

## ORIGENS MEDIEVAIS DA RACIONALIDADE ECONÔMICA MODERNA

## MEDIEVAL ORIGINS OF MODERN ECONOMIC RATIONALITY

## ORÍGENES MEDIEVALES DE LA RACIONALIDAD ECONÓMICA MODERNA

### Apresentação

Apresentamos aqui uma tradução de um reconhecido historiador italiano, Giacomo Todeschini<sup>1</sup>, que gentilmente nos cedeu o direito de apresentar um texto representativo de uma obra que traz um tema recorrente: o da origem medieval e, digamos, católica da racionalidade econômica moderna e capitalista. Esta posição assumida pelo autor insere-se num debate importante em curso, em que desponta a interpretação feita por Max Weber no início do século XX, sobretudo com sua "A Ética protestante e o espírito do capitalismo". Se para este e tantos outros autores, o capitalismo tem como origem, mesmo que não seja a única, a reforma protestante em sua vertente calvinista e puritana, Todeschini defende outra leitura: a de que é no contexto do surgimento e fortalecimento do comércio na Idade Média, em que se estabelece uma relação problemática entre mercadores cristãos e não-cristãos (incluindo os judeus), e no qual se debate longamente a legitimidade e a pecaminosidade da usura, que se vai forjando um significado sagrado para o próprio comércio ("metáfora da salvação cristã") e se lançam as raízes de uma nova mentalidade, que marcará a modernidade.

Selvino J. Assmann<sup>2</sup>

<sup>1</sup> Giacomo Todeschini leciona Filosofia Medieval na Universidade de Trieste, Itália desde 1979. Dedicou-se ao estudo do desenvolvimento das teorias e das linguagens econômicas medievais, à doutrina cristã relativa à cidadania e ao mercado, e ao papel político-econômico dos judeus no mundo cristão medieval. É também visiting professor junto à École Normale Supérieure (Paris), fellow da Oxford Centre for History (Oxford University), além de membro do Institute for Advanced Study (Princeton). É autor, dentre outras obras, de: *La ricchezza degli ebrei. Merci e denaro nella riflessione ebraica e nella definizione cristiana dell'usura*. Centro Italiano di Studi sull'Alto Medioevo, 1989; *I mercanti e Il tempio. La società Cristiana e Il circolo virtuoso della ricchezza fra medioevo ed età moderna*. Bolonha, 2002; *Ricchezza francescana. Dalla povertà volontaria alla società di mercato*. Bolonha, Il Mulino, 2004 (traduzido para o inglês e para o francês); *Visibilmente crudeli: Malviventi, persone sospette e gente qualunque dal medioevo all'età moderna*, 2007.

<sup>2</sup> A tradução do texto para língua portuguesa é de Selvino José Assmann, doutor em Filosofia pela Pontifícia Università Lateranense, PUL, Itália, professor titular em Filosofia do Departamento de Filosofia, professor do Doutorado Interdisciplinar em Ciências Humanas e Coordenador do Programa de Pós-Graduação Interdisciplinar em Ciências Humanas (Doutorado) do Centro de Filosofia e Ciências Humanas da Universidade Federal de Santa Catarina, Florianópolis, SC, Brasil. E-mail: [selvinoassmann@gmail.com](mailto:selvinoassmann@gmail.com)



## O Comércio no Ocidente medieval: o Sagrado cotidiano

Giacomo Todeschini

TODESCHINI, Giacomo. *Commerciare nell'Occidente medievale: Il Sacro quotidiano*. Disponível em: <http://dipeco.economia.unimib.it/pdf/iniziative/todeschini%20wp.pdf>. Acessado em agosto de 2012. Tradução portuguesa de Selvino J. Assmann

