroindustria azoreña y madeirense a mediados del siglo xv lo hizo bajo fórmulas aún de carácter feudal –canon de un quinto sobre la producción en reconocimiento del dominio directo, monopolios señoriales, dificultades de monetarización de la economía. Por el contrario, este mismo capital, especialmente el de origen genovés, logró que la Corona castellana otorgara a la agroindustria canaria un marco institucional libre

de tales fórmulas con el fin de favorecer su desarrollo y competitividad.

En efecto. La Corona incrementó el valor fiduciario del circulante isleño –integrado por piezas castellanas y portuguesas– respecto a su valor en origen, y prohibió toda intervención del clero en tratos y contratos. Propició con ello la inversión foránea y la circulación monetaria, y frente a la escasez financiera y monetaria de Madeira y Azores, en Canarias no hubo carencia relativa de lo uno y lo otro; lo que sí hubo fue abundancia de moneda fuerte por el saldo favorable de su balanza de pagos, y escasez de la fraccionaria como consecuencia del incremento de los intercambios interiores.

La esclavitud indígena pronto se agotó, y como no existía un mercado esclavista africano a la altura de 1500, la colonización se efectuó con mano de obra libre. De ahí que la política colonizadora facilitara la movilidad del trabajo y cediera la tierra y el agua sin exigir renta alguna para su titular, la Corona, en reconocimiento de su dominio directo. Y para asegurar el éxito de esta cesión, trató de conciliar los intereses del capital y del trabajo, representado por un colonato de hombres libres. Los constructores de la unidad agroindustrial azucarera recibieron los mayores lotes de tierras y aguas; pero el cañaveral de estas unidades cubría únicamente la mitad del rendimiento industrial del ingenio, de modo que su dueño debía *doblar*, esto es, procesar, mediante el cobro de la correspondiente *maquila*, la caña de los pequeños cañavereros, que podían así participar en los beneficios de la industria.

El agua fue adscrita a la tierra que irrigaba. Pero esta adscripción, propia del derecho de aguas

Figura 1. Caña criolla





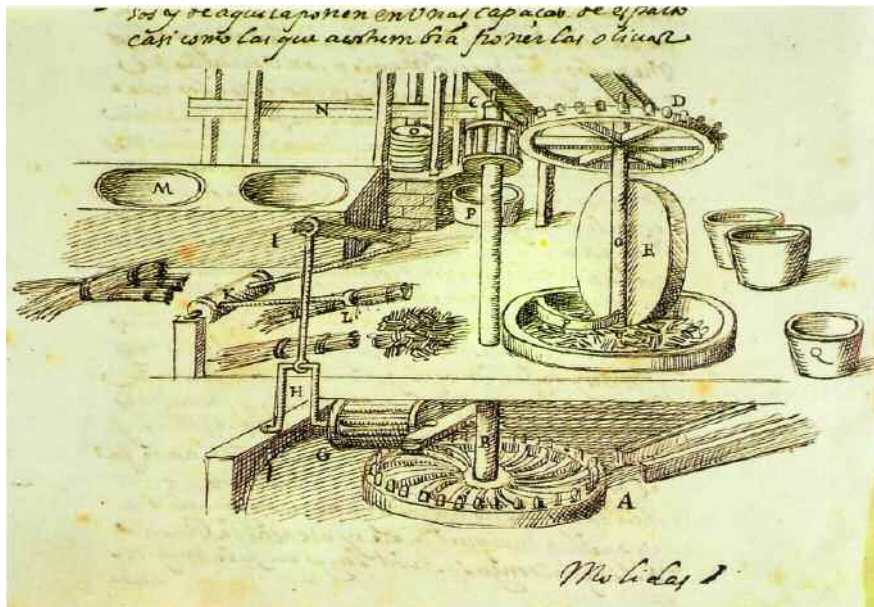


Figura 2. Ingenio de piedra para triturar la caña de azúcar. Pseudo Juanelo Turriano, *Los Veintiún Libros de los Ingenios y las Máquinas* (s. XVI)

castellano, hacía ineficiente este recurso durante los años de barbecho de la tierra cañera. La *sacarocracia* decidió entonces romper este vínculo para poder trasladar el agua al riego de los secanos, cuyos propietarios perdían su titularidad en beneficio del dueño del agua. Y como la obtención de más azúcar implicaba disponer de más agua para ampliar el frente cañero, la *sacarocracia* liberó la inversión en la extracción de las aguas, despojándola de su carácter comunitario e institución administrativa, el *Heredamiento*, de modo que el recurso hídrico acabó por convertirse en el bien más activo y cotizado de la agroindustria (cf. cuadro 1). El interés individual privó, pues, sobre el colectivo, y, al contrario que en Azores y Madeira, no hubo en Canarias monopolio señorial alguno sobre los medios fabriles.

Cuadro 1

| Patrimonio azucarero de la familia Valcárcel-Llarena. 1550 |                  |                 |                  |
|--|------------------|-----------------|------------------|
| Bienes   | Superficie (Has) | Precio (Reales) | Importe (Reales) |
| Tierras de riego <sup>1</sup>                              | 68,84            | 529,46          | 36.448           |
| Cañaverales <sup>2</sup>                                   | 31,80            | 624,34          | 19.854           |
| Aguas <sup>3</sup>   |                  |                 | 195.938          |
| Estanque   |                  |                 | 10.417           |
| Ingenio <sup>4</sup>                                       |                  |                 | 50.117           |
| <b>Totales</b>   | <b>68,84</b>     |                 | <b>312.773</b>   |

Notas:

<sup>1</sup> Superficie y valor de las tierras de riego.

<sup>2</sup> Valor del cañaveral.

<sup>3</sup> Valor de las aguas propiedad de la hacienda.

<sup>4</sup> Valor del ingenio con todas sus dependencias.

Fuente: Archivo Histórico Provincial de Sta. Cruz de Tfe. Protocolos, leg. 455.

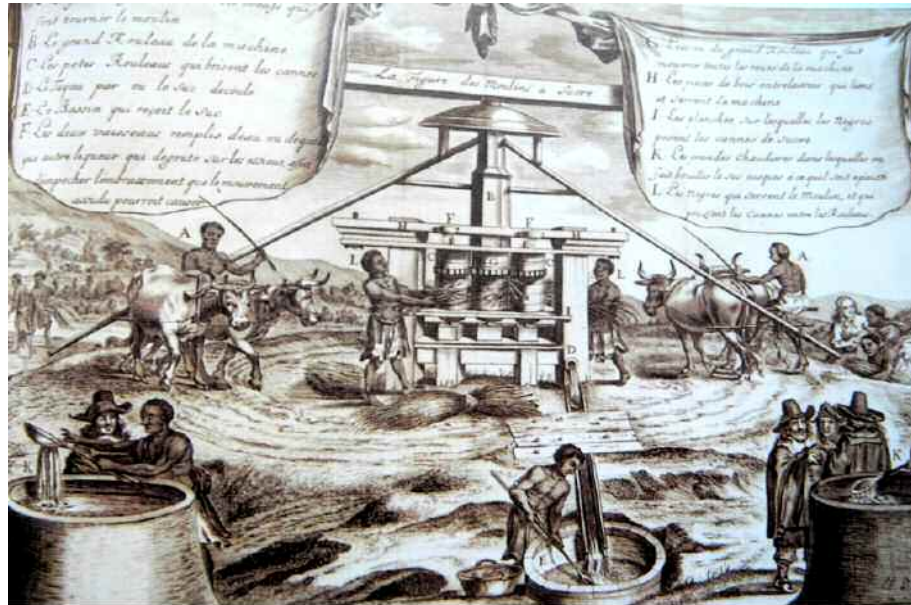
La excesiva carga tributaria de naturaleza feudal restaba competitividad a la agroindustria

madeirense y azoreña. Lo contrario ocurrió en Canarias. Entre 1487 y 1507, el azúcar abonó únicamente el diezmo y un derecho aduanero del 3%. Sumando ambos impuestos, el gravamen total de la agroindustria canaria era del 4,5%, frente al 25% en el caso de su homónima lusa. En 1507, la Corona otorgó exención fiscal a perpetuidad a cambio de un derecho aduanero del 5%; el gravamen total subió entonces al 6,5%, siendo el de la lusa del 20% a partir de aquel año. Pero Tenerife y La Palma gozaron de total exención fiscal entre 1496 y 1522; es decir, sus colonos pagaban únicamente el diezmo, de modo que el gravamen total sobre su agroindustria era del 1,5%.

Así pues, los agentes de la agroindustria azucarera de Canarias introdujeron innovaciones empresariales e institucionales que favorecían la competitividad de su oferta. Pero la acción de estos agentes fue más allá; propiciaron el cambio tecnológico que incorporó la agroindustria a la era de la globalización al incrementar su oferta y reducir de manera sustancial sus costes unitarios. Un cambio cuya singularidad llamó la atención de Francis Bacon, quien señaló que lo de ser el primero en inventar algo “produce un exceso maravilloso de riquezas, como le ocurrió al primer azucarero en las Islas Canarias”.

El primer ingenio canario, construido en la década de 1480, fue análogo al del Mediterráneo y de Azores y Madeira, esto es, el ingenio de piedra, parecido a la *mola olearia*. Las cañas se cortaban en pequeños trozos y dos piedras cilíndricas, movidas por la fuerza de la sangre o hidráulica, las trituraban para extraer su jugo (cf. figura 2), debiendo completarse esta operación con un repetitivo prensado del bagazo. Este ingenio producía cada

Figura 3. Ingenio de cilindros verticales. C. C. Rochefort, *Histoire Naturelle e Morale des Isles Antilles*, 1665



año una media de 23 toneladas de azúcares (cf. cuadro 2), e interesa destacar, por lo que veremos luego, que el impuesto decimal recaía sobre los plantadores; los industriales estaban exentos por los elevados costes del proceso fabril.

Cuadro 2

|   | Ratios estimados de productividad de la agroindustria azucarera |           |       |
|---|---|-----------|-------|
|   | Ingenio A   | Ingenio B |       |
|   |   | B1        | B2    |
| 1. Producción de azúcar blanco                    |   |           |       |
| 1.1. Producción en arrobas de 11,5 kilos          | 2.000   | 5.000     | 6.000 |
| 1.2. Producción en toneladas métricas             | 23  | 57        | 69    |
| 2. Rendimiento en azúcares de las cañas (%)       | 5   | 5         | 5     |
| 3. Toneladas de cañas molidas                     | 460   | 1.150     | 1.380 |
| 4. Rendimiento del cañaveral (Tm./Ha)             | 60  | 60        | 60    |
| 5. Superficie del cañaveral molido (Ha)           | 8   | 23        | 28    |
| 6. Superficie total de la explotación cañera (Ha) | 15  | 46        | 55    |

A. Ingenio de piedra; B. Ingenio de cilindros verticales.

Comenzaba invariablemente en diciembre y finalizaba en mayo. Era el *tiempo de zafra* y todo industrial lo preparaba con extremado celo y debida antelación. Contratava los servicios del personal especializado mediante acta notarial, y adquiría todos los materiales que demandaba la manufactura, pues buena parte de su éxito dependía de cumplir con la más estricta observancia la división y el reglamentado horario de trabajo de cada tarea fabril. La caña cortada debía molerse de inmediato

y su jugo o *guarapo* cocerse con igual premura para su transformación en azúcares y mieles. Y de lo dicho se infiere que no se podía cortar más caña que la que molía el ingenio en *tiempo de zafra*, de modo que el obstáculo tecnológico que impedía incrementar la oferta azucarera radicaba en la máquina de molienda.

Los industriales canarios resolvieron este obstáculo en torno a 1500. Sus nuevos ingenios producían una media de 63 toneladas de azúcares en *tiempo de zafra*, y citemos como ejemplo el complejo agroindustrial del comerciante-banquero genovés Mateo Viña. Financió la conquista de Tenerife y recibió por ello extensos lotes de tierras y aguas; en 1501 poseía “cantidad de tierras e aguas para dos o tres ingenios, en que podría moler cada uno cinco o seis mill arrovas cada año, en que abrá en la dicha heredad a lo menos doscientas fanegas”, es decir, unas 104 hectáreas. Las referencias posteriores aluden incluso a 92 toneladas por ingenio; una producción promedio similar a la de los ingenios del Caribe y Brasil de mediados del siglo XVI.

Hablamos entonces de una nueva maquina de molienda: el ingenio de tres cilindros verticales movido por la fuerza de la sangre y, sobre todo, por la fuerza hidráulica (cf. figura 3). Este nuevo ingenio, frente al antiguo, de piedra, no sólo extraía una mayor cantidad de *guarapo* por igual volumen de cañas molidas y reducía con ello el trabajo de las prensas, sino que, además, permitía moler mayor cantidad de cañas en una jornada de molienda. El nuevo ingenio reducía, pues, el coste de la manufactura, como argumentó el clero canario en 1505 al exigir que los industriales abonasen diezmo por el producto de su industria. Se inició entonces un largo y controvertido pleito que tardaría cuarenta

años en sustanciarse a su favor (1545), siendo su sentencia aplicada luego a los ingenios indianos.

En resumen, la incorporación de la agroindustria azucarera a la primera globalización exigía aumentar su oferta y abaratar su precio mediante la reducción del coste fabril. Pues bien, este nuevo proceso agroindustrial comenzó en Canarias en torno a 1500 y por obra de un capital mercantil que se tornó productivo y aplicó estrategias empresariales innovadoras y cambios técnicos que permitían maximizar sus inversiones. La explotación agroindustrial inició en este ámbito insular su tránsito de jardín mediterráneo a latifundio indiano, y fueron los agroindustriales canarios los primeros en trasladar la nueva tecnología al otro lado del charco.

## II

La competencia del azúcar indiano arruinó al canario doblada la mitad del quinientos. Pero la semilla de la innovación y del cambio tecnológico estaba ya sembrada; los agentes insulares más conspicuos habían aprendido que la viabilidad de su modelo productivo residía en su capacidad para vincularse de manera competitiva al mercado internacional. En 1480 comenzó el desarrollo de otra agroindustria, la vinícola, y su primera vocación fue cubrir una demanda interna que crecía impulsada por la fuerza de la agroindustria azucarera. Este objetivo se había ya logrado en la década de 1520 en determinadas áreas insulares –La Palma y, sobre todo, Tenerife–, y se inició entonces una fase exportadora que alcanzó su momento álgido a finales del setecientos.

Los cosecheros diseñaron sus estrategias atendiendo en primer término a la demanda del mercado colonial hispano-luso. Aprovecharon al efecto su libre acceso a este mercado y una demanda no cubierta en cantidad, calidad y precio por la agroindustria peninsular. La siguiente estrategia consistió en acceder al mercado del Noroeste europeo, valiéndose en este caso de las redes mercantiles creadas por las exportaciones azucareras. Y mientras los caldos de inferior calidad se enviaban al escenario colonial, los exportados al Noroeste, especialmente de la variedad *malvasía* –un vino dulce natural de alta graduación–, competían con los mejores vinos europeos. Las exportaciones comenzaron hacia 1550 y alcanzaron los seis millones de litros en el último cuarto del siglo XVII, cuando dos tercios de los vinos españoles vendidos en el mercado londinense tenían origen canario. El *Canary Wine* había conquistado un lugar propio en el selecto mercado europeo y su cotización era superior a la de los vinos de otras procedencias.

¿Por qué? El escritor y viajero inglés de mediados del seiscientos, James Howell, probó los diferentes caldos europeos y, por supuesto, el *Canary Wine*, y dejó escrito lo que todos sabían: que las vides cultivadas en Canarias

“con el calor del sol y del suelo han llegado a tal punto de perfección que los vinos que dan están considerados como los vinos más sustanciosos, más firmes, de más cuerpo y de más duración y los más libres de todo sabor a tierra de cuantos existen”.

Aclaremos entonces las razones de este éxito. Y, para empezar, debemos reconocer que la nueva estrategia productiva era muy arriesgada, de modo que su puesta en práctica únicamente cabía en las mentes de quienes apostaban por la innovación y el cambio tecnológico. Y decimos esto porque si hacer vino es tan antiguo como nuestra propia civilización, también lo es que antes de la moderna enología, surgida a finales del siglo XIX, lo que se conocía con tal nombre era en la mayoría de los casos un brebaje turbio y con mal sabor y olor. A pesar de ello, todos se apresuraban a beber este caldo, agregándole agua o productos aromáticos según la ocasión y su calidad, y cualquier afamada villa tenía su propio pago de viñas, con vinateros que monopolizaban el mercado local y señores y príncipes que pronto beneficiaron sus haciendas con impuestos sobre el consumo.

Obsérvese entonces que una cosa es producir vino para el autoconsumo o para un mercado interior sin competencia foránea, y otra bien distinta es producirlo para un mercado exterior distante y competitivo. Una circunstanciada diferencia que regía incluso para la oferta vinícola destinada al mercado colonial, ya sea indiano o africano, pues si bien su consumidor se veía obligado a beber lo que trajere el primer navío que arribare a puerto, en nuestro periodo de estudio podía optar por consumir vinos canarios, lusos o andaluces según los dineros de su bolsa y la oportunidad del arribo. Cabe, pues, sostener que los agentes que propiciaron el desarrollo de la primera agroindustria vitivinícola de la expansión ultramarina castellana crearon una cultura vitivinícola original y competitiva, esto es, capaz de conquistar un espacio propio en el mercado europeo y colonial.

En efecto. La apuesta por la innovación y la calidad comenzó con el primer quehacer vitícola. El Archipiélago ofrece condiciones agronómicas idóneas para la aclimatación de toda clase de viníferas. Pero cada variedad tiene sus propios requerimientos agronómicos, y la calidad de su vino depende en buena medida de la existencia de un equilibrio óptimo entre cepa, suelo, clima y saber

Figura 4. Viñas de malvasía de Icod de los Vinos (Tenerife), hacia 1830, según grabado de Williams. Obsérvese el sistema de conducción (parral alto)



enológico, y más aún en la etapa anterior a la moderna enología. Por consiguiente, el progreso tecnológico caracterizó el esfuerzo productivo del primer colono viticultor de Canarias; debía, en síntesis, adaptar su cultura vitivinícola originaria a las diferentes condiciones edáficas y climáticas de los ecosistemas insulares y conseguir, además, notas y matices propios.

Las terrazas y lomas soleadas, con suelos volcánicos, sueltos y pedregosos, son aptas para todas las viníferas, pero su clima subtropical resulta más apropiado para elaborar vinos blancos. De ahí que las variedades de cepas plantadas en el Archipiélago fueran mayoritariamente blancas, y con ellas se obtenían dos clases de caldos: el multivarietal *vidueño*, seco o afrutado, y el monovarietal *malvasía* o vino dulce natural de alta graduación. Y debemos recordar al respecto que en nuestra época de estudio el vino blanco era el preferido por los selectos consumidores de caldos; el tinto era considerado como el vino de la clase pobre y trabajadora.

El siguiente requisito para obtener un buen caldo reside en las prácticas de cultivo. La vid resiste bien el *stress hídrico* y en tiempos de relativa sequía se obtienen buenos caldos. Pero la cepa malvasía requiere calor y una relativa humedad edáfica; prefiere por ello las tierras cálidas y bajo riego de la zona costera, y los contratos en régimen indirecto y los libros de cuentas de las haciendas especificaban con toda claridad los riegos que debían darse a esta cepa a lo largo de su ciclo vegetativo anual. Las otras cepas blancas ocupaban las terrazas situadas por encima de esta franja

costera; eran tierras de secano y su único beneficio hídrico eran la pluviometría anual y la humedad generada por los vientos alisios.

La calidad de un buen vino depende también de los sistemas de poda y conducción de la vid, relacionados a su vez con la variedad de cepa y el clima. La malvasía requiere una poda larga, frecuentes labores de *margullía* o replante mediante acodo para evitar el envejecimiento del plantío, y su sistema de conducción era el parral alto (cf. figura 4). Las otras variedades se conducían mediante parral bajo y su poda era corta (cf. figura 5).

Fijemos ahora nuestra atención en la *eficiencia enológica* de estos sistemas de conducción. Las labores de alzado y amarre creaban una cobertura vegetal que cubría todo el suelo de la plantación y a diferente altura en función de la altitud y temperatura media anual. Pues bien, ambos sistemas, al proteger los racimos de la intensa radiación solar directa y reducir la amplitud térmica diaria bajo el manto vegetal, tenían por objeto acompañar el proceso de formación de sus azúcares con el fin de incrementar el potencial organoléptico del futuro caldo. Esta experiencia acumulada de más de quinientos años aún pervive y la moderna enología ha probado su eficiencia en la producción de los mejores caldos.

La vinificación tiene por objeto maximizar el potencial enológico de cada variedad de cepa, y este buen hacer empezaba con la vendimia. Y mientras la recolección de los racimos destinados a elaborar el caldo *vidueño* se hacía por lo general *al barrer*, el de la variedad *malvasía* exigía el mayor cuidado. Los jornaleros recorrían cada día de vendimia los



Figura 5. Viñedos del valle de La Orotava (Tenerife) hacia 1830, según grabado de Williams. Obsérvese el sistema de conducción (parral bajo)

emparrados portando cestos de mimbre forrados de lienzo para no dañar los racimos, y cortaban únicamente los que presentaban un mayor nivel de madurez y pasificación, pues a mayor contenido en azúcares de la uva, mayor grado alcohólico alcanzaba su mosto.

Los racimos se pisaban en un lagar cubierto y el mosto iniciaba aquí el proceso de fermentación al quedar en la cuba dos días por término medio, y hoy sabemos que el principal secreto del *malvasía* y del mejor *vidueño* estaba en esta práctica enológica. Pasados estos dos días, se abría la bica del lagar y se trasladaba el mosto al tonel de fermentación, ubicado en la bodega inmediata al lagar, y comenzaba otra *lagarada*, de modo que el número de lagares de toda explotación dependía de las dimensiones de su cultivar (cf. cuadro 3). Finalmente, al mosto se le daba vara, esto es, se removían las *madres* durante algunos días, y al vino, una vez cocido, se le añadía una determinada cantidad de yeso de espejuelo poco antes de su venta.

Cuadro 3

| Ratios de productividad de los lagares     |              |
|--|--------------|
| 1. Duración mínima de cada lagarada        | 2 días       |
| 2. Número de lagaradas por vendimia        | 7 lagaradas  |
| 3. Duración promedio de la vendimia        | 14 días      |
| 4. Producción de mosto por lagarada        | 5.000 litros |
| 5. Rendimiento medio de mosto por hectárea | 3.500 litros |
| 6. Hectáreas de viña por lagar             | 10 hectáreas |

Fuente: Cuentas de explotación de varias haciendas.

Empezaba pronto, y antes que otro vino estaba en la mesa del consumidor europeo o indiano. El buen quehacer enológico confería, pues, otro factor de competitividad a la agroindustria isleña, y su significado se comprende mejor si recordamos la historia vinícola de este periodo, dominada por los vinos nuevos, y también que todo vino blanco, exceptuando el *malvasía*, pierde calidad una vez que supera su añada.

Los comerciantes ingleses, holandeses y hanseáticos visitaban las bodegas nada más finalizar la vendimia y rivalizaban por adquirir el *malvasía* de superior calidad, y desde finales de noviembre cientos de navíos recalaban en las radas insulares para conducir su preciada carga a los puertos del Londres, Ámsterdam o Hamburgo. Del tonel se trasegaba todo a una pipa (envase de 480 litros) nueva de madera de roble reforzada con arcos de hierro, pues el *malvasía* se embarcaba con sus lías finas, y los días de navegación al Norte mejoraban su calidad. Por su parte, el *vidueño*, una vez trasegado en limpio a su nuevo envase se exportaba a los mercados europeo o colonial a partir del mes de marzo. Y si armadores y mercaderes extranjeros beneficiaban también estas cargazonas, los vitivinicultores isleños pronto se dotaron de una flota propia para navegar su *vidueño* a los mercados coloniales, junto con las manufacturas europeas adquiridas a cambio de sus caldos, de modo que buena parte de la riqueza vinícola exportada ingresaba en las arcas de la economía canaria.

Resta, por último, aludir al valor del patrimonio vitivinícola (cf. cuadro 4), pues refleja el elevado

importe del capital invertido en su construcción, sobre todo de las grandes haciendas, con ermita, casas principales, viviendas para el personal contratado, bodega y varios lagares, así como de huerta donde se aclimataba toda clase de plantas y árboles exóticos. En 1660, una hectárea de viñedo malvasía equivalía por término medio a un tercio del valor de un buque del comercio canario-americano; una pipa de *malvasía* de primera suerte alcanzaba en bodega los 600 reales, esto es, representaba el valor de tres animales de tiro. Y falta también apuntar cómo acabó esta historia vitivinícola innovadora: por el monopolio y la guerra arancelaria promovida por la nación que se considera por todos vanguardia del librecomercio.

Cuadro 4

| Hacienda vitivinícola. La Orotava. Tenerife, 1660 |                     |                                 |                     |
|---|---------------------|---------------------------------|---------------------|
| Bienes  | Superficie<br>(Has) | Precio <sup>1</sup><br>(reales) | Importe<br>(reales) |
| Malvasía  | 4,88                | 20.954                          | 102.208             |
| Vidueño   | 6,08                | 7.334                           | 44.596              |
| Tierra calma                                      | 0,13                | 4.610                           | 605                 |
| Aguas (10 días) <sup>2</sup>                      |                     | 5.500                           | 55.000              |
| Casa, bodega y lagar                              |                     |                                 | 13.254              |
| <b>Totales</b>                                    | <b>11,09</b>        |                                 | <b>215.663</b>      |

Notas:

<sup>1</sup> Precio por hectárea y por día de agua.

<sup>2</sup> Aguas del Heredamiento de La Orotava, con dula de 78 días.

Fuente: Archivo Histórico Provincial de Sta Cruz de Tfe. Protocolos, leg. 3.022.

## Referencias bibliográficas

La industria azucarera siciliana cuenta con una excelente monografía: Morreale, A., *Insula dulcis: l'industria della canna da zucchero in Sicilia (secc. xv-xvii)*, Italiane, 2006. El caso granadino puede consultarse en los Seminarios dedicados a esta agroindustria y publicados por la Diputación de Granada bajo la dirección de A. Malpica Coello. Madeira cuenta también con una excelente monografía (Vieira, A., *Canaviais, açúcar e aguardente na Madeira. Séculos xv a xx*, Funchal, 2004), y la colonización de Canarias puede verse en Aznar Vallejo, E., *La integración de las Islas Canarias en la Corona de Castilla (1478-1520)*, Santa Cruz de Tenerife, 1983. He tratado las tesis que defiendo en esta conferencia en: "Canarias, 1480-1550. Azúcares y crecimiento económico", en *História do açúcar*, Funchal, 2002, pp. 157-191; "Génesis de una economía de base monetaria: Canarias, 1300-1550", en Bernal, A. (ed.), *Dinero, moneda y crédito en la monarquía hispánica*, Madrid, 2000, pp. 43-59; "La colonización europea y el derecho de aguas. El ejemplo de Canarias", *Hispania*, vol. LXIX, 233 (2009), pp. 715-738; "Una revisión necesaria. El diezmo de la primera agroindustria azucarera del Atlántico, 1483-1543", *Anuario de Estudios Atlánticos*, 56 (2010), pp. 245-288.

La agroindustria vinícola no dispone aún de una monografía específica. No obstante, ha sido tratada por Béthencourt Massieu, A., "Canarias e Inglaterra: El comercio de vinos (1650-1800)", *Anuario de Estudios Atlánticos*, núm. 2 (1956), pp. 193-308; Steckley, G. F., "The Wine Economy of Tenerife in the Seventeenth Century: Anglo-Spanish Partnership in a Luxury Trade", *Economic History Review*, 3 (1980), pp. 335-50; Macías Hernández, A. M. "La viticultura canaria. Orto y ocaso, 1500-1850", en Maldonado Rosso, J., y A. Ramos Santana (eds.), *Actas del 1 Encuentro de Historiadores de la vitivinicultura española*, Puerto de Santa María, 2000, pp. 319-343, y Macías Hernández, A. M. "Expansión ultramarina y economía vitivinícola. El ejemplo de Canarias (1500-1550)", *Investigaciones de Historia Económica*, 8 (2007), pp. 13-44.

# Empresa y cultura material en la edad del Barroco: comercio, muestrarios y marketing *ante litteram*

Amedeo Lepore  
Universidad de Nápoles

## 1. Il metodo comparativo e la cultura materiale dell'età del Barocco

L'analisi dell'evoluzione di eventi, fenomeni o attività economiche, delle dinamiche imprenditoriali e dell'impresa, è intimamente connessa alla configurazione diatopica e diacronica di un contesto concreto, ovvero alla capacità di svolgere comparazioni nel tempo e nello spazio. La cultura materiale dell'età del Barocco, intesa come la rappresentazione degli elementi visibili e concreti che costituiscono il fondamento della vita quotidiana e delle iniziative produttive, offre una vasta gamma di esempi relativi all'andamento delle vicende «degli uomini e delle cose, delle cose e degli uomini»<sup>1</sup>, in un ampio periodo storico che vide il predominio commerciale della Spagna nelle relazioni tra le due sponde dell'oceano. Il commercio atlantico non si era sviluppato solo come un'attività economica di carattere generale, ma presentava innumerevoli implicazioni di natura culturale, legate a una strumentazione che faceva del costume, del “capitale sociale” e perfino della letteratura e dell'arte aspetti ineliminabili dell'affermazione di un settore articolato e complesso. Il portato di queste prerogative, tuttavia, si esprimeva in una serie innumerevole di oggetti e dispositivi concreti, di attività e di artefatti reali<sup>2</sup>, che, attraverso il loro impiego, riuscivano a rappresentare lo spaccato di un mondo e di un'epoca. Lo studio di questi *überreste* fondativi di un contesto economico-sociale permette di approfondire la conoscenza e l'interpretazione di quel tempo storico.

Di cultura materiale in senso proprio si potrebbe parlare solo a proposito di quell'insieme di attività che accompagnarono l'auge delle scienze umane alla fine del XIX secolo, conferendo a questo concetto un significato diverso da quello di cultura e civiltà in senso stretto e favorendo la costruzione di un legame tra “sovrastrutture” e “strutture” proprio

di un modello o, meglio, di un'articolazione della società in grado di verificare tangibilmente le sue dinamiche. Va osservato, però, che l'impiego di artefatti in grado di incarnare un processo di produzione non autoreferenziale e di racchiudere il senso di un'attività di scambio inedita, con l'impetuoso sviluppo dei mercati e del commercio oltre i confini tradizionali, può essere fatto risalire al primo lungo periodo del capitalismo mercantile e, in specie, all'età barocca, che vide nella Spagna uno dei principali protagonisti sullo scenario globale.

I traffici mercantili, con le loro regole, le loro istituzioni, la loro economia, i loro prodotti e i loro mercati, erano inseriti in un complesso di relazioni e in un ambiente che ne completavano e arricchivano i caratteri di fondo. Le città commerciali dell'Andalusia come Siviglia e Cadice, ad esempio, erano particolarmente dotate di valori culturali, di centri di diffusione della conoscenza, di una presenza di intellettuali e artisti, che affiancavano la loro opera a quella dei ceti mercantili, influenzando fortemente sulla fisionomia delle loro attività. In quel periodo, l'iniziativa commerciale non era fine a se stessa, ma si sviluppava in un contesto fertile, che consentiva di creare connessioni positive tra la cultura, l'arte e l'economia. Gli stessi prodotti dell'attività manifatturiera, in particolare quelli di importazione e di riesportazione, erano considerati tanto più ricercati e lussuosi quanto più rappresentavano l'esito di una combinazione di tecniche produttive, di processi cognitivi e di arti del fare. Le imprese, soprattutto quelle di natura commerciale, pur conservando assetti giuridici elementari e, spesso, una limitata dotazione di capitali, esercitavano un'attività di lunga gittata, che permetteva un'originale valorizzazione delle risorse umane, la costituzione di moderne forme di organizzazione e reti di scambio a livello transcontinentale, una dotazione di strumenti assicurativi e finanziari innovativi, l'adozione di

“Cintas de razos que valen en la actualidad, y pagan seis reales por la vara”, Archivo General de Indias, *Quaderno de muestras de los géneros de Europa que tienen estimación en Quito y su provincia...*, 1780



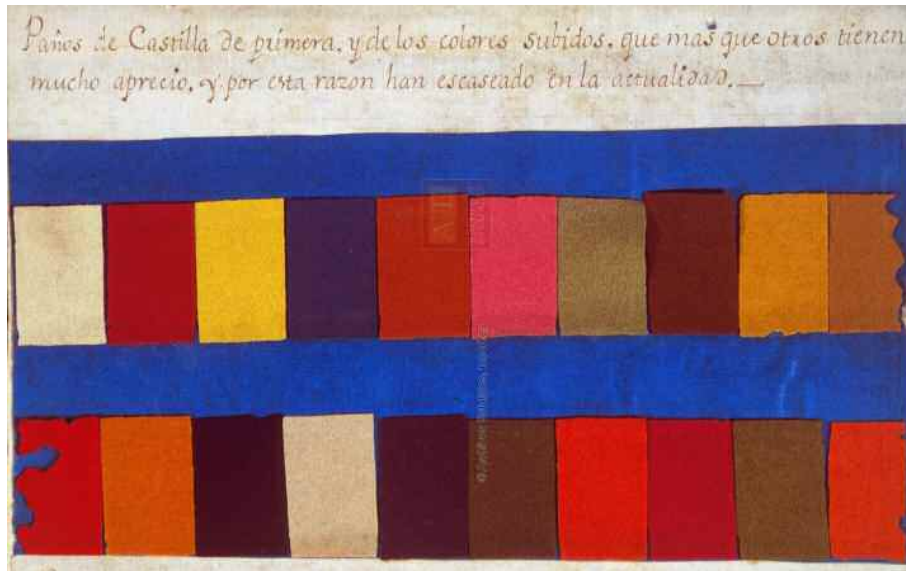
pratiche contabili e di tecniche di intermediazione specificamente dedicate all’attività mercantile: in altri termini, una proliferazione senza precedenti dei traffici al di qua e al di là dell’oceano Atlantico<sup>3</sup>.

Sulla base di questa impostazione, si può pensare di ricostruire una storia, solo in parte già scritta, come quella dell’economia e del commercio in tempo di Barocco, partendo non solo dagli eventi di largo respiro e dai fenomeni generali, ma dagli oggetti concreti, dai prodotti e dai mezzi di lavoro dell’uomo, dalla loro capacità di contenere una memoria unica e del tutto originale, di fornire un arricchimento di alcune fondamentali condizioni reali di vita e di lavoro e un esempio del concreto svolgimento di un’epoca. Da questi artefatti si può partire non per realizzare microstorie dell’economia o per limitarsi all’analisi di un singolo dispositivo o meccanismo di funzionamento, ma per ritornare a una dimensione della “grande storia”, che si fondi su aspetti di dettaglio e sulla loro caratteristica di contribuire a una visione processuale dei fatti economici, alla loro collocazione in un tempo e in uno spazio determinati. Insomma, la storia «degli uomini e delle cose, delle cose e degli uomini», che da piccola diventa grande e di lunga durata. Come è stato osservato: «Entonces, ¿la historia de la cultura material está condenada a no ser más que una “retórica de la curiosidad”? Quizá, mas no por ello resultará menos necesaria, pues significa el interés de volver a introducir al hombre en la historia, por la vía de la vida material, ¿Puede la historia satisfacerse con descubrir la dinámica de las relaciones sociales y descubrir los engranajes económicos? Parecería bien legítimo intentar aprehender la condición material de los hombres envueltos en tales relaciones y capturados por esos engranajes. No formaba parte del proyecto de la

historia económica y social olvidar al hombre, todo lo contrario; mas, sea por la falta de documentos, sea que se ha dejado absorber por el juego de los mecanismos, por la búsqueda de leyes y estructuras, el resultado es que ha cedido a la tentación de la abstracción. (...) a veces se ha olvidado a quienes los consumían, incluso si se admite que la historia es la de una larga explotación del hombre por el hombre, ¿no importa saber lo que esto significa concretamente para el explotado? Pues esto es lo que aporta la historia de la cultura material: las condiciones de trabajo, las condiciones de vida o el margen entre las necesidades y su satisfacción. Y como ella constituye la historia de los grandes números y de la mayoría de los hombres, es al explotado en primer lugar a quien sitúa ante el proscenio»<sup>4</sup>. E attraverso lo scenario degli individui e dei beni espressi dalla cultura materiale è possibile ripercorrere una strada solo apparentemente già conosciuta.

2. Commercio, commercianti e campionari  
I campionari (“muestrarios”) – quell’insieme di campioni di un prodotto che venivano preparati con notevole accuratezza e assortimento per comprovarne le caratteristiche specifiche, mostrarne la diversificazione e la varietà, promuoverne la diffusione presso il pubblico dei rivenditori e degli acquirenti – erano un archetipo del tutto singolare della capacità di commercializzazione dei produttori e dei mercanti dell’epoca barocca. I campioni non erano altro che piccole quantità o esemplari di prodotti, che servivano a costituire una raccolta ordinata da impiegare, essenzialmente, allo scopo di una divulgazione commerciale per i clienti. I reperti disponibili di questi campionari, di cui sono conservate pregevoli esposizioni presso l’Archivio





“Paños de Castilla de primera y de los colores subidos, que mas que otros tienen mucho aprecio, y por esta razon han escaseado en la actualidad”, Archivo General de Indias, *Quaderno de muestras de los géneros de Europa que tienen estimación en Quito y su provincia...*, 1780

General de Indias e l’Archivo General de Simancas, rendono manifesta l’importanza di una forma di organizzazione e promozione del commercio, che affondava le sue radici nelle fiere dell’età premoderna.

La formazione di un’economia-mondo europea<sup>5</sup>, a partire dalla fine del XIII secolo, attraverso il collegamento dei sistemi commerciali mediterranei con quelli delle regioni settentrionali del Vecchio Continente – lungo l’asse tra le città italiane e quelle delle Fiandre e del Baltico – rappresentò anche lo sbocco delle grandi vie commerciali che originavano dal Medio e dall’Estremo Oriente e di altri traffici che toccavano l’Africa settentrionale, ovvero di altre economie-mondo. Nelle fiere europee, che mettevano periodicamente in connessione venditori e compratori di aree molto lontane e nelle quali si scambiavano le merci più varie e di maggior valore<sup>6</sup>, si cominciò a sviluppare quell’attività sempre più articolata di commercio, che comprendeva tra le sue peculiarità non solo il trasporto materiale dei prodotti, ma anche la sua sostituzione con una varietà di esemplari e tipologie, che permetteva la vendita su campione<sup>7</sup>. Infatti, più che un’iniziativa di compravendita vera e propria, in diversi di questi mercati si compievano affari, attraverso la dimostrazione dei beni e del loro genere contenuti nei campionari, che permettevano di realizzare contrattazioni in cui si fissavano il prezzo, la quantità e la data di consegna delle merci acquistate. Dato questo carattere differito della conclusione dello scambio, il mezzo di pagamento più adatto per le fiere era rappresentato dalla lettera di cambio<sup>8</sup>.

Questo sistema di traffici, fondato sugli scambi di media e lunga distanza, contraddistinto dalla presenza di grandi mercanti e connotato da notevoli rischi ed elevati guadagni, non solo diede avvio a

forme più avanzate di attività, attraverso la nascita delle compagnie commerciali, l’affermazione dei contratti di cambio e la diffusione delle operazioni di credito, ma preludeva al grande cambiamento che si determinò con l’avvento del mercato atlantico e delle sue principali caratteristiche. La crescita del commercio si accompagnò, innanzitutto, all’evoluzione delle tecniche d’affari, espressione di un profondo cambiamento della cultura economica, volta sempre di più alla promozione e alla distribuzione delle merci su vasta scala, all’accumulazione dei capitali e all’ampliamento delle attività di scambio. Tuttavia, il mutamento delle dimensioni e della natura dei traffici si riverberò anche sulla cultura in senso proprio dei mercanti, che si dotavano di strumenti di conoscenza via via più avanzati nei campi della scrittura, del calcolo e della contabilità, della geografia e delle lingue. Insieme a questi progressi, si registrava la diffusione di nuove pratiche di mecenatismo, che introducevano il sostegno alle iniziative culturali e artistiche nell’ambito della concezione di una società che si espandeva e arricchiva grazie all’affermazione del commercio.

