

Ansiedades y prácticas culturales de comerciantes norteamericanos a mediados del siglo XIX

Ricardo D. Salvatore

Universidad Torcuato Di Tella

The American merchant is a type of this restless, adventurous, onward-looking race and people. He sends his merchandise all over the earth: stocks every market; makes wants that he may supply them; covers the New Zealander with Southern cotton woven in Northern looms; builds bocks of stores in the Sandwich Islands; swaps with the Feejee cannibal; sends the waleship among the icebergs of the poles, or to wander in solitary torrid zone; piles up Fresh Pond on the banks of the Hoogly; gladdens the sunny savannahs of the dreamy South; and makes life tolerable in the bungalow of an Indian jungle.

Feeman Hunt, *Worth and Wealth* (1856, p. 342)

Hacia mediados del siglo XIX, el comercio exterior norteamericano dio un salto adelante.¹ Con la ayuda de los rápidos veleros "clippers", con un sistema de pagos internacionales centrado en Londres, y con la experiencia ganada en el comercio de reexportación durante el embargo de Jefferson y la guerra de 1812, los comerciantes de Nueva York, Filadelfia, Boston, Baltimore, Newport y otros puertos de la costa Nordeste se lanzaron a la conquista de los mercados de mundo.² En poco tiempo, sus operaciones comerciales se extendieron a China, India, las Filipinas, Hawaii, México, el Caribe, Sudamérica, además del ya tradicional comercio con Europa.³ Si bien el comercio de pieles y cueros con la cos-

¹ La aceleración del crecimiento que se produjo entre 1820-1840, sin duda relacionada con la incipiente industrialización textil del Nordeste, estuvo también ligada a la expansión comercial. "No hay otro tiempo después de 1830-1840 —dijo J. G. Williamson— cuando el comercio internacional jugó un rol mayor en la economía Americana," "International Trade and United States Economic Development: 1827-1843", *Journal of Economic History*, 21, 1961, p. 375. Una guía de la bibliografía sobre comercio exterior y crecimiento económico puede encontrarse en Morton Rothstein, "Foreign Trade", en G. Porter (ed.), *Encyclopedia of American Economic History*, vol. 1, Nueva York, Scribner's Sons, 1980, pp. 247-263.

² La apertura de nuevos puertos al comercio estadounidense se dio en las últimas décadas del siglo XVIII: el Báltico hacia 1784, el océano Índico hacia 1785, Cantón hacia 1784-1785, y la costa Noroeste hacia 1789-1790. K. Jack Bauer, "The Golden Age", en Robert A. Kilmarx (ed.), *America's Maritime Legacy*, Newport, Westview Press, 1974, pp. 28-29.

³ Sobre la evolución del comercio exterior estadounidense en este período véase K. Jack Bauer, *A Maritime His-*

ta Noroeste (del ahora territorio estadounidense) y la apertura del comercio con China fueron los primeros estímulos al establecimiento de una ruta comercial alrededor del Cabo de Hornos, las guerras de independencia de las colonias españolas incentivaron a los comerciantes estadounidenses a abrir mercados en esta región.⁴ Dos décadas más tarde, el descubrimiento de oro en California (1848) estimuló la búsqueda de un paso a través de América Central (Nicaragua, Panamá) e hizo rentable el transporte de pasajeros.⁵

Las ciudades-puerto del Atlántico (Nueva York, Filadelfia, Boston, Baltimore, Newport, entre otras) crecieron a ritmo sin precedente, generando atractivos puestos de trabajo para jóvenes migrantes de áreas rurales. Los ingresos del comercio exterior dieron notoriedad a comerciantes como Stephen Girard, John Jacob Astor, Stephen Allen, William Appleton, etc., pero, por sobre todo, sirvieron para construir una vibrante vida cultural en las ciudades del Nordeste. La multiplicación del número de museos, bibliotecas, ateneos, clubes, salas de conferencia, sociedades literarias y científicas habla de la expansión sin precedentes del espacio público cultural que acompañó el crecimiento de la actividad comercial. Fue en este período en que se expandió y consolidó una “literatura mercantil” –revistas, periódicos, “*price currants*”, biografías, libros de máximas y morales y narrativas de viaje– que trató de integrar a los hombres de negocios al mundo de la “cultura”.