### O comércio como metáfora da salvação cristã

“A confiança de quem compra faz aumentar o valor da mercadoria” (*Fides ementis, incrementum est mercis*): esta afirmação friamente econômica não se encontra em um tratado clássico de economia política, mas sim num texto teológico do séc. IV, escrito por um célebre Padre da Igreja, Ambrósio de Milão (*De Joseph patriarcha*, III). A mercadoria de que se fala é o Corpo de Cristo, enquanto a confiança (*fides*) é aquela de quem deseja obter a sua graça: são os que mais acreditam em Cristo que o consideram mais precioso, são os que estão mais próximos d’Ele que o consideram de maior Valor, pois nem todos o avaliam da mesma maneira (*quia non omnibus unius aestimatione pretii valet Christus*). O maior dos Valores, a Salvação, vale, portanto, tanto mais quanto mais é apreciado por quem o compreende. Outros dois autores-textos fundamentais para a história intelectual do Ocidente europeu, Agostinho de Hipona e Salviano de Marselha, no séc. V, dizem que *commercium* é a forma e o modelo a que devem ser referidas as relações sociais “perfeitas”, ou seja, do seu ponto de vista, cristãs. O “comércio” é representado, nas palavras dos mesmos, como transação fundamentada na confiança que uma pessoa tem em outra e no crédito de que uma pessoa goza no interior de um grupo: jogando com a ambigüidade semântica das palavras latinas *credere, fides, fiducia, spes, e symbolum* (“pacto”, mas também “testemunho de um acordo estipulado”), tais autores, na origem de todo um vocabulário conceitual de base, falam da relação entre cristãos e entre cristãos e Deus, nos termos de um acordo metaforizável como econômico. Os riscos provados pelos mercadores, a confiabilidade dos mercadores, a esperança de ganho dos mercadores, a credibilidade dos mercadores são propostos como modelos lógicos e lingüísticos de referência para quem, como cristão, queira pensar e ter uma representação da sociedade cristã e da relação entre cristãos e divindade. A semelhança evangélica entre um bom cristão e um mercador à busca da pérola perfeita (Mt 13,45) é fortemente explorada por

Agostinho (*Sermo* 212, I) para sublinhar que as relações cotidianas entre “fiéis” devem ser modeladas por dialéticas comerciais baseadas na confiança e na reciprocidade. Salviano, assim como muitos outros depois dele (tornando-se um *topos*), indica na “esperança de ganho” mercantil um percurso finalizado análogo ao do “fiel”.

O comércio e os comerciantes ou mercadores existem, portanto, no início da Idade Média sejam como realidades cotidianamente úteis à sobrevivência, testemunhadas esporádica ou sistematicamente por documentos contábeis ou de memórias de crônicas, ou por legislações como as imperiais ou episcopais, sejam como figurações emblemáticas da organização de uma sociedade que os chefes da nova religião de Estado, o Cristianismo, queriam que fosse coesa e ativamente ativa tendo em vista uma futura Salvação. De maneira análoga, formas da vida econômica, como o depósito de uma soma junto a um banqueiro, são utilizadas, nestes primeiros séculos, como metáforas destinadas a representar lógicas da vida religiosa e espiritual cristã: a expressão “*depositum fidei*”, por exemplo, que na língua cristã da alta Idade Média significa a reciprocidade solidária que a fé comum constrói entre cristãos, alude a uma organização social como aquela da cidade cristã nos confins entre Império Romano e Alta Idade Média, no interior da qual a coesão religiosa e, assim, a fé põem a própria possibilidade, para além de um credo comum, de um comércio e de um mercado capazes de garantir a perpetuidade também econômica das realidades eclesiais. Comércio, depósito, crédito não são, portanto, testemunhados no Ocidente entre o IV e o V século apenas como simples, contingentes manifestações de relações de utilidade cotidiana, mas aparecem, muito mais, precocemente inscritos no código significativo da Cristandade ocidental a fim de indicar algumas modalidades basilares da vida associada dos cristãos, e, antes de mais nada, a centralidade que a troca e a transação fiduciária tinham assumido no sistema de relações reais e simbólicas entre seres humanos e entre seres humanos e divindade. Desde estes primeiros séculos, fazer comércio, emprestar, pedir empréstimo, mas também ter crédito e gozar de confiança tornam-se, por conseguinte, momentos muito delicados e ambíguos da organização econômica de uma sociedade que, assim como a ocidental, é governada por poderes (imperiais, episcopais, senhoriais) que identificam a si mesmos como cristãos. O comércio e, em geral, as dialéticas da troca começam a aparecer – precisamente por serem centrais na arquitetura salvífica do Ocidente (o próprio Cristo é definido, por

Agostinho, como “mercador celeste”) - cotidianamente em jogo entre a excepcionalidade de um modelo infinitamente produtivo (Cristo troca – como “*mercator coelestis*” – a própria Infinitude por uma carne mortal, e desse *commercium* nasce a Salvação, um Valor que os seres humanos podem adquirir crendo nele e empenhando para isso a própria vida), e a cotidianidade de transações potencialmente imorais ou ilícitas, perigosamente próximas do dolo das falsificações das mercadorias, do engano sobre os preços e da arbitrária avaliação das necessidades dos compradores. Pode-se, por isso, entender a crescente atenção que a teologia moral ou a legislação, primeiro tardo-imperial romana e depois carolíngia, reservam para as atividades comerciais não como simples vontade ou veleidade de controle político ou ético sobre o cotidiano econômico, mas antes como um modo culturalmente preciso de definir e codificar as atividades lucrativas que, redutíveis à relação de compra e venda e de crédito, pareciam ser centrais tanto no universo econômico quanto no universo simbólico da Cristandade. E isso de tal maneira que disciplina econômica viesse a significar cada vez mais, do século V ao século X, disciplina das relações sociais, enquanto ética econômica vinha cada vez mais a coincidir com múltiplas formas de aculturação cristã da identidade cívica.