L’utilizzo dei campionari era un aspetto non secondario di questo profondo rivolgimento, che si sarebbe consolidato nel corso del mercantilismo, in particolare durante l’epoca barocca. Si trattava, infatti, di strumenti di fondamentale rilievo per la realizzazione delle finalità del processo di produzione dell’impresa e per lo svolgimento dell’attività di vendita, che dipendevano dall’esito della presentazione degli esemplari delle merci effettuata ai clienti. Il campionario era un fattore primario della comunicazione e della circolazione commerciale ed era parte della storia dell’impresa<sup>9</sup>, ma anche dell’evoluzione delle tecnologie, dei

costumi, del gusto, del disegno e delle tecniche di produzione: in sintesi, si inseriva nell'ambito degli elementi del patrimonio industriale come mezzo essenziale per la valorizzazione dei prodotti e per la loro collocazione sul mercato. L'importanza di questo mezzo è stata posta opportunamente in evidenza, notando che: «Il campionario è la storia dell'industria e avere un archivio significa avere un passato che ritorna, un presente che si evolve e un futuro che non si sa come sarà, solo chi non capisce niente di tessile parla molto del futuro, magari senza aver mai visto un telaio. Diffidate dalle grandi dichiarazioni, sono di chi non hai mai visto un'azienda tessile. [...] I campionari sono libri di valore da cui imparare»<sup>10</sup>.

I campionari della produzione tessile erano i più comuni e si vennero generalizzando negli scambi del XVIII secolo, anche se già nel secolo precedente se ne faceva largo uso<sup>11</sup>. In ogni caso, va ricordato che mentre le altre componenti di questa industria conobbero cambiamenti molto marcati, la preparazione del campionario è stato uno degli aspetti che ha subito minori variazioni, continuando a essere formato da un raccoglitore, che conteneva piccoli esemplari di tessuto fissati manualmente in un "album"<sup>12</sup>, con qualche pezzo di maggiori dimensioni per apprezzarne la qualità attraverso la vista e il tatto. In questo modo, era possibile prendere in esame tinte e materie e valutare il campionario in tutta la sua consistenza e tangibilità. Prima della rivoluzione industriale, ovvero prima dell'avvento delle innovazioni tecnologiche e delle macchine, i processi produttivi non erano sottoposti ad alcun tipo

di standardizzazione: per questa ragione, un campione di tessuto non poteva provenire da una stoffa già lavorata, ma era un *output a sé stante*, che ne prefigurava la fabbricazione stessa, ancor prima che la commercializzazione.

Esempi di questi strumenti di vendita dei prodotti, in particolare quelli del settore tessile, si possono trovare in diversi luoghi, soprattutto all'interno di musei e archivi, che conservano nei fondi delle imprese private archetipi dei campionari e serie uniformi di campioni di tessuti. Pur trattandosi di fonti di notevole importanza, che sono meno soggette alla frequente volatilità e dispersione della documentazione degli archivi privati, i campionari non sono particolarmente conosciuti, valutati e utilizzati dagli studiosi. Questi reperti si presentano come degli ibridi, che si collocano a metà tra un artefatto concreto e il documento archivistico e che richiedono un ordinamento in base a una logica tipologica e funzionale<sup>13</sup>. A questo scopo, si possono individuare varie classificazioni: i campionari commerciali, che riportavano scarse indicazioni di natura tecnica ed erano i principali mezzi di promozione commerciale (al loro interno, vi erano i *bunches*, che costituivano raccolte di campioni disponibili in ampia varietà); i campionari tecnici, che erano riservati a un utilizzo interno da parte dell'impresa ed erano corredati da dettagliate informazioni tecnico-produttive, collegate all'esemplare del prodotto (in questo ambito, vi erano anche i cataloghi dei tipi e delle prove); i campionari speciali, che contenevano gli esercizi scolastici effettuati per insegnare la realizzazione dei prodotti o erano formati dai cataloghi celebrativi e da esposizione o si basavano sugli album privati dei disegnatori; i campionari dei semilavorati, che servivano per mostrare ai clienti la qualità, la materia e i colori dei componenti dei prodotti<sup>14</sup>.

In occasione della mostra dal titolo "Behind the scenes of multiple choice: from sample to product", il Cooper-Hewitt National Design Museum di New York ha presentato una serie di collezioni di campionari (tessuti di vario genere, ricami e merletti, bottoni, piatti, rivestimenti, disegni e stampe) come strumenti per il marketing o per il *design* e la tecnica, in un'ampia gamma di supporti in uso nel corso del XVIII secolo<sup>15</sup>. Tuttavia, le maggiori disponibilità di reperti relativi all'età barocca si ritrovano in Spagna, presso l'Archivio General de Indias e l'Archivio General de Simancas. Nell'Archivio di Siviglia, vi è una raccolta molto significativa, contenuta in un "Quaderno de muestras de los géneros de Europa que tienen estimación en Quito y su provincia, conocidos con otros nombres de aquellos que sacan de las fábricas, con expresión del precio a que comunmente se

"Muestras de tejidos de hilo y estambre construidas por Juan Kenedy", 1787. Archivo General de Simancas



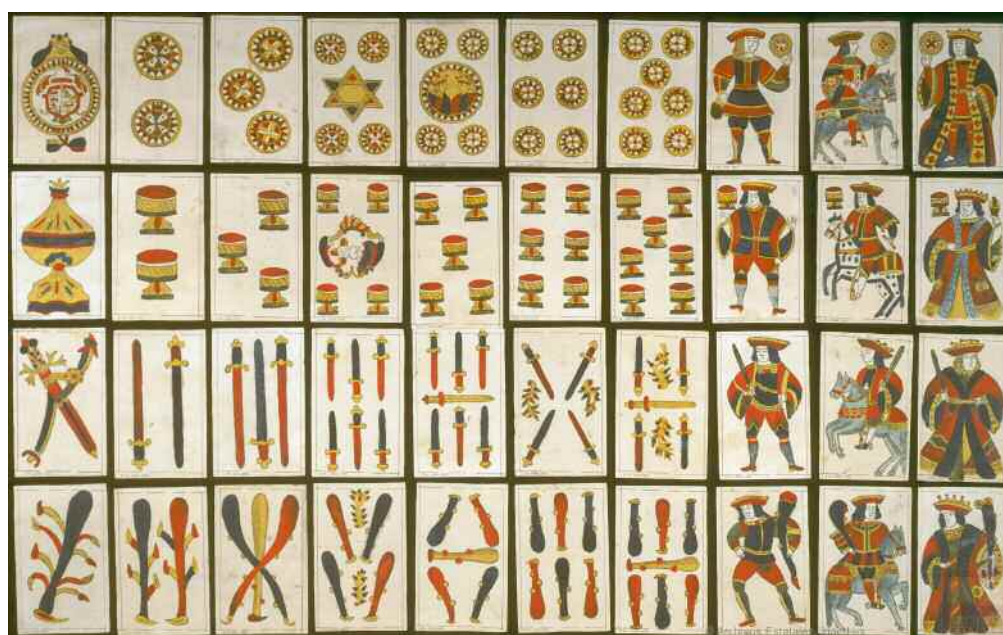
venefician”<sup>16</sup>, che comprende un campionario di tessuti costituito da un album di 35 esemplari di vario tipo<sup>17</sup>. In un altro album, denominato “Cuaderno de muestras de los géneros de Europa”, sono riportati altri esemplari di tessuti di provenienza europea: «Los tejidos más finos y suntuarios demandados por la alta sociedad colonial procedían de países europeos como Francia y Holanda. Las telas más caras también podían importarse de Extremo Oriente. Pese a la existencia de estos tejidos, gran parte de la producción textil americana eran paños de la tierra (tejidos bastos y de poca calidad cuya materia prima era el algodón o lana)»<sup>18</sup>. Si possono reperire, inoltre, ulteriori campioni di produzioni tessili, originari dell’Europa e dell’Asia, che sono di analoga importanza<sup>19</sup>. Infine, esistono numerose altre serie di campionari di stoffe, che mostrano la rilevanza dell’impiego di questa forma di promozione delle vendite all’interno del settore tessile<sup>20</sup>.

Sempre nell’Archivo General de Indias, vi sono serie molto varie e originali di campionari di carte da gioco<sup>21</sup>. In questo ambito, riveste particolare interesse la documentazione relativa alla produzione della Real Fábrica de Macharaviaya<sup>22</sup>, che contiene «Fichas de este popular juego cuya fabricación destinada a América pertenecía de forma exclusiva a esta fábrica»<sup>23</sup>. A questo proposito, si precisava che: «Los juegos de naipes estaban ampliamente instalados en todos los niveles de la sociedad. Algunos eran legales y otros prohibidos, como los llamados de suerte, envite y azar. En 1552, Felipe II estableció su estanco en Indias, es decir, el monopolio en la producción o venta de un determinado bien. El estanco de naipes proporcionó extraordinarias ganancias a la Real

Hacienda. Sólo se podía jugar con barajas autorizadas. La fábrica de Macharaviaya (Málaga), auspiciada por el todopoderoso secretario de Indias, José de Gálvez, y regida por Félix Solesio, procedente de Finale (Italia) tuvo la exclusividad de la producción de naipes para toda América desde 1776»<sup>24</sup>. Altri campionari presenti nell’Archivo General de Indias riguardano, tra i diversi settori coinvolti, quelli dei metalli preziosi, dei coloranti, delle spezie e delle materie prime<sup>25</sup>.

Nell’Archivo General de Simancas, vi sono importanti e vaste raccolte, che coprono ambiti analoghi a quelli dell’Archivo di Siviglia, con numerose riproduzioni fotografiche dei campioni, classificazioni e descrizioni dettagliate di ciascun reperto, direttamente disponibili in rete<sup>26</sup>. È possibile apprezzare l’estrema ricchezza, varietà e diffusione dei campionari disponibili, con particolare attinenza all’ultima parte dell’epoca barocca, soprattutto nel campo dei tessuti, che rappresentano la parte in assoluto più cospicua della documentazione e che spaziano con molteplici esemplari – provenienti dai due lati dell’Atlantico – in fasi e generi della produzione molto diversificati, ma anche nei campi delle materie prime e dei metalli, dei coloranti, delle carte da gioco, dei semi e delle spezie, del tabacco, delle attrezzature, di prodotti e oggetti di disparata natura<sup>27</sup>.

In due volumi di inizio Novecento, disponibili presso l’Università Autonoma di Barcellona, si può ritrovare un’ulteriore modalità di presentazione dei campioni di prodotti tessili. Il primo è un catalogo illustrato della mostra dedicata alla *lingerie* e al pizzo spagnolo tra il XVI e il XIX secolo, organizzata nel 1915 presso la Biblioteca Nacional di Madrid dalla Sociedad Española de Amigos del Arte, con



40 muestras de naipes. Baraja fabricada en Manila por medio real, 1778

un testo introduttivo scritto da uno specialista nel campo, come il marchese di Valverde, e molte immagini<sup>28</sup>. Il catalogo contiene svariati esempi di queste produzioni, con una chiara indicazione iniziale sull'importanza dei campionari: «Si bien [...] no conocemos libros de modelos en español, esto no quiere decir que no existieran modelos, y no hubiesen corrido de mano en mano desde muy principios del siglo XVI y nos lo demuestra los muestrarios antiguos en que aparecen con el nombre de dechados. Estos eran trozos de tela en que figuraban los bordados ó distintas clases de labores, sirviendo para copiarlos y por tanto sustituyendo á los libros que en otros países se publicaron con este fin»<sup>29</sup>. Il secondo è un catalogo dell'esposizione di tessuti, ricami e pizzi, svoltasi nel 1906 presso il Museo de Arte Decorativo y Arqueológico di Barcellona<sup>30</sup>. Il catalogo presenta un'ampia premessa di carattere storico sulle origini e sull'evoluzione delle arti della tessitura e del ricamo e, oltre a contenere una dettagliata descrizione dei campioni con l'indicazione della provenienza e dell'epoca di fabbricazione, comprende numerose riproduzioni fotografiche degli esemplari esposti.

In altre pubblicazioni, è individuata una tipologia di campionari particolari, molto utilizzati in epoca barocca, come quelli dei caratteri tipografici, che sono sempre stati limitati a una circolazione in ambito professionale<sup>31</sup>. Come è stato precisato: «El término *specimen*, proveniente del mundo anglosajón, designa los libros u hojas sueltas con muestras de tipos de imprenta que publicaban principalmente los grabadores, fundidores e impresores, para publicar, a modo de catálogo, el contenido de sus fondos tipográficos»<sup>32</sup>. Fino a qualche tempo fa, gli studiosi ritenevano che i campioni spagnoli più antichi di questo genere risalissero al XVIII secolo: tuttavia, è stata recentemente documentata l'esistenza di esemplari anteriori, come i caratteri tratti dai punzoni incisi da Pedro de Disses nel 1685<sup>33</sup>. Il ruolo della specifica attività di creazione dei caratteri tipografici, con le *fundiciones* e i loro modelli, è stato esaminato nei trattati elaborati per la professione dei compositori, dei correttori di bozze e dei tipografi, come quello di Juan José Sigüenza y Vera<sup>34</sup>. Infine, un saggio dedicato al commercio nel settore tipografico d'oltreoceano approfondisce l'importanza di quest'attività di produzione sul territorio americano nella seconda metà del XVIII secolo «como correlato transatlántico del apoyo que Carlos III daría a las artes y las industrias peninsulares», presentando anche «una serie de hallazgos – la muestra latinoamericana de letras más antigua que se conoce hasta el momento y numerosos documentos de

archivo inéditos – que posibilita la reconstrucción de un circuito completo de compra de material tipográfico por parte de la imprenta de la familia Jáuregui, a finales del periodo colonial»<sup>35</sup>. Questo lavoro, seppure tratti un aspetto di natura circoscritta, descrive gli *especímenes tipográficos* più significativi prodotti in Spagna in quell'epoca e contribuisce, soprattutto, alla comprensione dell'importanza generale per la storia d'impresa di questi campionari<sup>36</sup>.

### 3. Una forma di marketing *ante litteram*

La diffusione dell'uso dei “muestrarios” nel corso dell'età del Barocco, oltre a evidenziare l'avanzamento delle tecniche, la qualità della produzione artigianale e manifatturiera, la stretta attinenza delle merci più raffinate con lo sviluppo dell'arte e della moda dell'epoca, era una precipua testimonianza di una sorta di marketing *ante litteram*, esaltato dal ruolo di intermediazione tipico del commercio spagnolo. Ben alcuni secoli prima dell'origine di questa funzione aziendale, il marketing, che si rese necessaria per l'espansione inusitata dei mercati e la crescita dimensionale delle imprese, ovvero per la nascita delle modalità del “big business” in età contemporanea, è possibile rintracciare nella pratica dei campionari di commercio una tendenza precisa alla promozione dei prodotti fondata sulla vendita diretta. L'opportunità di presentare esemplari della merce anche su mercati di grandi dimensioni e in luoghi distanti da quelli dove i prodotti erano realizzati, prima dell'acquisto vero e proprio, forniva una leva di essenziale importanza per lo sviluppo del commercio su larga scala, in base a una concezione reticolare della vendita.

Benjamin Talbot Babbitt, un uomo d'affari di grande successo, che si occupava – con una spiccata vocazione per la promozione pubblicitaria – della produzione di sapone nella seconda metà del XIX secolo, fu uno dei primi a distribuire campioni gratuiti del suo prodotto, nella fase iniziale di crescita della grande industria<sup>37</sup>. In questo e in altri modi, egli dava spazio a un'attività, che sarebbe stata definita di vero e proprio marketing, in un periodo in cui l'incremento delle dimensioni delle imprese apriva le porte all'affermazione di questa nuova tecnica di diffusione dei prodotti industriali. Tuttavia, anche in un'epoca precedente a quella dell'industrializzazione, permeata dalla dottrina mercantilista e dall'ampliamento inusitato dei mercati e del commercio, si sperimentarono forme di promozione degli scambi che anticipavano il marketing in quanto tale e si ponevano l'obiettivo di dotare di nuovi strumenti di penetrazione l'attività economica predominante. I campionari dei produttori e dei commercianti, in quel lungo



*Muestras de escritura de Francisco García Rico, publicado en Bogotá en 1886, donde predominaba la letra bastarda española*

intervallo di tempo che vide la fioritura della cultura barocca, servivano a mostrare, attraverso l'impiego di esemplari dei prodotti in vendita, le caratteristiche peculiari delle merci, la loro diversificazione e varietà, la loro potenzialità di diffusione tra gli intermediari e gli acquirenti. Insomma, queste raccolte di campioni per il mercato, estesamente disponibili negli spazi compresi tra i centri di produzione e i centri di consumo internazionali, rappresentavano un archetipo della capacità di commercializzazione dei prodotti di un sistema economico preindustriale.

In Spagna, la natura prevalente e l'identità specifica del commercio di intermediazione, che costituiva un'originale modalità per la costruzione di una testa di ponte tra le attività manifatturiere dei principali nuclei produttivi europei e i vasti mercati d'oltreoceano, permise di realizzare una fondamentale prova di questa attitudine alla promozione molto simile a quella del marketing, sia pure *ante litteram*. Questa tecnica innovativa di commercializzazione dei prodotti non si basava sull'esistenza di imprese di grande portata e su una consistente dotazione di capitali, che neppure nel periodo dell'industrializzazione riuscirono a innestarsi nel tessuto produttivo della penisola iberica, ma su un ampio ricorso al "capitale umano" delle compagnie commerciali e dei mercanti formati nel ruolo di "comisionistas" e di distributori di prodotti europei, nonché sull'impiego di competenze sperimentate nel rapporto con i corrispondenti esteri e con la rete dei clienti che si trovavano al di qua e al di là dell'Atlantico<sup>38</sup>.

La promozione delle merci attraverso i campionari si diffuse estesamente dopo la prima fase di sperimentazione attuata nell'ambito delle fiere europee, diventando una pratica molto

frequente durante l'età barocca e nel percorso del commercio d'oltreoceano. Questa anticipazione di una sorta di "marketing", oltre a contenere i costi di distribuzione e a esaltare la comunicazione commerciale, aveva realizzato una primigenia forma di vendita a distanza, che si sarebbe sviluppata in epoche successive, con la vendita per corrispondenza, i cataloghi e, da ultimo, con il commercio elettronico. L'esame di questo particolare esempio di conduzione del commercio, oltre ad arricchire le informazioni e ad allargare il campo delle conoscenze sulla più importante attività economica dell'epoca, serve ad aprire una finestra su un prototipo delle moderne strategie di vendita.

La vendita per corrispondenza fu avviata negli Stati Uniti, nella seconda metà del XIX secolo, da imprese come Montgomery Ward & Co. e Sears, Roebuck & Co.<sup>39</sup> – mediante l'impiego di cataloghi che contenevano un elenco generale dei prodotti disponibili, con immagini illustrative, descrizioni della qualità e indicazioni del prezzo – allo scopo di superare i problemi di approvvigionamento causati dalle notevoli distanze interne e dall'inadeguatezza del sistema di distribuzione commerciale. Questo genere di scambio (e quello di vendita diretta per catalogo) non si avvaleva di centri di smercio tradizionali, ma di una rete di consumatori che venivano raggiunti da agenti di commercio o servizi postali, attraverso la rete ferroviaria, incorporando nuovi e consistenti segmenti economici ai mercati esistenti. Questa tipologia commerciale, fondata sul contatto da persona a persona, aveva il vantaggio di spostare il baricentro dei traffici dagli oggetti della produzione ai soggetti della negoziazione, di semplificare il sistema distributivo costituito dalle articolate relazioni tra i mondi dell'ingrosso e del dettaglio, nonché di rendere più evidente l'intento

di soddisfazione del consumatore<sup>40</sup>, che poteva scegliere in anticipo e con tranquillità il prodotto di cui aveva bisogno all'interno di un'ampia gamma e non doveva spostarsi altrove per compiere l'acquisto. La vendita per corrispondenza e quella diretta rappresentavano anche uno dei primi episodi di "marketing virale", data la capacità di autoalimentazione del sistema delle relazioni commerciali tra imprese, intermediari e clienti.

Il commercio elettronico si è affermato con la rivoluzione informatica e ha rappresentato un'ulteriore fase di evoluzione di una modalità di distribuzione molto simile, come quella della vendita per corrispondenza. Questa nuova forma di scambio consiste nella compravendita di beni e servizi mediante la rete telematica, con un contatto diretto tra le persone e le imprese, o addirittura la realizzazione di una nuova frontiera della produzione incarnata dalla figura del *prosumer*, che rende più labili le distinzioni tra produttori e consumatori, tra intrapresa economica e mercato, tra beni materiali e beni immateriali. Secondo Chris Anderson, effettuando una comparazione tra questi due modelli di vendita dei prodotti, «as impressive as this postal cornucopia might have seemed, what the personal computer could offer would soon dwarf it»<sup>41</sup>. Infatti: «The rise of e-commerce on the Web in the early 1990s started by simply building on the catalog model with even more convenient ordering, larger selections, and broader reach at lower cost. The Internet provided a way of offering a catalog to everyone – with no printing and no mailing required. It would clearly work everywhere catalogs worked, and then some»<sup>42</sup>.

La coda lunga, che Anderson ha evocato come strumento di comprensione dell'evoluzione del mercato, in quest'epoca di transizione dal fordismo a una nuova economia dai contorni ancora indefiniti, rappresenta non solo un modello imperniato su un'inedita rappresentazione della curva di domanda, ma una visione del processo di cambiamento in atto, che fonda la rivoluzione dei nuovi *makers* su una sempre più forte integrazione dei mercati di nicchia e su un ribaltamento delle logiche di marketing, che ormai pongono al centro del sistema i consumatori, un individuo e un'impresa sempre più interconnessi con gli altri, grazie alla rete telematica<sup>43</sup>. Questa configurazione attuale presenta molti punti di contatto con le vicende dei produttori e dei mercanti dell'epoca barocca, che facevano delle raccolte dei campioni di articoli di vendita lo strumento per una diversa concezione dell'attività di scambio. Quel tipo di commercio si basava – seppure all'interno di un contesto sempre più orientato all'internazionalizzazione dei traffici e all'estensione

degli sbocchi di mercato, come una globalizzazione anch'essa *ante litteram* – sulle relazioni dirette con i clienti e sulla flessibilità dell'iniziativa commerciale, sulla logica della diversificazione dei prodotti e dell'inserimento in un sistema delle singole catene di produzione o dei prodotti fino ad allora considerati di nicchia.

Come si può rilevare da quanto finora descritto, la tipologia di commercio inaugurata con i campionari dell'età del Barocco aveva molti aspetti in comune con alcune esperienze che si sarebbero sviluppate in epoche successive, o meglio, precorreva le attività che avrebbero posto le basi iniziali della pubblicità e del marketing tra gli ultimi decenni del XIX e l'inizio del XX secolo e che, nel periodo più recente, avrebbero sviluppato l'orientamento di questa disciplina al mercato, al marketing e alle relazioni con il cliente<sup>44</sup>. I contenuti materiali, l'evoluzione e le tecniche di diffusione di questa forma di commercio facevano prevalere l'esigenza di proporre all'acquirente una varietà di prodotti e non una limitata possibilità di scelta, di superare gli ostacoli alla circolazione delle merci attraverso una straordinaria espansione dei confini entro i quali si svolgevano i traffici e di privilegiare le reti di relazioni con gli individui e i consumatori, in particolare, al trasferimento puro e semplice degli oggetti della produzione. La modernità della vendita attraverso i campionari scaturiva da queste caratteristiche generali, ma anche da una pratica che spronava a effettuare una prova della merce prima dell'acquisto, allo scopo principale di ampliare o consolidare la clientela, e da un'organizzazione in grado di stimolare l'introduzione di nuovi prodotti, date le economie sui costi e l'apertura di nuovi mercati favorite da questa tipologia di scambio.

I campionari furono anche un modo per legare maggiormente una merce a un *brand* ed esaltarne i caratteri di identificazione con un luogo, con una specifica attività produttiva, con un imprenditore o un mercante. Inoltre, questa modalità di vendita presentava diverse altre connessioni con le moderne teorie del marketing. Seguendo questo percorso, si possono accostare i campionari alle innovazioni che si sono verificate con il passaggio dal paradigma del marketing transazionale, basato sulle quattro leve originarie del marketing *mix* aziendale (*product, price, place e promotion*)<sup>45</sup>, al nuovo modello del marketing relazionale, con l'evoluzione verso le quattro variabili legate alla posizione centrale assunta dal cliente (*consumer wants and needs, cost to satisfy, convenience to buy e communication*)<sup>46</sup>. In questo quadro, la vicenda dei campionari può anche essere raccordata con le tematiche della *value chain*, che permette di delineare l'insieme dei processi

primari e di supporto di un'organizzazione, soprattutto in relazione alle iniziative di promozione dei prodotti sui mercati, alla gestione del processo di vendita e alle attività di supporto al cliente<sup>47</sup>. Le raccolte di campioni, infine, hanno caratteristiche analoghe a quelle di una forma di marketing strategico e di marketing orientato al cliente, con un'organizzazione della vendita mirata al contatto personale, all'analisi dei bisogni degli individui e alla comunicazione *one to one*. Infatti, il concetto di marketing diretto – considerato come l'insieme di attività attraverso le quali il venditore trasferisce beni e servizi al compratore, dirigendo i suoi sforzi a un mercato potenziale qualificato dal rapporto immediato, senza filtri o interposizioni – è un'adeguata rappresentazione dell'impulso al superamento delle barriere che si incuneavano artificiosamente tra produttori, commercianti e acquirenti, rendendo meno agevole la comunicazione e la vendita. Ed è anche un riferimento chiaro alla ricerca della soddisfazione delle esigenze dei consumatori, presi nella loro dimensione individuale e non nel loro indistinto insieme, che la pratica dell'utilizzo di esemplari molteplici e diversificati delle merci da commercializzare rendeva possibile già nel corso di un'epoca lontana, come quella del Barocco.

Un altro campo, al quale paragonare la vendita con i campionari, può essere quello del cosiddetto “marketing multilivello”, inteso come un sistema di distribuzione che si struttura in base a reti di persone, capaci di originare un flusso commerciale di prodotti e servizi per effetto delle “raccomandazioni” e dei contatti individuali. Infatti, come è stato indicato in un volume dedicato a questo tema: «La venta a domicilio, históricamente muy antigua (se han descubierto lo que podríamos llamar los primeros muestrarios, de los primeros buhoneros, al excavar en algunos emplazamientos de la Edad del Bronce), ha permanecido prácticamente igual a sí misma a lo largo de los tiempos [...]. La evolución histórica de la venta ambulante, según Robert Muller y Allix, continúa con los “buhoneros” de la Edad de Bronce, los emigrantes mendigos de la Edad Media, hasta llegar a los “mercaderes” del siglo XVII [...]»<sup>48</sup>. E i mercanti dell'età barocca, come si è visto, facevano largo uso dei campionari, non solo nella vendita a domicilio, ma in tutte le forme di commercio che si dispiegarono con la diffusione dei traffici in un sistema economico sempre più vasto e di carattere mondiale, come quello mercantile.

Con queste riflessioni siamo andati troppo avanti? È il pericolo da correre in un tentativo di legare il passato al presente, di ritrovare un filo che annodi anche gli avvenimenti, i fenomeni e le teorie



Muestrario de botones civiles del siglo XVIII

più recenti con alcuni fatti non trascurabili della storia. Si tratta, come ricordava Witold Kula, della proposizione di un passato che «in un certo senso, ci spiega il presente», ma anche di un presente che «può sempre spiegare il passato»<sup>49</sup>. Considerata da un altro punto di osservazione, non è altro che la fitta trama che si dipana dalle forme anticipatrici di una prospettiva economica futura e che può aiutare a realizzare connessioni tra eventi di diversa natura e previsioni di scenari non ancora compiuti. La storia, la storia economica in particolare, quindi, non è semplice lezione che dal passato può aiutare a comprendere il presente, come grande maestra di vita, ma è essa stessa propensione alla costruzione di una prospettiva diacronica e diatopica. Privata di questa spinta in avanti e di questa concentrazione verso l'attualità, la storia economica e dell'impresa rischia di perdere il suo valore metodologico, la sua capacità di contribuire a interpretare la complessità del presente e a guardare al futuro. Per queste ragioni, l'accostamento delle circostanze che hanno favorito una straordinaria espansione delle attività commerciali, attraverso l'impiego dei campionari, alle moderne concezioni e pratiche del marketing non deve apparire come una forzatura, come un espediente per togliere un poco di polvere dagli scaffali della storia, ma va inteso come l'applicazione di un metodo innovativo, che cerca di restituire interesse e vivacità ai compiti della ricerca, all'approfondimento e alla valutazione delle dinamiche economiche, attraverso un'opera di comparazione, di interpretazione e, in alcuni casi, perfino di previsione, sempre densa di fascino e colma di sorprese quanto mai inaspettate.

1. Fernand Braudel considerava questo fondamento della vita materiale: «La vie matérielle, ce sont des hommes et des choses, des choses et des hommes. Étudier les choses — les nourritures, les logements, les vêtements, le luxe, les outils, les instruments monétaires, les cadres du village ou de la ville —, en somme tout ce dont l'homme se sert, n'est pas la seule façon de prendre la mesure de son existence quotidienne. Le nombre de ceux qui se partagent les richesses de la terre a lui aussi son sens. Et le signe extérieur qui différencie au premier coup d'œil l'univers d'aujourd'hui des humanités d'avant 1800, c'est bien la récente et extraordinaire montée des hommes: ils pullulent» (F. Braudel, *Civilisation matérielle et capitalisme (XVe-XVIIIe siècle)*, tome 1, Paris, Armand Colin, 1967, p. 17).
2. L'artefatto che incamera una conoscenza si materializza in oggetti e dispositivi reali o indicativi della realtà concreta, attraverso un processo di codifica: il percorso cognitivo si afferma con l'analisi, la valutazione e la collocazione in un contesto di tali *boundary objects* (cfr. D. A. Norman, *Cognitive artefacts*, in AA.VV., *Designing interaction: psychology at the human-computer interface*, a cura di J. M. Carroll, Cambridge (MA), Cambridge University Press, 1991, pp. 17-38; Id., *Things that make us smart: defending human attributes in the age of the machine*, Cambridge (MA), Perseus Books, 1993).
3. Cfr. A. M. Bernal, *La financiación de la Carrera de Indias (1492-1824). Dinero y crédito en el comercio colonial español con América*, Sevilla, Fundación El Monte, 1992; A. Lepore, *Mercado y empresa en Europa. La empresa González de la Sierra en el comercio gaditano entre los siglos XVIII y XIX*, Cádiz, Servicio de Publicaciones de la Universidad de Cádiz, 2010.
4. J. M. Pesez, *Historia de la cultura material*, in "Clío", n. 179, 2010, pp. 273-274; ed. orig. *Histoire de la culture matérielle*, in AA.VV., *La Nouvelle Histoire*, a cura di J. Le Goff, Paris, Éditions Complexe, 1988.
5. Cfr. F. Braudel, *La Méditerranée et le monde méditerranéen à l'époque de Philippe II*, Paris, Armand Colin, 1949; Id., *Civilisation matérielle, économie et capitalisme, XVe-XVIIIe siècle*, 3 voll., Paris, Armand Colin, 1979; Id., *La dynamique du capitalisme*, Paris, Flammarion, 1985; I. Wallerstein, *The modern world-system*, 3 voll., New York-San Diego, Academic Press, 1974-1980-1989; G. Arrighi, B. J. Silver, *Chaos and governance in the modern world system*, Minneapolis-London, University of Minnesota Press, 1999.
6. Le fiere più importanti, per un lungo periodo iniziale, furono quelle che si svolgevano in Francia, nella contea di Champagne – nei centri di Troyes, Provins, Saint-Ayoul, Bar-sur-Aube e Lagny-sur-Marne – a metà strada tra il Mediterraneo e il Mar Baltico. A questa regione, nell'epoca più vicina all'avvio dell'Età Moderna, subentrarono, tra gli altri centri che costituivano i luoghi privilegiati di incontro dei mercanti in date prefissate, Anversa, Ginevra e Lione. Anche nella Corona di Castiglia, si stabilirono fiere di notevole attrattività, come quelle di Medina del Campo – meta dei commercianti di Navarra e Aragón, nonché di quelli francesi, italiani, fiamminghi e portoghesi, e, dal 1491, sede riconosciuta delle "Ferias Generales del Reino" – e di Alcalá de Henares.
7. Come ha osservato Armando Saporì: «Naturalmente dominatori furono i mercanti italiani, non soltanto per la quantità di capitali di cui disponevano, ma anche perché potevano estendere con i contratti di cambio il raggio del loro credito a molti centri di mercato in cui avevano affari gestiti da loro rappresentanti, i fattori delle "compagnie" [...], e soprattutto per lo stato avanzato della loro esperienza. A loro, infatti, si deve la impostazione di istituti di diritto: *con la vendita su campione ecco la borsa merci* [il corsivo è dell'autore del saggio]; con lo stabilire a chiusura di ogni fiera la differenza fra crediti e debiti per le operazioni di compravendita effettuate, e portare il saldo, precisato nella "lettera di fiera", a pagamento nel prossimo raduno, ecco la stanza di compensazione. Tutto questo portò a una unificazione della tecnica commerciale, giovevole allo sviluppo generale, appunto, dei commerci» (A. Saporì, *La mercatura medievale*, Firenze, Sansoni, 1972, <<http://rm.univr.it/didattica/strumenti/saporì/saggi/sez1/cap3.htm>>).
8. Infatti: «[...] la circolazione delle cambiali tende a concentrarsi periodicamente nelle fiere, dove possono essere pagate, compensate e rinnovate. In un primo tempo le fiere in cui si domiciliano le cambiali sono quelle ove si opera soprattutto in merci; tra le fiere che brulicano ovunque, le preferite sono le grandi fiere internazionali stabilite nella Champagne (secc. XII-XIV) ed in seguito a Ginevra (circa dal 1420), Anversa (dal 1460) e Lione (dal 1463). Ma nel 1535 i banchieri genovesi danno vita a fiere molto particolari, nelle quali si traffica esclusivamente in cambiali finanziarie e mercantili. Queste fiere di cambio, come sono chiamate hanno come sede iniziale la città di Besançon [...]» (R. Felloni, *Profilo di Storia Economica dell'Europa dal medioevo all'età contemporanea*, Genova, 2011, <<http://www.giuseppfelloni.it/rassegnastampa/Felloni-Profilo-storia-economica.pdf>>, pp. 235-236).
9. A questo proposito, è stato notato che: «Concettualmente il campionario commerciale più che un oggetto fisico è un'operazione di comunicazione piuttosto articolata che si basa su procedure periodiche, ripetitive ma complesse, dove concorrono competenze tecniche diverse» (D. Craveia, *Campionari: una proposta per la classificazione*, in AA.VV., *Campionari in stoffa: i campionari tra storia, tecnica e arte*, a cura di G. Vachino, Biella, DocBi - Centro Studi Biellesi, 2011, p. 39, <<http://www.moda.san.beniculturali.it/wordpress/wp-content/uploads/2012/12/Proposta-di-classificazione-1.pdf>>).
10. AA.VV., *Campionari in stoffa. I campionari tra storia, tecnica e arte*, cit., <<http://www.moda.san.beniculturali.it/wordpress/?percorsi=i-campionari-di-tessuti-un-viaggio-nella-storia-dell'E2%80%99industria>>.
11. Cfr. S. Carbonell Basté, J. M<sup>a</sup>. Carbonell, *Mostraris de llana: entre tradició i creació*, in "Datatèxtil", n. 3, 2000, pp. 38-51. Riferendosi ai campionari disponibili presso il "Centre de Documentació i Museu Tèxtil" di Terrassa, essi hanno notato (p. 43) che: «El CDMT desde hace varios años está recopilando muestrarios antiguos de empresas textiles, llenando el vacío que había en nuestro país y previniendo de esta forma el creciente interés por este patrimonio. En la actualidad sus colecciones abarcan miles de muestras de hilos, tejidos y confección, sedería, algodón, pañería, lanería, estampación tintura o bordados, para corbatas, camisería, vestido de mujer, de hombre, niño, tapicería, etc. Gracias a todos estos muestrarios conservados por todo el mundo podemos seguir el proceso de creación y de comercialización de los tejidos».
12. Secondo quanto è stato rilevato: «A un primo sguardo, il campionario di un fabbricante di stoffe si presenta grossomodo come un librone, popolato da ritagli di stoffa e indicazioni scritte su carta, che testimoniano l'offerta dei manufatti di una ditta ai suoi probabili clienti. Andando