Além disso, é evidente que o desenvolvimento de realidades comerciais e de lugares de mercado, entre a baixa e a alta Idade Média, não podia ser entendido, mesmo na sua concretude de todos os dias, fora de tal quadro ideológico, linguístico e político. Se, conforme revelam cada vez mais os historiadores, são as cortes senhoriais e soberanas ou os mosteiros que tornam possível e que encorajam o crescimento de relações mercantis na Europa ocidental (pelo menos na Itália centro-setentrional, e na área franco-germânica e inglesa), isso acontece como consequência tanto de necessidades econômicas destes centros do poder, quanto de exigências de controle territoriais, e quanto, também, da necessidade de tornar duradouras, sólidas e sagradas as substâncias patrimoniais senhoriais ou eclesiásticas, de qualquer modo vividas como modelos econômicos pelo povo cristão. É precisamente entre os séculos IX e XI, portanto, um pouco antes da assim chamada “revolução comercial” do Ocidente europeu, que mercadores e comércio revelam, ainda mais do que nos períodos precedentes, a própria ambiguidade aos olhos tanto dos soberanos e dos sacerdotes, quanto dos próprios protagonistas da economia do dia a dia. Neste traço de tempo, de fato, o crescimento de formas da

soberania, como aquela imperial carolíngia, e como aquela episcopal e pontifícia, mas também de tipologias do poder senhorial local com tendência dinástica, precisamente porque tende a sacralizar e a eternizar em termos culturalmente cristãos as formas da posse e da propriedade de que são titulares os imperadores, os bispos, os pontífices ou os senhores, atribui cada vez mais ao comércio e à troca (ou seja, aos seus protagonistas empíricos, os “comerciantes”) uma função decisiva, mas exatamente por isso perigosa do ponto de vista dos mesmos que a promovem. Por outras palavras, o problema que se colocava aos “poderosos” por causa do *commercium* enquanto atividade econômica de troca gerida pelos *negotiatores*, ou seja, dos comerciantes concretamente ativos nos mercados locais, derivava essencialmente do papel social dos mercadores e do contraste que se podia verificar entre a sua atividade especificamente localizada, e a ideologia ou a linguagem teológica que do “comércio” tinham feito um momento central da identidade dos ocidentais. Na alta Idade Média, especialmente entre os séculos IX e XI, na área cultural catalogável como “carolíngia”, ou seja, francesa, alemã e italiana, os mercadores eram identificados como *peregrini* (peregrinos), ou seja, como *pauperes* (pobres), a saber, como sujeitos que podiam e deviam fruir da proteção dos senhores em cujos territórios se achavam transitando ou agindo; por outras palavras, como grupo qualificado, não por um ativismo econômico, mas pelo escasso ou inexistente poder social. A “troca” salvífica se ia desdobrando em formas econômicas de troca inteiramente cotidianas. Estas, por um lado, convalidavam a noção cristã e teológica de uma sociedade feita de redes de relação solidárias e de entrelaçamentos econômicos que preenchessem as diferenças entre riquezas e necessidades, de tal modo que o ato de comerciar promovido pelos poderosos podia parecer, à semelhança da caridade dos próprios poderosos (fossem eles leigos ou eclesiásticos), como uma forma de compensação dos desníveis econômicos. No entanto, por outro lado, as dialéticas comerciais eram ativadas por pessoas e grupos de que as elites não podiam presumir com certeza a *fides*, ou seja, uma cristianização completamente realizada. Por outras palavras, os mercadores, precisamente por serem sociavelmente fracos, precisamente por serem *pauperes* e necessitados de proteção (contra os brigantes de estrada, mas também frente a outros poderes legítimos que procurassem enquadrá-los), também eram colocados, do ponto de vista jurisdicional e legislativo, mas também teológico, na ampla categoria de cristãos que as capitulares carolíngias, as polémicas teológicas,