- avanti nell'indagine, emerge manifestamente uno stretto connubio tra tecnica, percezione sociologica dei gusti e ricerca creativa. Risulta pertanto evidente il processo storico di sviluppo e utilizzo dei campionari di cui non sembra mutata la funzione, bensì il supporto e le metodologie operative [...]» (Ministero dei Beni e delle Attività Culturali e del Turismo, Direzione Generale per gli Archivi, *I campionari di tessuti, un viaggio nella storia dell'industria*, <<http://www.moda.san.beniculturali.it/wordpress/?percorsi=i-campionari-di-tessuti-un-viaggio-nella-storia-dell%E2%80%99industria>>).
13. Cfr. Ministero dei Beni e delle Attività Culturali e del Turismo, Direzione Generale per gli Archivi, *I campionari di tessuti, un viaggio nella storia dell'industria*, cit.
14. Cfr. Archivi Tessili del Biellese, *Campionari*, <<http://www.archivitecssili.biella.it/site/home/il-tessile-biellese-ieri-e-oggi/campionari.html>>; Ministero dei Beni e delle Attività Culturali e del Turismo, Direzione Generale per gli Archivi, *I campionari di tessuti, un viaggio nella storia dell'industria*, cit.; D. Craveia, *Campionari: una proposta per la classificazione*, cit.
15. Cfr. Cooper-Hewitt National Design Museum, *Behind the scenes of multiple choice: from sample to product*, New York, 2007-2008.
16. Cfr. Archivo General de Indias, *Quaderno de muestras de los géneros de Europa que tienen estimación en Quito y su provincia, conocidos con otros nombres de aquellos que sacan de las fábricas, con expresión del precio a que comunmente se venefician*, ES.41091.AGI/27.25//MP-TEJIDOS, 14, 1780, <[http://pares.mcu.es/ParesBusquedas/servlets/ControlServlet?accion=3&txt\\_id\\_desc\\_ud=25460&fromagenda=N](http://pares.mcu.es/ParesBusquedas/servlets/ControlServlet?accion=3&txt_id_desc_ud=25460&fromagenda=N)>. Come viene indicato in questa scheda dell'Archivio: «Este cuaderno es el "N.2" de los cuatro informes facilitados por el Administrador de Alcabalas de Quito al presidente de la Audiencia para que, en cumplimiento de Real Orden de 18 de octubre de 1779, éste informe a su vez sobre los frutos y mercancías de mayor consumo en ese distrito, con muestras de los géneros que considerase más convenientes (s.f. los otros tres informes son copias de 18 de septiembre de 1780, de otros tantos originales de 31 de agosto del mismo año). Estos cuatro informes y otros dos más correspondientes a Guayaquil, van anejos a carta n.º 215 de José García de León Pizarro, presidente de la Audiencia de Quito, a José de Gálvez, secretario de Indias, en cumplimiento de la Real Orden de 18 de octubre de 1779 que se cita (Quito, 18 de septiembre de 1780)».
17. Si trattava, infatti, di: «Paños de Castilla de primera y de los colores subidos [...] Paños de Castilla de primera de colores bajos [...] Cintería de felpa [...] Cintería bordada que comunmente llaman de moda [...] Cintería de flores y listas [...] Cintas labradas [...] Cintas de razos [...] Cintas llanas [...] Cintas de sauces [...] Cintas estampadas con relumbrón [...] Cintas listadas [...] Cintas de aguas [...] Cintas lisas de terciopelo [...] Velillos con plata y de colores [...] Velillos de colores [...] Velillos a listas y flores [...] Velillos de oro y plata [...] Velillos llanos estampados [...] Velillos llanos a flores [...] Velillos bordados y de realce [...] Chorreados de seda [...] Chorreados de colores vivos [...] Chorreados a flores [...] Textidos de seda [...] Prusianas [...] Terciopelos [...] Encajes [...] Velillos de seda llanos [...] Velillos a listas de colores [...] Rengos de hilo [...] Paños [...] Gasas finas» (Archivo General de Indias, *Quaderno de muestras de los géneros de Europa que tienen estimación en Quito y su provincia, conocidos con otros nombres de aquellos que sacan de las fábricas, con expresión del precio a que comunmente se venefician*, cit.).
18. Archivo General de Indias, *Cuaderno de muestras de los géneros de Europa*, <[http://www.españacultura.es/es/obras\\_de\\_excepcion/archivo\\_general\\_de\\_indias/cuaderno\\_de\\_muestras\\_de\\_los\\_generos\\_de\\_europa.html](http://www.españacultura.es/es/obras_de_excepcion/archivo_general_de_indias/cuaderno_de_muestras_de_los_generos_de_europa.html)>.
19. Cfr. Archivo General de Indias, *Géneros de Europa y Asia, Géneros del Asia*, ES.41091.AGI/27.25//MP-TEJIDOS, 17, 1788, <[http://pares.mcu.es/ParesBusquedas/servlets/ControlServlet?accion=3&txt\\_id\\_desc\\_ud=25464&fromagenda=N](http://pares.mcu.es/ParesBusquedas/servlets/ControlServlet?accion=3&txt_id_desc_ud=25464&fromagenda=N)>. In questa scheda dell'Archivio, relativa a «34 muestras de tejidos de Europa y Asia adheridas a dos pliegos», si indicava la natura degli esemplari di provenienza europea («Batista, Bocadoillo, "Olandines", Cotanza, Cotanza fina, "Olanes", Lienzo lila, Platillas reales, Cambrayón, otro Bocadoillo y Cotonia») e di quelli di provenienza asiatica («Cambayas, Cassas, Bafftas, Mamudis, otrata de Bafftas, Lienzo coco, Sana Behan, Amertis, otra de Sana Behan, Hunhums, Cotonia» e «Nansouques, Ferindan Satispour, Ferindan, Mulmus, Mulmus Satispour, Betillus, Janjebes, Adatis, Stinquerques, Dimiti, Sanaes, Buratos, Sirsakas o Sausines y Mahon o Nanquín»).
20. Cfr. Archivo General de Indias, *Cinco muestras de bayeta (de Colchester)*, ES.41091.AGI/27.25//MP-TEJIDOS, 25, 1735; *Once muestras de algunos de los géneros que se requieren para surtimiento de la Isla de Cuba, según el parecer de Diego Antonio Marrero y Juan José de Justis, encargados de la Compañía (Habana)*, ES.41091.AGI/27.25//MP-TEJIDOS, 16, 1752; *Tres muestras de paños teñidos en Madrid con los tintes procedentes de la pasta de cochinita silvestre embargada en Cádiz a Juan Bautista Garracín, ex corregidor de la Ciudad Real de Chiapa*, ES.41091.AGI/27.25//MP-TEJIDOS, 36, 1757; *Muestras de 8 paños y una seda*, ES.41091.AGI/27.25//MP-TEJIDOS, 1, 1765; *Cuatro muestras de paño, dos en azul y dos en encarnado*, ES.41091.AGI/27.25//MP-TEJIDOS, 24, 1772; *Quince muestras de géneros bastos de algodón y guimaras indígenas, remitidos por el gobernador de Filipinas en la fragata Astrea y Urca Santa Inés con destino al comercio africano*, ES.41091.AGI/27.25//MP-TEJIDOS, 34, 1778; *Seis muestras de tejidos*, ES.41091.AGI/27.25//MP-TEJIDOS, 26, 1779; *Una muestra de lienzo hecho con pita y dos muestras de hilo de pita, una de la especie "Totahí" y la otra de la especie "Oñaqués", que se cultivan en la provincia de Chiquitos*, ES.41091.AGI/27.25//MP-TEJIDOS, 31, 1779; *Muestras de lomas de Calatayud, Ferrol, Rusia y Holanda y de hilos de Calatayud para coser lonas y vitres*, ES.41091.AGI/27.25//MP-TEJIDOS, 27, 1780; *Muestra de tinte de seda con alazor de Caracas y de España en 8 cordoncillos de seda*, ES.41091.AGI/27.25//MP-TEJIDOS, 4, 1785; *Cuatro muestras de paños procedentes de Cádiz, dos de terciopelo y dos de pana, retenidos en la aduana de Lima por sospechas*, ES.41091.AGI/27.25//MP-TEJIDOS, 6, 1786; *Muestras de géneros de lana de que viste la Religión de Santo Domingo de la Diócesis de Caracas*, ES.41091.AGI/27.25//MP-TEJIDOS, 7, 1786; *Muestras de los géneros de lana que visten las Religiosas Carmelitas Descalzas del único convento que hai en la Ciudad y Diócesis de Caracas*, ES.41091.AGI/27.25//MP-TEJIDOS, 9, 1786; *Muestras de los géneros de lana que visten las Religiosas de la Ymmaculada Concepción del único convento que hay en esta Ciudad y Diócesis de Caracas*, ES.41091.AGI/27.25//MP-TEJIDOS, 10, 1786; *Muestras de los géneros de que viste la Religión de San Francisco de Caracas*, ES.41091.AGI/27.25//

- MP-TEJIDOS, 11, 1787; *Seis muestras de varias clases de bramantes crudos de Gante*, ES.41091.AGI/27.25//MP-TEJIDOS, 12, 1787; *Muestras de cintas de León de Francia, estampadas sobre blanco a fuego y prensa*, ES.41091.AGI/27.25//MP-TEJIDOS, 18, 1788; *Seis muestras de tejido de raso de diversos colores: salmón, crudo, negro, fucsia, rosa claro*, ES.41091.AGI/27.25//MP-TEJIDOS, 19, 1788; *Dos muestras o retazos de Bramante crudo*, ES.41091.AGI/27.25//MP-TEJIDOS, 20, 1788; *Dos muestras de tejido, una de rengue, y otra de "listados", en blanco y azul*, ES.41091.AGI/27.25//MP-TEJIDOS, 21, 1788; *Seis "Muestras de la fábrica de muñonetas" de Andrés Gracián (Málaga) para guarniciones de ropa blanca equivalente de los encajes de hilo*, ES.41091.AGI/27.25//MP-TEJIDOS, 32, 1790; *Muestras de Indianas y sedas*, ES.41091.AGI/27.25//MP-TEJIDOS, 15, 1793; *Muestras de Indianas y sedas*, ES.41091.AGI/27.25//MP-TEJIDOS, 15BIS, 1793; *Tres muestras de piezas de paño en color azul, marrón y negro*, ES.41091.AGI/27.25//MP-TEJIDOS, 22, 1795; <[http://pares.mcu.es/ParesBusquedas/servlets/Control\\_servlet?accion=2&txt\\_id\\_fondo=1931454](http://pares.mcu.es/ParesBusquedas/servlets/Control_servlet?accion=2&txt_id_fondo=1931454)>.
21. Cfr. Archivo General de Indias, *Pruebas de impresión de naipes fabricados en México, correspondientes a la contrata celebrada con Alonso Martínez de Orteguilla*, ES.41091.AGI/27.17//MP-MEXICO, 73, 1583; *Muestras de cuatro naipes: ocho de copas, nueve de copas, nueve de espadas y nueve de bastos*, ES.41091.AGI/27.14//MP-INGENIOS, 225, Anterior a 1629; *Seis muestras de naipes, cinco al parecer de la misma baraja y una de distinta*, ES.41091.AGI/27.14//MP-INGENIOS, 226, 1778; *Dos muestras de naipes del nueve de espadas*, ES.41091.AGI/27.14//MP-INGENIOS, 230, 1778; *40 muestras de naipes: Baraja fabricada en Manila por un real. Baraja completa*, ES.41091.AGI/27.14//MP-INGENIOS, 243, 1778; *40 muestras de naipes: Baraja fabricada en Manila por tres quartillos*, ES.41091.AGI/27.14//MP-INGENIOS, 244, 1778; *40 muestras de naipes: Baraja fabricada en Manila por medio real*, ES.41091.AGI/27.14//MP-INGENIOS, 245, 1778; *Ocho muestras de naipes*, ES.41091.AGI/27.14//MP-INGENIOS, 218, 1790; *Cuatro muestras de naipes de diferentes pintas: una del ocho de oros: dos del ocho de espadas y una del nueve de espadas*, ES.41091.AGI/27.14//MP-INGENIOS, 229, 1791; *Doce muestras de cuatro clases de naipes (tres naipes de cada clase), remitidos a La Habana. (Málaga)*, ES.41091.AGI/27.14//MP-INGENIOS, 221, 1795; <[http://pares.mcu.es/ParesBusquedas/servlets/Control\\_servlet?accion=2&txt\\_id\\_fondo=1931454](http://pares.mcu.es/ParesBusquedas/servlets/Control_servlet?accion=2&txt_id_fondo=1931454)>.
22. Cfr. Archivo General de Indias, *48 muestras de naipes: Baraja que viene de Europa y cuesta dos reales*, ES.41091.AGI/27.14//MP-INGENIOS, 246, 1778, <[http://pares.mcu.es/ParesBusquedas/servlets/Control\\_servlet?accion=3&txt\\_id\\_desc\\_ud=20590&fromagenda=N](http://pares.mcu.es/ParesBusquedas/servlets/Control_servlet?accion=3&txt_id_desc_ud=20590&fromagenda=N)>; *Cinco muestras de naipes de la Real Fábrica de Macharaviaya, de tres barajas distintas*, ES.41091.AGI/27.14//MP-INGENIOS, 212, 1777; *Pruebas de naipes de la Real Fábrica de Macharaviaya (Málaga). Baraja de 40 cartas en dos pliegos*, ES.41091.AGI/27.14//MP-INGENIOS, 199, 1781; *Pruebas de naipes de la Real Fábrica de Macharaviaya (Málaga). Baraja de 40 cartas*, ES.41091.AGI/27.14//MP-INGENIOS, 200, 1783; *Pruebas de naipes de la Real Fábrica de Macharaviaya (Málaga). Baraja de 40 cartas*, ES.41091.AGI/27.14//MP-INGENIOS, 201, 1785; *Pruebas de naipes de la Real Fábrica de Macharaviaya (Málaga). Baraja de 40 cartas*, ES.41091.AGI/27.14//MP-INGENIOS, 202, 1786; *Pruebas de naipes de la Real Fábrica de Macharaviaya (Málaga). Baraja de 40 cartas*, ES.41091.AGI/27.14//MP-INGENIOS, 203, 1787; *Pruebas de naipes fabricados por la Real Fábrica de Macharaviaya, para el tipo de "naipes finísimos" (Málaga). Baraja de 40 cartas*, ES.41091.AGI/27.14//MP-INGENIOS, 204, 1788; *Doce muestras de naipes de la Real Fábrica de Macharaviaya*, ES.41091.AGI/27.14//MP-INGENIOS, 214, 1788; *Veintidós muestras de naipes de la Real Fábrica de Macharaviaya*, ES.41091.AGI/27.14//MP-INGENIOS, 215, 1788; *Doce muestras de naipes de la Real Fábrica de Macharaviaya de los palos de oros y espadas*, ES.41091.AGI/27.14//MP-INGENIOS, 216, 1788; *Una muestra de naipes de la Real Fábrica de Macharaviaya*, ES.41091.AGI/27.14//MP-INGENIOS, 217, 1788; *Pruebas de naipes fabricados en la Real Fábrica de Macharaviaya para el tipo "finísimos" (Málaga). Baraja de 40 cartas*, ES.41091.AGI/27.14//MP-INGENIOS, 205, 1789; *Cuarenta y ocho muestras de naipes de la Real Fábrica de Macharaviaya*, ES.41091.AGI/27.14//MP-INGENIOS, 220, 1792; *Dos muestras de naipes de la Real Fábrica de Macharaviaya*, ES.41091.AGI/27.14//MP-INGENIOS, 222, 1794; *Pruebas de naipes fabricados por la Real Fábrica de Macharaviaya para el tipo "finísimos" (Málaga). Baraja de 40 cartas*, ES.41091.AGI/27.14//MP-INGENIOS, 206, 1798; *Cuatro muestras de naipes de la Real Fábrica de Macharaviaya*, ES.41091.AGI/27.14//MP-INGENIOS, 223, 1798; <[http://pares.mcu.es/ParesBusquedas/servlets/Control\\_servlet?accion=2&txt\\_id\\_fondo=1931454](http://pares.mcu.es/ParesBusquedas/servlets/Control_servlet?accion=2&txt_id_fondo=1931454)>.
23. Archivo General de Indias, *48 muestras de naipes de la Real Fábrica de Macharaviaya*, <[http://www.españoescultura.es/obras\\_de\\_excepcion/archivo\\_general\\_de\\_indias/48\\_muestras\\_de\\_naipes\\_de\\_la\\_real\\_fabrica\\_de\\_macharaviaya.html](http://www.españoescultura.es/obras_de_excepcion/archivo_general_de_indias/48_muestras_de_naipes_de_la_real_fabrica_de_macharaviaya.html)>.
24. *Ibidem*.
25. Cfr. Archivo General de Indias, *Muestra, al parecer, de oro extraído de las minas de la provincia de Guayana*, ES.41091.AGI/27.14//MP-INGENIOS, 44, 1735; *Muestras de "Sobras y pallones del grano de oro", procedentes de una mina del distrito de Santa Marta*, ES.41091.AGI/27.14//MP-INGENIOS, 293, 1758; *Muestra de plata de las minas descubiertas en la Sierra contigua el pan de azúcar y Maldonado*, ES.41091.AGI/27.14//MP-INGENIOS, 286, 1772; *Muestra, al parecer, de oro, de una mina descubierta en la provincia de Guayana, por D. Joseph Ananategui*, ES.41091.AGI/27.14//MP-INGENIOS, 167, 1790; *Muestra de plata de la mina de San Francisco Javier, que trabaja Don Joseph Luis Basanta en la provincia de Guayana*, ES.41091.AGI/27.14//MP-INGENIOS, 168, 1790; *Seis muestras de oro y siete de plata procedentes de las minas de Chacao de San Juan de los Morros, en el distrito de la Intendencia de Caracas*, ES.41091.AGI/27.14//MP-INGENIOS, 170, 1791; *Diez muestras de plata: procedentes de las minas, El Español, Chirica, San Paedro de Alcántara, Cerro de Caracoli, Cerro de Belen y veta de Aranzazu en la provincia de Guayana*, ES.41091.AGI/27.14//MP-INGENIOS, 169, 1791; *16 muestras, 10 metálicas y 6 piedras, remitidas [desde La Habana] como modelo de las que deben traerse [de Cádiz], en oro, plata y piedras blancas y de colores*, ES.41091.AGI/27.14//MP-INGENIOS, 175, 1795; *Muestra de tinte aplicado a 6 pedazos de tela de varios colores con alazaor de Caracas*, ES.41091.AGI/27.25//MP-TEJIDOS, 5, 1785; *Ocho muestras de esmaltes de diferentes colores y seis de canutillo dorado y plateado*, ES.41091.AGI/27.14//MP-INGENIOS, 47, 1787; *Muestras de los colores que da el tinte del Palo Brazilete*, ES.41091.AGI/27.14//MP-INGENIOS, 182, 1788; *Muestras de quina amarilla*, ES.41091.AGI/27.14//MP-INGENIOS, 177, 1789; *Muestras de canela beneficiada en Zamboanga por unos holandeses refugiados*,

- ES.41091.AGI/27.14//MP-INGENIOS, 179, 1781; *Muestras de canela de Filipinas*, ES.41091.AGI/27.14//MP-INGENIOS, 180, 1792; *Muestras de mineral de hierro procedente de Venezuela*, ES.41091.AGI/27.14//MP-INGENIOS, 143, 1732; *Muestras de bermellón o cinabrio*, ES.41091.AGI/27.14//MP-INGENIOS, 178, 1786; *Tres muestras en papel utilizados como modelo de tambores de hierro para trapiche de ingenio de azúcar*, ES.41091.AGI/27.14//MP-INGENIOS, 173, 1793.
26. Cfr. Archivo General de Simancas, *Colección Digital de Mapas, Planos y Dibujos del Archivo General de Simancas*, <[http://www.mcu.es/archivos/Novedades/novedades\\_PARE\\_S\\_Coleccion\\_Digital\\_Mapas.html](http://www.mcu.es/archivos/Novedades/novedades_PARE_S_Coleccion_Digital_Mapas.html)>.
27. Cfr. Archivo General de Simancas, *Mapas, Planos y Dibujos, Búsqueda: Muestra*, <[http://www.mcu.es/ccbae/es/consulta/resultados\\_busqueda\\_restringida.cmd?descrip\\_desbiblioteca=Archivo+General+de+Simancas&idOrigen=1001805&tipoResultados=&busq\\_desbiblioteca=Archivo+General+de+Simancas](http://www.mcu.es/ccbae/es/consulta/resultados_busqueda_restringida.cmd?descrip_desbiblioteca=Archivo+General+de+Simancas&idOrigen=1001805&tipoResultados=&busq_desbiblioteca=Archivo+General+de+Simancas)>; *Mapas, Planos y Dibujos, Búsqueda: Muestras*, <[http://www.mcu.es/ccbae/es/consulta/resultados\\_busqueda\\_restringida.cmd?descrip\\_desbiblioteca=Archivo+General+de+Simancas&idOrigen=1002000&tipoResultados=&busq\\_desbiblioteca=Archivo+General+de+Simancas](http://www.mcu.es/ccbae/es/consulta/resultados_busqueda_restringida.cmd?descrip_desbiblioteca=Archivo+General+de+Simancas&idOrigen=1002000&tipoResultados=&busq_desbiblioteca=Archivo+General+de+Simancas)>.
28. Cfr. Marqués de Valverde, *Catálogo de la exposición de lencería y encajes españoles del siglo XVI al XIX*, Madrid, Artes Gráficas Mateu, 1915, <<http://ddd.uab.cat/record/73834?ln=en>>.
- Nell'introduzione, si precisava che: «La Exposición que los Amigos del Arte hacen este año, y á cuyo catálogo añado estas notas, tiene por objeto el dar á conocer el mayor número posible de lienzos bordados y encajes españoles, sirviendo para enaltecer la industria artística de que nos ocupamos y tratando de que las lencerías y encajes expuestos sirvan de modelo á los que en el día se ocupan de estas industrias artísticas, conservando el gusto genuinamente español. Que los países orientales, cuna de nuestras industrias artísticas, hayan, con anterioridad al siglo XVI, tejido telas más ó menos finas y fabricado mallas más ó menos adornadas, es indiscutible; que al ocupar los árabes nuestra patria enseñaron estos procedimientos á los naturales del país, no nos ofrecen la menor duda; pero estos tejidos, más ó menos finos y ricos, no constituían lo que hoy conocemos por el arte de los encajes, y solamente desde los últimos años del siglo XV y primeros del XVI se cristaliza la industria del encaje propiamente dicha, adornando las ropas, trajes y muebles de las personas más pudientes, exportándose al extranjero con el nombre de puntos de España».
29. Marqués de Valverde, *Apuntes al Catálogo*, in *Catálogo de la exposición de lencería y encajes españoles del siglo XVI al XIX*, cit.
30. Ayuntamiento Constitucional de Barcelona, Museos Artísticos Municipales, *Catálogo de la Sección de tejidos, bordados y encajes del Museo de Arte Decorativo y Arqueológico*, Barcelona, Imprenta Sucesor F. Sánchez, 1906, <<http://ddd.uab.cat/record/60052?ln=en>>.
31. Cfr. A. Corbeto, *Especímenes tipográficos españoles. Catalogación y estudio de las muestras de letras impresas hasta el año 1833*, Madrid, Calambur, 2010. A questo proposito, è opportuno ricordare che vi sono diversi esemplari di opere riguardanti i campioni tipografici (cfr. *Muestra de lectura gorda. Fábrica de letra nueva cuyas matrices ha inventado en Barcelona Eudal Paradell...*, Barcelona, 1760?; *Muestra nueva de Letura Chica. Fábrica de Letra nueva, cuyas Matrices ha inventado en Barcelona Eudal Paradell...*, Barcelona, 1762; *Muestras de letras de Eudaldo Paradell maestro armero en Barcelona*, Barcelona, Imprenta de Francisco Surià, 1763; *Muestra de letras, que presenta la Compañía de Impressores, y Libreros de Madrid, para imprimir el rezo eclesiástico*, Madrid, 1764; A. Espinosa de Los Monteros y Abadía, *Muestras de los caracteres que se funden por direccion de D. Antonio Espinosa de Los Monteros y Abadía, academico de la Real de San Fernando, uno de sus primeros pensionados, en matrices hechas enteramente por el mismo, con punzones, que igualmente prosigue trabajando hasta concluir un surtido completo*, Madrid, 1770; *Muestra de los caracteres que se hallan en la Fábrica del Convento de S. Joseph Barcelona. Por el Ho F. Pablo de la Madre de Dios Religioso Carmelita Descalzo*, Barcelona, 1777; *Muestras de los nuevos punzones y matrices para la letra de imprenta executados por orden de S. M. y de su caudal destinado a la dotación de su Real Biblioteca*, Madrid, Joaquín Ibarra, 1787; *Muestras de los grados de letras y viñetas que se hallan en el obrador de fundición de la viuda é h?o de Pradell*, Madrid, Oficina de Benito Cano, 1793; *Muestras de los caractéres que tiene en su obrador Pedro Ifern, fundidor de esta corte*, Madrid, Imprenta de Fermin Thadeo Villalpando, 1795).
32. A. Quiney, *Una historia de la letra en España*, in "La Vanguardia", 23 marzo 2011, p. 10.
33. Cfr. A. Corbeto, *Especímenes tipográficos españoles. Catalogación y estudio de las muestras de letras impresas hasta el año 1833*, cit.; F. Bouza, *Letra de España. La nueva fábrica tipográfica de Pedro de Disses*, in "Hispania", LXV/3, n. 221, 2005, pp. 957-972.
34. Cfr. J. J. Sigüenza y Vera, *Mecanismo del arte de la imprenta para facilidad de los operarios que le exerzan*, Madrid, Imprenta de la Compañía, 1811.
35. M. Garone Gravier, *El comercio tipográfico matritense en México durante el siglo XVIII*, in "Secuencia", n. 88, 2014, *Resumen*, <<http://secuencia.mora.edu.mx/index.php/Secuencia/article/view/6023>>.
36. Come è indicato nel saggio: «Los cuatro especímenes tipográficos más importantes producidos en España a finales del siglo XVIII fueron la *Muestra de los Nuevos Punzones y Matrices para la Letra de Imprenta executados por Orden de S. M. y de su caudal destinado a la Dotación de su Real Biblioteca* (1787); el catálogo de *Caracteres de la Imprenta Real* (1788), los *Caracteres de la Imprenta Real en 1793* y, casi terminando el siglo, la *Muestra de los punzones y matrices que se funden en el Obrador de la Imprenta Real* (1799)» (M. Garone Gravier, *El comercio tipográfico matritense en México durante el siglo XVIII*, cit., pp. 19-20).
- Inoltre, nelle conclusioni dello stesso articolo (p. 29), si osserva che: «Las muestras de letra latinoamericanas en general y las mexicanas en particular son fuentes útiles para el estudio de la historia de la tipografía y la imprenta [...]. Estos documentos permiten analizar algunos de los aspectos estéticos y formales, económicos, tecnológicos e ideológicos de las imprentas que las produjeron; estudiar la evolución estilística en los tipos y viñetas presentados; analizar la disposición informativa y el diseño editorial de las piezas; reconocer el cambio en los procesos de producción de letras e imágenes e identificar, a través de los contenidos textuales, algunas filias y fobias políticas de los dueños de establecimientos, las devociones de los talleres, el ideario de los operarios involucrados o las lecturas usuales de los impresores en una época determinada». Infine, a proposito del campionario tipografico più antico dell'America Latina, la *Demostración de los tamaños de letra y adornos de una*

- nueva imprenta madrileña, la que dedica mi devoción a María Santísima en sus Dolores del 1782, nella stessa pagina si nota che: «En primer lugar la existencia de esta muestra permite saber que [...] los especímenes tipográficos se usaban como elementos de difusión y promoción comercial al público. En segundo lugar es posible asegurar que el material [...] provenía de la Imprenta Real Española, hecho que nos permite avanzar sobre las filiaciones estilísticas y económicas que en materia de imprenta, edición y tipografía había en ese momento entre España y México. En tercer lugar [...] podemos presentar el primer ejemplo del circuito de abastecimiento tipográfico completo entre la corona española y uno de sus dominios de ultramar, identificando no solamente los diversos miembros y actores implicados en la cadena comercial sino los tipos de letra y ornamentos, empleando las perspectivas de la bibliografía material, a partir de un análisis de tipografía comparada. Por último, y no menos importante, es necesario mencionar que la elaborada presentación visual y literaria de la muestra la convierte en una obra singular para el estudio de la cultura impresa americana».
37. Di Babbitt è stato sottolineato il carattere di antesignano del marketing e della pubblicità moderna, in particolare nella diffusione di campioni gratuiti: «Perhaps his true and certainly his most lasting genius was in marketing and advertising. He successfully used popular slogans and was the first to give tours of his manufacturing plants. One of his creations in this field, however, was never patented yet has likely been the one with reverberations that continue to this day – the free sample» (InterVarsity Press, *The legacy of Benjamin Babbitt*, 30 marzo 2009, <[http://andyunedited.ivpress.com/2009/03/legacy\\_of\\_benjamin\\_babbitt.php](http://andyunedited.ivpress.com/2009/03/legacy_of_benjamin_babbitt.php)>).
38. Cfr. A. Lepore, *Mercado y empresa en Europa. La empresa González de la Sierra en el comercio gaditano entre los siglos XVIII y XIX*, cit.; Id., *Inserción y dinámicas del sistema hispanoamericano en el circuito del comercio atlántico*, in AA.VV., *Entre Mediterráneo y Atlántico. Circulaciones, conexiones y miradas, 1756-1867*, a cura di A. De Francesco, L. Mascilli Migliorini, R. Nocera, Santiago, Fondo de Cultura Económica Chile S.A., 2014, pp. 519-544.
39. Anche se il primo servizio di vendita per corrispondenza è stato introdotto in Galles, nel 1861, a opera di Sir Pryce Pryce-Jones.
40. Cfr. S. Strasser, *Satisfaction guaranteed: the making of the American mass market*, New York, Pantheon Books, 1989.
41. C. Anderson, *The long tail: why the future of business is selling less of more*, New York, Hyperion, 2008, p. 47.
42. *Ibidem*. A questo riguardo, Anderson (p. 91) osserva che: «With the pure digital model, each product is simply a database entry, costing effectively nothing. The distribution costs are simply broadband megabytes, bought in bulk at fast-dropping costs incurred only when the product is ordered. What's more, pure digital retailers can choose between selling goods as stand-alone products [...] or as a service».
43. Cfr. C. Anderson, *The long tail: why the future of business is selling less of more*, cit.; C. Anderson, *Makers: the new industrial revolution*, New York, Crown Business, 2012.
44. Cfr. A. Lepore, *Lineamenti di Storia del Marketing*, in AA.VV., *Nuovi percorsi della Storia economica*, a cura di M. Taccolini, Milano, Vita e Pensiero, 2009, pp. 215-271.
45. Cfr. E. J. McCarthy, *Basic marketing, a managerial approach*, Homewood (IL), R.D. Irwin, 1960; N. H. Borden, *The concept of the marketing mix*, in AA.VV., *Science in marketing*, a cura di G. Schwartz, New York, John Wiley, 1964, pp. 7-12; P. Kotler, *Megamarketing*, in "Harvard Business Review", March-April, 1986, pp. 117-124.
46. Cfr. R. F. Lauterborn, *New marketing litany: four P's passé; C-words take over*, in "Advertising age", vol. 61, n. 41, 1990, p. 26; D. E. Schultz, S. I. Tannenbaum, R. F. Lauterborn, *Integrated Marketing Communications: pulling it together and making it work*, Lincolnwood (IL), NTC Business Books, 1993; C. Grönroos, *From marketing mix to relationship marketing: towards a paradigm shift in marketing*, in "Management Decision", vol. 32, n. 2, 1994, pp. 4-20; Josai University, Shimizu Kochi Lab "Advertising Strategies", *Professor Koichi Shimizu's 7Cs Compass Model*, <[http://www.josai.ac.jp/~shimizu/essence/Professor %20Koichi%20Shimizu%27s%207Cs%20Compass%20Model.html](http://www.josai.ac.jp/~shimizu/essence/Professor%20Koichi%20Shimizu%27s%207Cs%20Compass%20Model.html)>.
47. Cfr. M. E. Porter, *The competitive advantage: creating and sustaining superior performance*, New York, Free Press, 1985.
48. M. D. García Sánchez, *Marketing multinivel*, Madrid, ESIC Editorial, 2004, p. 17.
49. W. Kula, *Problemi e metodi di storia economica*, Milano, Cisalpino-Goliardica, 1972, p. 607 e p. 609; ed. orig. *Problemy i metody historii gospodarczej*, Warszawa, 1963.

# Roma, Batavia, España y la VOC: expresión de independencia y orgullo mercantil en el arte barroco holandés

Alexander Evers

Loyola University Chicago, John Felice Rome Center

## Introduction

Images play an important part in the creation of identity. Historical events, places, and characters are frequently and repeatedly used, and abused, in order to give shape and voice to contemporary sentiments, ideologies, entities, and realities. Political, economic, social, cultural, and religious changes are usually the driving forces behind such constructs – as was arguably the case in the wake of the Eighty Years War between Spain and the Seven United Provinces of The Netherlands. During this period of conflict and ongoing clashes, the Low Countries had nevertheless managed to attain a high degree of economic expansion, probably feeding their hunger for independence even more. By the time of the Peace of Münster (15 May 1648), the Dutch Republic had established a mercantile empire that covered considerable parts of the world, and which guaranteed an enormous and continuous flow of wealth into the new nation. This newly gained independence, in combination with the economic build-up, had important cultural consequences. Victory over the mighty Spanish Empire and the prosperity of the Provinces must have helped considerably in shaping a new ‘national’ identity, finding various channels of expression, such as architecture and the arts. The ‘new mood’ found models and parallels in both past and present, in myth and in history – in the historicising of myth and in the mythicising of history.

The so-called ‘Batavian Revolt’ is a particularly good case in point. It became a rather popular, and powerful, role model for the young Dutch Republic, emerging from the long struggle against the Spanish foe – certainly also aided by a renewed interest in the Roman historian Tacitus (ca. 56–120 AD), and the invention and diffusion of the printing press. Tacitus reintroduced the Batavians to the ‘modern world’, for example in his *Germania*:

The most conspicuously brave of all the German tribes in Gaul, the Batavi, hold little of the river-bank, but do hold the Rhine Island. They were once a section of the Chatti, and on the occasion of a civil war they migrated to their present home – destined there to become a part of the Roman Empire. But they still retain an honourable privilege in token of their ancient alliance with us. They are not subjected to the indignity of tribute or ground down by the tax-gatherer. Free from imposts and special levies, and reserved for employment in battle, they are like weapons and armour – ‘only to be used in war’ (Tacitus, *Germania* 29)<sup>1</sup>.

## Iulius Civilis and the ‘Batavian Revolt’

In the year 69 AD a revolt broke out in the northern parts of the Empire – the Roman Empire! It was the year of the four emperors. The infamous Emperor Nero had committed suicide the previous year, in 68, which had led to the inevitable chaos<sup>2</sup>. With the death of Nero, the House of the Julio-Claudians had come to an end – his succession had to be fought over by the Senate and with the sword. The first one to have a go at imperial rule was Galba – a senatorial aristocrat, an old man, feeble and frail, but also, and most of all, stingy and cheap to the bone, he soon lost all the support, even that of his own troops. Otho was next – an old friend of Nero’s, and hence enjoying some popularity. Soon, though, it became more than apparent that he was not exactly the most fortunate choice either. After a few months he had to make way for Vitellius, who had commanded the Rhine armies and had been moved to the fore by his troops – still no winner, despite the fact that he initially seemed to be heading straight for the pot of gold at the end of the rainbow<sup>3</sup>. His attempts to get onto and stay on the emperor’s throne were soon to be challenged by number four on the stage of civil war. In the East, Titus Flavius Vespasianus had jumped into the proverbial ring. Fighting against the Jewish rebels in

the province of Judea, he left the command to his son, Titus junior, got support in Syria and in Egypt, won over a fair number of legions stationed along the river Danube, and finally managed to decide all matters in his favour in Italy and Rome<sup>4</sup>.

In this whole flying circus things began to boil in many parts of the Empire – in the North, along the river Rhine, the tribe of the Batavians felt they could benefit from all this unrest and instability. A man, who for a very long time had served the Roman cause in the imperial military, Julius Civilis, now saw a window of opportunity to take matters into his own hands<sup>5</sup>. Tacitus describes him as a Batavian nobleman, a royal even, rich in experience (and in years?), and heroically missing one eye through battle (like so many other great generals) – Batavian by birth, perhaps, but with a name like that... He was a Roman! This is an important aspect of the ‘myth’ of the ‘Batavian Revolt’ – how Batavian were the Batavians? By the time of the year of the four emperors, by the time of the revolt, they had been living within the borders of the Roman Empire for over a hundred years. They had been Romans for over a hundred years – serving the *Res Publica*, serving the Empire, as extremely courageous, ferocious soldiers fighting in the auxiliary units of the Roman army<sup>6</sup>. Probably already during the reign of the first emperor, Augustus (27 BC–14 AD), but in any case under his successors Tiberius (14–38 AD), Gaius (38–41 AD), Claudius (41–54 AD), and Nero (54–68 AD), Batavians were part of the imperial bodyguard<sup>7</sup>. During the reign of Nero, Julius Civilis’ career came to a halt. Together with his brother, Julius Paulus, he was accused of rebellion by the commander of the Roman army in Lower-Germany, Fonteius Capito – not rightly so, according to Tacitus. Julius Paulus was executed, Julius Civilis was sent off to Rome – nobody knows why. Not because he was a citizen, for so was his brother – and citizenship had never stopped the Romans from killing someone: not before, nor after! Their family name indicates that they had been granted citizenship by an emperor from the Julian dynasty: Augustus, Tiberius, or Gaius. *Civilis* means as much as ‘a citizen befitting’. Anyway: Julius Civilis was sent to Rome, to the imperial court of Nero. By the time he got there, Nero had committed suicide. That may actually very well have been his luck – Nero’s immediate successor, Galba, showed him clemency and granted him amnesty, and let Julius Civilis return to his *patria*. Back North, however, he almost immediately got into trouble, under Vitellius – becoming the prime suspect of the murder of Fonteius Capito, the one who had accused him and his brother of rebellion. Capito’s

soldiers demanded Civilis’ immediate arrest and execution.

At this point, Julius Civilis came into action. For the Batavians had always lived under good conditions and in a most harmonious relationship with the Romans. In exchange for their voluntary enrollment into the Roman army they had never had to pay any taxes. Now, this all seemed to have changed:

Civilis invited the [local] nobles and the most enterprising commoners to a sacred grove, ostensibly for a banquet. When he saw that darkness and merriment had inflamed their hearts, he addressed them. Starting with a reference to the glory and renown of their nation, he went on to catalogue the wrongs, the depredations and all the other woes of slavery. The alliance [with Rome], he said, was no longer observed on the old terms: they were treated as chattels. How long would they have to wait for the arrival of the governor, who, despite his burdensome and overbearing suite, did exercise real control? The Batavians were at the mercy of prefects and centurions who, when glutted with spoil and blood, were replaced by others looking for fresh pockets to pick and new labels for plunder. They were faced with a levy which parted children from parents and brothers from brothers, apparently forever. The Roman state had never been in such low water. The permanent legionary camps contained nothing but loot and old men past service. They had only to lift up their eyes. They should have no fear of the legions: these were merely names without substance. The Batavians, on the other hand, could rely on a strong body of infantry and cavalry, kinship with the Germans and identity of purpose with the Gallic provinces. Even the Romans would welcome such a war, in which a doubtful issue would at any rate secure the rebels credit with [Emperor] Vespasian, and an outright victory call for no apology (Tacitus, *Histories* 4.14)<sup>8</sup>.

The pretender to the imperial throne, Vitellius, recruited Batavian auxiliaries with the use of force, threatening to kill women and children, even calling upon the elderly and sick, demanding large sums of money to release them again of their duties, and enslaving young children to serve the soldiers in every way imaginable. The Batavians were no longer regarded and treated as allies, but faced utter humiliation by the Roman authorities and military, and so began to resist. A leader was easily found. Timing was everything – due to the chaos caused by the four emperors, Rome was weakened. The Batavians felt confident, and were stronger than ever before. And so it began: some minor attacks along the Rhine frontier, in what are now The Netherlands, soon expanding into a series of military campaigns, spreading further up the river, against cities such as Vetera (modern-day Xanten), Bonn, and Trier, some very successful, victorious and glorious, others less so. The Romans, in their

turn, strangely enough did not seem to be able to turn any advantage at any given point into a riveting triumph. Eventually, it came to a peace treaty between Julius Civilis and the Roman general Quintus Petilius Cerialis, with most probably a restoration of the old order as a result – neither a vehement victory, nor a devastating defeat for the Batavians, but things could have ended a lot worse<sup>9</sup>.

The *Histories* of Tacitus have unfortunately never been transmitted completely, and therefore it is impossible to conclude precisely what happened. It can somehow be deduced, from a series of comments that Tacitus made in some of his other works – the *Germania*, and in *De Agricola* – and from later evidence, when we find them returned to their previous role of providing military support to the Empire<sup>10</sup>.

### The East India Company – the VOC

In the year 1568 AD a revolt broke out in the northern parts of the Empire – the Spanish Empire! The region that used to be inhabited by the Batavians, as well as the areas to the North of the river Rhine, had been part of the Holy Roman Empire for quite some time. All had been relatively well, peaceful and prosperous, at least until the reign of ‘Carlos Quinto’. After his death he was succeeded by his son, Philip II, and things took a

Christianity – most people in most areas had become of the protestant faith in the first half of the century, particularly that of the Calvinist brand. Under Emperor Charles V the situation had not been as dramatic yet. With the reign of Philip, however, it all became a different cup of tea: he very much favoured the harsh approach of solving the problem – trying to get everyone back in line with the Mother Church, as well as with the Empire. The war between Spain and the Seven United Provinces of The Netherlands, which had started in 1568, was to last for 80 years, until a peace agreement was reached in 1648.

Before all trouble started, the Northern Netherlands had seen a steady increase in seaborne trade, between the Baltic and Western Europe. A characteristic feature was known as the ‘rederij’ – a type of enterprise, which was highly flexible and co-operative in nature, bringing together a group of people that would invest in a ship – either buying and owning it, sometimes even building the vessel, or chartering one – and its cargo. For a longtime, well into the latter part of the seventeenth century, captains and skippers usually were partners as far as ownership was concerned, and therefore had significant interests in the sale of the cargo on board of their vessel. This practice, of course, led to vast investments in the shipping industry, with a wide



Anonymous, *The Noord Nieuwland in Table Bay* (1762)

turn for the worse. The Low Countries by the sea, the Netherlands, at least considerable parts of the seven provinces of the North, had in the course of the few decades before subjected themselves to religious change: they had followed their lords of the land into another approach to the God of

diffusion of ownership as one of the principal consequences, which in turn meant a high level of integration of the mercantile and maritime communities. This in its turn caused a growing prosperity, with both the economic and the political power tending to gravitate into the hands of the

members of the merchant class, especially the wealthier ones. At an earlier stage, they had already seized the control of the municipal councils, and now they would make absolutely sure that their economic interests were politically secured. The growing autonomy of the towns and cities, particularly in the provinces of Holland and

the last decade of the sixteenth century. New markets were seized and retained in the Mediterranean, after five consecutive years of bad harvests in southern Europe (1586–1590). Also, seaborne trade expanded even more, as the Dutch evolved their modes of transportation: they developed a new type of cargo-ship, the ‘fluit/flute

Map of all the regions of the East, in which the VOC exerted its authority



Zeeland, was an important element amongst the principal causes of the Eighty Years War, beside the religious Reformation. Paradoxically enough, or perhaps not, this war went hand in hand with a steady increase in Dutch overseas trade, particularly during the 1590s. The urban elites – the so-called regent class, which practically delivered the majority of town councilors throughout the provinces – gained greater economic and political power<sup>11</sup>.

During the years of the war, the Netherlands had seen a steady flux of people from the South to the North – as a result of the policy of the Spanish, after having recaptured cities in the southern provinces, to allow those of the Protestant faith to migrate north. They included many of the wealthiest and most enterprising refugees. Many Dutch towns benefited from this increase in both financial and human resources, in both capital and labour. The effects were perhaps most noticeable, however, in the city of Amsterdam. Both Flemish and Walloon merchants and entrepreneurs from the South, who had sought and found refuge in the North, brought their pre-existing and extensive networks of trade and connections with them. As a result, the Dutch carrying-trade reached unprecedented heights of volume, expansion, and prosperity, particularly in

or fly-boat, which was a smaller, more efficient vessel, and cheaper to build, in larger numbers... Typical Dutch!<sup>12</sup>.

Various elements contributed to the extension of Dutch maritime enterprise to more distant regions, well beyond the Mediterranean and the Levant. The southern provinces, and particularly the city and port of Antwerp, had declined, whereas Amsterdam had witnessed a phenomenal growth. Wealthy entrepreneurs and skilled labourers had migrated to the North, which led directly to an increase of industrial production, as well as the need for new markets. The Spanish Crown, and from 1580 also the king of Portugal, had imposed confiscatory embargoes on shipping from the northern Netherlands in Iberian harbours – and hence the Dutch went looking elsewhere, overseas, often aided and guided by Flemish and Walloon merchants. It is the least surprising that, because of the expanding trade during the last decade of the sixteenth century in both the Mediterranean and the Levant, as well as in the South Atlantic, the Dutch simultaneously tried to extend their commercial activities to the region of the Indian Ocean. Trading companies, with the East Indies as their destination, sprung up like mushrooms. Initially, pioneer enterprises were competing. Soon, though,



Johan van Oldenbarnevelt, a leading Dutch statesman, helped by Prince Maurits of Orange, accomplished the fusion of those competing companies into one monopolistic corporation: the *Vereenigde Oost-Indische Compagnie*, the *VOC*, was founded on the 20<sup>th</sup> of March of the year 1602<sup>13</sup>.

The foundation of the *VOC* in the Seven United Provinces of The Netherlands, happened at the height of the Eighty Years War against the Spanish Empire. It brought about enormous changes – political, social, economic, and cultural. Effectively being one of the world's first multinationals, with individual shareholders, as well as entire cities and even provinces subscribing to it as members, and with a starting capital of nearly 6,5 million florins, or 'guldens' (an astronomic amount at the time). In terms of organisation, this new, chartered corporation consisted of six regional boards or chambers ('Kamers'), which were established in the cities of Amsterdam, Middelburg, Delft, Rotterdam, Hoorn, and Enkhuizen, with a central governing body of seventeen directors, the *Heeren XVII*. After a difficult start, as expenses were roaring, and dividend was small, it soon caused an enormous and steady influx of wealth into the young country. Both individual people and cities grew prosperous – rapidly! Under its charter, awarded by the so-called States-General (*Staten-Generaal*) of the Dutch Republic, the *VOC* organised and monopolised mainly the spice-trade with the Far East. The government of the Seven United Provinces, however, also authorised the *Heeren XVII* to wage war (primarily against Spain!), and to conquer, occupy, and colonise new lands, whenever and wherever deemed necessary<sup>14</sup>. The *VOC* was a war machine, effectively a state within a state, which

contributed in no small measure to bring about the 'Golden Age' of The Netherlands – but not necessarily in a good, clean way!

Peace, pecunia, power, patriotism...  
And a painting

The continuous flow of wealth contributed to a tremendous sense of 'pride and prejudice' – and independence. This almost automatically called for the creation of some sort of 'national' identity, which both soon and readily found an expression in architecture, the visual arts, literature, poetry, music, in short: high culture! The *VOC* – as an organisation as a whole, as well as in its regional chambers – soon became a wealthy and powerful patron: politically, socially, economically, and culturally. Urbanisation – the organisational, structural, physical, and esthetic development of urban space and institutions – led to a growth of towns and cities: better organised, better structured, better built, and better-looking. Almost immediately following the end of the Eighty Years War with Spain, and through the ready availability of enormous amounts of *pecunia* (both *publica* and *privata*) as a result of the organised trade with the various parts of the world, including the Far East, the city of Amsterdam decided to build a new town hall – the Dam Palace<sup>15</sup>.

The first stone of the new building was laid towards the end of October 1648 – after the Peace of Münster was signed on 15 May, and ratified by the States-General of the Seven United Provinces of The Netherlands in June of that year. Surely, the construction of the town hall can be seen as a clear and proud expression of the newly gained independence of the young 'nation' from the Spanish Empire. At the same time, building it was



Gerrit Adriaenszoon Berckheyde, *Stadhuis op de Dam te Amsterdam* (1673)

made possible for quite a considerable part by the enormous influx of wealth into the country as a whole, into the semi-autonomous provinces, and into the towns and cities – for quite a considerable part by the enterprises of the *VOC*.

The new town hall of Amsterdam had been designed by Jacob van Campen. It was inaugurated in 1655, despite the fact that it had not yet been fully completed. At this point, the interior design was largely missing – although ideas seem to have had already been developed about its decorative schemes. A dedicatory poem from 1655 by one of the greatest Dutch poets ever, Joost van den Vondel, clearly indicates that the ‘Batavian Revolt’ of Julius Civilis was going to be a principal theme for the interior:

Men ziet'er Burgerhart,  
 Het hoofd der Batavieren,  
 Bestrijden d'adelaers,  
 En Cezar's krijgsbanieren  
 Tot voorstant van zijn recht,  
 Met opgeheven kling<sup>16</sup>.

It surely was no coincidence that Julius Civilis took centre stage. Already in the 16<sup>th</sup> century, with Desiderius Erasmus of Rotterdam, the attention for Tacitus – and in particular the ‘Batavian Revolt’ – had been awoken. During the Eighty Years War parallels were drawn, and the comparison soon became rather popular: the Batavians, fighting against the mighty Roman Empire, were like the Dutch, freeing themselves from their Spanish yoke. A ‘Batavian revival’ had already been pending for quite a while – now it was about to find its expression in a programmatic project following Dutch independence from the Spanish Empire<sup>17</sup>. Cornelis de Graeff, the mayor of Amsterdam at the time, seems to have had a rather considerable influence on the whole process of determining the

right theme for this undertaking. It was not until 1659, however, that things and people finally started to move on this enterprise. In August of that year, Amsterdam expected a formal visit of the widow of the former *Stadhouder* (governor) Frederik Hendrik to the city, as well as that of Prince Johan Maurits of Nassau, nicknamed ‘the Brazilian’. With these two prominent guests in mind, Govaert Flinck, one of Rembrandt van Rijn’s pupils, was commissioned to produce four paintings – within a larger series on the ‘Batavian Revolt’. Flinck set out to work, and rapidly produced his commissions, which turned out to be a great success. As a result, he was asked to deliver another eight paintings, twelve in total – two per year, 1000 ‘guldens’ per piece<sup>18</sup>. But: Flinck died on 2 February 1660, and so the question arose: who would be commissioned next? Several painters were approached, such as Jan Lievens from Leiden, and Jacob Jordaens from Antwerp. Eventually, or rather: finally, the task was allocated to no one less than the great master, Rembrandt van Rijn, himself.

One of Rembrandt’s original sketches, a rough draft of the whole, which was penciled on the back of an invitation to the funeral of Rebecca de Vos, on 25 October 1661, provides us with a *terminus post quem*<sup>19</sup>. In his book on the city of Amsterdam from 1662, most likely our *terminus ante quem*, Melchior Fokkens refers to four paintings – undoubtedly the ones by Flinck – and one more: possibly the one by Rembrandt?<sup>20</sup>. This seems to indicate that at some point Rembrandt’s work must actually have hung inside the town hall. It is by far the most famous painting on Julius Civilis and the ‘Batavian Revolt’. But, a centerpiece of a greater design, it is no longer where it had been intended. On 28 August 1662, Rembrandt was initially asked to repaint it all. He had not yet been paid for his work – perhaps someone was hoping that, by withholding his payment, he would redo his painting as soon and as quickly as possible. Or: did the authorities of the city of Amsterdam simply refuse to pay him? Did Rembrandt refuse to repaint? In any case: the conflict between the Amsterdam authorities and Rembrandt raised to even greater heights, and either in late 1662 or early 1663 Rembrandt’s painting of the revolt of Julius Civilis was removed from the town hall<sup>21</sup>.

Replacing Rembrandt, Jurriaen Ovens was asked, in September 1662, to finish the work that had been begun by Govaert Flinck. On 2 January 1663 he received only 48 ‘guldens’ for it. When looking at Ovens’ work, still in the Dam Palace of Amsterdam today, it is difficult to believe that this would have been done for artistic reasons – that Ovens would have been regarded as superior to Rembrandt. This, however, may very well have been part of the explanation – Rembrandt’s work

Rembrandt van Rijn,  
 Self-portrait (1640)



was superior, to that of all the others. As an artist he was misunderstood by many of his contemporaries; he was regarded as too modern, too realistic, diverting from the accepted standards of the classical style of historical and historicising paintings. Rembrandt had also chosen to depict Julius Civilis in exactly the way in which Tacitus had described him, which probably went directly against the tastes of the time – with the missing eye. Here we see not the strong, heroic figure, fighting his way

centuries of the ‘Golden Age’ of The Netherlands, and particularly the appetite for the myth of the ‘Batavian Revolt’ in the Baroque, perhaps also demonstrates another phenomenon: the use and abuse of history. Town councilors, mayors, and regents alike decided on a tale from a distant past as a model for recent and current events – and got it wrong. Julius Civilis was foremost a Roman citizen, not a barbarian. He had made a rather remarkable career in the Roman army, and had



Rembrandt van Rijn,  
*The Conspiracy of Julius Civilis* (1661-1662)

to victory and freedom, but an elderly man, wounded in previous battles, even frail and vulnerable perhaps – not the way in which an average town councilor or mayor, or indeed: one of the *Heeren XVII*, would have wanted to mirror himself.

Art, of course, is a more than common way to express a wide range of sentiments, and thus used as a powerful instrument of propaganda – ‘*arte para arte*’ is only rarely found. The enormous boost of culture in The Netherlands in the sixteenth and seventeenth centuries undoubtedly was the result of the enormous economic expansion and the rise of the new, independent state. The *VOC*, its various provincial chambers, and the mercantile class of regents in the towns and cities of the Seven United Provinces all acquired tremendous economic and political power, which was more than happily translated into art and architecture. All these institutions and citizens of power and might – and of wealth – commissioned works of art, and just as easily de-commissioned them. Even the work of a great master, such as Rembrandt, could be disliked, misunderstood, misinterpreted, repainted, and even removed.

The popularity of Tacitus and a renewed interest in publishing his works during these

probably joined a civil war in order to support his favourite candidate for the imperial throne during the year of the four emperors. In the end, Julius Civilis did not really win anything – he and his Roman counterpart, Flavius Cerialis, came to a settlement, and simply restored an old, pre-existing order, after the power struggle for the imperial throne had been decided.

The mercantile regents and the ruling classes of the Seven United Provinces of the Netherlands twisted the story, abusing history, in order to make themselves look good. With an undeniable touch of arrogance and with a strong sense of pride, independence and identity needed to find an expression in a grand, new town hall. A series of glorifying and idealising paintings was commissioned for the interior, depicting a myth of a strong, invincible, truly Dutch, Batavian hero – and the powers-that-be simply did not appreciate the one produced by one of the greatest (if not *the* greatest) of all Dutch masters, Rembrandt van Rijn. Perhaps because it came too close to a history, written by the Roman historian Tacitus, which did not fit their newly created self-image of the ruling class of a new, independent nation that had just defeated a mighty empire...?!

01. Tacitus, *Germania*. Ed. and transl. by M. Hutton and W. Peterson. Revised by R. M. Ogilvie, E. H. Warmington, and M. Winterbottom. Loeb Classical Library, vol 35 (Harvard, 1914).
02. On Emperor Nero, see for example the authoritative survey by M. T. Griffin, *Nero* (London, 1987); also J. Malitz, *Nero* (Oxford, 2005); and E. Champlin, *Nero* (Cambridge, Mass., 2005). For a clear chronology, see D. Kienast, *Römische Kaisertabelle. Grundzüge einer römischen Kaiserchronologie* (Darmstadt, 1990), pp. 96-101.
03. A comprehensive narrative history of the four emperors, as well as insights into the military situation, is provided by G. Morgan, *69 AD. The Year of the Four Emperors* (Oxford, 2007); see also K. Wellesley, *The Year of the Four Emperors* (3<sup>rd</sup> edition; London, 2000). See Kienast, *Römische Kaisertabelle*, pp. 102-107.
04. On Emperor Vespasian, see the paramount biography by B. Levick, *Vespasian* (2<sup>nd</sup> edition; London, 2015). See Kienast, *Römische Kaisertabelle*, pp. 108-110.
05. Julius Civilis is sometimes erroneously called 'Claudius Civilis', due to a mistake in the manuscript tradition, in the *Codex Laurentianus* 68.2. See the analysis by H. C. Teitler, *De opstand der Batavieren. Verloren Verleden 1* (Hilversum, 1998), p. 19.
06. See, for example, K. Strobel, 'Anmerkungen zur Geschichte der Batavikohorten in der hohen Kaiserzeit', in *Zeitschrift für Papyrologie und Epigraphik* 7 (1987), pp. 271-92.
07. See Teitler, *Opstand der Batavieren*, pp. 41-43.
08. Tacitus, *Histories*. Ed. and transl. by C. H. Moore and J. Jackson. Loeb Classical Library, vol. 249 (Harvard, 1931). See also G. Chilver and G.B. Townend, *A Historical Commentary on Tacitus' Histories IV and V* (Oxford, 1985).
09. J. A. van Rossum, 'Julius Civilis en het Germaanse gevaar', in *Lampas* 25 (1992), pp. 184-97; O. Schmitt, 'Anmerkungen zum Bataveraufstand', in *Bonner Jahrbücher* 193 (1993), pp. 141-60; P. G. van Soesbergen, 'The phases of the Batavian Revolt', in *Helinium* 11 (1974), pp. 238-56; H. C. Teitler, 'Julius Civilis en de vaderlandse vrijheid', in *Hermeneus* 62 (1990), pp. 255-60; idem, *Opstand der Batavieren*, pp. 17-41; R. Urban, *Der "Bataveraufstand" und die Erhebung des Iulius Classicus* (Trier, 1985); W. Will, 'Römische "Klientel-Randstaaten" am Rhein? Eine Bestandsaufnahme', in *Bonner Jahrbücher* 187 (1987), pp. 1-61; W.J.H. Willems, *Romans and Batavians. A Regional Study in the Dutch Eastern River Area* (Amsterdam, 1986).
10. See, for example, Peter A. Brunt, 'Tacitus on the Batavian Revolt', in *Latomus* 19 (1960), pp. 494-517 = Peter A. Brunt, *Roman Imperial Themes* (Oxford, 1990), pp. 33-52, pp. 481-87. On Tacitus and his reliability as a historical source, see also G. Walsler, *Rom, das Reich, und die fremden Völker in der Geschichtsschreibung der frühen Kaiserzeit. Studien zur Glaubwürdigkeit des Tacitus* (Basel, 1951).
11. C. R. Boxer, *The Dutch Seaborne Empire, 1600-1800* (2<sup>nd</sup> edition; London, 1990), pp. 6-7.
12. Boxer, *Dutch Seaborne Empire*, pp. 20-22.
13. On the VOC, its foundation and its growth, as well its role in a wave of globalisation, see C. Antunes and J. J. L. Gommans, *Exploring the Dutch Empire. Agents, Networks and Institutions, 1600-2000* (London, 2015); also K. Ward, *Networks of Empire. Forced Migration in the Dutch East India Company* (Cambridge, 2008). On the influence of the VOC on numerous aspects within society, see L. J. Blussé and I. Ooms (eds.), *Kennis en Compagnie: de Verenigde Oost-Indische Compagnie en de Moderne Wetenschap* (Amsterdam, 2002); and H. J. Cook, *Matters of Exchange: Commerce, Medicine and Science in the Dutch Golden Age* (New Haven, 2007). On charting the Dutch seaborne empire, see G. Schilder and H. Kok, *Sailing for the East. History and Catalogue of Manuscript Charts on Vellum of the Dutch East India Company (VOC), 1602-1799* (Houten, 2010); see also J. J. L. Gommans et al. (eds.), *Comprehensive Atlas of the Dutch United East India Company*, 7 vols. (Voorburg, 2006-2010). On Dutch expansion in other parts of the world, see for example B. Schmidt, *Innocence Abroad: the Dutch Imagination and the New World, 1570-1670* (Cambridge, 2001).
14. Boxer, *Dutch Seaborne Empire*, pp. 23-26.
15. See, for example, K. Fremantle, *The Baroque Town Hall of Amsterdam* (Utrecht, 1959).
16. J. van den Vondel, 'Inwydinge van 't Stadhuis t'Amsterdam', in J. F. M. Sterck, et al. (eds.), *De werken van Vondel*, vol 5: *1645-1656* (Amsterdam, 1931), pp. 859-904. See also M. Spies, 'Het stadhuis staat op de Dam. Een onderzoek naar de argumentele opbouw van Vondels "Inwydinge van het Stadhuis t'Amsterdam" (1655)', in: E.K. Grootes and S.F. Witstein (eds.), *Visies op Vondel na 300 jaar* (Den Haag, 1979), pp. 165-204.
17. On the 'Batavian Myth' and its popularity, see for example E. O. G. Haitsma Mulier, 'De Bataafse Mythe opnieuw bekeken', in *Bijdragen en Mededelingen betreffende de Geschiedenis der Nederlanden* 111 (1996), pp. 344-67; also I. Schöffers, 'The Batavian Myth during the sixteenth and seventeenth centuries', in: J.S. Bromley and E. H. Kossmann (eds.), *Britain and The Netherlands, V, Some Political Mythologies* (The Hague, 1975), pp. 78-101; C. P. H. M. Tilmans, 'Cornelius Aurelius en het ontstaan van de Bataafse Mythe in de Hollandse geschiedschrijving (tot 1517)', in: B. Ebels-Hoving, C.G. Santing, and C. P. H. M. Tilmans (eds.), *Genoehclieke ende lustige historiën. Laatmiddeleeuwse geschiedschrijving in Nederland* (Hilversum, 1987), pp. 191-213; and K. Tilmans, 'Aeneas, Bato and Civilis, the forefathers of the Dutch; the origins of the Batavian tradition in Dutch humanistic historiography', in J. R. Brink and W.F. Dentrup (eds.), *Renaissance Culture in Context. Theory and Practice* (Cambridge, 1993), pp. 121-35; as well as P. Verhoeven, 'Civilis en zijn Bataven: symbool van Hollands patriotisme', in *Hermeneus* 58 (1986), pp. 32-40.
18. See B.J. Buchbinder-Green, *The Painted Decorations of the Town Hall of Amsterdam* (Ann Arbor, 1974); and also H. Schneider, 'Govert Flinck en Juriaen Ovens in het stadhuis te Amsterdam', in *Oud-Holland* 42 (1925), pp. 215-23; and Teitler, *Opstand der Batavieren*, pp. 52-54.
19. The sketch can be found in *Graphische Sammlung*, München. Opinions differ: Rembrandt's sketch could have been a first study before starting the work; alternatively, he may have drawn it whilst already working on the actual painting; or it is more of a 'souvenir', which he might have drawn to remind himself of the greater design of his work, shortly before it was removed from the town hall. See Teitler, *Opstand der Batavieren*, p. 54. Rembrandt's painting of Julius Civilis' conspiracy can now be found in the 'Nationalmuseum' in Stockholm, Sweden.
20. M. Fokkens, *Beschrijvinge der wijdt-vermaarde Koopstadt Amstelredam* (Amsterdam, 1662).
21. See M. Deutsch Carroll, 'Civic ideology and its subversion: Rembrandt's oath of Claudius Civilis', in *Art History* 9 (1986), pp. 6-35; see also C. Nordenfalk, 'Some facts about Rembrandt's Claudius Civilis', in *Konsthistorisk Tidskrift* 25 (1956), pp. 71-93; idem, *The Batavians' Oath of Allegiance: Rembrandt's Only Monumental Painting* (Stockholm, 1982); and D. R. Smith, 'Inversion, revolution, and the carnivalesque in Rembrandt's Civilis', in *Res: Anthropology and Aesthetics* 27 (1995), pp. 89-110.

# Empresarios y mercaderes en el tiempo barroco: los Jesuitas y la misión pedagógica

Scott Hendrickson, S.J.  
Loyola University Chicago

## Introducción

Puede sonar hablar de los Jesuitas como “empresarios” y “mercaderes” en el tiempo barroco. Y lo es, porque por un lado, como religiosos, los Jesuitas no debían entrar tanto en algún tipo de negocio que fuera considerado demasiado laico, algo propio de los seculares. Pero por otro lado, por las actividades que hacían y las relaciones que tenían con sus vecinos, tenían una gran influencia sobre la clase empresarial. Los Jesuitas siempre han tenido alguna conexión con el mundo de las empresas y los mercados. Sobre todo, han sido durante más de cinco siglos los educadores de jóvenes que luego han entrado el mundo de los negocios y el comercio a niveles locales, regionales, nacionales e internacionales. Pero con esto llegamos a otro significado del título de esta conferencia. En alguna manera, los mismos Jesuitas de los siglos XVII y XVIII también fueron empresarios y mercaderes. Ellos tenían un “producto” que quisieron ofrecer al mundo, y es este producto, junto con la “clientela” a la cual se dirigieron y el “mercado” en que actuaron, lo que nos permite considerar a los Jesuitas del tiempo barroco como empresarios y mercaderes en una manera más figurativa. En la época de la temprana modernidad, ellos han sido los participantes y unos de los principales protagonistas de lo que hoy llamamos la “primera globalización”.

En esta conferencia quiero explicar el contexto histórico y mostrar el escenario en que actuaron los Jesuitas del tiempo barroco. Espero aclarar cómo emergieron con tanto protagonismo en el siglo XVII y definir la misión pedagógica que crearon, la cual les permitió establecer una red catequético-pedagógica global. Al igual, quiero mostrar cómo los Jesuitas pudieron transmitir ideas y valores culturales y religiosos de un lado del mundo al otro, y cuál fue la conexión que tuvieron con la producción y el transporte de textos y materiales pedagógicos. Luego nos enfocaremos en el caso de

un Jesuita español que, aunque nunca se encontró lejos del colegio en que estudió y en que luego trabajó como profesor, fue formador de jóvenes y escritor prolífico, y con los textos que escribió, especialmente uno, que tuvo un impacto de tal alcance que llegó a sentirse a nivel internacional en el siglo XVII, hasta en las selvas del Paraguay donde se establecieron las reducciones de los Jesuitas. En este caso, situaremos este libro en el contexto de lo que fue la diseminación del conocimiento y la transmisión de valores culturales del barroco dentro del marco de la globalización.

## Historia y crecimiento de la orden

Junto con otros compañeros que conoció en la Universidad de París entre 1528 y 1536, San Ignacio de Loyola (1491-1556) fundó la Compañía de Jesús en 1540. Por nombre más corriente, estos primeros miembros de la orden llegaron a ser llamados “Jesuitas”. De esos diez hombres que establecieron la primera comunidad en Roma, la orden creció y pronto llegó a ser una orden de proporciones internacionales. La primera provincia se fundó en Portugal, que fue seguida por la fundación de provincias en otros países, como España e Italia.

La rápida expansión de la orden se debió al espíritu misionero que adoptaron San Ignacio y los primeros compañeros. Sólo un año después de la creación de la Compañía, Ignacio pidió al navarro Francisco Javier (1506-1552) que fuera a evangelizar en el Oriente. Habiéndose salido de Lisboa en 1541, Francisco vivió y trabajó en la India desde 1542 hasta que fue, en 1549, a Japón, donde tuvo una estancia de tres años. Con sueños de llegar a China, murió en 1552 a poca distancia de su destino. A mediados del siglo XVI los Jesuitas también fueron a África. Por ejemplo, en 1555 se mandó una delegación a Etiopía. Otro gran misionero, el italiano Matteo Ricci (1552-1610), cumplió el sueño de Francisco Javier al llegar a China en 1582, treinta

años después. En 1601, consiguió el permiso de fundar una residencia para los Jesuitas en Pekín, la Ciudad Imperial. Y ya hacia finales del siglo los Jesuitas iban en gran número a las colonias americanas de España, Portugal, y Francia<sup>1</sup>.

Así empezamos a entender cómo los Jesuitas llegaron a ser protagonistas de la “primera globalización”. Se debe mucho a su fundador, que fue nombrado el primer superior general de la orden. Cuando destinaba a los misioneros, les instruía con estas palabras: *Ite Infammate Omnia*, “id e inflamad al mundo” con el evangelio de Cristo, y al igual él insistió en que todos los miembros de la Compañía se mantuvieran siempre unidos “mente” y “corazón”. Para crear y así fortalecer esta unión, el Padre Ignacio estableció la costumbre de escribir cartas a todas las comunidades en las distintas partes del mundo, y ordenó que los superiores de cada casa –en Madrid, en México o en Filipinas– tuvieran que mandarle a él las cartas anuas, especificando tanto los logros apostólicos como los problemas que habrían tenido en su misión particular.

Si nos fijamos un momento en los números, vemos cómo la orden creció en España. Según cita el hispanista John Elliott, en 1580 había 1.440 Jesuitas en España: con 200 Jesuitas en la provincia de Aragón, 500 en la provincia de Castilla, 480 en la provincia de Toledo y 260 en la de Andalucía. Si en España en 1615 el número de Jesuitas llegó a ser de 2.173, en el año 1626, sólo ochenta años después de su fundación, la Compañía de Jesús contaba con casi 16.000 miembros en varias provincias en Europa, Asia y las Américas. Pronto, una orden de pocas provincias europeas se convirtió en una empresa mundial con casas en tres continentes<sup>2</sup>.

### La espiritualidad

Toda la espiritualidad de los Jesuitas se basa en los *Ejercicios espirituales* [1548], los cuales San Ignacio escribió con este propósito:

“Por este nombre, ejercicios espirituales, se entiende todo modo de examinar la consciencia, de meditar, de contemplar, de orar vocal y mental, y de otras espirituales operaciones, según que adelante se dirá. Porque así como el pasear, caminar y correr son ejercicios corporales; por la misma manera, todo modo de preparar y disponer el ánima, para quitar de sí todas las afecciones desordenadas y, después de quitadas, para buscar y hallar la voluntad divina en la disposición de su vida para la salud del ánima, se llaman ejercicios espirituales [§1]”<sup>3</sup>.

Divididos en cuatro semanas, los Ejercicios comienzan con las meditaciones sobre el pecado y el

infierno, como acabamos de ver. De allí, los ejercitantes meditan sobre la venida de Cristo al mundo, y luego se les pide que se vean como participantes en su misión de anunciar, al igual que realizar, el Reino de Dios en la tierra. No obstante, las primeras meditaciones se reemplazan por otras en las que los practicantes se van reconociendo la vida como un don que se enriquece con la misericordia y la gracia de Dios. Al final de la segunda semana, los ejercitantes pueden hacer una elección en que toman de una manera más concreta la decisión de seguir a Cristo y a trabajar en su viña.

El santo diseñó este programa de oración para que quienes lo practicaran lograran el auto-conocimiento y la conversión personal, de modo que luego sirvieran como guías en el camino de la vida cristiana –aprendiendo evitar los vicios para vivir virtuosamente. El último fin de los *Ejercicios* se establece en el texto que sirve como prólogo a los Ejercicios, el *Principio y fundamento*: “El hombre es criado para alabar, hacer reverencia, y servir a Dios nuestro Señor, y mediante esto, salvar su ánima” [§23]. A través de los *Ejercicios*, los practicantes entran en un proceso en que reconocen el desorden que producen los vicios en la vida humana. Ven cómo los seres humanos están llamados a ser más libres y, así, auténticos cristianos, lo cual se muestra con la práctica de buenas obras y virtudes cristianas –siempre con el objetivo de salvarse el alma, “el fin para que fuimos creados”. Pronto, como buenos empresarios y mercaderes, los primeros Jesuitas sabrían aplicar este sentido de los *Ejercicios*, sobre todo la práctica de la virtud y el fin último de la salvación, a todas sus actividades apostólicas.

### El apostolado

Para fundar la Compañía de Jesús, los primeros compañeros tuvieron que conseguir el permiso de la Santa Sede, y para ello se presentaron al Papa Paulo III con la *Fórmula del Instituto*, el documento que especificaba las tareas y la actividades apostólicas que pensaban hacer:

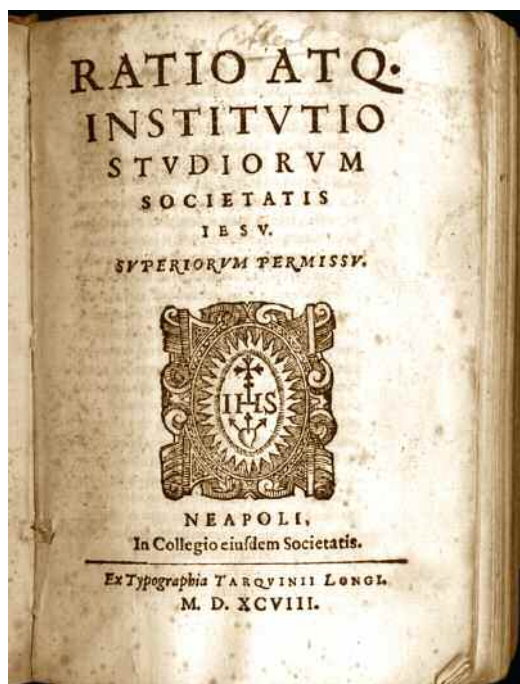
Cualquiera que [...] quiera ser soldado para Dios [...] forma parte de una Compañía fundada ante todo para atender principalmente al provecho de las almas en la vida y doctrina cristiana y para la propagación de la fe, por medio de predicaciones públicas, y ministerio de la palabra de Dios, de ejercicios espirituales, y de obras de caridad, y concretamente por medio de la educación en el Cristianismo de los niños e ignorantes, y de la consolación espiritual de los fieles cristianos, oyendo sus confesiones<sup>4</sup>.

Lo que luego fue ampliado diez años más tarde por estas palabras: “también manifiéstese preparado

para reconciliar a los desavenidos, socorrer misericordiosamente y servir a los que se encuentran en las cárceles o en hospitales, y a ejercitar todas las demás obras de caridad, según que parecerá conveniente para la gloria de Dios”<sup>5</sup>. Ejercicios espirituales, ministerios sacramentales, obras de caridad, la catequesis, la defensa de la fe frente a las herejías, la propagación de la fe, sobre todo en las misiones, la predicación, éstas son las actividades con las cuales los Jesuitas se identificaban durante los primeros diez años de su fundación. Y es aquí donde nos parece que algo falta. Antes de que muriera San Ignacio, ya se abrió el primer colegio de la Compañía, en la ciudad italiana de Messina en el año 1548. El primer colegio de los Jesuitas. Pero si la Compañía sólo abriría un colegio durante la primera década de su existencia, en la segunda irían abriendo cuatro o cinco colegios cada año. Ni San Ignacio ni los primeros compañeros entendieron que la Compañía fuera una orden de educadores, pero viendo por un lado la gran falta que hacía de formar y educar a los jóvenes a mediados del siglo XVI, junto con las peticiones que les llegaban para fundar colegios, y reconociendo por otro lado el éxito que tenían, se hicieron cada vez más dispuestos a identificarse con este tipo de apostolado. Se identificaron tanto con la docencia de jóvenes, que a finales del siglo XVI y a comienzos del siguiente tendrían no menos de 372 colegios en Europa, no contando los centros educativos que irían abriendo en las misiones.

Para entender este fenómeno, hay que tomar en cuenta de dónde venían tantas peticiones para la fundación de colegios. En primer lugar, se fundó el colegio de Messina por razones internas. Con el crecimiento de la Compañía, cada vez más los Jesuitas necesitaban de medios adecuados para formar y educar a los propios miembros de la orden, los novicios y los escolares. Uno de los temas más discutidos en el Concilio de Trento por obispos y teólogos fue precisamente la ignorancia del clero y la pobre educación que se daba a los que se preparaban para el sacerdocio. Pero al mismo tiempo los dirigentes de la Compañía cayeron en la cuenta de que los laicos podían aprovecharse de los estudios y las buenas prácticas que desarrollaban en sus facultades. Las donaciones que recibían les permitían dedicarse al apostolado de la educación y así educar a los jóvenes de familias nobles y de medios financieros, o bien, sirviéndose de tales fondos, fundar colegios para los sectores más pobres de la sociedad.

Si bien los primeros intentos pedagógicos de los Jesuitas se basaban en las buenas prácticas y los fines deseados de formar a personas según los preceptos de la fe, los Jesuitas pronto vieron la



La *Ratio studiorum* (1599), de la Compañía de Jesús

necesidad de formalizar su sistema educativo con un plan pedagógico que mejor reflejaría sus métodos. Para esto, se creó la *Ratio studiorum*, que se redactó durante la última década del siglo XVI y fue aprobada por la Compañía en 1599. Este documento sirvió para establecer tanto los criterios que los Jesuitas querían emplear en sus aulas como las metas que querían que sus alumnos cumplieren.

Según las palabras introductorias de la *Ratio studiorum*, el fin último del programa educativo se describe así: “Siendo uno de los ministerios principales de nuestra Compañía enseñar a los demás todas las materias que sean conformes con nuestro Instituto, para que con ello se muevan al conocimiento y amor de nuestro Creador y Redentor”<sup>6</sup>. En breve, los Jesuitas querían formar y educar a jóvenes en todos los aspectos de la vida cristiana. Según pensaban, dirigían sus alumnos *ad perfectam cognitionem*, al conocimiento perfecto en que los alumnos irían conociendo con mayor claridad no sólo la voluntad de Dios para los hombres, sino al mismo Dios<sup>7</sup>. Podían enseñar a sus alumnos las artes de la humanidades para que se expresaran según la teoría de la “eloquentia perfecta”, con buena gramática, empleando los varios estilos de la retórica, y aprendiendo idiomas, pero al igual querían enseñarles a ser buenos y responsables ciudadanos y cristianos<sup>8</sup>. Dándoles una completa preparación académica, también querían que sus alumnos viviesen según el cristianismo y la virtudes cristianas. Y es precisamente por este aspecto de su pedagogía, la enseñanza de la virtud, que los Jesuitas fueron conocidos en la época del barroco. Prueba de esto son las palabras de Miguel



de Cervantes, que aparecieron en 1613 en una de sus *Novelas ejemplares*, *El coloquio de los perros*. En una conversación paródica entre dos perros vagabundos, el primero, Berganza, explica al segundo, Cipión, lo que había observado cuando su amo, un mercader importante de esta ciudad de Sevilla, llevaba a sus hijos al colegio de los Jesuitas en la misma ciudad:

“No sé qué tiene la virtud, que, al alcanzárseme a mí tan poco, o nada, della, luego recibí gusto de ver el amor, el término, la solicitud y la industria con que aquellos benditos padres y maestros enseñaban a aquellos niños, enderezando las tiernas varas de su juventud, por que no torciesen ni tomasen mal siniestro en el camino de la virtud, que justamente con las letras les mostraban. Consideraba como les reñían con suavidad, los castigaban con misericordia, los animaban con ejemplos, los incitaban con premios y los sobrellevaban con cordura, y, finalmente, como les pintaban la fealdad y horror de los vicios y les dibujaban la hermosura de las virtudes, para que, aborrecidos de ellos y amadas ellas, consiguiesen el fin para que fueron creados”<sup>9</sup>.

Basándose en la misma doctrina espiritual que se expresa en los *Ejercicios Espirituales*, sobre todo el “quitar de sí todas las afecciones desordenadas”, para poder hacer la voluntad divina al igual que cuidar el alma, los Jesuitas del siglo XVII pusieron mucho énfasis en la práctica de la virtud, no sólo en la vida personal sino también en todos los aspectos de la vida pública. Para entender la pedagogía

ignaciana, es importante ver la conexión que tiene con la espiritualidad, lo cual permitió a los Jesuitas trabajar temas sociales y económicos.

Unos pocos años antes de que Cervantes escribiera esas únicas palabras que diría sobre los Jesuitas y la Compañía, el padre Juan de Mariana (1536-1624) había escrito en 1609 el tratado sobre el cambio justo de dinero, el *Tratado y discurso sobre la moneda del vellón*. En su prólogo, Mariana dice:

“Dios, nuestro señor, quisiera [...] que mis trabajos fueran tales, que con ellos se hubieron servido mucho su majestad y todos estos reinos como lo he deseado; ningún otro premio ni remuneración apeteciera ni estimara sino que el Rey, nuestro señor, sus consejos y sus ministros leyeran con atención este papel en que van pintados, si no con mucho primor, lo menos mal que mis fuerzas alcanzan, algunas desórdenes y abusos que se debieran atajar con cuidado, en especial acerca de la labor de la moneda de vellón que hoy se acuña en Castilla, que ha sido la ocasión de acometer esta empresa y de tomar este pequeño trabajo”<sup>10</sup>.

Concluyendo sus palabras introductorias, Mariana proclama algo parecido al tema de la justicia social que los Jesuitas irían fomentando en tiempos modernos:

“Finalmente, saldré en público, haré ruido con mi mensaje, diré lo que siento, valga lo que valiere [...]. Así lo suplico yo á la majestad del cielo, y á la de la tierra que está en su lugar, á los ángeles y santos, á los hombres de cualquier estado y condición que sean, que antes de condenar nuestro intento ni sentenciar por ninguna de las partes, se sirvan leer con atención este papel y examinar bien la causa de que se trata, que á mi ver es de las mas importantes que de años atrás se ha visto en España”<sup>11</sup>.