os livros penitenciais e as legislações conciliares destes séculos intermediários consideravam moralmente caducas, ou seja, vacilantes na “fé” por serem motivados nas suas escolhas pela pobreza e pela impotência da classe a que pertenciam, e, além disso, por serem escassamente ou de forma alguma alfabetizados e, assim, totalmente ignorantes dos significados que, misticamente, deviam vincular a economia de todos os dias com a Economia da Salvação. Trata-se, portanto, de um paradoxo, pois ao mesmo tempo em que o comércio e os mercadores eram estimulados e protegidos pelos poderes senhoriais, régios, monásticos e episcopais, determinava o crescimento de suspeitas sobre os homens que, cada dia, eram os protagonistas deste comércio e destes mercados. De maneira especial, a sua suposta incapacidade de distinguir entre bens econômicos sagrados e, portanto, não valoráveis a um preço corrente de mercado, e bens econômicos comuns, parece estar na origem do temor e da desconfiança difundida nos textos legislativos e teológicos entre os séculos IX e XI, por parte das capitulares e dos concílios carolíngios, nas reflexões de moral social de Ratério de Verona, e até nos códigos de direito canônico de Burcardo de Worms, Ivo de Chartres e Graciano. Nestes testemunhos, habitualmente, duvida-se da honestidade dos mercadores sobretudo porque eles são considerados incompetentes para compreender o que, por sua vez, para a Europa dos poderes cristãos, já servia de fundamento para a economia dos reinos e das igrejas: a inalienabilidade, ou seja, a exclusão do mercado ordinário dos bens fiscais e eclesiásticos. Nas capitulares como a de Nimega, em 806, cauteloso frente aos mercadores que comprem de eclesiásticos desonestos os bens das igrejas, como se verifica nas admoestações de Ratério feitas aos mercadores (no séc. X), ecoa claramente o alarme com relação a uma atividade econômica que, nos mesmos textos, é apresentada como indispensável para a sociedade dos cristãos. O que interessa de fato é que a dinâmica do mercado deveria - mesmo que não fosse - ser controlada totalmente pelos especialistas do sagrado, a fim de poder ser entendida como perfeitamente cristã, para não se constituir como um potencial atentado contra o patrimônio das igrejas, cada vez mais identificadas com o Corpo de Cristo de que se alimentam os pobres.

### **O comércio como forma da socialidade ocidental**

É nesta situação que, nos séculos XI e XII, se manifesta cada vez mais visivelmente o que os historiadores do século passado denominaram “revolução comercial” da Idade Média. Contudo, tal multiplicação das trocas, das transações de crédito e das relações econômicas entre entes públicos como as igrejas, mosteiros e poderes senhoriais ou régios, e entre estes sujeitos institucionais e operadores econômicos “privados”, mas também a aceleração da economia de troca e de crédito entre indivíduos de condição social variável, não podem ser interpretadas como um imprevisto crescimento empresarial ou financeiro dependente de explosões demográficas não bem identificáveis ou, ainda menos, da improvável e repentina liberalização de uma economia de ganhos atribuível a “burguesias” mercantis que apareceram de maneira fulminante no cenário europeu. Parece mais verdadeiro afirmar que é precisamente o nexos entre o sagrado e o econômico que transformava o arquipélago europeu das igrejas, mosteiros e poderosos leigos tanto em motor político e carismático das trocas econômicas, quanto em produtor de censuras éticas e confessionais do mercado entendido como potencial elemento de dessacralização do mundo; que é precisamente esta identidade – sempre próxima de um curto circuito – entre protetores políticos e juizes éticos do comércio, que fazia cada vez mais deste último, e dos mercadores que fisicamente o representavam, uma forma essencial da socialidade ocidental, mas, ao mesmo tempo, a concretização mais evidente do obsessivo temor ocidental de reduzir a Salvação a um efêmero bem-estar cotidiano, de confundir a Riqueza eterna com a miragem de riquezas mais imediatas e tangíveis. Por estes motivos, nos textos que nos falam de mercados e de mercadores, entre os séculos IX e XI, vemos alternarem-se o temor de uma indiferença destes “agentes” dos poderes territoriais e carismáticos pelo significado sagrado dos bens eclesiais e senhoriais, e uma vontade de proteção dos mesmos, capaz até mesmo de transformar-se – conforme acontece, por exemplo, durante o pontificado de Gregório VII na década de 1070 a 1080 – numa competição entre poderes régios e pontífices a propósito do direito destes poderes de taxar os mercadores e, assim, de anexá-los à própria jurisdição pública. De maneira especial, depois, durante os séculos XI e XII, a violenta polêmica que opõe a Igreja romana aos senhores e soberanos laicos que não reconhecem a natureza consagrada das posses eclesiásticas, repercute diretamente na organização dos mercados e na configuração social dos mercadores. É de fato a partir deste momento que, em analogia com os termos da polêmica, as transações comerciais acabam sendo