Unos años después, en 1629 –en plena época de decadencia política y económica en España–, los Jesuitas dieron comienzo al programa de los Estudios Reales en el Colegio Imperial de Madrid. El conde duque Olivares les había pedido ayuda para emplear la necesarias reformas en la capital. No obstante, los estudios se crearon para educar a los hijos de nobles, incluyendo a los hijos de mercaderes, con el fin de que aplicaran la práctica de la virtud, sobre todo la de la prudencia, a todas sus actividades. Para esto, uno de los padres escribió un libro titulado *Obras y días: manual de señores y príncipes, en que se propone con su pureza y rigor la especulación y ejecución política, económica, y particular de todas las virtudes*. En él, el autor



instruye al alumno que, usando la memoria, vaya acordándose de los errores del pasado para llegar a ser más prudente, tal y como se muestra en el ejemplo de nada menos que Dios:

“Este es el beneficio de la Memoria, hacer que lo pasado no sea pasado, sino presente, en que se imita a la vida de Dios y su eternidad, en que no hay nada pasado, ni futuro, sino toda su vida está junta indivisiblemente y presente [...], cuya imagen es el prudente, que ocupado en disponer, y adivinar lo que ha de suceder, y acordándose de lo sucedido, toda su vida vive junta, y tiene presente, o por lo menos cada parte de ella vive muchas veces<sup>12</sup>.

Para lograr que sus alumnos aprendieran a vivir de esta manera, los Jesuitas pusieron mucho esfuerzo en mostrar la falsedad de las cosas del mundo temporal frente a lo que se consideraba la mayor y verdadera realidad de la existencia eterna de los cristianos, que en todo momento tenían que darse cuenta del “fin último para que fueron creados” –tal y como San Ignacio explicita en los *Ejercicios Espirituales* y Cervantes describe en el *Coloquio de los perros*.

### El ejemplo de Nieremberg

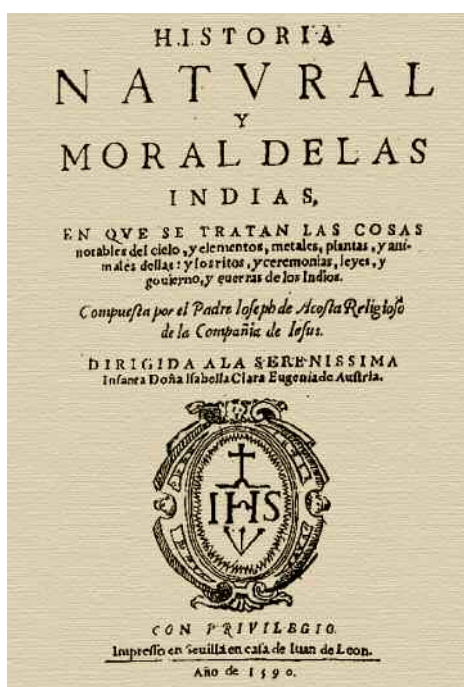
Uno de los Jesuitas más conocidos del tiempo barroco en España fue el escritor Juan Eusebio Nieremberg (1595-1658), autor del libro *Obras y días* que acabamos de citar. Nació en Madrid de padres alemanes, quienes habían llegado a España en 1581 como parte del séquito de la hermana de Felipe II, María de Austria (1528-1603). Nieremberg pasó la mayor parte de su vida en el Colegio Imperial de los Jesuitas, primero como estudiante y luego como maestro y confesor. Ingresó a la Compañía en 1614 durante un breve período en la Universidad de Salamanca, aunque poco después regresó a Madrid, donde escribió más de ochenta tratados en español y en latín. Nieremberg nunca prestó servicios como misionero, pero en 1635 publicó su *Historia naturae, maxime peregrinae*, producto del sostenido interés de él en las Américas. Esta obra ofrece un panorama detallado de la flora y fauna del Nuevo Mundo y refleja la fascinación de España durante los siglos XVI y XVII por el exótico entorno americano y sus poblaciones indígenas.

En 1590, el Jesuita José de Acosta (1539-1600) había publicado su famosa *Historia natural y moral de las Indias*, obra que se convertiría en la primera de muchas semejantes. La *Historia naturae* de Nieremberg, junto a dos misceláneas que escribió en castellano, la *Curiosa filosofía*, y *tesoro de maravillas de la naturaleza* (1630) y la *Oculto*



La Iglesia de San Francisco Javier, Colegio Imperial de Madrid (fundado en 1603)

*filosofía. De la simpatía y antipatía de las cosas, artificio de la naturaleza, y noticia natural del mundo* (1633), examina el Nuevo Mundo en el contexto de su significado religioso. Se trata de una exégesis espiritual del mundo natural, con el objetivo de descifrar la mano del creador en las misteriosas tierras de las Indias americanas<sup>13</sup>. Además, siguiendo el modelo pedagógico del colegio en que enseñaba, el autor explica que la naturaleza muestra y ejemplifica las virtudes cristianas. Por ejemplo, se pensaba que el legendario ave del paraíso, descubierto de nuevo por los exploradores



*Historia natural y moral de las Indias* (1590), José de Acosta, S.J. (1540-1600)

españoles, no tenía pies, como veis en esta imagen. Según explica el autor en la *Curiosa filosofía*, el ave es ejemplo de la virtud de la pobreza tal y como Jesús la enseñó a sus discípulos en el sermón sobre la bienaventuranza:

“La pobreza evangélica vemos estampada en la avecilla [...], que no tiene cosa de la tierra, [...] ni donde ponga sus huevos; tanta pobreza tiene, que es menester que la hembra los ponga sobre las espaldas del macho, que tiene para este propósito acomodadas por la diligencia de la naturaleza apercebida. Y parece que aun en estas aves se representa el dicho de Cristo, que de los pobres es el reino de los cielos; pues con ser tan pobres que tienen nada en la tierra son señoras de lo alto, y como avecinadas entre los astros, se remontan allá andando siempre levantadas a las nubes donde nada les falta”<sup>14</sup>.

Juan Eusebio Nieremberg, S.J.  
(1595-1658)



La obra más importante Nieremberg fue el tratado ascético *De la diferencia entre lo temporal y eterno*. Escrita como una compilación de cinco libros, la obra expone los beneficios de la vida ascética y urge al lector a rechazar las trampas del mundo temporal. En vez de invertir en riquezas materiales y honores, que sólo conducen a la condena eterna, el cristiano fiel debe aspirar a ganar los tesoros eternos del paraíso. Aunque el tratado presenta elementos catequéticos de la fe y la doctrina católicas, como la eficacia de los sacramentos y la práctica de las penitencias, es más bien una guía para comprender el mundo temporal no como un fin en sí mismo, sino como un medio para alcanzar el fin mayor de la

salvación eterna. Para nuestros propósitos, el mensaje del libro forma parte de la doctrina espiritual que los Jesuitas fomentaban en los colegios y en las varias congregaciones marianas (*sodalities*) que se iban multiplicando a lo largo del siglo XVII, y uno de los principales mensajes del libro es la práctica de la virtud.

Publicado originalmente en Madrid en 1640, el libro se convirtió en una obra religiosa y devocional de gran éxito en España. Tuvo una acogida tan importante en el público que con el tiempo fue común referirse al texto como el *Eusebio*, por el nombre del autor<sup>15</sup>. En 1684 se hizo en Amberes otra edición ilustrada en español con varios grabados. Debido a los métodos de comunicación tanto visuales como orales utilizados en el texto, los predicadores y misioneros Jesuitas lo consideraron como un valioso recurso para la enseñanza de la catequesis en España y más tarde en las misiones americanas, sobre todo en las reducciones del Paraguay<sup>16</sup>. No obstante, ocupa un lugar destacado en la historia de la imprenta en América Latina, porque en 1705 fue el tercer libro impreso en la primera imprenta que hubo en la región del Río de la Plata<sup>17</sup>.

El tratado transmitió elementos importantes de la fe y la doctrina católicas de España al Nuevo Mundo, pero también es un ejemplo de cómo los Jesuitas incorporaron a sus métodos de evangelización diversas formas de comunicación, como la imprenta, los grabados y la predicación. La trayectoria de las publicaciones en Madrid y Amberes y luego en las reducciones del Paraguay también habla sobre su legado global. Incluido en ello, la misión pedagógica de la Compañía de Jesús.

## Conclusión

Espero haber mostrado que si para San Ignacio y el propósito de los *Ejercicios Espirituales* los practicantes de este método fuesen entrando en un proceso de auto-conocimiento espiritual y de conversión personal, que es también muestra de cómo los Jesuitas irían aplicando los aspectos de su doctrina espiritual a sus tareas apostólicas en el siglo XVII como la educación de los hijos de mercaderes, a los que instruían la importancia de las virtudes cristianas no sólo en la vida personal, sino en todos los aspectos de la vida pública. Y luego, espero haber mostrado la relación que tuvieron estos fines pedagógicos con la tarea misional de los Jesuitas en un lado u otro del mundo. Los Jesuitas pudieron participar en la globalización de la temprana modernidad de una manera espectacular, y para ello se sirvieron de todos los medios posibles en el tiempo barroco que les permitieron difundir y transmitir valores espirituales y culturales junto a su misión pedagógica.

1. See William Bangert's chapter "1580-1615. Rapid Growth and Expansion", in *A History of the Society of Jesus* (St. Louis: Institute of Jesuit Sources, 1986), pp. 97-175.
2. John H. Elliott, *Imperial Spain 1469-1716* [1963] (London: Penguin, 2002), pp. 368-69; and Bangert, *History*, pp. 97-98.
3. Ignatius Loyola, *Obras de San Ignacio de Loyola*, ed. by Ignacio Iparraguirre, Cándido de Dalmases, and Manuel Ruiz Jurado, 6<sup>th</sup> edn (Madrid: BAC, 1997), p. 221. All further quotations from the *Exercises* come from this edition, and will be noted by the section number in square brackets.
4. Ignatius Loyola, *Constituciones de la Compañía de Jesús. Normas complementarias* (Roma: Curia del Preposito General de la Compañía de Jesús, 1995), pp. 27-29.
5. *Ibid.*, p. 28.
6. *Ratio studiorum* [1599], in *La pedagogía de los Jesuitas, ayer y hoy*, ed. by Eusebio Gil and Carmen Labrador (Madrid: Universidad Pontificia Comillas, 1999), p. 63.
7. *Ibid.*, p. 110.
8. See Gabriel Codina, "'Our Way of proceeding' in Education: *The Ratio studiorum*", *Education SJ* (May 1999), 11-12.
9. Miguel de Cervantes, *El coloquio de los perros*, in *Novelas ejemplares* [1613], ed. by Harry Sieber, 2 vols (Madrid: Cátedra, 2002 and 2005), II (2002), 316.
10. Juan de Mariana, *Tratado y discurso sobre la moneda del vellón* [1609], ed. by Lucas Beltrán (Madrid: Instituto de Estudios Fiscales, 1987), p. 27.
11. *Ibid.*, pp. 28-29.
12. Juan Eusebio Nieremberg, *Obras y días* (Madrid: Viuda de Alonso Martin, 1629), pp. 41<sup>r</sup>-43<sup>r</sup>.
13. Ralph Dekoninck, "Imaginar la ciencia: la cultura emblemática Jesuita. Entre *ars rhetorica* y *scientia imaginum*", in *Escrituras de la modernidad. Los Jesuitas entre cultura retórica y cultura científica*, ed. by Perla Chinchilla and Antonella Romano (México: Universidad Iberoamericana, 2008), pp. 148-57.
14. Nieremberg, *Prolusión a la doctrina y historia natural* [1629], in *Curiosa Filosofía, y tesoro de maravillas de la naturaleza, examinadas en varias cuestiones naturales* [1630] (Madrid: Imprenta Real, 1634), pp. 237<sup>v</sup>-238<sup>r</sup>.
15. According to Antonio Astráin, *Historia de la Compañía de Jesús en la asistencia de España*, 6 vols (Madrid: Razón y Fe, 1916), v, 97. Nieremberg published a popular catechism, *Práctica del catecismo romano* (Madrid: Diego Díaz de la Carrera, 1640), which was also used for preaching and catechetical lessons, and it too is cited as "the *Eusebio*", or the *Catecismo de Eusebio*; Luis Resines, *La catequesis en España. Historia y textos* (Madrid: CCS, 1995), pp. 351-52.
16. Federico Palomo, "Algo más que la divina gracia. La cultura literaria de los misioneros de interior Jesuitas en la Península ibérica (siglos XVI y XVII)", in *La memoria de los libros: estudios sobre la historia del escrito y de la lectura en Europa y América*, ed. by María Isabel de Páiz Hernández, 2 vols (Salamanca: Instituto de Historia del Libro y de la Lectura, 2004), II, 113-131.
17. *De la diferencia entre lo temporal y eterno, [...] traducido en lengua Guaraní por el Padre Joseph Serrano* (Doctrinas [Loreto], 1705).

# La familia como empresa: patrimonio y estrategias mercantiles

Isabel Lobato Franco  
Universidad de Sevilla

Cuando al invitarme a participar en la edición de este año de la acreditada Escuela de Barroco de la Fundación Focus-Abengoa, su director, el profesor Antonio-Miguel Bernal, me comunicó que la escuela de este año versaría sobre “Empresas y empresarios en tiempo de barroco” pensé que se me regalaba la bella ocasión de someter a su consideración cuanto yo había podido llegar a saber a través de mis investigaciones, sobre todo de las “empresas”, más que de los “empresarios”. Pero pronto advertí que era un regalo envenenado porque, de acuerdo con el diseño académico del curso, lo que, justamente, interesaba más era enfatizar el “factor humano”. Había que centrar la atención en aquellas personas que formaban parte de las empresas y cuyas cualidades personales (capacidad de aprendizaje, motivación, etc.), puestas al servicio de una organización, determinaban estrategias y decisiones conducentes a la consecución de un objetivo común que, en nuestro ámbito, no era otro que alcanzar el éxito de la empresa medido, muy principalmente, a través del saldo de su cuenta de resultados.

Así planteada la cuestión, me pareció que quizá este curso podía servirme de acicate para reflexionar, no sé si más a fondo, pero sí de otra manera, sobre una cuestión que de forma recurrente ha ido apareciendo en mis trabajos sobre las compañías mercantiles en el siglo XVII. Me refiero a la conocida cuestión de que las compañías mercantiles, desde los tiempos medievales hasta finales de la modernidad, eran, fundamentalmente, empresas familiares. Desde luego, esto no es algo que yo haya descubierto, sino un hecho que ya pusieron de manifiesto aquellos investigadores, que hoy reconocemos como principales forjadores de la actual historia económica, que entre los años cincuenta y sesenta del siglo pasado, estudiaron a fondo el mundo de los negocios en la época bajomedieval y moderna prestando especial

atención al “factor humano”, y que publicaron sus trabajos en esa memorable colección que llevaba el sugestivo título *Affaires et gens d'affaires*. A través de esas páginas los Raymond de Roover, Michel Mollat, Jean Cavignac, Henry Lapeyre, Jacques Heers, José Gentil da Silva, Felipe Ruiz o Pierre Vilar, hicieron emerger a la historiografía contemporánea las colosales figuras de aquéllos Jacques Coeur, Jacob Fugger, Jean Pellet, Giovanni Picamiglio, pero también supimos de *los Espinosa*, *los Ruiz*, *los Lucini*, *los Centurione*, *los Giustiniani*, *los Danse*, *los Rodrigues d'Evora* y toda una serie de hombres de negocios que fueron capaces de desarrollar actividades mercantiles y financieras asombrosamente complejas, y de hacerlo en un ámbito de dimensiones igualmente asombrosas, si se tiene en cuenta las dificultades con que topaba el desarrollo de los medios de comunicación y transporte y la discontinuidad y falta de integración de los mercados existentes en aquella época.

Durante el medio siglo largo transcurrido desde entonces, la producción historiográfica, bien que de forma muy desigual en cantidad y calidad, ha añadido muchos más nombres a la nómina original. Muchos nombres, pues, son ya conocidos. Pero más allá de los nombres, se puede establecer una primera característica común sobre los hombres de negocios: que todos ellos alcanzaron, en mayor o menor medida, con mayor o menor continuidad, el *éxito profesional* y en todos los casos su éxito procedió de la eficacia que les proporcionaba la *organización*, ya que todos participaron una o muchas veces, sucesiva o simultáneamente, en esa forma esencial de organización de la actividad mercantil y financiera de este período que son las compañías.

Una segunda característica común puede establecerse, ahora sobre los negocios de estos hombres de negocios: que, en esta época, eran un *asunto de familia*, ya que en una gran mayoría de casos las compañías que constituyeron estos

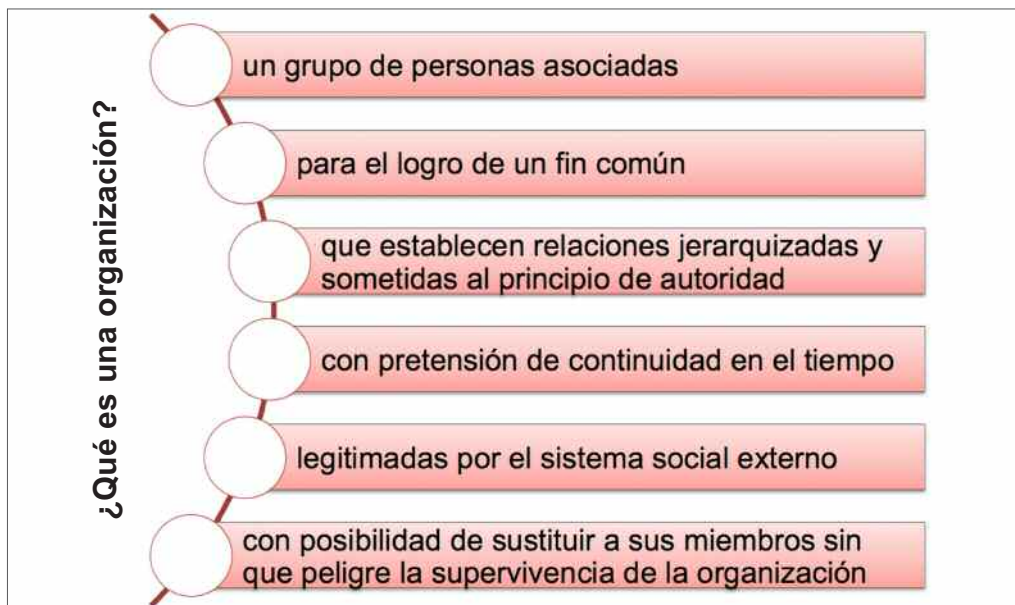


Figura 1. ¿Qué es una organización?  
 Fuente: C. Ramió Matas, *Teoría de la organización y administración pública*, Madrid, Tecnos/UPF, 1999

individuos, además de valerse de sus innegables cualidades personales y excepcionales capacidades, tuvieron en sus familias un apoyo fundamental, cuando no decisivo. La historiografía lo comprueba una y otra vez.

Una y otra vez, sí, pero no siempre de la misma manera, ya que si bien son incontables los ejemplos de compañías constituidas por socios unidos por vínculos de parentesco en las que, en el transcurrir del tiempo, van produciéndose altas y bajas de distintos miembros de la familia, también a lo largo de mis años de investigación y lecturas, he ido encontrando ejemplos de familias que a mí me parecían gestionadas a modo de empresas, en las que la formación y el destino dado a cada uno de sus miembros parecía formar parte de una estrategia concebida para la consecución de un determinado fin. Qué mejor organización que la propia familia. La familia es la forma básica de la organización social, y si se ha aplicado con éxito a la reproducción de la especie humana y a la reproducción del poder, también se ha aplicado como organización de éxito en el mundo de los negocios ¿La familia como empresa, pues?

Sin ánimo de inmiscuirme en disciplinas ajenas, pero sí con el ánimo de repensar sobre las empresas familiares, y de tratar de apuntalar con la teoría científica y los modelos de análisis existentes lo que para mí era algo más sentido que comprobado, me he planteado un sencillo ejercicio escolar de compilación de definiciones de manual, y después de analizarlas casi estoy por afirmar que, desde luego, las empresas son familiares, pero que también las familias son empresas en tanto que ambas, familia y empresa, son organizaciones y configuran sistemas sociales cuyo objetivo es el logro de un fin común.

En efecto, cotejando las muy variadas definiciones que existen de empresa y familia, ofrecidos por las disciplinas que, respectivamente, se ocupan de su estudio y análisis –la economía de la empresa, la sociología, la antropología e, incluso, la psicología–, pueden comprobarse las grandes concomitancias que existen entre una y otra, en especial si se definen y analizan desde el punto de vista de la Teoría de la Organización y de la Teoría General de Sistema.

La moderna Teoría de la Organización, especialmente la rama desarrollada por Herbet A. Simon (Premio Nobel de Economía, 1978), concibe a la empresa como un sistema adaptativo compuesto por elementos personales, sociales y físicos que se mantienen unidos gracias a la voluntad de cooperar para alcanzar fines comunes. En la figura nº 1 se han resumido las líneas generales que definen a una organización.

Qué duda cabe, pues, que la empresa es una organización pero que la familia también lo es ya que si anteponeamos a estos seis puntos establecidos por Carles Ramió la pregunta ¿qué es una empresa?, o bien ¿qué es una familia?, nos darían una respuesta bastante completa a una y otra interrogación.

Pero donde empresa y familia encuentran una teoría y un modelo de análisis común es en la aplicación de la Teoría General de los Sistemas desarrollada por el biólogo austríaco Ludwig von Bertalanffy. Concebida desde el campo de la Biología, la Teoría General de los Sistemas era para Bertalanffy una expresión utilizada en un “sentido amplio” para referirse a “un nuevo modo de pensar”, que supondría la “llegada de un nuevo paradigma”, sobre el que desarrollar una “ciencia

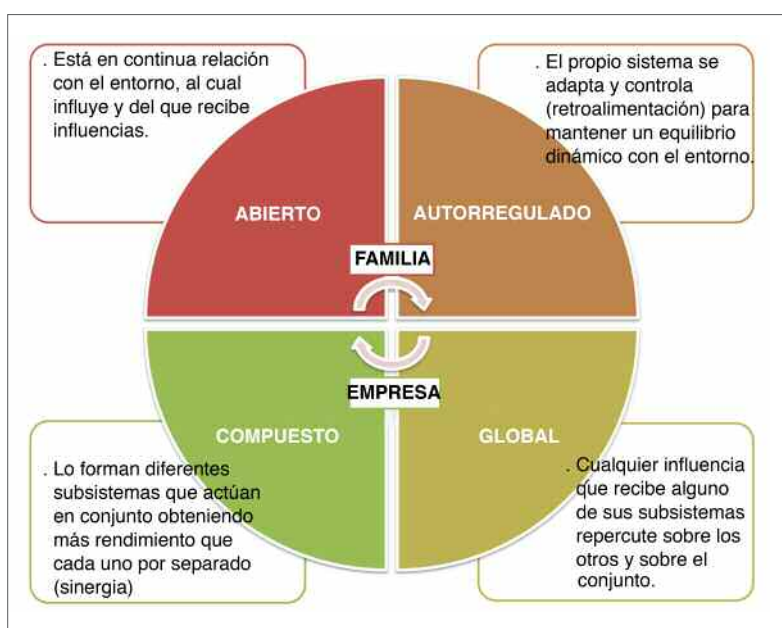
de los sistemas” que permitiría la exploración y explicación científica de los sistemas de varias ciencias –las matemáticas, la química, la biología, la psicología o las ciencias sociales–.

Como modelo unitario, transversal e integrador, la Teoría General de los Sistemas encuentra, por lo que se refiere a la definición de empresa, en la Teoría de la Organización una confluencia casi natural, de manera que el enfoque de los sistemas ha proporcionado una nueva forma de pensamiento sobre las organizaciones que complementa al de las escuelas previas de la Teoría de la Organización. La empresa es, pues, un sistema, es decir, un conjunto de elementos ordenados según unas normas y relacionados entre sí para el cumplimiento de ciertos objetivos.

definiciones que existen de empresa familiar y los distintos enfoques que se han utilizado para hacerlo, porque todos podemos convenir que una empresa familiar es aquella empresa en la que, en todo o en una parte muy sustancial, la propiedad y la gestión están en manos de una misma familia, sea ésta o no la fundadora.

Esta caracterización –podríamos decir de mínimos– de la empresa familiar, es útil porque resulta válida tanto para hoy en día, como para las compañías italianas bajomedievales, lo cual nos debe hacer pensar que la esencia de la empresa familiar –cohesión, flexibilidad, resiliencia– que se ha mantenido inalterada durante siglos, constituye la razón fundamental de la pervivencia de las empresas familiares a lo largo del tiempo.

Figura 2. Aplicación de los elementos sustantivos de la Teoría General de los Sistemas a la definición de empresa y de familia



Ni que decir tiene que la Teoría de General de los Sistemas encuentra con la Sociología, la Antropología y, especialmente, con la Psicología otra confluencia casi natural para definir, explorar y explicar qué es una familia, ya que todas estas disciplinas y sus campos anejos estudian a grupos o “sistemas” humanos, como son, sin duda, las familias. La mayoría de los autores están de acuerdo en considerar la familia como el primer sistema social, en el que se dan cabida todas las características propias de los sistemas. En la figura nº 2 se muestra cómo los elementos sustantivos de la Teoría General de los Sistemas pueden aplicarse a la definición tanto de empresa como de familia.

Una vez más familia y empresa vuelven a identificarse, una identificación que alcanza máxima expresión en la empresa familiar. En este caso, no es necesario repasar las también muy cuantiosas

Continuidad, pues, pero también cambio. Si a lo largo del Seiscientos la esencia de la empresa familiar o de las familias empresarias se mantenía inalterada con respecto a siglos pasados, ¿qué es lo que cambia en tiempos de Barroco? A mi modo de ver, lo que cambia son las estrategias.

Los objetivos a conseguir, tanto por familias como por empresas, es verdad que no parecen haberse modificado y no se alejan demasiado del conocido binomio riqueza/poder. La riqueza, o el éxito económico, medido en las empresas por el saldo de la cuenta de resultados y en las familias por el valor del patrimonio acumulado, y el poder, o el éxito social y político, que para las empresas supone, las más de las veces, su liquidación y para las familias, la adopción de comportamientos sociales y estilos de vida muy alejados del mundo mercantil.

Se ha repetido hasta la saciedad que para la consecución de este objetivo la estrategia más

comúnmente seguida por las familias mercantiles en el Barroco no consistiría más que en la extrema intensificación de la estrategia ya seguida desde la Baja Edad Media por los miembros más prominentes de los gremios mercantiles: la búsqueda del triunfo en los negocios que conduzca a un enriquecimiento que permita la forja de un patrimonio en el que los bienes raíces y, muy especialmente el acceso a la tierra, propicien la consecución del estatus nobiliario. Alcanzar el ennoblecimiento comporta el abandono de la actividad mercantil para dedicarse a formas de vida caballerescas y, por supuesto, rentistas. Las familias mercantiles se aplicarían, pues, a lo largo de generaciones, a la consecución de un objetivo que no era el enriquecimiento en sí mismo. La fortuna se anhelaba no sólo para alcanzar un nivel de vida cómodo y desahogado, sino que debía ser la plataforma que sustentara lo verdaderamente importante, la promoción social, esto es, la obtención de rango y poder.

Más arriba he sostenido que lo que verdaderamente fue cambiando a lo largo del Seiscientos no fue el objetivo de las familias mercantiles de lograr riqueza y poder, sino las estrategias seguidas para alcanzarlo. Me refiero a que la consecución de un mismo fin no siempre siguió un mismo camino, y que, hasta ahora, yo creo que hemos prestado más atención a la meta alcanzada por las familias, que las unifica, que a las estrategias seguidas para lograrlo, que las diversifica.

Dos ejemplos de familias mercantiles en tiempos de Barroco, a las que he dedicado mis esfuerzos investigadores, me sirven de argumento para demostrar lo que quiero decir, el de la familia Dalmases de Barcelona y el de la familia Ginori de Florencia, quienes a través de cuatro generaciones alcanzaron riqueza y poder siguiendo estrategias diversas.

La irrupción de la familia Dalmases en el mundo de los negocios barcelonés se produce a mediados del siglo XVII cuando Pau Dalmases i Solà, un pelaire procedente de Sant Martí de Seseigales, emigra a Barcelona. En Barcelona contrajo matrimonio con Jerònia Castells y formó una sociedad con Joan Roger para explotar una tienda de tejidos. La segunda generación de la familia la encarna Pau Dalmases i Ros, nacido en 1652, quien se inició en la negociación, valiéndose de la posición alcanzada por su padre. En 1670, todavía menor de edad, fue matriculado como mercader de la ciudad y contrajo matrimonio con Caterina Ros, hija única y heredera del *cavaller* Francesc Ros, un matrimonio que resultaría muy afortunado, no sólo por la gran estima que profesó a su esposa, sino porque le permitió reafirmar su posición social (los *cavallers* configuran

en Cataluña el grupo de la pequeña nobleza) y también económica, pues a la muerte de su esposa, heredó la fortuna y bienes de Francesc Ros, a quien profesaba también gran estima hasta el punto de tomar como propio el apellido de su suegro (Pau Dalmases nunca firmó como Pau Dalmases i Castells –su verdadero segundo apellido–, sino como Dalmases i Ros, y en su testamento ordena que sus herederos y descendientes tomen como primer apellido Dalmases i Ros).

De 1675 en adelante el ascenso de Pau Dalmases i Ros fue imparable. El éxito en los negocios comportó un rápido crecimiento de su patrimonio inmobiliario urbano, que culmina con la adquisición de la casa palacio de la calle Moncada, conocida hoy como Palau Dalmases, al que pronto se unió un importante patrimonio rústico, una casa de campo para pasar temporadas de “recreo” en Cabrera de Mar, dos heredades, una en Villalonga y otra en Pierola, esta última acompañada de una baronía. En 1690 Pau Dalmases i Ros ya puede intitularse “Señor” y “Barón”, un buen y sólido paso en su estrategia de adquisición de la dignidad nobiliaria.

El título de nobleza no lo recibiría, sin embargo, Pau Dalmases i Ros, sino Pau Ignasi, el menor de sus tres hijos, historiador, poeta y erudito, que recibió el título de marqués de Vilallonga. La tercera generación de la familia es, pues, la del ennoblecimiento –su hermana mayor Josepa se casó con el conde de Vallcabra–, pero también la de la vida eclesiástica, ya que el hijo mayor de Pau Dalmases i Ros, Josep, fue canónigo de la seo de Barcelona. Es también la generación del abandono de la actividad mercantil, que se mantendrá en la cuarta generación ya que ni el único hijo de los condes de Vallcabra ni ninguno de los ocho hijos del marqués de Vilallonga siguieron la carrera mercantil de su abuelo, donde se había gestado la riqueza, el poder y el patrimonio de la familia.

Si la familia Dalmases constituye un ejemplo típico de lo que se ha dado en llamar la “maldición” de la tercera generación, cuyo miembros no se dedican ya al ejercicio de la actividad mercantil, el contrapunto lo pone la estrategia seguida por la familia Ginori, que siguió, también a lo largo de cuatro generaciones, un camino en cierto modo inverso al de los Dalmases.

Los Ginori habían consolidado su fortuna en el comercio, las finanzas y la política en la primera mitad del siglo XV, situándose en el siglo XVI entre las familias más destacadas de la élite florentina, viviendo alejados del mundo de los negocios. Las dos primeras generaciones “barrocas” de la familia Ginori, las encabezadas por Bartolommeo y su hijo Leonardo, ennoblecidos, fueron militares y funcionarios, ocuparon diversas magistraturas en

Florenia, donde llevaron la vida acomodada de los gentilhombres florentinos, acopiando un importante patrimonio inmobiliario.

Un cambio brusco se produce en la tercera generación ya que Leonardo, en los últimos años de su vida, realizó una serie de desgraciadas operaciones financieras que le redujeron prácticamente a la ruina. Su hijo y heredero, Carlo Ginori, abandonó la ciudad y se retiró “al campo”, donde vivió muchos años una vida de estrecheces hasta conseguir acumular un pequeño capital con que iniciarse en el tráfico mercantil, consiguiendo restablecer la fortuna familiar. De vuelta a la ciudad de Florenia, en 1677 fue nombrado senador y poco después, Gentilhombre de Cámara del Gran Duque Cosme III y Cazador Mayor del cardenal Carlo de Medici. Murió en 1696 habiendo acumulado uno de los mayores patrimonios de la ciudad en el que los bienes inmuebles, tanto rústicos como urbanos, ocuparon un lugar relevante, destacando de modo singular el impresionante Palazzo Ginori, situado hoy en la vía que lleva el nombre de la familia en Florenia, y la villa Ginori, ubicada en Docia (Sesto Fiorentino). Singular personaje este Carlo Ginori, que no sólo se aplicó a la gestión de sus negocios con “coraje y clarividencia”, según un cronista de la familia, sino que hizo exactamente igual con la gestión de su larga descendencia.

En efecto, Carlo Ginori, gestionó su familia con una estrategia perfectamente calculada repartiendo a sus dieciséis hijos, prácticamente a partes iguales, al servicio de Dios, al servicio del Gran Duque y al servicio de los negocios familiares. Todas sus hijas, a excepción de la menor, fallecida niña, tomaron los hábitos de distintas órdenes religiosas; de sus diez hijos varones, dos fueron también religiosos, tres accedieron a distintas órdenes nobiliarias y fueron cortesanos destacados, y los otros cinco se dedicaron al ejercicio de la actividad mercantil, enviándoles, apenas en la mocedad, a comerciar en las principales plazas de Europa.

La gestión de la familia dedicada al negocio resulta, sencillamente, perfecta. Lorenzo y Francesco Ginori llegaron a Cádiz en 1672 para asentarse en la ciudad y abrir en ella casa de negocio. Meses después, Lorenzo pasó a Lisboa, donde a poco fue nombrado cónsul de la nación florentina, y otro hermano, Bartolommeo, se estableció en Sevilla después de haber pasado un tiempo en Ámsterdam. Un tercer hermano, Niccolò, tras pasar unos meses en Cádiz en el año 1677 asistiendo a Francesco, trabajó a continuación con Lorenzo en Lisboa durante otro corto período de tiempo, para asentarse en Amberes antes de retornar a Florenia donde, elevado al rango senatorial, llevó a cabo una intensa actividad

política. Mientras, el quinto hermano, Girolamo, aparece afincado en Cádiz en 1684, compartiendo compañía y casa de negocios con Francesco.

Tras rendir importantes servicios de naturaleza diplomática en Lisboa, el mayor de los hermanos, Lorenzo, fue llamado a Florenia por su padre, quien, en su infatigable tarea de optimizar la gestión de su familia, le había conseguido el puesto de superintendente de la aduana de Livorno. Nombrado senador, fue designado consejero de Cosme III ocupando, sucesivamente, numerosos cargos públicos hasta su muerte acaecida en 1710. Me he detenido un poco en la figura de Lorenzo, porque fue el segundo de sus cuatro hijos, Carlo Andrea –esto es, una quinta generación de Ginoris–, el que se convirtió a mediados del siglo XVIII en uno de los primeros empresarios industriales de la Toscana, desplegando una intensa actividad en la que sobresale la creación de una fábrica de porcelana instalada en la villa familiar de Doccia. Una empresa que, fundada en 1737, subsiste hoy bajo la razón social “Richard-Ginori Gucci, S.R.L.”, y gracias a la cual su fundador fue distinguido con el marquesado de Ginori. Un título que, lejos de alejarle de los negocios, compatibilizó con nuevas iniciativas industriales. Singular viaje, pues, el de esta familia que de la más alta nobleza “descendió” nuevamente a la *mercatura* para volver a “ascender” al rango nobiliario, pero manteniendo la actividad en los negocios para acabar dando el nada frecuente salto del mundo mercantil y financiero al industrial.

Siguiendo, como se ha visto, estrategias divergentes, los Dalmases y los Ginori se colocaron, respectivamente, entre las familias más opulentas de Barcelona y Florenia. Como es bien sabido, la opulencia de las familias es reflejo de la cuantía y composición de su patrimonio. En cuanto a la configuración del patrimonio de las familias mercantiles en la Europa del Barroco, los estereotipos establecen que la estrategia seguida por aquellos que alcanzaban el éxito económico se desplegaba, a la vez, en dos frentes de actuación: uno, en el acopio de un rico ajuar doméstico, y, dos, en la adquisición de bienes inmuebles, especialmente de tierras. Naturalmente, cuanto más se progresaba en riqueza, más se intensificaba la inversión patrimonial, que tenía como objetivo último sustentar la promoción social de la familia, que pasaba, inevitablemente, por la asunción del estatus nobiliario y el abandono de la actividad mercantil.

Los ejemplos de las familias que acabo de exponer parecen encajar a la perfección en el modelo establecido por lo que se refiere a la configuración de su patrimonio inmobiliario, la adquisición de tierras y la obtención de títulos



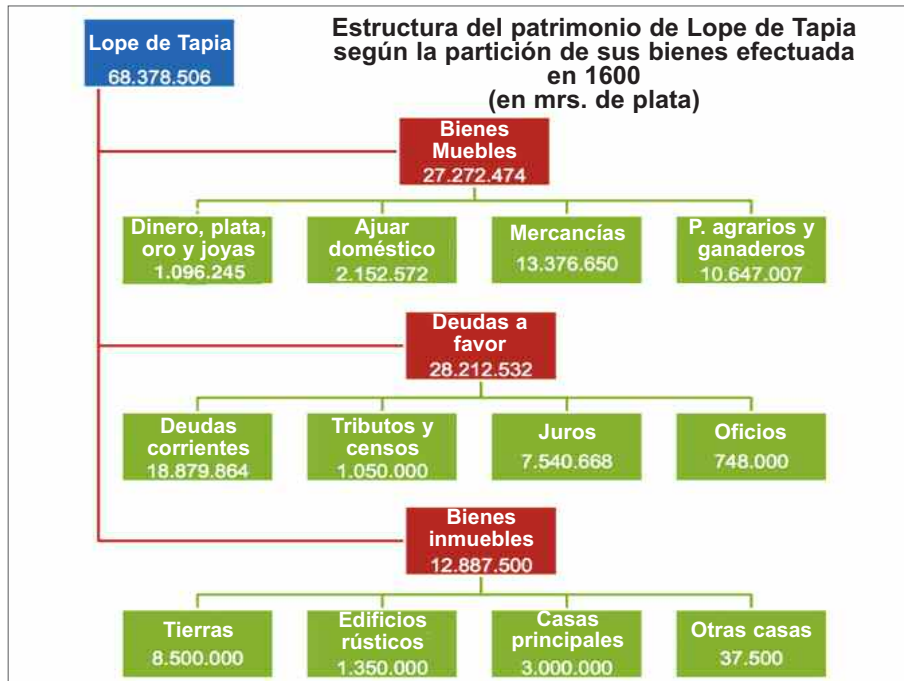


Figura 3. Estructura del patrimonio de Lope de Tapia. Fuente: J. Aguado de los Reyes (1997), "La vida y la muerte en el Barroco sevillano a través de las fuentes notariales", *Estudis històrics i Documents dels Arxius de Protocols xv*, Barcelona, Col·legi de Notaris, pp. 151-165, p. 159

nobiliarios. Sin embargo, de la misma manera que las estrategias familiares siguieron trayectorias distintas en pos de un fin común, también en la configuración de los patrimonios cabe una sorprendente diversidad.

En este punto me valdré, sobre todo, de los magníficos trabajos de Jesús Aguado de los Reyes quien, en una investigación sin parangón en España y creo que en Europa, estudió 810 inventarios *post mortem* sevillanos datados entre 1600 y 1655. Atendiendo al nivel de riqueza y a la estructura socio-profesional de los inventarios, Aguado demuestra que la mayor parte de los "ricos" sevillanos (aquéllos cuyos inventarios *post mortem* arrojaron activos superiores a los 25 millones de maravedíes) eran mercaderes (el 46%), seguidos a distancia por la nobleza (26%), y más lejos aún por funcionarios (18%) y artesanos (2%).