distinguidas, nas linguagens do poder e da administração cristã, em duas grandes categorias: a das transações econômicas que dizem respeito ou favorecem o crescimento do patrimônio das igrejas, cada vez mais identificado do ponto de vista ético e teológico com o “dos pobres”, mas também com o “dos cristãos” entendidos como sociedade conjunta, e a das transações que, por sua vez, dilaceram ou desperdiçam ou dessacralizam, privatizando-o, tal patrimônio. É nessa fase, e mais precisamente no século que está entre 1050/60 e 1140/50, que vemos tomar rapidamente forma nos textos teológicos, jurídicos e legislativos italianos, franceses, ingleses e alemães, a dupla mas intercomunicante noção de “simonia” como atentado sacrílego à soberania econômica das igrejas e de “usura” como pecado econômico tipicamente judeu. O mundo do mercado, dos mercadores e das dialéticas entre devedores e credores próprios dos mesmos aparece cada vez mais representável como cindido entre uma identidade que a torna uma continuação do Sagrado e que o fundamenta na fé (religiosa não contratual), e uma identidade que faz dele uma manifestação da *perfidia* dos “infiéis”, ou seja, daqueles que, como os “simoníacos” e os judeus, aparecem indiferentes frente ao primado econômico e ético-econômico da Igreja e dos poderes consagrados. E por isso que, sobretudo desse momento em diante, se torna central - na avaliação moral do comércio, mas também na sua articulação contratual técnica - poder estabelecer o pertencimento dos seus protagonistas ao “campo” dos “fiéis” ou àquele dos “infiéis”; e as próprias transações de crédito ou comerciais que, quando ativadas por grupos ou pessoas de fé incerta ou nula, aparecem como atentados ilegítimos e culpáveis ao bem-estar dos cristãos (conforme acontece no caso das polêmicas com relação aos credores dos mosteiros ou das igrejas, típicas da segunda metade do século XII, desde o pontificado de Alexandre III ao de Inocêncio III), acabam se situando, pelo contrário, na origem de uma benéfica circulação da riqueza, sendo promovidas por instituições ou pessoas reconhecíveis como internas ao universo dos fiéis. Trata-se de uma percepção do mercado que marcará, no século XIII, textos de direito canônico, como os de Sinibaldo de Fieschi ou do Cardeal Ostiense, que, se por um lado condenam brevemente a *usura* entendida como incontrolável acúmulo privado de riqueza, por outro, legitimam as atividades de crédito das igrejas reconhecidas como funcionalmente vinculadas à prosperidade econômica das mesmas e da sociedade cristã no seu conjunto. Neste âmbito, por fim, se afirma, ainda nos séculos XII e XIII, a noção da legalidade habitual da compra e venda das rendas possuídas por uma

igreja ou por uma comunidade cristã, seja ela reino ou cidade: esta difusão da cessão de um pagamento periódico em dinheiro ou em espécie por parte de instituições sagradas e privadas que tenham pago à instituição uma quantia inicial, assim como a legitimação ético-religiosa desse tipo de relação de crédito julgada como de utilidade pública por teólogos e juristas, equivalem à introdução definitiva no mercado europeu de uma clara diferença, de origem cultural e religiosa, entre práticas econômicas. Cada vez mais o pertencimento do mercador ou do banqueiro ao universo dos “fiéis”, garantido por instituições sagradas, cada vez mais o fato de ser confirmada a sua “intenção” de a ele pertencer, jogam um papel fundamental na história da economia de ganhos, ou seja, na história da sua legitimação política e moral.

A prosperidade dos mercadores e a multiplicação das trocas, ou seja, aquilo que hoje se poderia definir como o crescimento de uma civilização do mercado ocidental europeu, vão crescer neste clima, feito, como se pode verificar, de elementos políticos, ideológicos, teológicos e econômicos não separáveis entre si. Por mais que, sem dúvida, esta história dependa, em certa medida, de ciclos ou de fases de crescimento ou de estagnação, de abundância ou de carestia de dinheiro em circulação, e em parte dependentes de fatores objetivos (achados de minas de metais preciosos, de oscilações climáticas, aumento da mortalidade devido a epidemias), e por mais que, certamente, e sobretudo entre os séculos XII e XIV, uma fase de expansão, imediatamente sucedida por outra de contração, coincida com um rápido refinamento das técnicas de troca e de transação financeira, parece errôneo entender a “história do comércio” no Ocidente cristão como a história “simples” de uma prática econômica orientada por um “princípio de utilidade” abstrato e metatemporal, ou seja, independente do contexto cultural e lingüístico que o envolve. Assim também parece indevido atribuir aos mercadores, que foram, em parte, os protagonistas desta história, o papel de edificadores de uma genérica e abstrata racionalidade laica dos ocidentais.