Los datos de Jesús Aguado nos permiten observar en detalle la composición de los patrimonios de los mercaderes sevillanos, que, en el período estudiado, acumularon riquezas valoradas en más de dos mil millones de maravedíes. De ese total, el 33% corresponde a bienes muebles (dinero, plata, oro y joyas, ajuar doméstico, mercancías y productos agrícolas y ganaderos), el 58% a deudas a favor (deudas a favor, acciones, tributos, juros y oficios) y el 9% a bienes inmuebles (tierras, edificios rústicos, casas principales, otras casas e inmuebles de negocio). En los patrimonios de los mercaderes ricos de Sevilla las tierras suponen un 36% de los bienes inmuebles, pero con respecto al conjunto de la masa patrimonial apenas significan un 3% del total. Si los datos agregados son reveladores y deben conducirnos

a reflexionar sobre las afirmaciones estereotipadas, más significativos pueden resultar en este momento los datos particulares referidos al caso en concreto de un gran mercader Sevilla, Lope de Tapia, estudiado también por el mismo investigador, que dejó a su muerte, acaecida en 1600, una fortuna cercana a los setenta millones de maravedíes, un "rico" muy rico, por tanto.

La distribución de las tres componentes del activo de Lope de Tapia establecidas por Aguado se muestra en la figura nº 3. En términos relativos, los bienes muebles suponían un 40% del patrimonio, las deudas a favor un 41% y los bienes inmuebles un 19%. Si estos datos resultan ya de por sí significativos, más aún lo son los referidos al ajuar y

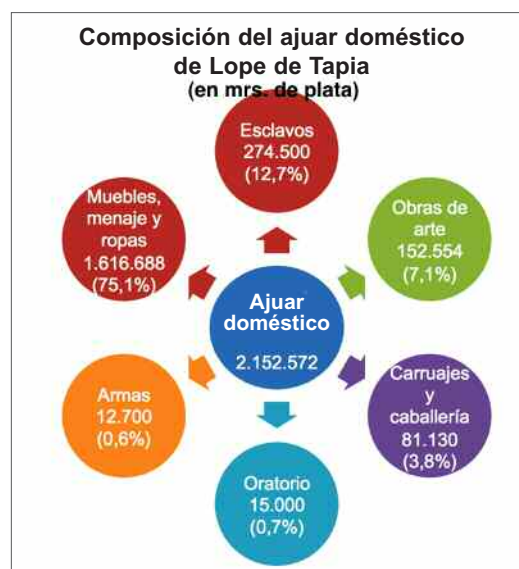


Figura 4. Composición del ajuar doméstico de Lope de Tapia. Fuente: J. Aguado de los Reyes (1997), "La vida y la muerte en el Barroco sevillano a través de las fuentes notariales", *Estudis històrics i Documents dels Arxius de Protocols xv*, Barcelona, Col·legi de Notaris, pp. 151-165, p. 159

al patrimonio rústico: el 8% del total del patrimonio corresponde al ajuar doméstico y el 12% a tierras.

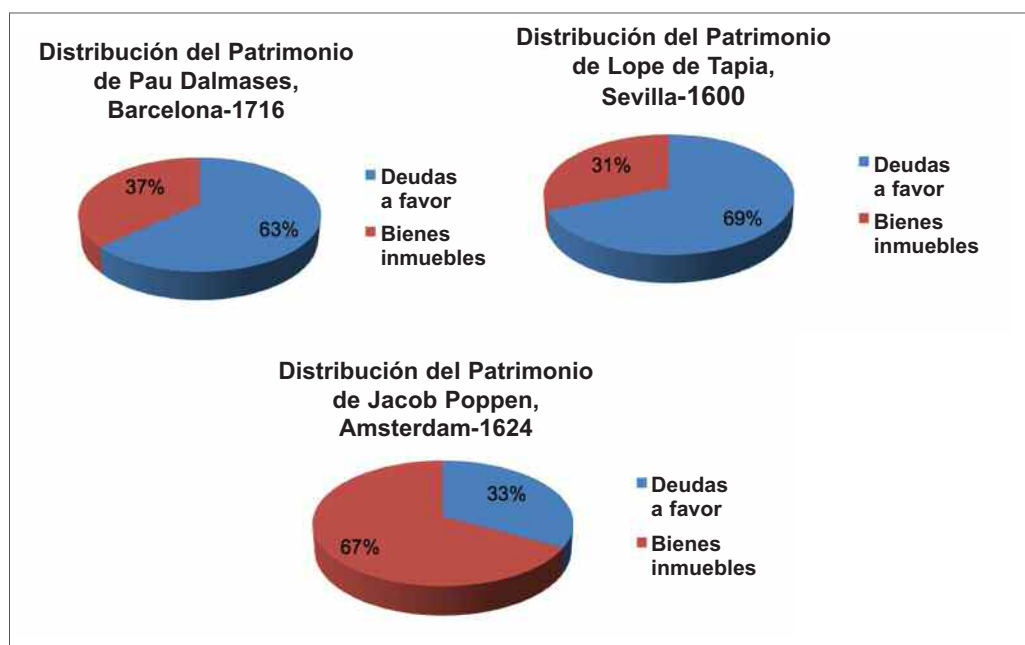
La desagregación del ajuar doméstico que se muestra en la figura nº 4, permite percibir con claridad el estilo de vida, pública y privada, de los mercaderes de la Sevilla del Barroco. Como se puede comprender, detrás de las cifras está la vida de un hombre y cómo ese hombre decide vivirla y mostrarla a los demás.

Siendo importante el ajuar doméstico, más relevante me parece la cuestión de la tierra, puesto que en torno a la adquisición de un patrimonio rústico se ha forjado el potente estereotipo al que ya me he referido más arriba. El sencillo ejercicio que se muestra en la figura nº 5, permite la rápida comparación de la estructura del patrimonio de Lope de Tapia, Pau Dalmases y Jacob Poppen –el gran mercader, concejal y burgomaestre de Ámsterdam estudiado por Peter Burke–, por lo que se refiere al peso relativo de deudas a favor y bienes inmuebles (excluyendo de la comparación los bienes muebles ya que no se posee información de los mismos en todos los casos). Las comparaciones, además de odiosas, pueden ser sorprendentes ya que se puede advertir cómo los bienes de Lope de Tapia y Pau Dalmases presentan una composición similar, ocupando las deudas a favor entre el 60 y el 70% del patrimonio y los bienes inmuebles entre el 30 y el 40%, mientras que la de los bienes del mercader holandés es claramente la opuesta, representando el patrimonio inmobiliario cerca del 70% de sus bienes. Así pues, los mercaderes holandeses muestran una tendencia inversa a la de los mercaderes españoles, y es una tendencia también en el sentido inverso al que *a priori*

hubiéramos esperado: los holandeses muestran una mayor propensión a la acumulación de patrimonios rústicos que los catalanes o los sevillanos. Creo que tenemos algo en que pensar.

Los ejemplos de los Dalmases, los Ginori, y los modelos de acumulación patrimonial estudiados muestran que el modo en que las familias decidieron alcanzar su objetivo no fue siempre el mismo; que aquellas familias que consiguieron alcanzar riqueza y poder no siempre lo hicieron del mismo modo, tomando las mismas decisiones, siguiendo los mismos caminos... sino que la investigación nos muestra que los caminos fueron mucho más variados y cambiantes de lo que los arquetipos establecen, y que este *tiempo de Barroco*, en que tantos cambios sociales y políticos empiezan a gestarse, lejos de ser un período de comportamientos pétreos y esclerotizados, debe ser contemplado como un período de transición en que las familias mercantiles, mostrando una vez más su camaleónica capacidad de adaptación, buscarán alcanzar riqueza y poder allí donde pase a hallarse. Y a partir del advenimiento del capitalismo y la configuración de unas clases sociales nuevas, la riqueza dejará de generarse sobre todo en la esfera de la circulación, para multiplicarse en la esfera de la producción y de la especulación financiera, y el poder dejará de estar vinculado a la nobleza para pasar a manos de la burguesía capitalista, de manera que las nuevas generaciones de familias-empresas prototípicas serán las de la burguesía industrial y financiera que tan bien han sido descritas no sólo por la historiografía coetánea y contemporánea. Naturalmente, los nuevos estereotipos también merecerán ser revisados.

Figura 5. Comparación de la estructura del patrimonio de Lope de Tapia, Pau Dalmases y Jacob Poppen. Fuente: elaboración propia según los datos proporcionados de Jacob Poppen por P. Burke, *Venecia y Amsterdam*, Barcelona, Gedisa, 1996, p. 189; para Lope de Tapia por J. Aguado de los Reyes, "La vida y la muerte en el Barroco sevillano a través de las fuentes notariales", *Estudis Històrics i Documents del Arxiu de Protocols*, Barcelona, 1997, pp. 151-165 y para Pau Dalmases, *Arxiu Històric Municipal de Barcelona*, Cadastre I.2, "Denuncias originales de particulares de los bienes que posehen", 1716, fol. 187-193; en todos los casos, el cálculo de los porcentajes es mío



# “Mercado del arte” en la España barroca: intermediarios, comerciantes, banqueros y hombres de negocio

María Jesús Muñoz González  
Universidad Complutense de Madrid

Hablar de mercado de arte en la España del barroco va a tener un sentido diverso entre todos los territorios que conformaban las posesiones de los austrias y la península ibérica, más concretamente España. A lo largo de esta comunicación, lo que quiero mostrar es mi visión sobre el panorama, en una España donde era vergonzoso para un pintor dedicarse a vender mercancías o para otra persona ganarse la vida comerciando con pinturas, mezclándose conceptos como nobleza de la pintura y evitar el pago de impuestos. El grueso del comercio dentro de la península estará en manos de extranjeros, libres de cualquier tipo de complejos.

En territorios como Flandes o Nápoles, donde se asentaron comerciantes flamencos y florentinos, no existían estos complejos de ganar dinero vendiendo obras de arte, y por eso entre su forma de hacer y de pensar y la que tenían tan distinta los españoles, se produjeron curiosos episodios y también fructíferas relaciones para los primeros.

Quiero ir analizando los distintos personajes que hacen negocio con el arte, especialmente con la pintura, viendo el mercado dentro de España y fuera de España, en los territorios de la corona, a través de los diversos modos de venta<sup>1</sup>.

## Mercado Interior

### Venta directa

### Subcontratos

El caso más claro lo tenemos en el encargo de los retablos que se hacía a los ensambladores o escultores que subarrendaban el trabajo de la pintura, y en otras ocasiones es la persona que encarga la obra la que decide quien ha de hacer las pinturas. En esos casos sí se concierta la cantidad con el pintor. Así ocurre con el retablo de Torrejón de Ardoz, del que por el documento de la licencia que se pide al Visitador del Arzobispado de Toledo en 24 de enero de 1674, don Antonio de Zúpide y Aponte da cuenta *de haberse ajustado con Claudio Coello los*



Figura 1. Antolínez, *El pintor pobre*, Pinacoteca Munich

*cuadros del en diez mil reales*. Más detalles se dan de las pinturas en el documento notarial en el que acuerdan el pintor y el cura de la iglesia, Francisco Gómez Moscoso, las condiciones de la obra<sup>2</sup>.

### Pícaros y buhoneros

Las pinturas de escasa calidad eran las que se vendían de forma ambulante. En algunas ocasiones eran los propios pintores quienes iban recorriendo diversas ferias acompañados de pícaros<sup>3</sup> que se asombraban no sólo de lo mal que pintaban sus amos, sino de que hubiese tantos compradores para sus cuadros<sup>4</sup>. La mayoría de las veces se encargaba a estos pícaros<sup>5</sup> o a otro pintor, aún más pobre, que se vendiese a domicilio, como muestra el vendedor ambulante que representó Antolínez, donde éste parece que está aún en el taller de un modesto pintor antes de salir a vender la mercancía, mostrando una copia de una virgen de Scipione Pulzone<sup>6</sup> (figura 1).

## Regatones

Hay que tener presente que no había sólo tiendas destinadas en exclusiva a la venta de pinturas. A veces los lienzos se vendían mezclados con todo tipo de artículos<sup>7</sup>. Los regatones se diferenciarían de los propietarios de estas tiendas en que su negocio era sólo de obras de arte, aunque los límites no serían muy claros, pues muchos tendrían en sus tiendas todo tipo de productos.

Los regatones o pequeños marchantes eran aquellos que vendían obras, por lo general pinturas que no habían salido de su mano<sup>8</sup>, aunque la mayor parte de ellos eran de oficio pintores. Como regatón y no pintor califica Gállego a Simón Fuegos<sup>9</sup>, pero en la documentación encontrada<sup>10</sup> se le llama pintor, aunque quede en ella también muy claro que la actividad a la que se dedicaba era la de vender y comprar pinturas que él no había realizado. La declaración de esta actividad la hace él mismo cuando en 1634 otro tratante de pinturas, Blas de Castillo, pide que se saque una copia de una sentencia anterior en un litigio que nos revela más noticias sobre estos regatones. En dicha fecha, Blas del Castillo hace una petición ante la sala de alcaldes solicitando que se saque copia autorizada de una sentencia de un pleito ocurrido en 1613. En ese pleito, en que se hizo causa contra Lázaro López, Cristóbal López de Angulo y otros tratantes en pinturas porque compraban obras para volverlas a vender, no se les condenó, y varios de esos tratantes tenían consigo una ejecutoria de la sentencia para mostrarla a los alguaciles cuando en ocasiones les molestaban por no pagar el impuesto en la venta indirecta, sobre todo denunciados por otros pintores con tienda propia que, sin ningún deseo de aspirar a la nobleza de la pintura, se refugiaban en las leyes proteccionistas del gremio contra la competencia que suponían los regatones.

También encontramos citados en los documentos a Andrés de la Torre, que comerciaba en pintura frente al convento de San Felipe hacia 1677, o Diego de Zapata, que tenía tienda de pinturas en la calle Toledo en 1627. Como se ve no sólo tenían tienda los regatones, sino que ofrecían su mercancía en las tiendas, ferias y sitios públicos en puestos por las calles, en las que una variopinta clientela podía, por precios económicos, adquirir pinturas para decorar sus casas, ofreciéndoseles lienzos de bajo precio con una temática variada, como imágenes de devoción, países, retratos reales o bodegones, puesto que todas las casas de la más variada condición se adornaban con pinturas de mejor o peor calidad. Este tipo de pintura fue denostada por algunos coetáneos<sup>11</sup>, pues por su mala calidad degradaban el noble arte de la pintura y además podían resultar indecentes cuando se

trataba de representar a la familia real, llegándose a realizar algunas inspecciones protagonizadas por Velázquez<sup>12</sup> para que no se vendieran aquellos retratos reales que, de tan malos que eran, resultaban irrespetuosos.

Recurrían también a estos intermediarios los pintores que no querían ser identificados, como Francisco Antolínez, que era “letrado y no pintor”, según sus propias palabras, cuyas pinturas se vendían en sitio público. De esto nos da noticia Palomino<sup>13</sup>.

En los espacios públicos de todas las ciudades vendían las pinturas en zonas específicas. Así en Sevilla las pinturas se vendían en el Baratillo, donde los marchantes de pintura debían sacar a la venta las pinturas de jóvenes artistas, como Murillo en sus primeros años, que “pintaba todo lo que le encargaban los traficantes de pintura”<sup>14</sup>. En Madrid la venta se centraba en los alrededores del Alcázar, la puerta de Guadalajara o las gradas de San Felipe<sup>15</sup> y en Valencia en la plaza de San Gil<sup>16</sup>. Pero también se ponían a la venta en los muros de las iglesias o en las posadas y pregonándolas por las calles, extremo que llegó a ser reprendido por las autoridades indicando que se debían vender sólo las pinturas en los sitios destinados a dicho menester<sup>17</sup>.

## Tienda de pintor, taller y encargos

Es difícil al tratar de este tipo de mercado de pinturas, hacer la distinción de estas tiendas de pinturas con los talleres de pintores que ponían a la venta directamente sus obras, pero podríamos señalar como diferencia que en el taller se vendían solamente las pinturas hechas por el pintor y en la tienda pinturas hechas por otros, además de las propias, ya que muchos de estos pintores de oficio actuaban a veces como regatones añadiendo, a la venta de lienzos, la de estampas<sup>18</sup>.

Los pintores de más categoría recibían encargos directamente, ya fuese de catedrales, órdenes religiosas o iglesias parroquiales. Aunque no es el tema que quiero tratar aquí, sí diremos que en los encargos directos, aunque no hay algún intermediario, en muchos casos, cuando se encargaba la obra era por medio de alguien que había puesto en contacto al pintor con los contratantes. Sirva como ejemplo de los talleres el que tenía Vicente Carducho en la calle Atocha, dónde realizó las pinturas para el Paular con sus discípulos Bartolomé Román y Félix Castello, recibiendo por el total de la obra 120.000 reales.

Aparte quedarían figuras como Velázquez, que dedicarían más tiempo a conseguir puestos en la Corte y decir que sólo pintaba por placer para defender su nobleza negando su obra como fruto de un oficio.

## Mercaderes

Los mercaderes de pintura tendrían un volumen de negocio superior a los regatones, aunque las diferencias no serían muy claras en los casos en los que la calidad de las pinturas que se vendían no era muy destacada. Podríamos señalar como una de las diferencias, el gran número de obras que encargarían éstos a los pintores<sup>19</sup>, aunque en realidad el apelativo de mercader, al hablar de pintura, solamente podría ser aplicado en la edad moderna en el sentido estricto de la palabra a los hombres de negocios que en los Países Bajos se dedicaban a comerciar con pintura<sup>20</sup>.

Solían ser pintores los que se dedicaban también a esta actividad de mercaderes, aunque es normal también encontrar entre la documentación artesanos relacionados con el mundo de la producción del arte, como doradores o carpinteros<sup>21</sup>. Así, Andrés Carreño en 1611 en Valladolid junto con otro mercader de joyería contrataron con distintos pintores las obras que tenían que hacer<sup>22</sup>. Esta actividad como mercader, que debía dejarle amplios beneficios en la capital pucelana<sup>23</sup>, le sirvió para enviar a su hijo Juan a la corte a estudiar.

Compraban estos mercaderes gran cantidad de pinturas para enviarlas a América o llevarlas a provincias para que otros las vendiesen. Como Domingo Sobrino Montero, afincado en Madrid, que envió a las Indias, por encargo del Contador de la Flota y Galeones, quince retratos de reyes de la casa de Austria y que en 1653 tenía encargadas pinturas a otros profesionales, entre ellas dos soledades a Antonio de Uriarte<sup>24</sup>.

Otros las vendían en provincias. Como Jorge Tineo, que en 1622 entregaba a distintas personas de Horcajo u Oropesa lienzos para que se los vendiesen<sup>25</sup>. Otro pintor y mercader de Madrid, Bartolomé de Gamarra, se encontraba en Murcia en 1623<sup>26</sup> vendiendo unos 500 lienzos, y Bartolomé de Salazar<sup>27</sup>, mercader de pinturas, las vendía en Getafe, Valdepeñas y Almagro<sup>28</sup>. Parecido caso es el que se documenta en 1627 con el “pintor” Diego González, que compraba pinturas de artistas afincados en la corte para revenderlas en provincias<sup>29</sup>.

A estos mercaderes recurrirían también los pintores para que les vendiesen sus pinturas y cobrasen por ellas<sup>30</sup>. Acuerdan los pintores con el mercader la cantidad de lienzos que tienen que hacer, cómo han de ser y para cuándo tienen que estar, dejando fe de este acuerdo por carta de obligación, como hacen en 1616 Antonio Batalla y Miguel López con Lorenzo Sánchez, “así mismo pintor y dorador”, que parece ser el encargado de vender sus pinturas<sup>31</sup>.

Estos mercaderes trabajarían con un determinado número de pintores, y al igual que llevaban siempre unos determinados “productos”, estos comerciantes tenían su cartera de clientes, a los que proveían de las pinturas que aquellos deseasen; estos productos actuarían como un primer muestrario y en función de lo que se vendía, los mercaderes encargarían a los pintores mayor número de las obras más vendidas.

Esta actividad mercantil la tenemos en el testamento de Diego Rodríguez, en 1661, donde deja escrito que Juan de Saavedra, caballero de la Orden de Santiago, alguacil mayor de la suprema inquisición de Sevilla, le debía 2.150 reales, y que cuando los pagase se le entregarían unas pinturas. Dada la cantidad y calidad de las pinturas que debían entregarse a Juan de Saavedra, éste debía ser el pago final de una suma mayor, pues son tres tablas copias de Correggio, un lienzo original de Borgiani, otro de Eugenio Cajés, otro de Velázquez y una batalla de Juan de la Corte<sup>32</sup>.

Sería muy difícil marcar en algunos casos la diferencia entre estos mercaderes y los agentes de pinturas.

## Agentes-mercaderes de pintura

Podríamos denominar así a individuos que actuarían como intermediarios, a un nivel superior, con pinturas de más calidad y clientela más selecta o también los que tienen un volumen de negocio muy importante. Destacarán sobre todo en esta actividad los florentinos y flamencos instalados en Madrid y Sevilla.

Durante el reinado de Felipe III diversos florentinos como Bartolomé Carducho, pintor real, actuaron como agentes para la importación de pinturas de sus contemporáneos florentinos, de los manieristas reformados Passignano, Sorri y Pagani<sup>33</sup>, y también para traer pinturas de los grandes pintores del XVI<sup>34</sup>. También otros pintores enviaban sus pinturas a España, como Antiveduto Grammatica y Camilo Procaccini<sup>35</sup>. Sobre Pietro Sorri conocemos por Baldinucci su destacado papel en la importación de pintura toscana, entre Livorno y Cartagena, sobre todo en conexión con su sobrino Lucchi, que actuó como agente intermediario afincándose en Cartagena<sup>36</sup>, lugar excepcional para la recepción de obras de arte, donde normalmente llegaban en el comercio por el mediterráneo.

La colonia de flamencos en Madrid, y sobre todo en Sevilla, era muy destacada. No era extraño para los flamencos residentes en la capital poseer excelentes pinturas de sus compatriotas. Uno de ellos, el rico mercader Jan Van Vucht<sup>37</sup>, era un ferviente coleccionista de las pinturas de Rubens, agente en Madrid de Moretus y uno de los

Figura 2. Roelas, *San Andrés en el Colegio de Santo Tomás*, Sevilla, Museo de Bellas Artes de Sevilla



beneficiarios de la Fundación para los peregrinos de Amberes en la Corte, y quien encargó *El martirio de San Andrés* que actualmente preside la Fundación.

Su hermano Pedro era también mercader y el inventario de sus bienes<sup>38</sup> estaba encabezado por un “descendimiento de la cruz” de Jordaens. Estos mercaderes flamencos estaban involucrados en el importante comercio de lienzos entre los Países Bajos y España, que se fue incrementando a lo largo del siglo, e importaban algunas obras de gran valor.

Pero además había mercaderes que traían a España en cantidades mayores otro tipo de lienzos de más bajo precio destinados a un mercado más popular<sup>39</sup>. Desde los Países Bajos se enviaban pinturas de paisajes, bodegones, pinturas de flores y escenas de género. También en Italia y en España las pinturas de devoción flamencas fueron populares por su inmediatez, que las hacía aptas para el mercado popular<sup>40</sup>, por lo que estos cuadros eran abundantes también en los envíos que llegaban a nuestra patria. Existía en los Países Bajos una tradición en la exportación de pintura al extranjero, ya desarrollada en el siglo anterior<sup>41</sup>. Así, del comercio de pinturas baratas ya trataba Felipe de Guevara en el siglo anterior, cuando se quejaba de que se compraban en Amberes, con destino a España, lienzos a bajo precio de escasa calidad, y que ya se preferían a las tablas por ser más económicos, lo que mostraba, según él, el poco criterio de los compradores<sup>42</sup>.

Las dos ciudades que hay que destacar por el asentamiento de mercaderes flamencos y tráfico de las pinturas que ellos traían, eran Sevilla y Cádiz, donde vendían pinturas para el mercado español y para el americano, que cada vez demandaba más mercancía. Muchas de estas pinturas de baja calidad estaban destinadas al mercado americano. Desde Sevilla o Cádiz se embarcaban al otro continente numerosas pinturas, generalmente en rollos<sup>43</sup>. El número de tiendas en ambas ciudades fue aumentando pues la demanda seguía creciendo.

Los flamencos eran un grupo importante en Sevilla con hospital y capilla propios, con su estructura de gobierno, con su espacio de culto dentro del colegio de Santo Tomás, dedicado a San Andrés, presidido por una representación del Martirio del titular, de Juan de Roelas (figura 2)<sup>44</sup>. Vemos cómo en Sevilla, al igual que había en Madrid, la comunidad flamenca tiene organizado alrededor de su sede su sistema de protección social para sus compatriotas.

Así, en 1610 un mercader de Amberes, Solomon Paradis, abrió una tienda de pintura en Sevilla cerca de la catedral y en 1621 los mercaderes de Amberes eran incapaces de satisfacer todos los pedidos que desde ella y otras tiendas se hacían. Hacia 1646, había al menos tres tiendas de pintura en Sevilla especializadas en pintura flamenca<sup>45</sup>. Esta demanda tan grande de pintura de Flandes era abastecida por los numerosos envíos de pinturas que llegaban por mar a Sevilla o Cádiz, sobre todo en esta última a final de siglo<sup>46</sup>.

Sobre el tipo de pinturas que desde Flandes se enviaban al *por mayor* a España parece que en algunas ocasiones quienes desde Amberes o Bruselas preparaban estos envíos, tenían la creencia de que los ignorantes coleccionistas españoles estarían satisfechos con las pinturas de brillantes colores que se enviaban. Esta creencia se muestra en la conocida anécdota que recoge Jusepe Martínez sobre don Juan José de Austria, cuando refirió lo que le sucedió en Flandes yendo a ver las magníficas y grandiosas pinturas, y originales del gran archiduque de Austria; “después de haberlas visto pasó por una pieza donde había muchos cuadros arrimados a una pared. Mandó S.A. se volvieran para poderlos ver; visto que los hubo, preguntó ¿para dónde eran aquellos cuadros de tan bellos colores y con tan poca arte obrados? Respondió uno de los circunstantes: serenísimo señor, estos se han hecho para enviarlos a España, que aquí tenemos noticia que por lo más ordinario muchos de aquellos señores, gustan más de las bellas colores, que no del arte”<sup>47</sup>.

Dedicados a esta tarea de la importación destacan dos matrimonios de Amberes,

Chrisostomo van Immerseel y su mujer Marie de Fourmestraux y Matthijs Musson y su mujer Marie Fourmenois<sup>48</sup>. Van Immerseel era el principal importador de pintura flamenca en Sevilla hacia 1623 hasta 1640. Denucé recoge los envíos entre las mercancías que vinieron por mar en 1631 de 84 “pinturas de devoción pintadas en cobre” por Goosens y 36 “pinturas de devoción en cobre” de Van Den Vequen<sup>49</sup>. Este mercader y su mujer se implicaban en todo el proceso de la producción, desde la elección de los pintores, o la cantidad de cada tipo de pintura, el embarque y la venta en España o su expedición a América. Van Immerseel había aprendido el oficio de la exportación de pinturas en Sevilla, participando del negocio de Peter y Antoon Goetkint, también mercaderes especializados en pintura. Cuando trabajaba para ellos, les escribió desde Sevilla quejándose de lo difícil que resultaba vender las pinturas caras. Los mercaderes le respondieron que las buenas pinturas tenían que ser caras. Diferente fue la postura que adoptó el mismo van Immerseel cuando se estableció por su cuenta con su mujer, pues aprendió a estar atento a las demandas del mercado. Así en 1629 recibió en Amberes la petición que le hacía su mujer desde Sevilla indicándole que enviase pinturas baratas de *batallas* o *sitios* que no excediesen de seis florines, que se venderían tanto en España como en el mercado americano. La presencia de la mujer en Sevilla servía para tomar el pulso directamente al mercado y poder responder mejor a las demandas. Se enviaban a Sevilla este tipo de pinturas, de precio cada vez menor, lo cual creemos que nos muestra no sólo una vulgarización de la pintura sino además un nuevo síntoma de la crisis económica. Pero a veces expedían algunas pinturas más selectas, que normalmente ya tenían un comprador cuando se encargaban, como las cincuenta que se enviaban para Diego Conques, cónsul de la nación flamenca, que compartieron buque con 504 pinturas para Indias.

Para conocer la demanda del mercado en América, tenían estos mercaderes que fiarse de sus agentes, quienes podían estar atentos a los cambios, aunque sabían que siempre existía una demanda subyacente de pintura devota. Para evitar grandes pérdidas, además de recopilar toda la información posible, diversificaban la inversión enviando distintos tipos de pintura. En los envíos desde Amberes, además de las pinturas de devoción, se expedían marinas, paisajes, escenas de caza, batallas, sitios, floreros y series como la de los cuatro elementos, los cinco sentidos o las estaciones del año.

El reto para este matrimonio era abastecer el mercado español y el americano sin saber a ciencia

cierta qué se demandaba y logrando la mayor ganancia posible. Traían a España pinturas de todos los precios. Sobre los 100 florines traían múltiples versiones de los cinco sentidos, floreros de Jan Brueghel II, alguna Madonna del Rosario de Abraham Janssens, y grandes láminas de los elementos, la crucifixión o el triunfo de Cristo. A mitad de precio o algo menos se vendía la vida de la Virgen de Frans Francken, óleos de Joos de Momper o grandes lienzos de Marten Pepyn, quien era también un buen copista. De 10 florines o menos traían paisajes, series de los ermitaños, evangelistas, series de emperadores, empresas, batallas y, por supuesto, grandes cantidades de pintura devota y series de pequeñas láminas como las de Adriaen van Stalbempt o Jan Boots. Estas pinturas de bajo precio, que como hemos visto eran las más demandadas, tendrían su destino en los hogares españoles más humildes y en el mercado americano. Las láminas de Momper y sus colaboradores se solicitaban también para la exportación a América. Eran cada vez más frecuentes las peticiones de pinturas baratas que recibían estos mercaderes para el mercado americano, como las que hacían los *peruleros* o viajeros que les pedían muchas pinturas por un precio máximo de 20 florines para enviar a América.

El matrimonio formado por Matthijs Musson y María Forumenois buscaban también el máximo beneficio, para lo que igualmente recababan toda la información posible sobre el mercado, aunque en este caso ninguno de los dos se desplazó a Sevilla, por lo que dependían de las informaciones de los agentes que contrataban. Estos mercaderes no se implicaban en todas las fases del comercio sino que dividían las responsabilidades y beneficios con otros socios que aportasen el capital o en otras ocasiones con los agentes con los que colaboraban. Trabajaron con el matrimonio en calidad de contratados o colaboradores distintos agentes en Cádiz, como su amigo Carlos Vinck, Juan Moller, Francisco van Sustern o Arnoldo Polenter. A España enviaba este matrimonio todo tipo de pinturas con un precio mínimo de 100 florines.

Sobre la venta de obras encargadas a determinados pintores conocemos que entre la correspondencia de Van Immerseel, mercader en Sevilla en 1631-32, se encuentran las cartas con Jan Brueghel II<sup>50</sup>, quien urgía al mercader a traer pinturas de su padre para venderse en España, ya que él estaba seguro de que tan bello arte no se había visto allí y si los originales resultaban demasiado caros para los coleccionistas españoles se ofrecía la posibilidad de hacer llegar copias de las pinturas de Brueghel.

Y es que la copia era también un buen producto para estos mercaderes, como Solomon Paradis, que trabajaban con copistas que abastecían el mercado español y americano<sup>51</sup>. También los mercaderes que desde los Países Bajos enviaban pinturas a España tenían copistas colaborando con ellos. Así el mercader van Immerseel se lamentaba en 1634, cuando murió el copista Marten Pepyn, que trabajaba para él haciendo gran número de copias para enviar a España, porque le iba a resultar difícil encontrar otro copista tan barato como él<sup>52</sup>.

Junto con los mercaderes, quienes hacían los viajes de ida y vuelta, los que se autodenominaban capitanes, también mercadeaban con pinturas para aumentar sus ganancias<sup>53</sup>.

También las estampas<sup>54</sup> ayudaban a que en los hogares de menor poder adquisitivo se pudiesen disfrutar las obras de los más famosos pintores flamencos, además de servir como pautas a los pintores españoles. El prestigio de Rubens y Van Dyck fue inmenso entre los coleccionistas hispanos, creciendo éste a lo largo del siglo XVII junto con el de los venecianos del siglo XVI. Por eso muchas pinturas de Rubens y Van Dyck estaban en las casas a través de copias que se hicieron por las estampas, como las colecciones del Conde de Molina o el de Fuensaldaña. El número de estampas que llegaron de la obra de Rubens a partir del final de los años 30 fue enorme. Realizadas en España por Pedro Rodríguez y publicadas por Cornelius de Beer, estas estampas se vendían en las tiendas de pintura, por ejemplo en la de Mateo Guerra que vendía en su tienda de Madrid estampas de los dos insignes pintores, y que le eran suministradas por dos mercaderes flamencos. La mayoría de ellas eran de tema religioso, aunque se encontraban algunas de paisajes o emperadores de la casa de Austria. Su precio debía variar siendo más caras las denominadas como “finas” y más asequibles las denominadas como “ordinarias”<sup>55</sup>.

De las provincias del sur, desde Holanda, las obras que llegan al mercado español son escasas; así, a las ventas organizadas en Ámsterdam a beneficio de los huérfanos, raramente acudió algún español<sup>56</sup>, aunque algunas pudieran llegar por medio del mercado portugués. Podemos señalar entre estos pintores, fuera de los círculos más conocidos, a Roland Sabery y Christian Keuninck, que tuvieron que exiliarse en Holanda escapando de las guerras de religión, o a Ghisbert Leytens, de quien se sabe que tablas suyas fueron adquiridas por el marchante portugués André de Santos. Ésta sería una vía para llegar a España de este tipo de pinturas.

Se ha apuntado que serían razones socioeconómicas y religiosas<sup>57</sup> las que causaron la escasez de pintura holandesa en España.

Efectivamente, estos motivos harán que en España no gusten tanto los bodegones holandeses de atmósfera hogareña con personajes ricamente vestidos, los paisajes mostrando las ordenadas ciudades holandesas, ni tampoco complazcan las escenas religiosas del antiguo testamento tratadas de forma intimista y sin artificiosidad; en España gustaban los temas de la Virgen y santos, rechazados por los protestantes que, siguiendo el ideal de Trento, se trataban con gran naturalismo tanto en las pinturas realizadas en suelo patrio como en las que gustaba a los coleccionistas comprar en Italia, al igual que los temas evangélicos tratados de forma pomposa y triunfal, que sí se encargaban a Italia o Flandes.

La guerra contra esta provincia sería una más de las causas de el escaso número de obras holandesas en nuestro país, pues la contienda duró hasta 1648 en que se firmó la paz de Munster y se concedió la independencia a las llamadas provincias del Norte. Tras ella, la legislación española limitó la llegada de pinturas de las provincias rebeldes<sup>58</sup>. La ley, conocida como el *derecho de treinta*, había sido establecida en los tiempos del proteccionismo de Juan de Gama y consistía en grabar con un 30% de impuestos los productos que llegasen del exterior. Los objetos de los Países Bajos españoles estaban exentos pero necesitaban un testimonio, una *carta de certificación para España* dejaba constancia de que no habían sido hechas fuera de las zonas permitidas, certificación o atestación de que su origen estaba allí. Se hicieron listas de cosas típicamente holandesas y del sur de los Países Bajos que no podían ser importadas. También existían elencos con conocidas falsificaciones de productos españoles de los Países Bajos<sup>59</sup>. Esta salvaguarda del mercado también implicaba la limitación de la actividad comercial en España a los ciudadanos de su reino, por lo que conocidos mercaderes de pinturas como van Immerseel y su mujer se naturalizaron españoles en 1629.

Con esta legislación, además de favorecer a los pintores locales de Amberes, se les incentivaba para separarse de todos aquellos *modelos* de cuyo parecido huirían aquellos pintores que quisieran exportar sus pinturas a España.

## Mercado indirecto

### Conseguidores

Dentro de estos conseguidores habría varios tipos.

### Agentes-corredores

Debían negociar adquiriendo lienzos en el mercado patrio para facilitárselos después a aquellos que lo demandaban. Éste debió ser el caso del pintor Guerra Coronel. En la tasación que se realiza de sus



pinturas cuando muere, se ven distintas y variadas obras a altos precios, incluido un lienzo de Velázquez, *La Venus del Espejo*. Pensamos que Guerra Coronel debía funcionar como una suerte de “galerista”. Acudiría a almonedas para comprar las obras que demandaban otros clientes, y a comprar a los pintores diversas obras, conociendo perfectamente los gustos de la potencial clientela, que podía llegar a encargar directamente la compra de una determinada obra. No debe resultar extraña esta figura de este tipo de intermediario si se tiene en cuenta que la presencia en la almoneda de personas destacadas podía hacer subir los precios de las pinturas y era mejor que estuviese en el anonimato el nombre del comprador. La presencia de Guerra Coronel en la tasación de los bienes de tantas pinturas destacadas, que tendría almacenadas para su venta, la almoneda de sus bienes a la que acuden diversos pintores a comprar y en la que se debió adquirir *La Venus del Espejo* para el marqués de Heliche, como señaló Aterido<sup>60</sup>, y su dedicación a aderezar y restaurar cuadros, actividad con la que los mercaderes de pinturas solían combinar en otros países su actividad de compraventa<sup>61</sup>, nos invitan a pensar que quizá estemos ante un tratante de pinturas a la española, que en algún caso funcionaría también como asesor artístico.

Así ocurrió en la almoneda del Conde de Lemos. En 1626, tres años después de abierta la almoneda, cuando se vende “una cama de la china” a Anibal Apiano, éste paga 6.800 reales, de los cuales la almoneda recibe 6.740 pues se dieron “sesenta reales a Ju<sup>o</sup> Angelo Palavesino” que hizo oficio de corredor en esta venta.

### Asesores

Los asesores serían otro tipo de conseguidores que ayudarían a los coleccionistas a obtener sus piezas más preciadas. Podrían actuar como tales diversos personajes: los mercaderes, que habían abastecido muchas de ellas, podían saber qué piezas eran las más destacadas de cada almoneda; aquellos pintores dedicados a la restauración y el aderezo de cuadros, que conocerían también el contenido de cada colección, podrían dar también una información del contenido de la almoneda; también pudieran ser destacados pintores que hubiesen trabajado para el rey, por lo que habían podido estudiar las colecciones reales, tenían un ojo más formado y podían asesorar a los clientes de la almoneda sobre la calidad de los lienzos.

Mezcla de papel entre asesor y a la vez corredor es el que tendría Juan de Carreño, que aunque ya sabemos que no era mercader, actuó en la venta de los bienes del siguiente Conde de Lemos en 1667, cuando a “don Bernabe de Ochoa se vendieron por

Juan Carreño, pintor, dos quadros de Aves de dos barras de ancho y bara y m<sup>a</sup> de caída en seiscientos R.s que corresponde a la tasa bajado el tercio”<sup>62</sup>.

### Mercado exterior

Fuera de España las obras que se quieren conseguir son de una mayor calidad que las que se buscaban en el mercado patrio. En el mercado primario se recurrirá a destacados pintores para contribuir sobre todo a cumplir los grandes encargos del rey para sus palacios, y en el mercado secundario se buscarán las deseadas pinturas italianas del siglo XVI. No quiero enfocar esta parte de la exposición desde el punto de vista de los mercados, sino teniendo el objetivo puesto en los personajes que se ocuparon de obtener las obras.