### **O mercador como transgressor e construtor da Ordem**

O protagonismo mercantil e o papel do comércio – como já foi observado mais vezes – assumem nos séculos XIII e XIV, em toda a Europa, mas primariamente na Itália, um novo significado cívico. Não são apenas as trocas que são vistas cada vez mais pela razão oficial cristã como a estrutura básica de uma socialidade em si mesma virtuosa e salvífica, mas é a figura social do mercador que surge no cenário, sendo representada por juristas, teólogos e legisladores, cada vez menos como “agente” de Poderes superiores e cada vez mais como figura concreta de organizador principal do bem-estar público, ou seja, como um especialista das lógicas de troca útil para fazer com que as cidades e os reinos sobrevivam e se enriqueçam. Aparece de forma clara que todo o desenvolvimento político e conceitual de que se falou e que vinha se manifestando nos escritos e nas consciências durante séculos, constitui o fundamento de uma valorização desse tipo, contudo, certamente, acelerada pela “revolução comercial” e por um dos fenômenos mais relevantes que se ligam à mesma: o aumento da quantidade e da valorização das moedas em circulação, culminando no século XIII com a cunhagem, em Florença, Gênova e Veneza, de moedas de ouro capazes de representar adequadamente um jogo de trocas de grande significado e valor tanto econômico quanto simbólico. Como se sabe, no mundo cristão, a moeda, e a moeda de ouro em especial, tinham, já antes desta transformação, exigido reflexões perfeitamente teológicas. Mesmo não insistindo nas premissas postas por Agostinho em sucessivas metáforas monetárias da Salvação individual, baseadas na idéia de que a eleição, ou seja, a perfeição moral do cristão podia ser comparada com a autenticidade da cunhagem de uma moeda (*homo moneta Dei* – homem moeda de Deus), é importante pelo menos lembrar que, na primeira metade do século XII, um protagonista da “reforma gregoriana” e do primado político sacerdotal, Godofredo de Vendôme, tinha insistido, nos seus tratados eucarísticos, na natureza metaforicamente “monetária” da hóstia consagrada, sublinhando cuidadosamente as analogias que podiam existir entre a sua confecção e o ato de imprimir um carimbo legal na moeda, ou entre o seu poder de representar um Valor supremo e a capacidade das moedas de representarem valores terrenos, mas também de quantificarem – mesmo ilegitimamente – outros Valores. Nos séculos XIII até XV, banqueiros e comerciantes, embora compreendidos e marcados por esta ambigüidade, são, precisamente em virtude da mesma, reconhecidos publicamente, na medida em que tiverem consciência do próprio papel social, como garantia do

equilíbrio das trocas e dos preços. A legislação mercantil de Pavia (Itália) de 1295 descreve-os, por exemplo, exercendo o papel de encarregados públicos oficiais, para assim receberem em troca o próprio ganho, no controle de pesos, medidas, preços, mas também na manutenção e na organização de estradas e redes de água, enquanto nos tratados de moral econômica franciscana - desde o provençal Olivi, por volta de 1290, até ao toscano Bernardino de Siena, na primeira metade do século XV - eles já são vistos como profissionais das trocas, das moedas e, portanto, da relação valor-preço, já conhecida como relação que transforma o espaço econômico em espaço cívico.

Nesse clima, a *mercatura*, entendida tanto como realidade representada por indivíduos quanto como sistema de sociedades interfamiliares, aparece cada vez mais claramente como oposta a todas as transações que, reunidas sob o termo genérico *usura*, são atribuídas aos inimigos da *societas christiana*. Com clareza cada vez maior, o direito canônico e civil, nos séculos XIII e XIV, transformam o mercador e as suas lógicas contratuais, costumeiramente representadas como empresas que são tanto mais socialmente virtuosas e úteis, quanto mais estão em risco, uma manifestação da ordem econômica-política, em si mesma potencialmente correspondente à ordem religiosa e carismática constituída pela Igreja, por sua vez concebida como instituição que reúne em si todo o carisma dos aparelhos dominantes da Cristandade, sejam eles urbanos, régios ou imperiais. E, enquanto desde o século XII, episódios das Escrituras, centrais para a racionalidade econômica dos ocidentais, como a expulsão dos mercadores do Templo por parte de Cristo (Mt.21,12), foram sempre interpretados como expulsão da sociedade e da economia de sujeitos “infiéis” e, portanto, considerados inúteis (heréticos, simoníacos, judeus), cresce vistosamente, seja no plano de direito comercial, seja no de prática econômica, seja também no de auto-representação mercantil, a noção de uma centralidade cívica e religiosa dos mercadores cristãos. Se considerarmos paralelamente textos teológico-morais e escrituras mercantis dos séculos XIV e XV relativos ao papel e ao significado social dos mercadores e do comércio, fica evidente, como lógica e semântica, uma consonância temática. Os teólogos, primeiramente os franciscanos e os dominicanos, assim como os mercadores, em lugares e textos muito diferentes, como podiam sê-lo os tratados ou os manuais com finalidade penitencial por um lado, e, por outro, as “práticas” de mercado ou as memórias pessoais e familiares, revelam que estão pertencendo a um universo