### Los nobles

Antes de empezar con los nobles que ocuparon los cargos en el extranjero debemos hacer mención al noble que desde España se ocupó de la más excepcional venta de pintura en el extranjero, la almoneda de Carlos Estuardo. Desde España, don Luis de Haro, el valido de Felipe IV, estaba pendiente de todos los asuntos artísticos. Mantenía correspondencia con don Alonso de Cárdenas, enviado especial en Inglaterra, para poder adquirir las mejores obras. También en 1653 don Luis escribía al Marqués de la Fuente en Venecia con la intención de adquirir la versión de la Gloria de Tintoretto que Velázquez había admirado<sup>63</sup>. También en 1657 don Luis se puso en contacto con el Duque de Terranova en Roma para el negocio de las estatuas de Velázquez<sup>64</sup>. Además de tomar algunas de las pinturas para su propia colección, muchas de las mejores piezas adquiridas por don Luis estaban destinadas al Escorial. Después del Alcázar y del Buen Retiro, era el monasterio del Escorial el que contenía las mejores colecciones. En los años siguientes a la muerte de Baltasar Carlos en 1645 el rey volvió su vista al Escorial y no sólo hacia el Panteón que deseó finalizar, sino hacia las salas capitulares<sup>65</sup>, de la que decía Palomino que fue Velázquez el encargado de decorarlas, como se ha podido comprobar posteriormente<sup>66</sup>.

Los nobles que ocupaban los puestos en el extranjero se veían a veces en la obligación de adquirir obras de arte. Adquirir pinturas para el rey se convirtió en un medio de satisfacer al rey y así asegurarse una mejor posición en la Corte a su vuelta.

Adquirieron obras tanto en el mercado primario como en el secundario.

En las adquisiciones directas de pintura, uno de los casos más destacados es el del propio hermano de Felipe IV, el Cardenal Infante, quien como gobernador de los Países Bajos ayudó al suministro

Figura 3. Rubens, *Juicio de Paris*, Museo del Prado



de las pinturas. Lo podemos ver en la correspondencia que localizamos<sup>67</sup>. El Cardenal Infante se muestra interesado en complacer a su hermano para que se cumpliera el encargo de una serie de pinturas que el rey había pedido a Rubens entre 1636 y 1640, año en que muere el pintor. No muestra admiración por la pintura, se siente molesto por el retraso y el carácter de los pintores, dedicando pocas alabanzas a las pinturas y como únicos comentarios a las composiciones indica que le molesta el exceso de desnudos en las pinturas, por ejemplo en la del *Juicio de Paris* (figura 3).

Don Fernando muestra a lo largo de su correspondencia su insatisfacción ante la lentitud en la entrega de las obras de Rubens, la flemma de todos, sobre todo la de Snyders, y la indisciplina como la de Van Dyck.

En Italia todos los personajes que ocuparon cargos diplomáticos a partir del reinado de Felipe IV se vieron involucrados en mayor o menor medida en la adquisición de obras de arte, ya fuesen para sí o para el rey. Los puestos más destacados de la diplomacia en aquellas tierras eran los de embajador de Roma y Virrey de Nápoles.

En Roma Castelrodrigo interviene en la compra de los paisajes que se encargan para el buen retiro<sup>68</sup>, aunque se haya cuestionado su participación como veremos<sup>69</sup> con encargos a distintos paisajistas, entre ellos a Claudio Lorena o Gaspar Dughet<sup>70</sup>.

También tenemos el caso de la intervención directa de Monterrey en las compras para el Buen Retiro<sup>71</sup> de pinturas con *escenas de la vida imperial romana* hechas por Lanfranco, según escribió el propio pintor en carta a Ferrante Carlo, fechada a 10 de diciembre de 1637: “Il signor Conde Montereï... mi continua favori, avendomi di nuovo

occupato di due quadri per servizio Sua Maestá, cosa anco nel Vicere che domina, per tutto il tempo che mi tratterò in Napoli aver favore avendomi S.E. voluto conoscere e farmi onore di comendarmi certo disegnetto mostrandosi molto cortese e benigno”<sup>72</sup> (figura 4). También *las exequias* del Domenichino y otros de Camassei, Francanzano, Andrea de Leone y Mico Spadaro, Perrier, Cerquozzi, Romanelli Falcone y Codazzi, que colabora con el anterior o con Domenico Gargiulo para añadirle las figuras<sup>73</sup>. Muchos de estos trabajaron para otros virreyes, como Codazzi y Gargiulo, que también realizarían diversas pinturas para el virrey Medina de las Torres, o Falcone para el conde del Castriello como indica De Dominici<sup>74</sup>.

Igual que en Roma, en Nápoles los nobles, en este caso los virreyes encargan pintura directamente para su goce personal o para el rey a unos determinados pintores que, aunque no ostentaban el título de “pintor del virrey”, realizaban para ellos un gran número de obras.

Dos fueron los pintores en Nápoles que se vieron especialmente beneficiados por los encargos de los virreyes: Ribera y Luca Giordano. En el caso del primero, aunque los virreyes le encargasen obras para el rey, sirviendo de intermediarios, gran número de los encargos fueron para su propio deleite, en especial para sus propias fundaciones religiosas por el carácter de su pintura. Así, le encargan obras desde el duque de Osuna<sup>75</sup>, los once distintos personajes que ocuparon el virreinato durante la estancia del pintor en Nápoles, desde 1616 hasta su muerte en 1652, pudiendo el artista beneficiarse de los encargos recibidos. Algunas de las obras de Ribera en manos de los virreyes terminaron en la colección real como las de Medina de las Torres.



Figura 4. Lanfranco, *Auspicios de un emperador romano*, Museo del Prado

A Luca Giordano, Castrillo ya le encarga diversas pinturas<sup>76</sup>; Peñaranda también le encargó algunas obras, como las que se encuentran en el convento de las carmelitas de la localidad de Peñaranda de Bracamonte<sup>77</sup>; el Marqués del Carpio le hizo diversos encargos para sí<sup>78</sup> y para el rey<sup>79</sup> y su sucesor el Conde de Santisteban, quien querrá quedarse los cuadros que había dejado comenzados para su antecesor<sup>80</sup>, será su gran protector<sup>81</sup>, encargándole importantes obras, y el que le apoyará en su viaje a España, teniendo una estrecha relación con él<sup>82</sup>. Incluso el Duque de Medinaceli, cuyo virreinato coincide con la estancia del pintor en la Corte, adquiere unos lienzos del pintor en su patria.

Los nobles actuaban también en el mercado secundario. Podían comprarse obras de colecciones ya fuese por dinero o a cambio de territorios o adquirirse en almonedas.

El Conde de Monterrey, durante su embajada en Roma, compró una serie de pinturas de la familia Ludovisi<sup>83</sup>. Niccolo Ludovisi, como pago por el estado Piombino, entregó a Monterrey para que le hiciese llegar al rey *La bacanal de los andrios* y la *Ofrenda a Venus* de Tiziano, o las obras de Guercino, *Lot y sus hijas* y la *Susana y los Viejos*. Con este trueque no cayeron los tizianos en manos de William Petty, el agente del Conde de Arundel, que había recibido órdenes de adquirir la colección Ludovisi para el rey Carlos I.

El conde de Peñaranda, virrey de Nápoles, adquirió en la almoneda del marqués Giovanni Francesco Serra, mariscal de campo y general de los ejércitos españoles, diversos cuadros para el monarca en 1664. El noble había muerto en 1656, y ocho años después los albaceas del general vendieron en Nápoles su colección de pinturas a don Gaspar de Bracamonte, quien compró para

Felipe IV 39 lienzos, por los que pagó 14.000 ducados. Algunas de las pinturas de este lote fueron *Retrato de Micer Marsilio y su esposa*, de Lorenzo Lotto; *Retrato del conde de San Segundo*, de Parmigianino; el *Hipomenes y Atalanta* de Guido Reni, el *Ester delante de Asuero* de Tintoretto, o la *Venus, Adonis y Cupido* de Carracci, según lo atestiguan las anotaciones del padre oratoriano Sebastiano Resta<sup>84</sup>. Esta venta forma parte de lo que Vannugli, siguiendo a Haskell, denomina una costumbre generalizada entre la nobleza italiana de aquel tiempo, especialmente la veneciana. A partir de los años 50, coincidiendo con los últimos años del reinado de Felipe IV, se pusieron a la venta muchas de las mejores colecciones de estos nobles, acudiendo la monarquía hispana a realizar compras en ellas. De algunas, como ésta, se difundieron incluso catálogos de las pinturas para así poder darlas a conocer mejor a los potenciales clientes.

En Nápoles se realizaban también ventas de pintura entre la que destaca la de Gaspare Roomer. Quedan aún por rastrear a fondo las compras realizadas por españoles en esta venta, de las que sólo sabemos que el Marqués de los Vélez, virrey desde 1675, compró a *dolce prezzo* diez pinturas que eran las que Roomer había escogido del palacio de Bernardino Rota<sup>85</sup>. Desde Inglaterra el rey envió como agente a Gallot, pues hay constancia documental del pago que hace éste en 1679 al convento de *Santa Maria Madalena*. Se registran a su nombre dos pagos, uno de 2.000 ducados y otro de 1.000 por unos cuadros que se pagan por el banco de San Giacomo<sup>86</sup>.

A la muerte de Rubens en Amberes, el Cardenal infante dispuso de la lista de las obras que se ponían a la venta antes de que se abriese la almoneda, por eso pudo actuar con mayor celeridad

y se compraron en dicha venta *La danza de los aldeanos*, *Las tres gracias* o el *Descanso en la huida a Egipto*<sup>87</sup>. Además en la almoneda de los bienes de Rubens se pudieron adquirir otra serie de pinturas que no eran de su mano, como un *Paisaje con Psique* de Paul Brill, que aparecerá registrado en los inventarios del Alcázar en 1666.

### Funcionarios y altos cargos

Estarían toda una serie de cargos de la administración o religiosos que se encargaban de sus tareas, a la par que realizaban la importación de objetos artísticos tanto para el rey como para otros diplomáticos o ayudando a estos a llevar a cabo los encargos de la corona.

De nuevo debemos referirnos a la almoneda de Carlos Estuardo, pues el agente más destacado, Alonso de Cárdenas, fue el enviado por don Luis de Haro para conseguir las mejores obras entre las que destacaban las tapicerías y las pinturas. La almoneda tenía su sede principal en Somerset House, antigua residencia de la reina. Se nombró un grupo de fideicomisarios o *Trustees* que debían administrar la venta, para la cual debía realizarse un inventario y para llevar a cabo la almoneda se nombró otra junta de comisionados, los *Contractors*.

Desde España será el valido don Luis con su agente en Inglaterra, Alonso de Cárdenas, quienes intenten traerse las mejores obras para España. Alonso de Peralta y Cárdenas<sup>88</sup>, tras su estancia en Nápoles<sup>89</sup>, donde ejerció diversos cargos, llegó a Inglaterra en mayo de 1638<sup>90</sup> ocupando el cargo de embajador ordinario a la corte de Londres de 1640 a 1655, después de pasar por Flandes<sup>91</sup>. Mantiene Cárdenas una intensa correspondencia con don Luis, que se conserva en parte en el archivo de la Casa de Alba<sup>92</sup>.

En general desde España no se adquirirá directamente a los *contractors*, ya que así se evitaba acudir a los regicidas<sup>93</sup>, por lo que Cárdenas comprará las obras a quienes se habían comprado en primera venta, especuladores que consiguieron ganancias con estas operaciones, como fueron William Wetton, Van Leemput o Balthasar Gerbier. Pero debemos hacer algunas apreciaciones al respecto. Ya antes de que se adjudicasen las “consignaciones” de la venta, realizó Cárdenas algunas compras en la almoneda, solamente de aquellas obras con las que podía existir un mayor riesgo de ser vendidas, por ser “piezas excelentes”. A pesar de la preocupación de Cárdenas por no perder ninguna de las obras más codiciadas, tenía diversos competidores extranjeros y también españoles, como el Conde de Fuensaldaña<sup>94</sup>. Ante la dura competencia, el precavido Cárdenas para realizar estas operaciones con el mayor secreto

posible, no dudo en enviar muchas de las cartas a don Luis de Haro en cifra<sup>95</sup>, o en rogarle a don Luis que no diese cuenta a nadie en la corte sobre las compras de pinturas<sup>96</sup>. El dinero le llegaba a Cárdenas vía Ámsterdam. De allí, los escudos, en moneda de Flandes, se remitían a Londres en libras esterlinas. En esta operación se perdía parte del dinero enviado.

Entre los funcionarios que dedicaron sus esfuerzos a las compras tenemos a los secretarios de los virreyes, que ya les habían acompañado cuando habían sido embajadores en Roma. Así tenemos el caso de Juan Rubio de Herrera, quien fue agente en Roma desde tiempos del duque de Alcalá quien, ya en 1629, cuando fue nombrado virrey en Nápoles, lo nombra agente del reino, y en ese puesto seguirá con los sucesivos virreyes añadiéndose el encargo de agente para el reino de Sicilia y de Milán. Desde Nápoles Herrera, como secretario de guerra del virrey, título que llegó a ostentar, recibía todo tipo de cartas dirigidas al virrey, entre las que se encuentran aquellas que tratan sobre los asuntos de arte, que muestran cómo se hacía cargo también de los intereses artísticos de Alcalá<sup>97</sup>.

Por el testamento de Herrera se sabe que el conde de Monterrey, mientras fue virrey, le había enviado dinero “para hacer ciertas pinturas que se hicieron y enviaron a Madrid para servicio del Rey Nuestro Señor”<sup>98</sup>. También el duque de Medina de las Torres uso los servicios de Juan Rubio de Herrera, no ya para el encargo de nuevas pinturas sino para la “compra de uno originales de pinturas antiguas” para los cuales se enviaron al agente “quatro mil ducados de moneda parte de Nápoles y parte de Roma”<sup>99</sup>. Además de estas noticias tenemos constancia de su actividad como agente en la compra que él hizo para el virrey Juan Alfonso Enríquez de Cabrera, Almirante de Castilla (1644-1646), de algunos tapices que eran parte de la herencia del difunto cardenal Pío de Saboya<sup>100</sup>.

El sobrino de Herrera era Juan de Córdoba. Éste había colaborado en los envíos de los bronce y vaciados de yeso que había dejado encargados en su segundo viaje Velázquez, y fue quien tomaría a su cargo el hijo ilegítimo que dejó el artista en Italia<sup>101</sup>. Tanto Juan Rubio de Herrera como Juan de Córdoba eran agentes para asuntos políticos pero también se encargaban de otros asuntos como los artísticos<sup>102</sup>. Anselmi indica que la razón para que los agentes que se encargaban de los asuntos de la corona fuesen usados también como agentes en materia de arte, por ejemplo Herrera y Córdoba, es que estaban más tiempo en su cargo que virreyes y embajadores, por lo que podían llevar mejor a cabo su misión ya que conocían mejor también las corte romana. Esta teoría es bastante lógica y además

debemos añadir que el hecho de que se encarguen estos “funcionarios” de asuntos artísticos se debe a que era parte de su trabajo, pues eran una más de las muchas órdenes que recibían de parte de virreyes y embajadores que tenían que atender a multitud de asuntos. Además, los secretarios y agentes ocupaban un escalón más abajo que virreyes y embajadores, estaban repartidos en una geografía más amplia que los diplomáticos y disponían de mayor libertad de movimientos para contactar con diversos personajes, teniendo pues más a la mano todos los asuntos, incluidos los artísticos.

Además de los secretarios de los virreyes, tenemos que hablar de los secretarios de Madrid, tanto de la secretaría de Italia, como la secretaría del Norte, en la de guerra o en la de Estado y posteriormente los que ocupen la secretaría del despacho universal creada por Felipe IV. Surgen ante la necesidad de que alguien se ocupase de todas las ordenes y papeles que debían hacerse llegar desde el rey o el valido a la maquinaria de los secretarios de los consejos<sup>103</sup>. La estancia de la secretaría del Despacho universal era vulgarmente conocida como “la covachuela”, y muchos de sus miembros ayudaron a traer importantes obras de arte, citaré los más destacados.

Manuel Francisco del Lira trató con el virrey Santisteban sobre el envío de objetos artísticos para el rey, como las falúas<sup>104</sup> (figura 5), y sobre la expedición a Madrid de las pinturas de Luca Giordano<sup>105</sup> que había encargado Carpio.

Después Santisteban mantendrá correspondencia con Juan de Angulo desde 1691, tras la jubilación de Lira. En dicha fecha escribe por

primera vez al Virrey, indicándole que su majestad le ha nombrado secretario de Estado y del despacho. En la correspondencia que ambos mantienen se habla de la venida de Luca Giordano y del posible envío de otros artistas, además de comentarse los problemas de los pagos por gastos secretos, haciéndose referencia también al envío de diversos objetos<sup>106</sup>. Continúan después las cartas con Alonso Carnero tratando sobre los asuntos de Luca Giordano, tanto el envío de material como la concesión de mercedes. Después sigue la correspondencia con Juan de Larrea, siendo éste oficial segundo de la secretaría de Estado, y también después, cuando éste sea secretario del despacho en la que siguen tratando de los envíos de material para Giordano.

En 1695 es nombrado virrey de Nápoles el duque de Medinaceli y continúa su correspondencia, a partir del año siguiente en que ocupa el puesto, con Juan de Larrea, siendo ya éste secretario del despacho universal, tratando con él del envío de distintos objetos<sup>107</sup> y de los beneficios a entregar a distintos personajes, además del envío del ingeniero Felipe Schor y si fuese posible de alguno de sus discípulos. Después continúa la correspondencia del virrey con el secretario Antonio de Ubilla y Medina desde 1698. Con él trata sobre el envío de músicos o maestros de componer instrumentos, hablando por primera vez del altar de pórfido que se tenía que enviar para la Capilla Real del Alcázar, y continúa el intercambio de misivas entre el secretario y el virrey hablando sobre el altar y los colores que se deben enviar para Giordano. Esta correspondencia finaliza con el envío de la copia del testamento del



Figura 5. *Falúa para Carlos II*, Patrimonio Nacional, Aranjuez

rey en noviembre de 1700, pues las cartas posteriores a esa fecha no tratan estos asuntos.

También existieron una serie de clérigos que actuaban para distintos nobles consiguiéndoles obras. Un personaje que podemos citar en estas tareas es al arcediano de Burgos, Bartolomé de Castro, que trabajó para diversos virreyes y persona relacionada con la casa de Lemos, que se ocupó sobre 1638 de algunas importaciones de pintura<sup>108</sup>.

### Pintores compradores

Respecto a los pintores, el más destacado agente que trabajó comprando objetos artísticos para España fue Velázquez.

Ya se ha hablado en muchas publicaciones de las compras que realizó Velázquez, lo que interesa señalar aquí es cómo lo hizo, ya que en este caso era el pintor quien señaló a los funcionarios las obras que se querían comprar y éstos movilizarían a los agentes para que se comprasen. En 1630 hay constancia de su presencia en Nápoles, donde recibe dinero de Monterrey para llevar a cabo los encargos<sup>109</sup>. Según Cruzada Villaamil, en 1649 compró para Felipe IV por 12.000 escudos cinco famosos cuadros, dos de Tiziano, dos de Veronés y la Gloria de Tintoretto<sup>110</sup>. Estos 12.000 escudos muestran cómo, según Boschini, Velázquez compraba a *forza d'oro*<sup>111</sup>, matizando Salort que se pagaron la segunda vez que fue a Venecia el sevillano. En su primer viaje a esta ciudad, Velázquez había dejado informados al marqués de la Fuente, y tal vez también al cónsul español don Santiago Cardoso, de la pintura que se necesitaba preferentemente en España. De estos 12.000 escudos se han documentado 2.588 escudos que Santiago Cardoso, procurador de Velázquez, cobró en el Banco del Giro por orden del virrey de Nápoles. Puede ser que esta cantidad fuese una parte del dinero que recibiese el sevillano, que le podría llegar a través del banco a Venecia como en este caso, o por pagarés o quizá en metálico través de intermediarios. También podían completar estas cantidades partidas que el propio Velázquez hubiese recibido en el 49 en Nápoles, pues según cuenta Palomino, antes de ir a Roma, tuvo que bajar a la ciudad partenopea para recoger el dinero que debía darle el conde de Oñate, el cual había recibido órdenes de España de asistir económicamente y con influencias al pintor<sup>112</sup>.

Además conocemos en parte el papel de David Teniers el joven como agente encargado de adquirir pinturas en Londres y en los Países Bajos para Alonso Pérez de Vivero, III Conde de Fuensaldaña, una importante figura de la política que tenía el más alto rango militar en los Países Bajos desde 1643 a 1650<sup>113</sup>.

### Pintores asesores

Don Luis de Haro, el gran coordinador de compras para la corona en el tiempo que estuvo como valido y sobre todo para las compras que se hicieron en Inglaterra, tenía en Madrid como ayudantes a Velázquez y Nardi, que le asesoraban sobre las compras que él hacía en Inglaterra, aunque precisamente en las obras que don Luis quería regalar al rey fallaron en su dictamen los expertos, pues en una pintura que procedía de la colección Arundel, el retrato de Leon x con los Cardenales Giulio de Medici y Luigi dei Rossi, atribuidos a Rafael, eran copia de Andrea del Sarto ya mencionadas en el Vasari. En cuanto a la pintura que se compró en la almoneda de Carlos I Estuardo, la *Educación de Cupido* de Correggio, el sevillano lo creyó copia por error y fue rechazada injustamente<sup>114</sup>. Ambas se las quedó don Luis para su propia colección<sup>115</sup>.

En Nápoles Giacomo de Castro, pintor y discípulo de Giovan Battista Caracciolo, estuvo a las ordenes del Conde de Peñaranda, para que le aconsejara sobre la compra de pintura, y después al servicio de don Pedro de Aragón, ayudándole a seleccionar las pinturas que traería a España<sup>116</sup>. Este pintor también vendía obras de otros pintores pues con las noticias del banco de San Eligio aportadas por Nappi, pudimos saber que el *Sileno ebrio* de Ribera fue vendida por él al Roomer en 1653<sup>117</sup>. En la ciudad partenopea era usual que los pintores funcionasen como asesores de las compras para las colecciones, así Giacomo de Castro junto con su discípulo Antonio di Simone, será uno de los mejores concedores de la temprana pintura napolitana<sup>118</sup>.

También en la misma ciudad parece que Artemisia aconsejaba al duque de Alcalá sobre algunas pinturas interesantes que estaban a la venta en Venecia, además de pintar obras que engrosarían la colección del duque. A veces se esperaban estos momentos como los más propicios para comprar algunas piezas, como las que tenía en su casa un nieto del Bassano, y sobre el cual se pedía información en 1632 para saber si había muerto y poder comprar las pinturas a sus herederos, pues él “pedía muchísimo por ellas”. A ella se le había pedido opinión por medio de la secretaria del Virrey.

Antes de presentar Monterrey en 1638 a Felipe IV las pinturas de la colección Ludovisi, Andrea Podestá hace dos grabados en 1636 de estas obras. Uno de la ofrenda de Venus dedicada a Cassiano del Pozzo y otra de las bacanales dedicada a Fabio della Cornia<sup>119</sup>. Este pintor aparecerá como Andrés Potestad en 1655, tasando las pinturas del marqués de Leganés, por lo que se le debe suponer como asesor para algunas de las compras que éste hubo de realizar para ampliar su colección.

Luca Giordano en Nápoles asesoraría a Santisteban y también a otros personajes en la ciudad, como Roomer y sobre todo a los Rosso, a quienes proporcionó gran cantidad de obras, como por ejemplo *La virgen con cuatro santos* de Pietro da Cortona, que aparecerá en el inventario de la familia.

Como vemos fuera de España, el papel que jugaron los propios españoles era muy distinto, pues tomaban la actividad de “mercadear” con obras de arte como parte de su misión política que les podía favorecer en su ascensión social al volver a España.

### Agentes

Pero tendrían que contar con toda una serie de agentes que les procurasen las informaciones y las compras, pues no podrían actuar en todos los sitios, y este número de agentes se irá multiplicando, no sólo para las adquisiciones reales, sino para las adquisiciones de los coleccionistas particulares.

Ha sido polémico el papel de Henrique de la Fluete –Henrique Van Vluete–, flamenco de origen, en su participación en la adquisición de los paisajes del Buen Retiro, robándole protagonismo a Castel Rodrigo. Se ha cuestionado<sup>120</sup> el papel del diplomático alegando que esta operación, aunque estuviesen los pagos supervisados por Castel Rodrigo, estuvo controlada por un agente. Respecto a esta cuestión, y viendo parecidas situaciones, creemos que, aunque fue de importancia la figura de Henrique de la Fluete no sólo como agente de transporte de las pinturas, sino como coordinador de los pintores, no se debe disminuir el protagonismo del marqués, quien trataría de cumplir su misión lo más fielmente posible, sobre todo para tratar de asegurar su futuro político que no estaba bien consolidado, y para ello se valdría de agentes, asesores y de toda persona válida para esta función, dejándose aconsejar por ellos y utilizando sus servicios para complacer al rey. Por ello es a él y no al agente a quien se cita en las cédulas como responsable de los envíos<sup>121</sup>.

Gran cantidad de agentes tendría por supuesto el Marqués del Carpio, pues si quería adquirir las mejores obras tendría que alargar sus tentáculos hasta donde se encontrasen las más destacadas piezas, por lo que Antonio Sauer escribe al virrey desde Venecia indicándole la posibilidad de adquirir un *Pastor Pan enguarnaldado de hojas de parra* de Rembrandt, que aparecerá posteriormente en su inventario. Don Gaspar también solicitará a este agente la búsqueda de algunos libros en dicha ciudad<sup>122</sup>.

### Hombres de negocios y banqueros

En Nápoles, tanto los comerciantes flamencos como los banqueros florentinos que desarrollaban sus actividades allí, tuvieron estrechas relaciones con los

virreyes, a los que financiaban de diversas formas y a los que donarán obras de arte, e incluso acabarán cobrando las deudas que los representantes de la corona tenían con ellos en objetos artísticos.

Gaspar Roomer<sup>123</sup> procedía de Amberes, donde nació a fines del siglo XVI, y en 1634 llevaba ya cierto tiempo establecido en Nápoles, pues en ese año, cuando Guilio Cesare Capaccio publicó su *Forastiero*, el comerciante, con unos cuarenta y cinco años, ya era dueño de un vasto patrimonio y una considerable colección de arte. Recogiendo esta opinión fue Giuseppe Ceci<sup>124</sup> quién abordó en primer lugar la figura de este mercante, con diversas aportaciones de Vaes<sup>125</sup>, desarrollando la idea sobre estos coleccionistas Haskell<sup>126</sup> y posteriormente Ruotolo<sup>127</sup> completó con novedades documentales sobre las colecciones e interesantes conclusiones. Todos ellos insistieron en la importancia de sus actividades como armador y comerciante. Sus barcos recorrían diversas rutas, pero la mayor parte de sus negocios los realizaba en su tierra natal. Estas actividades comerciales quedan mucho más claras con las noticias aportadas por Nappi<sup>128</sup>, en las que se muestran todas las cuentas que a través de los bancos de Nápoles realizó el flamenco. Gracias a este estudio conocemos que desarrolló su actividad mercantil primero en sociedad con Iacomo VanRay y a la muerte de aquel, en sociedad con Gio Vandeneynnden.

Desde 1616 hasta 1627, en que muere Iacomo VanRay, éste junto con Roomer mantiene una intensa actividad comercial. En los primeros años hasta 1622, se dedicaron a la importación y exportación de mercancías diversas como azúcar, estaño, plumas de escribir o telas de Holanda, aunque comerciaban especialmente con la seda, cuyo mercado dominaban en Nápoles. Para sus actividades alquilaron diversas naves a otros flamencos. Tenían corresponsales con los que intercambiaban transferencias de dinero desde y hacia Nápoles con Ámsterdam, Bari, Florencia, Amberes, Lucera, Milano, Palermo, Roma, Salerno y Venecia. A la muerte de su socio, Roomer continuó solo con su actividad comercial hasta 1636, en que se asoció con el también flamenco Gio Vandeneynnden, durando nuevamente la sociedad hasta la muerte del socio acaecida en 1671, continuando después con el hijo de éste, Ferdinand. Con el nuevo socio su actividad de cambio y de negocio aumentó. Continuó esta nueva sociedad con el comercio de la seda, pero ahora también serán ellos los que alquilen sus propias naves a otros comerciantes, y aseguren la mercancía de otras naves. Pero una de las actividades fundamentales que comenzarán a realizar será el adelanto de dinero a distintos mercaderes y a la Regia Corte, así

Figura 6. ; Rubens, *Banquete de Herodes*, Galería Nacional de Escocia



como el alquiler de sus naves a la corona española. El rey de España, con las arcas cada vez más vacías, encontró un modo de pagar a los flamencos cediéndoles el cobro total o parcial de diversos impuestos. Este mismo sistema de retribución lo empleó la ciudad partenopea para liquidar las deudas contraídas con la sociedad de la que estamos tratando.

Su patrimonio inmobiliario constaba de varios edificios, tanto en la ciudad como en sus alrededores. La sede de la sociedad que formaba Roomer con VanRay se encontraba en Portanova. Este local, que estaba en zona comercial no lejos del puerto, lo tenían en alquiler, al igual que el almacén que utilizaban para sus mercancías.

Su actividad como mercaderes y cambistas la desarrollaban en un palacio donde vivían y desarrollaban su actividad, el cual también tuvieron en alquiler. Este inmueble, situado enfrente del monasterio de Monteoliveto, aparece ya en 1631 como propiedad de Roomer, quien al comprarlo lo embelleció con grandes portones, además de los recubrimientos de mármoles y las fuentes que mandó realizar.

En 1634 Roomer adquirió por 9.000 ducados una propiedad en el campo, en Barra, con viñas y frutales que tenía en el centro un inmueble con varias alturas. Dos años más tarde aumentará sus propiedades en aquel lugar comprando un nuevo edificio. Para decorar su villa encargó en 1638 a Matteo Figliolini diversos trabajos como la realización de los balaustres o la decoración con figuras que representan mascaradas, escudos, flores, guerreros u hombres deformes que se pueden ver aún hoy en día, como todavía se pueden ver las pinturas que Aniello Falcone realizó<sup>129</sup> y por los que recibió diversos pagos a través de los bancos entre 1640 y 1643.

En esta finca parece era donde el comerciante recibía a los más destacados nobles y al virrey. Esta *villa di rappresentanza* se encontraba en una de las zonas en las que él no tenía arrendado ningún impuesto, con lo que no podría encontrar a su alrededor un ambiente adverso. En esta villa fue donde Roomer vivió importantes momentos de su vida. Aquí pudo alojar a María de Austria, ya Reina de Hungría en su estancia en Nápoles del 8 de agosto al 19 de diciembre de 1630. Años después, en 1647, esta villa fue el refugio para su propietario cuando estalló la revuelta de Masianello. Roomer escapa de Nápoles para mantenerse a salvo de la sublevación popular.

De todas estas propiedades, fue primero el palacio de Monteoliveto y desde mitad de siglo el de la Estrella los edificios elegidos para disponer las múltiples pinturas que compró.

Sobre la colección del Roomer, la primera noticia que tenemos la recoge en 1630 Giulio Capaccio cuando visita esa colección. Pero después siguió comprando más obras en el mercado directo e indirecto. Hay constancia de los pagos a través del banco de pinturas romanas compradas a través de sus agentes y pagos directos a pintores napolitanos. También adquiría sobre todo pinturas de género en Flandes, a través de sus agentes. Conocemos que en 1640 se hizo con el *Banquete de Herodes* de Rubens, hoy en la National Gallery de Escocia<sup>130</sup> (figura 6).

Asimismo Ruotolo destaca junto a estas pinturas, toda una serie de objetos de Flandes, brocados venecianos y muebles procedentes de Milán y Génova. Pero destacan los baúles y escritorios de los que se dice que procedían de China o que estaban trabajados a lo *chino* o a lo *indiano*. Capaccio ya citaba diversos objetos venidos de la China, decorando el palacio de Roomer en



1630, por lo que se confirma este gusto que por lo exótico tenía el flamenco y que ha mostrado el papel desempeñado por él en la difusión del gusto de los objetos orientales, que ya desde los primeros treinta años del siglo XVII estaba plenamente asentado en el norte de Europa, solicitándose desde Flandes, Holanda o Inglaterra gran cantidad de estas piezas, y de donde tomaría el Roomer el deleite por ellas. La presencia en Nápoles de mercaderes ingleses o flamencos, como el que nos ocupa, haría que el gusto por este tipo de piezas comenzase antes en la ciudad partenopea que en otras ciudades italianas.

Estos muebles, brocados y todo tipo de decoraciones de la casa, pueden considerarse como otro tipo de inversión. Así lo podemos ver por las noticias de los bancos. Nappi prefiere usar este término en lugar de coleccionismo al hablar de las obras de arte que poseyó el Roomer. En la compra de esta serie de objetos influiría en gran medida su socio Vandeneynenden.

Viendo el contenido de la colección, podemos comprobar la importancia y entidad de ésta. Su galería de pinturas debía ser la mayor de la ciudad, y sobre todo era permanente, pues las de los virreyes, que serían los únicos que podrían rivalizar con él, desaparecían con las obras propias y algunas ajenas cuando abandonaban el cargo. El palacio de Roomer era punto de encuentro cultural y, como indicaba De Dominici, “todos los amantes de la pintura de la época seguían sus consejos”. Serviría pues la colección del Roomer como referencia a los demás coleccionistas, que querrían imitar sus gustos y por tanto veremos que ésta marca tendencia no sólo entre los coleccionistas particulares sino en España por medio de los virreyes.

Asimismo habría que contar las pinturas que tomó Ferdinand Vandeneynenden, antes y después de la muerte de Roomer, no apareciendo estas últimas en el inventario de 1674, pues ya muerto su amigo las tomó antes de que se realizase la relación de obras. Podemos pensar que de las noventa pinturas que tomó, escogiese por ejemplo las pinturas de Van Laer y las de otros flamencos. También sabemos por las cartas escritas por Andrea Andreini a Leopoldo de Medici que las obras de Bamboccio habían sido llevadas por Ferdinand.

Además de la información que nos puedan dar los inventarios, sabemos que adquirió a lo largo de su vida diferentes lienzos, de los cuales podemos suponer que algunas de ellas pasaran a formar parte de su galería particular de pinturas y otras las adquiriría para venderlas.

Esta colección de pinturas formaba parte de la inmensa fortuna que amasó durante su vida el flamenco. Su riqueza hizo que se generalizase la

contestación “¿me toma por un Roomer?” con el que despachar a los insistentes mendigos. Su fortuna, sin embargo, no impidió que fuese una persona generosa con los más necesitados, lo cual, unido a sus convicciones religiosas, le hizo una de las personas más caritativas de Nápoles.

Además era una persona que disfrutaba de la buena vida, realizando grandes recepciones en sus villas de Posillipo o Barra, mostrándose rumboso en el agasajo a los virreyes y los más destacados personajes y nobles de Nápoles. Pero no quiso Roomer, sin embargo, adquirir ningún título de nobleza, como era nota común entre los nuevos ricos.

Su riqueza hizo que su única hija tuviese gran cantidad de pretendientes, sabiendo el flamenco que “querían casarse con su dinero y no con su hija”. Ésta era el único retoño de su matrimonio, de la cual no se conoce ni el nombre, por lo que cuando tomó los hábitos con el nombre de sor María Magdalena en el monasterio del Sacramento se cerraron las posibilidades de sucesión y, por tanto, de mantener unida la galería de pinturas. Esta hija murió en 1672, dos años antes que su padre.

Sin sucesión, dispuso Roomer en su testamento distribuir todos sus bienes entre instituciones de caridad y religiosas, amigos y familiares. El heredero universal de su fortuna fue el hospital de Santa María del Popolo de los Incurables.

Uno de los lugares más favorecidos por los legados de Roomer fue el conservatorio della Pietà dei Turchini<sup>131</sup>. Estos conservatorios formaban parte del entramado asistencial del Nápoles barroco y en el que tenían un papel destacado los comerciantes flamencos, como hemos visto en España. Nacieron como instituciones asistenciales para los niños sin recursos y abandonados, con la intención de reinsertarlos a la sociedad a través de la enseñanza de un oficio o un arte, transformándose con el tiempo en cualificadas escuelas de música.

Entre los legados a particulares, quien se vio más beneficiado con pinturas fue el hijo de su socio, Ferdinand Vandeneynenden. En un codicilo de su testamento Roomer recuerda que ya le había dado cincuenta pinturas que hacía tiempo se trasladaron al palacio de Ferdinand a las que añadió después otros veinte. A la muerte del testador el Vandeneynenden podía, con el permiso de los otros herederos, tomar noventa pinturas ya señaladas.

Pero la importancia del Roomer no debe hacer olvidar a los Vandeneynenden<sup>132</sup>. Indica Conforto que la familia era de origen humilde. Como señaló el profesor Bernal en su conferencia, en cuanto al beneficio que obtuvo Murillo a través de su cuñado, también aquí hemos de recordar cómo los Wael se

vieron favorecidos por su parentesco con los Vandeneynnden. Los hermanos, Ferdinand y Jan, se dedicaron al comercio de diversos productos entre los que se encontraban las pinturas, mostrándose cierta relación con este mundo pues Ferdinand incluso había emparentado con el pintor-mercader de Wael. Ferdinand muere en 1630 dejando toda su herencia al hermano que, como hemos visto, poco tiempo después se asoció con Roomer. El heredero de esta fortuna y negocio era el hijo de Jan, llamado como su tío Ferdinand, quien se compraría el título de Marques de Castelnuovo, olvidando la austeridad de su tío que no quiso ningún título ni se avergonzaba de su condición de mercader; parece que al joven Ferdinand las apariencias le empezaron a interesar.

Sobre el resto de la familia, indica Conforto que Jan se casó con Elisabetta Salvatori, también flamenca y con un negocio de collares. Tuvieron cuatro hijos, tres mujeres y un varón, llamado Ferdinando, que se casaría con doña Olimpia Piccolomini.

Ferdinand dejaría a su muerte una galería de cuatrocientas pinturas, cuyo inventario y tasación realizó Luca Giordano y fue dado a conocer por Ruotolo en 1982. Desconocemos cuáles de las pinturas que se contienen en el inventario habían sido propiedad de Jan, cuáles compradas por Ferdinand y qué obras de las que aparecen en la relación formaban parte del legado del Roomer.

Como el resto de los enseres las pinturas se dividieron en tres partes. Esta colección, como hemos visto, se vería muy influida por el padre, pues muchos de los autores que aparecen nombrados son flamencos, a quienes él, como comerciante de cuadros, conocería e identificaría perfectamente. Sorprende que hasta un gran conocedor de cuanto se disponía en las colecciones napolitanas como era Giordano, muestre ciertas dificultades en la identificación de alguno de los pinceles. Este variado conjunto de pinturas hace de la colección de Ferdinand una de las más importantes del Nápoles del tercer tercio del siglo XVII, y a diferencia de la de su socio. A una de sus hijas pasó el *Banquete de Herodes* de Rubens.

Junto a estos dos comerciantes flamencos afincados en Nápoles, hay que destacar la presencia en la ciudad partenopea de otros hombres de negocios, una familia de florentinos, que dedicó parte de sus ganancias a adquirir pintura local. Los del Rosso eran una activa familia de comerciantes a quienes recurrieron la corona y los virreyes para conseguir el dinero que no tenían. Haskell nombra a Andrea, Lorenzo y Ottavio, como coleccionistas de destacadas obras de arte en su casa cercana a Santa María Novella y destacados mercaderes que

financiaban los gastos de la Corona española, pero aparece un nuevo miembro, Giovanni Francesco, que tendrá un papel importante en la ciudad partenopea.