lingüístico e conceitual idêntico, caracterizado pela crescente identificação entre papel social, direito à riqueza e pertencimento à *ecclesia* dos fiéis”. Nessa perspectiva é que um anônimo mercador florentino do século XIV pode considerar a mesma coisa alguém ser “de posses” e ser de “clara fama”, ou seja, bem reputado pela própria identidade moral e social, ou então, pelo contrário, ser “homem arruinado ou de má vida” (*homeni disfatti o di mala vita*). Por outro lado, uma Escola inteira de pensamento econômico, muito rigorosa na compreensão da moral evangélica como moral aplicada à ordem política, irá estabelecer desde o final do século XIII e em medida crescente nos dois séculos sucessivos, que mercadores e comerciantes, enquanto eixos da organização social, deverão ser honrados e ricos, piedosamente devotos e capazes de definir atentamente o valor das coisas, capazes, em suma, de enriquecerem ao mesmo tempo a si mesmos e à comunidade social a que pertencem. Se, por conseguinte, um teólogo como o inglês João Duns Scotus, no limiar do século XIV, estabelecerá que os mercadores devem ser considerados, por quem governa, como os pilares do bem-estar público, como “funcionários” públicos que deviam ser importados quando o Estado não dispusesse deles (de um modo que, aliás, foi vistosamente concretizado pela gestão financeira da Roma pontifícia nos séculos XIV e XV), pode-se facilmente constatar que as escrituras mercantis desses referidos séculos reúnem no conceito de “fama”, ou seja, de clara reputação pública de que o “bom mercador”, a saber, o mercador cristão, deve ser provido para ser confiável nos negócios, todo um conjunto de noções ao mesmo tempo religiosas, econômicas e cívicas. “Boa fama se deve sempre cobiçar – observa o anônimo mercador florentino – tanto quanto se cobiça a vida do corpo, pois ela é preciosa demais e algo muito louvável; ela muitas vezes nos ajuda e defende em lugares e tempos a ponto de o homem nada mais querer ter senão isso. *Niuno ochulto ho no’ manifesto amicho à l’omo, si grande né si charissimo quanto la chiara fama: la quale chi l’à, no’ può essere se no’ buono, giusto e diritto, e a chi è di tale condizione tutte le chose che sono disotto Il cielo e disopra la terra stano e sono per lui*” (...a clara fama: a qual, quem a tem, não pode ser senão bom, justo e direito, e quem dispõe de tal condição dispõe para si de todas as coisas que estão sob o céu e sobre a terra”). Nestas palavras ressoa, em versão “laica”, toda uma antiga tradição de moral social patrística, renovada na baixa Idade Média pelo direito penitencial dos Escolásticos: aquela que estabelecia, ao reinterpretar a vulgata de um dos *Provérbios* (17, 6b, segundo a versão dos *Setenta*)

que “todas as riquezas do mundo pertencem ao homem fiel”, por ser capaz de usá-las da melhor maneira, enquanto “o infiel” não merece “nem sequer um soldo” (*Fideli homini totus mundus divitiarum est, infideli autem nec obolus*).

Este percurso, ao mesmo tempo prático e conceitual, levará no século XV e depois dele, tanto à definição de uma “república internacional do dinheiro”, culturalmente cristã e politicamente inserida na geografia dos reinos e dos Poderes consagrados, a começar pelo pontifício, quanto à gênese de uma moral comercial baseada seja sobre a noção de utilidade pública dos ganhos de quem é reconhecido como pertencente à comunidade dos “fiéis”, seja sobre a noção de uma devida tomada de distância frente à riqueza, de um “desinteresse” de quem tem, profundamente, direito à mesma. Dessa forma, enquanto o autor de um célebre escrito mercantil do século XV, o mercador Benedetto Cotrugli, de Ragusa, estabelecerá para o mercador realmente profissional a obrigação de fazer comércio “sem paixão”, a saber, sem desenvolver um apego *avarus* pela riqueza, por sua vez o chefe da escola da Observância franciscana do século XV, Bernardino de Sena, afirmará, no seu tratado sobre os contratos, que a prova da identidade “fiel” e, portanto, da boa reputação do comerciante cristão, reside na capacidade de fazer bons negócios e também na sua atitude de ler a própria riqueza na perspectiva do significado social que ela pode assumir no interior da cidade e do “Estado”. “Comércio” e mercadores irão se consolidar assim às vésperas do mundo moderno, naquela ambígua proximidade ao carisma do Poder e do Valor que, durante séculos, a começar por elementos presentes no patrimônio culturalmente genético dos ocidentais, tinha feito dele, progressivamente, uma estrutura política fundamental, mesmo que às vezes pouco visível, da Europa cristã.