Los hermanos realizaron gran número de viajes para atender sus negocios e inevitablemente se dedicaron también al comercio de pinturas, ya que se señala que enviaron una *Huida a Egipto* de reducido tamaño de Carlo Dolci a Lord Exeter a Inglaterra y otros cuadros a Polonia. Pudieron así conocer todo tipo de pinturas y apreciar la pintura napolitana, llegando a ser grandes coleccionistas. Aunque su padre y abuelo también habían mostrado interés por las artes, con Vannini como pintor de la casa, y con obras de Carlo Dolci, la nueva generación introducirá aires más modernos en la galería de pinturas.

Su vinculación a la ciudad partenopea aparece ya documentada en 1613, cuando el Gran duque de Toscana escribe al virrey español sobre “los tres hijos herederos de Antonio del Rosso florentinos que viven y comercian en Nápoles”. Desde entonces tanto su vida comercial como su interés por las artes estará ligada a la ciudad partenopea desde donde financiarán a la Corona y a los Virreyes. Giovanni Francesco fundará en Nápoles una compañía bancaria en 1689, asociado con Filippo Maria Gondi, que tendrá también su presencia en Madrid<sup>133</sup>.

Cuando el artista fue a Florencia en diversas ocasiones se alojó en casa de los del Rosso, así en 1679 según Baldinucci, o en 1682 según las cartas citadas más abajo, y tal como apunta Haskell seguramente fuesen ellos quienes le consiguiesen el encargo para pintar la Capilla Corsini en el Carmine, y que le proporcionarían posteriormente los grandes frescos del Palazzo Riccardi, pues en el inventario de los del Rosso aparece el boceto original de una de las pechinas de la Capilla. Sus múltiples ocupaciones hacían del pintor una persona un tanto abandonada para la correspondencia, y así se puede ver en la queja de Andrea que se muestra en la carta que un tal Agostino Peretolani dirige al marqués Riccardi en 1682, se indica que ha ido a visitar a Giordano a casa de los Rosso, y no le encontró pero sí a Andrea del Rosso, quien le dijo que no debía extrañarse si no le contestaba el pintor a la carta que debió dejarle el mensajero “pues es más fácil tener de su mano un cuadro que dos líneas”, indicando quizá el escaso concepto que el Rosso tenía de la capacidad intelectual del pintor<sup>134</sup>. Se servirá el Giordano de otros miembros de esta familia para dar a conocer su actividad. Así a través de Lorenzo del Rosso, con quien parecía tener mayor confianza, comunicará al Gran Duque las noticias que le manda Giordano sobre los cuadros encargados<sup>135</sup>.

Sobre las obras que poseyeron los Rosso conocemos el inventario hecho por Cinelli en 1677<sup>136</sup> y el que en 1689 realiza el propio Andrea del Rosso<sup>137</sup> de la colección que tenía junto con su hermano Lorenzo. En esta relación se aprecia cómo introdujeron más de cien pinturas napolitanas.

Pero muchas de las mejores obras de arte que pudieron adquirir los del Rosso en la ciudad partenopea fueron las que tomaron en pago de las deudas que el virrey marqués del Carpio había contraído con ellos, y que tras su muerte, el 16 de noviembre de 1687, no pudieron saldarse con dinero. Mucho era el capital que los banqueros y asentistas italianos habían adelantado al virrey. Entre los consejos que se darán a Medinaceli cuando pase desde Roma a ocupar el virreinato de Nápoles se le recuerda cómo muchos banqueros y asentistas hicieron préstamos a sus predecesores en las mismas circunstancias, indicando que él no debe hacer lo mismo pues “nunca falta algún bobo que a los señores virreyes de Nápoles les fía toda su hacienda, con que hay con que tapar abujeros al tiempo de la partida, como nos lo testifican con su daño, los bachelis en tiempo de astorga, marqués Núñez Viejo cuando Portocarrero pasó a Sicilia y fulano del Roso y Luca Antonio Ronca que socorrieron a Carpio”<sup>138</sup>.

Al fallecer el marqués los acreedores reclamaban su dinero a una testamentaría que se vio en múltiples dificultades, pues ni los fondos ni los bienes llegaban para pagar tan ingente cantidad de dinero adeudado. Entre quienes debían recibir más dinero estaban los banqueros florentinos Del Rosso, Guidetti y Gondi<sup>139</sup>. El temor a no cobrar los débitos hará que Giovanni Francesco del Rosso escriba a la viuda del marqués para recordarle que antes de disponer de los bienes, llevándolos a Madrid o de venderlos se deben pagar las deudas a los acreedores, como dispuso el difunto marqués.

Además de los acreedores muchos de los más importantes coleccionistas italianos estaban interesados en las piezas más destacadas del marqués del Carpio, por lo que compitieron con los del Rosso tomando objetos de aquellos que dejó el difunto virrey.

El Gran Duque, al igual que el rey de España, estaba interesado desde el primer momento en dicho altar de pórvido, inacabado, que el marqués del Carpio quería disponer en la villa de Loeches, pero a falta de conseguirlo debió conformarse con el lienzo que había encargado el marqués para dicho altar. De Vito descubre, a través de las cartas del archivo de Florencia, cómo estaba este lienzo en 1688, aún en Nápoles en poder del pintor y Sebastián de Villarreal y Gamboa, que fue camarero mayor con el del Carpio y luego con

Santisteban, se lo mostró a Miselli, agente del príncipe en Nápoles, quien escribe a su corresponsal en Florencia Basetti sobre la conveniencia de que este cuadro fuese a parar a manos del gran duque pues *non só se Titiano habbia fatto meglio*.

Posteriormente de Frutos aporta nuevas cartas de Miselli a Basetti en las que se ven las gestiones realizadas por el primero para poder obtener el altar de pórvido<sup>140</sup> para el gran duque, dando la noticia de que el altar quedará en uno de los acreedores que no serán otros que los Rosso.

Este altar quedará en posesión de los banqueros hasta que ocupe el cargo de virrey el 1.º duque de Medinaceli y la compañía del Rosso, Giudetti Gondi, aproveche la buena relación del nuevo gobernante español con el cardenal Francisco María de Medicis para que dicha compañía consiga cobrar el dinero que le adeuda la corona. Con la compra del altar por parte de la corona se conseguirá en parte contentar a los banqueros con cierta cantidad de dinero, que de otro modo difícilmente se podría conseguir a cambio de un altar que para ellos había perdido el interés, pues aún permanecía almacenado, y que en cambio en Madrid supondría una renovación de la Capilla del Alcázar.

El virrey Medinaceli supervisó el encargo de la corona para el envío de esta pieza<sup>141</sup> con toda preocupación, pues él, al igual que sus antecesores, procuraban satisfacer todas las peticiones artísticas que desde la corte se hacían, tanto de objetos como de artistas, como hizo Medinaceli con Schor o su predecesor Santisteban con la marcha a España de Luca Giordano<sup>142</sup> para encaminar su posición en la corte, intentando que fuese lo más favorable posible, tanto si continuaban en el cargo como si volvían a la corte donde debían buscarse una nueva situación.

Pero además del altar, como pago de deudas, fue un lote de pinturas de la testamentaría del marqués del Carpio el que acabó en manos de Giovanni Francesco Del Rosso. Éste, a su vez, debería repartir los lienzos entre diferentes miembros de la compañía a los que debía diversas cantidades de dinero. El valor de los diversos lotes de cuadros superaba en cuatro veces el valor del altar<sup>143</sup>.

Giovanni Francesco muere en 1702; Ottavio, que se había dedicado a la religión, murió en 1714; Andrea, en 1715 y Lorenzo, en 1719. Sus herederos fueron Antonio y Giovanni Battista, dos hijos de un cuarto hermano, Nicolás, fallecido en 1710. Así en el siglo XVIII continúa la dispersión de pinturas entre los herederos y los socios de la compañía.

He tratado de resumir los distintos personajes que surgieron en torno al llamado “mercado de arte” en los territorios hispánicos, en donde se dieron diversas relaciones, pues en España se

movían entre el carácter español de rechazo a “mercadear” con excepciones como Sevilla o Cádiz, con pintores que vendían sus productos directamente amparándose en la protección del gremio, y los pintores que recibían encargos y a la nobleza de la pintura, mientras que en otros territorios se contemplaba con absoluta normalidad recibir importantes pagos por realizar pinturas en el taller, como en el caso de Rubens, o como dedicarse al comercio, incluido el de pinturas, y dónde los propios españoles se olvidaban de que en realidad estaban comerciando, y ávidos de sacar el mayor partido posible de su estancia en el exterior, veían las compras que hacían de obras de arte como un modo más de hacer política en el caso de los altos cargos y un buen cumplimiento de su tarea en el caso de los funcionarios.

#### Notas

1. El esquema de este tipo de ventas es el que se propone, y he tomado para esta ponencia de M. J. Muñoz González, *El mercado español de pinturas en el siglo XVII*, 2008.
2. Marqués de Saltillo, “Efemérides artísticas madrileñas del siglo XVII”, *Boletín de la Real Academia de Historia*, 1947, p. 605 y ss., p. 646.
3. A. Solé, “El Gremio gaditano de pintores en la segunda mitad del XVII. Notas históricas sobre un grupo social gaditano”, 1974, *Archivo Hispalense*, pp. 171-177; p. 175. El esclavo mulato Francisco de Núñez, trabajaba en el taller de Pablo Legote.
4. M. Morán Turina, “Aquí fue Troya (De buenas y malas pinturas, de algunos entendidos y otros que no lo eran tanto)”, 1991-92, *Anales de Historia del Arte*, nº 3. Universidad Complutense, pp. 159-184, p. 174
5. Sobre la representación de estos pícaros en la pintura barroca véase J. Cantera Montenegro, “El pícaro en la pintura barroca española”, *Anales de Historia del Arte*, v. 1, 1989, pp. 209-222.
6. A. E. Pérez Sánchez, “Dos breves novedades en torno a Antolínez”, *A.E.A.*, 1961, pp. 276-7.
7. Se vendían en casi todo tipo de tiendas: A.H.P.M. Pº Protocolo 5342, fol. 53. Escribano Juan de Ortega, Año 1643, “*Relación de los bienes que existen en la tienda de Juan Pérez mercado: colonias, cuadros... constan sus precios*”. M. Agulló, 1978, p. 140. Diego Rodríguez pone cuadros a la venta en la platería de Duarte Méndez. Se controlan las mercancías que se venden, por una obligará por pragmática a declarar qué mercancías se venden en cada tienda para controlar los precios (pragmática. B.N.E. VE37/76) y también para controlar los impuestos en las tiendas (B.N.E. Mss. 18433).
8. R. Ago, “Di cosa si può fare commercio: Mercato e norme sociali nella Roma Barocca”, *Quaderni Storici*, nº 91, 1996, pp. 113-134. Indica entre las fuentes documentales para el estudio del comercio en Roma, como en el negocio de los regatones, como en otros, era frecuente la formación de compañías, donde un socio aportaba el capital y el otro el trabajo.
9. J. Gállego, *El pintor de Artesano a Artista*, Granada, 1976.
10. A.H.N. Consejos, Libros nº 1219, Fol 176r-179r. Documentación usada para la comunicación presentada en el Seminario de Historia del Arte: *El pulgar sobre el lienzo: Conceptos e imágenes del artista español* celebrado en Soria, julio 1999, bajo la dirección de Fernando Marías, “La situación económica del artista español en el siglo XVII”.
11. Portús, *Lope de Vega y las artes plásticas (estudio sobre las relaciones entre pintura y poesía en la España del siglo de oro)*, Tesis doctoral, Universidad Complutense, Madrid, 1991, p. 333 y ss.
12. M. Herrero García, “Un dictamen pericial de Velázquez y una escena de Lope de Vega”, *Revista Española de Arte*, 1936, pp. 66-68; E. Lafuente Ferrari, “La Inspección de los retratos reales en el siglo XVII”, *Correo Erudito*, 1941, p. 55.
13. A. A. Palomino y Velasco, *Museo pictórico y escala óptica*, Ed. Aguilar, 1988, Madrid, I: *Teoría de la Pintura*; II: *Práctica de la pintura*; III: *El parnaso Español pintoresco laureado*, 1715-1724, Ed. 1988, p. 485.
14. Ceán Bermúdez, *Diccionario histórico de los más ilustres profesores de las Bellas Artes en España*, 1880, t. II, pp. 48-49.
15. M. Agulló Cobo, *Noticias sobre pintores madrileños de los siglos XVI y XVII*, Departamento de Historia del Arte de las Universidades de Granada y Autónoma de Madrid, 1978, Ed. Univ. Granada. En 1614 Juan Andrés de la Roble, pintor, en su testamento declara que debe a Láçaro Lopelo, que vende pinturas en San Felipe, cien reales. La calidad de los pintores que vendían en tienda la muestra este testamento, donde declara de la Roble que tienen empeñados distintos lienzos y caballetes a Jerónimo Monçón y a Diego de Rómulo.
16. M. Morán Turina, 1991-92, p. 178.
17. M. Morán Turina, 1991-92, p. 179.
18. B.N.E. Mss. 2366.7. Se conserva un grabado del fuerte de Schencken ganado en 1635 (exhibido en la Exposición de grabado española). Se adjunta una nota en la que se dice Véndese en casa de Cornelio de Beer pintor enfrente de las casas del Duque de Lerma. Madrid. Viuda de Juan Gonçalez, 1635. Sobre la importancia de la venta de estampas en España y a América véase B. Navarrete, *La pintura andaluza del siglo XVII y sus fuentes grabadas*, 1998. Capítulo IV, pp. 77-83.
19. P. Cherry, “Seventeenth-Century Spanish Taste”, vol. 1, pp. 1-109. Spanish Inventories. Getty Trust, 1997, p. 79. Se documentan gran número de contratos entre pintores y mercaderes.
20. I. Cecchini, *Quadri e commercio a Venezia durante il Seicento. Uno studio sul mercato dell'arte*, 2000, p. 225.
21. Se encuentran diversos doradores tratantes de pinturas: P. Getty Cherry, 1997, p. 80; A. Matilla Tascón, “Comercio de Pinturas y Alcábalas”, *Goya*, 1984, nº 178, pp. 180-181, p. 180.
22. M. Agulló Cobo, *Más Noticias sobre pintores madrileños de los siglos XVI al XVIII*, 1981, p. 87; P. Getty Cherry, 1997, p. 82.
23. E. García Chico, *Documentos para el estudio del Arte en Castilla. Valladolid*, 1946, tomo III, pp. 187-188.
24. M. Agulló Cobo, *Documentos para la historia de la pintura española. Museo del Prado*, 1994.
25. A. Matilla Tascón, 1984, p. 180.
26. Agüera Ros, *Pintura y sociedad en el siglo XVII. Murcia un centro del Barroco español*, 1994, p. 303.
27. Su mujer, Ana Díaz, se encargará a la muerte de éste de cobrar las deudas que le dejaban debiendo y así recibe de Juan Mateos, pintor, en 1633 los 200 reales que le debía.

28. M. Agulló y Cobo, 1981, p. 136.
29. P. Getty Cherry, 1997, p. 79.
30. A. Matilla Tascón, 1984, p. 180.
31. M. Agulló y Cobo, 1978, p. 28-29.
32. M. Agulló y Cobo, 1978, p. 140.
33. C. Pérez Pastor, *Noticias y Documentos relativos a la historia y literatura españolas*, Memorias de la Real Academia Española, tomo XI, vol. 2, Madrid, 1914, p.142; A. E. Pérez Sánchez, “La crisis de la pintura en torno a 1600”, en *España en las crisis del arte europeo*, 1968, pp. 172-174; M. Burke, *Private Collections of Italian Art in Seventeenth-Century Spain*, University Microfilm International, New York University, 1984, 2 vols., pp. 25-26.
34. A. E. Pérez Sánchez, *Pintura italiana del siglo XVII en España*, 1965, p. 512; A. E. Pérez Sánchez, A.E., 1968, pp. 173-174; Schroth, 1990, pp. 105-107; E. Goldberg, “Artistic relations between the Medici and the Spanish Courts. 1587-1621. Part 1”, *The Burlington Magazine*, nº 1.115, 1996; pp. 105-114, pp. 112-113.
35. A. E. Pérez Sánchez, 1965 y M. Morán Turina, “Importaciones y exportaciones de pinturas en el siglo XVII a través de los registros de los libros de pasos”, *Actas del Congreso Madrid en el Contexto de lo Hispánico desde la época de los descubrimientos*, tomo II, 1994, pp. 543-562.
36. J. C. Agüera Ros, *El comercio de cuadros Italia-España a través del Levante español a comienzos del siglo XVII*. *Revista Imafronte*, nº 6-7, Departamento Historia del Arte de Murcia, 1990-91, pp. 11-18.
37. A. Vergara, *Rubens and his Spanish Patrons. The King's Chosen Painter. 1630-1640*, 1999, p. 136 y ss.
38. Getty, Doc. 34.
39. J. Denucé, *Exportation d'oeuvres d'art au XVIIe siècle à Anvers. La firme Forchondt*, Amberes, 1930.
40. Morán, 1991-92, p. 177, nº 81 citando a Pérez de Herrera.
41. F. Vermeylen, “Exporting Art across the globe. The Antwerp Art Market in the Sixteenth Century”, *Kunst voor de markt: Art for the market 1500-1700*. Zwolle : *Waanders Uitgeverij*, 2000, pp. 13-30.
42. Felipe de Guevara, *Comentarios de la Pintura*, c. 1560, en Sánchez Cantón, *Fuentes literarias para la Historia del Arte*, Madrid, 1933, vol. I, p. 162. Con esta crítica también trata de defender las tablas de tradición flamenca frente a los lienzos que estaban imponiendo los venecianos.
43. L. García Fuentes, *El comercio Español Con América. 1650-1700*, Publicaciones de la escuela de Estudios hispano-americanos de Sevilla, 1980, Sevilla, 1980, p. 324 y ss. “Al menos 240 rollos de pinturas se enviaron al Nuevo Mundo en la segunda mitad del siglo XVII; Tierra Firme recibirá 171, Nueva España 51 y el resto se envió a Honduras, Buenos Aires y Maracaibo”.
44. F. Quiles, “Los extranjeros y sus colecciones artísticas en la Sevilla Barroca. Los extranjeros y sus colecciones artísticas en la Sevilla barroca”, *Imagen y Apariencia*, 2008.
45. E. L. Stols, “La colonia flamenca de Sevilla y el comercio de los Países Bajos españoles en la primera mitad del siglo XVII”, *Anuario de Historia Económica y social*, 2,1969, pp. 376-377.
46. C. Pemán, “Un comercio de arte flamenco en Cádiz en el siglo XVII”, *El boletín del museo de Cádiz*, IV, 1929, p. 145.
47. Jusepe Martínez, *Discursos practicables del nobilísimo arte de la pintura*, Madrid, ed. 1988, p. 286.
48. Neil De Marchi y Hans J. Van Miegroet, “Exploring Markets for Netherlandish Paintings in Spain and Nueva España”, *Kunst voor de markt: Art for the market 1500-1700*. Zwolle: *Waanders Uitgeverij*, 2000, pp. 81-112. De este artículo he usado los datos que expongo sobre las importaciones de Chrisostomo Van Immerseel y Marie de Fourmestraux y de Matthijs Musson y Marie Fourmenois.
49. J. Denucé, *Letters and Documents Concerning Jan Brueghel I and II*, Amberes, 1934, doc. 34.
50. J. Denucé, 1934, docs. 33 y 39.
51. E. Stols, 1969
52. Neil De Marchi y Hans J. Van Miegroet, “Art, Value, and Market Practices in the Netherlands in the Seventeenth Century”, *The art Bulletin*, 76, 1994, pp. 451-464, p. 453.
53. F. Quiles, “Casos y Cosas de la América hispana, desde Sevilla. Siglos XVI y XVII”, *Arte y patrimonio en España y América*, 2014, pp. 141-162.
54. J. Portús Pérez, “Uso y función de la estampa suelta en los siglos de Oro (testimonios literarios)”, *Revista de dialectología y tradiciones populares*, vol. 45, 1990, pp. 225-246.
55. M. Agulló y Cobo, 1981, p. 211.
56. J. M. Montias, “Auction Sales of Works of Art in Amsterdam (1597-1638)”, *Kunst voor de markt: Art for the market 1500-1700*. Zwolle: *Waanders Uitgeverij*, 2000, pp. 145-194.
57. E. Valdivieso, *Pintura Holandesa siglo XVII en España*, 1973, p. 21 y ss.
58. Neil De Marchi y Hans J. Van Miegroet, 2000. Sobre la legislación para la importación de pinturas para los Países Bajos.
59. E. Stols, 1969, nº 4.
60. A. Aterido Fernández, “The first owner of the Rokeby Venus”, *Burlington Magazine*, febrero 2001. Muestra a través de la documentación de la almoneda del pintor la desconocida personalidad de este, que poseía pinturas de gran valor, como *La Venus del Espejo*, indicando que eran de su propiedad, y no un depósito, pues cuando los cuadros se encontrasen en esa situación debía especificarse en el codicilo del testamento. A esto podemos añadir que si no fuesen de su propiedad se vería en el inventario, pues, como ya señalamos, una de las funciones del inventario pos mortem era diferenciar los bienes propiedad del difunto de aquellos que poseía en el momento de su muerte pero que no eran propiedad suya.
61. Cecchini, 2000, p. 219.
62. A.C.A., Caja 197.
63. J. M. Pita Andrade, “Dos recuerdos del segundo viaje a Italia”, *A.E.A.*, 1960, pp. 287-290, p. 289. El documento de ACA, Caja 182-179, recogido en M. Burke, 1984, doc. 3.2.
64. J. M. Pita Andrade, “Nicolás de Villacís al servicio del Marqués del Carpio”, *A.E.A.*, 1960, pp. 295, p. 289. El documento en ACA, Caja 182-184, recogido en Burke, 1984, doc. 3.2.
65. M. Burke, 1997; Getty.
66. Mª J. Muñoz González, “Nuevos datos sobre los oficios y puestos de Velázquez en la Casa Real”, *A.E.A.*, nº 288, 1999, pp. 546-551.
67. A.D.M. Sección Archivo Histórico, Leg. 66. Las cartas del Cardenal Infante son de su mano y firmadas, las de Felipe IV son minutas, que a veces carecen hasta de la fecha.
68. J. Brown y J. H. Elliot, “The Marquis of Castel Rodrigo and the landscape paintings in the Buen Retiro”, 1987, *The Burlington Magazine*, nº 1009, pp. 104-107. Se indica que la idea de adquirir los paisajes pudo corresponder a Crescenzi, aunque Castel Rodrigo abundaría en ella indicando los nuevos talentos a los que habría que recurrir.
69. A. Anselmi, “Política e collezionismo tra Roma Napoli e Madrid: i dipinti Ludovisi ed i paesaggi per il Buen Retiro”, *Actas del CEHA. XI. El mediterráneo y el arte español*, 1996, Valencia, pp. 215-218.

70. F. Baldinucci, *Notizie de' professori del disegno da Cimabue in qua*, vol. 2 (t. XIII, p. 318, indica "Era allora Ambasciatore al Papa per la Maestá del Re Cattolico il Marchese di Castel Rodrigo, el quale essendo venuto a notizia il modo dell'operar suo, gli ordinó due paesi di quindici palmi, che furon da lui condotti con gran diligencia, e ne fu largamente ricompensato. Con tale occasione gli convenne poi farne altri molto per Cavalieri spagnoli che lungo sarebbe il ridire"). Pascoli (Pascoli I, p. 59) indica que "facene alcun per marchese di Castelrodrigo ambasciatore del Re di Spagna".
71. Burke, Getty, p. 129.
72. G. Bottari y S. Ticozzi, *Raccolta di lettere sulla pittura scultura ed architettura*, vol. III, G. Silvestri, Milano, 1822, pp. 419-443.
73. E. Brunetti, "Situazione di Viviano Codazzi", *Paragone*, n° 79, 1956, pp. 65.
74. De Dominicis, *Vite de' pittori scultori ed Architetti Napoletani*, 1742, Ed. 1971, 2 vols. (t. III, p. 76) "Fu egli [...] a baciarse le mani al Vicerè, D. Garcia de Avellaneda y Haro, conde de Castrillo, e ringraziarlo della grazia concedutagli e quel signore lo accarezzò e ammoni vivere morigeratamente per decoro di quella virtù con la quale si era controdistinto. Volle poi per lui dipinte alcune battaglie, le quali al suo ritorno in Ispaña condusse seco", y en pág. 218 añade "Soleva nondimeno andare a dipingere in casa dello Spagnoletto suo maestro, alcune bataglie del medesimo commessergli per mandarle in Ispaña con altri quadri ordinati del Viceré de quel tempo".
75. Gabriele Finaldi, "The patron and date of Ribera's 'Crucifixion' at Osuna", *Burlington Magazine*, 1991, julio, pp. 445-446.
76. E. Nappi, "Un regesto di documenti editi ed inediti, tratti prevalentemente dall'Archivio Storico del Banco di Napoli, riguardanti Giuseppe Ribera e una conferma della presenza a Napoli nel novembre 1630 di Velázquez", *Ricerche sul'600 napoletano*, 1990, pp. 177-186.
77. H. E. Wetthey, "The Spanish Viceroy, Luca Giordano, and Andrea Vaccaro. 1667", *Burlington Magazine*, vol. 109, diciembre, pp. 678-689.
78. G. De Vito, "Il Rubens 'pintado' da Luca Giordano; ma quando?", *Ricerche sul'600 napoletano*, 1998, pp. 119-137, p. 120, habla de los encargos que hace al pintor el marqués siendo embajador.
79. E. González Asenjo, "Envíos de pinturas de Giordano a España en 1688", *Catálogo de la exposición Luca Giordano en Madrid*, 2002, pp. 72-92. Publica los documentos del Archivo de la Casa de Alba que contienen los envíos de los lienzos de Luca Giordano que se hacen en 1688 desde Nápoles.
80. De Dominicis, *Vite de' pittori scultori ed Architetti Napoletani*, 1742, Ed. Forni, Bologna 1971, 2 vols. (Libro I, II, III), pp. 419-427.
81. Marisol Cerezo, "Luca Giordano y el virrey Santisteban: un mecenazgo peculiar", 1986, *Revista del Museo e Instituto "Camón Aznar"*, xxvi, pp. 76-88; Vicente Lleó Cañal, 2000; A. E. Pérez Sánchez, "Más obras de Giordano en España", *Ricerche sul'600 napoletano*, 2000, pp. 129-148.
82. A. Aterido, 2001.
83. M. Burke, 1997, p. 129.
84. A. Vannugli, "La colección del Marqués Giovan Francesco Serra", *Boletín del Museo del Prado*, tomo IX, pp. 33-42, enero-diciembre 1988.
85. C. Celano, *Notizie del bello, dell'antico e del curioso della città di Napoli*, Con aggiugioni di G.B. Chiarini, vol. III, Nápoles, 1856-60, Ed. 1971, pp. 429-432. Seguramente se encuentren también algunos de los cuadros que acabaron en la colección de Carpio en el inventario de Roomer.
86. A. Delfino, "Documenti inediti tratti dall'Archivio di Stato di Napoli e dall'Archivio Storico del Banco di Napoli", *Ricerche sul'600 napoletano*, 1993, pp. 21-40.
87. M. Díaz Padrón, "Gaspar de Crayer un pintor de retratos de los Austrias", *A.E.A.*, 1965, pp. 229-244.
88. José Antonio Álvarez de Baena, 1789, *Hijos de Madrid*, 1973, Madrid, p. 53.
89. A.S.N. Segretaría dei Vicerè, leg. 34.
90. A.G.S. Estado, leg. 2521. B.N.E. Mss. 8687. Relación del estado de Inglaterra, deducida desde el principio de sus movimientos hasta el año de 1656. "Muerte de Carlos I en la plaza de Londres por sentencia del Parlamento. Describe la naturaleza del tirano Oliverio Cromwell y las máximas de que se valió para ascender al grado de protector. Por D. Alonso de Cárdenas, embajador de España".
91. Albert J. Loomie, "New Light on the Spanish Ambassador's purchases from Charles I's Collection 1649-53", *Journal of the Warburg and Courtauld Institutes*, 1989, pp. 257-267, ver p. 257, nota 2; J. Barrionuevo, "Avisos" (1654-58), vol. 1, Ed. Atlas, Madrid, 1968; Madrid, 20 marzo 1655, p. 119; Madrid, 7 julio 1655, p. 163; Madrid, 1 abril 1656, p. 277.
92. A.C.A. Caja 182. La mayor parte de las cartas, se envían en 1651, recibíendose en Madrid una o dos cartas al mes. Esta correspondencia que se encuentra en el archivo de la Casa de Alba se recoge en J. Brown y J. Elliott, 2002. Las citas del A.C.A. que se hagan en este estudio están tomadas de Mª J. Muñoz González, 1996.
93. J. Brown y J. Elliott, *La almoneda del siglo. Relaciones artísticas entre España y Gran Bretaña, 1604-1655*, Museo del Prado, 2002, p. 59.
94. A.C.A., 182-176; A. Vergara, 1989. Incluye este artículo la transcripción de la "memoria de las pinturas, tapicerías y recados de chimenea que el Conde de Fuensaldaña mi s.r embia a España. Para embiar al s.r Dn Luis. A.C.A., 182-177".
95. A.C.A. Escritas en clave completa o parcialmente: 182-166/168/169/171.
96. A.C.A. 182-166. Carta del 23 de enero de 1651.
97. Mª J. Muñoz González, "Una nota sobre los intereses pictóricos del Virrey de Nápoles, duque de Alcalá (1629-1631)", *Ricerche sul'600 napoletano*, 1999, pp. 59-60. A.S.N. Segretaría dei Vicerè, n° 32. En 1631 se pide información sobre unas pinturas de Bassano que estaban en poder de sus herederos y se pide lapislázuli a Venecia. A.S.N. Segretaría dei Vicerè, n° 30. También en una carta sin firmar de 1630 se indica a Herrera: "Esperaré la cabeza de marmol que dice don Juan de Saavedra avia de enviar".
98. A. Anselmi, 1996.
99. A. Anselmi, 1996.
100. Antonella Parisi, "Per la total perfettione e compimento. La misión de Velázquez y de su agente Juan de Córdoba Herrera en los documentos del Archivo del Estado de Roma", en *Velázquez. Esculturas para el Alcázar*, 2008.
101. A. Anselmi, 1996.
102. A. Anselmi, "Arte, política e diplomazia: Tiziano, Correggio, Raffaello, l'investitura di Piombino e notizie su agenti spagnoli a Roma", VV. AA., *The Diplomacy of art. Artistic creation and politics in seicento Italy. Papers from a colloquium held at the Villa Spelman*, Florence, 1998. Ed. 2000, pp. 101-120. Este artículo contiene las noticias mostradas en el de 1998 añadiendo la documentación sobre Podestá y Herrera.

103. Ésta es la teoría que defiende Escudero.
104. M<sup>a</sup> J. Muñoz González, “Documentos inéditos sobre la llegada a España de Luca Giordano”, *Ricerche sul’600 napoletano*, 2003-2004, pp. 158-163; M<sup>a</sup> J. Muñoz González, “La capilla real del Alcázar y un altar de pórfido”, *Reales Sitios*, XLII, n<sup>o</sup> 164, 2005, pp. 50-69.
105. E. González Asenjo, “Envíos de pinturas de Giordano a España en 1688”, *Catálogo de la exposición Luca Giordano en Madrid*, 2002, pp. 72-92.
106. A.D.M. Sección Archivo Histórico, leg. 79.
107. A.D.M. Sección Archivo Histórico, leg. 43.
108. L. Sierra, “Un ‘San Juanito en el desierto’ del taller de Rafael, inédito en Oña”, 1959, *A.E.A.*, p. 251.
109. E. Nappi, “Un registro di documenti editi ed inediti, tratti prevalentemente dall’Archivio Storico del Banco di Napoli, riguardanti Giuseppe Ribera e una conferma della presenza a Napoli nel novembre 1630 di Velázquez”, *Ricerche sul’600 napoletano*, 1990, p. 185.
110. G. Cruzada Villaamil, 1885, p. 168.
111. S. Salort, “La misión de Velázquez y sus agentes en Roma y Venecia”, 1649-1653, *A.E.A.*, n<sup>o</sup> 288, 1999, pp. 415-468. Cita a M. Boschini, *La carta del navegar pintoresco*, Venecia, 1660, pp. 56-58.
112. S. Salort, 1999.
113. A. Vergara, “The Count of Fuensaldaña and David Teniers. their purchases in London after the civil war”, *The Burlington Magazine*, febrero, 1989, pp. 127-132.
114. Burke, Getty, p. 135.
115. E. Harris, “Velazquez as Connoisseur”, *The Burlington Magazine*, 1982, julio, pp. 436-440.
116. De Dominici, *Vite de’ pittori scultori ed architetti napoletani*, 1742, Ed. de Arnaldo Forni, 1971, tomo II, pp. 289 a 291.
117. E. Nappi, “Un registro di documenti editi ed inediti, tratti prevalentemente dall’Archivio Storico del Banco di Napoli, riguardanti Giuseppe Ribera e una conferma della presenza a Napoli nel novembre 1630 di Velázquez”, *Ricerche sul’600 napoletano*, 1990, p. 185. A.S.B.N. “Banco di S. Eligio. G.m. 292. Partita di 550 ducati dell’1 marzo 1653. A Gaspare de Roomer D 550. E per lui a Giacomo de Castro et se li pagano per tanti quadri venduti e consignati a tutta soddisfazione et fra essi un Bacco grande de nove et sette palmi fatto a mano dal quondam Gioseppe Rebeira spagnolo”.
118. C. R. Marshall, “Senza il minimo scrupolo”, *Journal of the History of Collections*, n<sup>o</sup> 12, 2000, pp. 15-34. Se señalan en este artículo los distintos casos de comercio con pinturas en Nápoles en el siglo XVII. Seguramente lo más usado por los virreyes sería el encargo directo a los pintores o a través de asesores-tratantes como Giacomo de Castro. Sobre este pintor señala el autor que mintió a don Pedro sobre algunas pinturas, diciendo que eran copias, “para preservar el patrimonio pictórico de la ciudad”, p. 23.
119. A. Anselmi, 2000.
120. A. Anselmi, “Política e collezionismo tra Roma Napoli e Madrid: i dipinti Ludovisi ed i paesaggi per il Buen Retiro”, *Actas C.E.H.A. XI*, 1996, pp. 215-218. Da mayor protagonismo al llamado Enrique de la Plutt en las cuentas de la embajada de Castel Rodrigo aparecía como mero acompañante de las pinturas que había adquirido el marqués para el rey. Sobre los pagos a Enrique de la Flute en septiembre de 1641 véase J. M. Azcárate, “Anales de la construcción del Buen Retiro”, *Anales del Instituto de Estudios Madrileños*, I, 1966, p. 125. También J. Brown y J. H. Elliot, 1987, p. 128.
121. M. Morán y K. Rudolf, “Nuevos documentos en torno a Velázquez y a las colecciones reales”, *A.E.A.*, n<sup>o</sup> 259-260, 1992, p. 296. Se muestra como Castelrodrigo, antes de enviar los diecisiete cajones por cuyo transporte se había abonado el dinero al agente Enrique de la Flute, en septiembre de 1641, había enviado ya en 1639 otras siete cajas con pinturas. Este envío del 1639 se conoce por la cédula en la que se nombra al marqués como la persona que realiza el envío.
122. F. Bouza, *Corre manuscrito. Una historia cultural del Siglo de Oro*, 2001, pp. 180-181, Madrid, p. 180. Cita A.G.S. Estado Libro 117, para dar esta información. Hemos revisado dicho libro, el anterior y posterior, sin poder encontrar estas noticias.
123. Excepto cuando se especifique otra cosa, las noticias aquí aportadas proceden de los cuatro autores aquí citados, que recogen las fuentes clásicas de primera mano como Sandrat, Capaccio, Celano, De Dominici.
124. G. Ceci, “Un mercante mecenate del secolo XVII”, *Napoli Nobilissima*, 1920, pp. 160-164.
125. M. Vaes, “Corneille De Wael”, *Bulletin de l’Institut historique belga de Rome*, 1925-26.
126. F. Haskell, *Patronos y pintores*, 1980, Ed. Madrid, 1984, pp. 209-210.
127. R. Ruotolo, “Mercanti-Collezionisti fiamminghi a Napoli. Gaspare Roomer e i Vandeneynen”, *Ricerche sul’600 napoletano*, 1982, pp. 5-44.
128. E. Nappi, “Le attività finanziarie e sociali di Gaspare de Roomer. Nuovi documenti inediti su Cosimo Fanzago”, *Ricerche sul’600 napoletano*, 2000, pp. 61-92.
129. A. Alabiso, “Aniello Falcone’s in the villa of Gaspar Roomer a Barra”, *Burlington Magazine*, 1989, pp. 31-43.
130. M. Gualdi, *Memorie originali italiane riguardanti le belle arti*, serie I, Bolonia, 1840, pp. 117, 118, 120, 122; L. Buchard, “Rubens’ Feast of Herod at Port Sunlight”, *Burlington Magazine*, 1953, pp. 383-387.
131. R. Del Prete, “Legati, patronati e maritaggi del Conservatorio della Pietà dei Turchini di Napoli in età moderna”, *Rivista di Storia Finanziaria. CIRSEI*, julio-diciembre 2001, n<sup>o</sup> 7, pp. 7-32.
132. R. Ruotolo, “Jan Vandeneynen, mercante fiamingo a Napoli”, en *Dimore Signorili a Napoli*, 2013, pp. 431-447.
133. L. de Frutos Sastre, “Noticias sobre la historia de una dispersión: El altar de pórfido del VII marqués del Carpio y un lote de pinturas”, *Ricerche sul’600 napoletano*, 2003-2004, pp. 60-84, p. 65, nota 97 (a).
134. R. Ruotolo, “Recopilación Documental sobre la vida y obra de Luca Giordano”, *Luca giordano y España. Catálogo de la exposición del Palacio Real*, 2002, p. 328. Citando a F. Büttner, *Die Galleria Riccardiana in Florenz*, Fráncfort-Berna, 1972, pp. 229-230.
135. L. de Frutos Sastre, “Luca Giordano y los Medici”, *Ricerche sul’600 napoletano*, 2003-2004, pp. 153-157 (b).
136. Cinelli, *Le bellezze di Firenze*, Florencia, 1677.
137. M. Gualandini, *Memorie originali risguardanti le Belle Arti*, Bolonia, 1840-45, vol. II, pp. 115-28.
138. A.D.M. Leg 24, n<sup>o</sup> 1.
139. A.C.A Caja 162-21.
140. De Frutos Sastre, *op. cit.* (b).
141. M<sup>a</sup> J. Muñoz González, 2005.
142. M<sup>a</sup> J. Muñoz González, 2003-2004.
143. De Frutos Sastre, *op. cit.* (a).

Colección:  
Escuela de Barroco Fundación Focus-Abengoa

Nº: 2

Edita:  
Fundación Focus-Abengoa

Diseño y maqueta:  
Pedro Bazán Correa

ISBN:  
978-84-606-7786-4

Fundación Focus-Abengoa, 2015  
Hospital de los Venerables.  
Plaza de los Venerables, 8. 41004, Sevilla  
Teléfono: 954 562 696; Fax: 954 564 595  
Correo electrónico: [focus@abengoa.com](mailto:focus@abengoa.com)  
[www.focus.abengoa.es](http://www.focus.abengoa.es)

© De los textos: los autores

© De la presente edición: Fundación Focus-Abengoa





*Dicere et Facere Differunt.* Grabado en plancha de cobre hacia 1640. Procede de la obra de Daniel Meisner, *Novus Politicus Emblematicus Civitatum*.  
Fundación Focus-Abengoa