### **Bibliografia<sup>3</sup>**

CORTI, G. *Consigli sulla mercatura di un anonimo trecentista*. “Archivio Storico Italiano” 110 (1952), pp.114-119

SAPORI, A. *Studi di storia economica*. I-II, Firenze, 1955-67

LE GOFF, J. *Marchands et banquiers du Moyen Age*. Paris, 1956, 1980

HERZ, M. *Sacrum Commercium. Eine begriffsgeschichtliche Studie zur Theologie der Römischen Liturgiesprache*. München, 1958 (*Münchener Theologische Studien* II 15)

---

<sup>3</sup> Deixo a bibliografia na mesma ordem em que é apresentada pelo autor [Nota do Tradutor]

- BALDWIN, J. W. *Masters, Princes and Merchants. The Social Views of Peter the Chanter and his Circle*, I-II. Princeton, 1970
- DEL TREPPO, M. *I mercanti catalani e l'espansione della Corona d'Aragona nel secolo XV*. Napoli, 1972
- BOGAERT, R. *Changeurs et banquiers chez les Pères de l'Eglise*. "Ancient Society" 4 (1973), pp. 239-270
- DUBY, G. *Guerriers et paysans. Le premier essor de l'économie européenne, VIIe-XIIe siècles*. Paris, 1973
- DE ROOVER, R. *Business, Banking and Economic Thought in Late Medieval and Early Modern Europe*. A cura di J. Kirshner, Chicago-London, 1974
- LOPEZ, R. S. *The Commercial Revolution of the Middle Ages, 950-1350*. Cambridge, 1976
- VIOLANTE, C. *Monasteri e canoniche nello sviluppo dell'economia monetaria (secoli XI-XIII)*, in *Istituzioni monastiche e istituzioni canonicali in Occidente, 1123-1215*. Milano, 1980, pp. 369-416
- PRODI, P. *Il sovrano pontefice. Un corpo e due anime: la monarchia papale nella prima età moderna*. Bologna, 1989.
- ROSENWEIN, B. H. *To Be the Neighbor of Saint Peter: The Social Meaning of Cluny's Property, 909-1049*. Ithaca-London, 1989
- SPUFFORD, P. *Money and its use in medieval Europe*. Cambridge, 1989
- COTRUGLI RAGUSEO, Benedetto. *Il libro dell'arte di mercatura* A cura di U. Tucci, Venezia, 1990
- BRITTAIN BOUCHARD, C. *Holy Entrepreneurs. Cistercian, Knights, and Economic Exchange in Twelfth Century Burgundy*. Ithaca-London, 1991
- LANGHOLM, O. *Economics in Medieval Schools: Wealth, Exchange, Value, Money and Usury according to the Paris theological Tradition, 1200-1350*. Leiden, 1992
- PRODI, P. *Il sacramento del potere. Il giuramento politico nella storia costituzionale dell'Occidente*. Bologna, 1992
- MERCATI E MERCANTI nell'Alto Medioevo: l'area euroasiatica e l'area mediterranea* (XL Settimana di Studio del CISAM), Spoleto, 1993
- CIPOLLA, C. M. *Before the Industrial Revolution. European Society and Economy, 1000-170*. Oxford, 1943
- GROSSI, P. *L'ordine giuridico medievale*. Bari, 1995

EKELUND, R. B. et al. *Sacred trust: the Medieval church as an economic firm*. Oxford, 1996

TANGHERONI, M. *Commercio e navigazione nel Medioevo*. Roma - Bari, 1996

MUELLER, R. *Money and banking in Medieval and Renaissance Venice. II, The Venetian money market : banks, panics, and the public debt, 1200-1500*. Baltimore, 1997

SANTARELLI, U. *Mercanti e società tra mercanti*. Torino, 1998

KAYE, J. *Economy and Nature in the Fourteenth Century. Money, Market Exchange, and the Emergence of Scientific Thought*. Cambridge, 1998

HUNT, E. S., MURRAY, J. *A History of Business in Medieval Europe, 1200–1550*. Cambridge, 1999

MIGLIORINO, F. *Mysteria Concursus. Itinerari premoderni del diritto commerciale*. Milano, 1999

PRODI, P. *Una storia della giustizia. Dal pluralismo dei fori al moderno dualismo tra coscienza e diritto*. Bologna, 2000

TODESCHINI, G. *I mercanti e il Tempio. La società cristiana e il circolo virtuoso della ricchezza fra Medioevo ed Età Moderna*. Bologna, 2002

CECCARELLI, G. *Il gioco e il peccato. Economia e rischio nel Tardo Medioevo*. Bologna, 2003