Sin duda factores económicos (el abaratamiento de los fletes marítimos, la mayor velocidad de los veleros norteamericanos, el reducido costo del capital) jugaron un papel importante en la expansión comercial de este período.⁶ Pero las prácticas y ansiedades culturales de las sociedades del Nordeste tuvieron también un rol decisivo. En particular, la circulación de un discurso prescriptivo acerca del carácter del “Buen Comerciante” –un discurso que trataba de armonizar las tensiones culturales de las comunidades mercantiles– sirvió, si no para ganar nuevos mercados, al menos para interpretar en términos prácticos, éticos y sociales, el papel del comerciante en la expansiva economía del Nordeste. La redefinición del papel del comerciante como un etnógrafo y mediador cultural, el tono misionario con que los seguidores de Mammon se lanzaron a la conquista de nuevos mercados, y la propia importancia adjudicada al conocimiento, la ciencia y la reforma social por las comunidades de mercaderes dieron a la acumulación mercantil y a la propia identidad mercantil un carácter nuevo.

En este ensayo trato de examinar las interconexiones entre cultura y comercio en la conformación de una cultura mercantil en el Nordeste norteamericano en este período.

tory of the United States, Columbia, S. C., University of South Carolina Press, 1988; Robert Albion *et al.*, *New England and the Sea*, Middletown, Wesleyan University Press, 1972; Margaret S. Dart, *Yankee Traders at Sea and Shore*, Nueva York, William-Frederick Press, 1964. El comercio con América Latina entre 1825 y 1860 llegó a alcanzar el 20% de las importaciones y exportaciones de los Estados Unidos. James M. Morris, *Our Maritime Heritage*, Washington, University Press of America, 1979, p. 152.

⁴ Sobre el comercio con China véase Jonathan Goldstein, *Philadelphia and the China Trade 1682-1846*, University Park, Pa., Pennsylvania State University Press, 1978. Sobre la ruta por el cabo de Hornos véase Raymond A. Rydell, *Cape Horn to the Pacific: The Rise and Decline of an Ocean Highway*, Berkeley, University of California Press, 1952.

⁵ Ante la inexistencia de una solución técnica al problema de la canalización del istmo, el circuito alrededor del Cabo de Hornos siguió siendo el preferido de los comerciantes que comerciaban con Sudamérica, California, las islas del Pacífico y Asia.

⁶ El tiempo de viaje en velero de Nueva York a California a través del Cabo de Hornos se redujo de 130 días en los años 1830 a 89 días en los años 1850. W. Baker, *A History of the Boston Marine Society*, p.183.

Centro mi mirada en dos aspectos de esta formación cultural: el discurso prescriptivo acerca del “Buen Comerciante” enunciado desde las asociaciones culturales financiadas por los comerciantes; y las prácticas de lectura, escritura y asistencia a charlas que aquel discurso implicaba.⁷ Si mi hipótesis es correcta, los comerciantes “compraron” o hicieron propios algunos elementos constitutivos del discurso del “Buen Comerciante”, interesándose en las lecturas, escribiendo memorias, relatos de viaje y ensayos histórico-políticos, financiando instituciones de benevolencia y dando su apoyo activo a ciertos movimientos de reforma social.

El buen comerciante: carácter mercantil en un período de expansión comercial

¿Cuál era la naturaleza de la profesión mercantil?, ¿cuáles eran las destrezas y conocimientos que esta profesión demandaba de sus practicantes?, ¿qué atributos morales e intelectuales definían a un “Buen Comerciante”? Éstas eran preguntas que, desde distintos ámbitos, se formulaban una y otra vez en las comunidades mercantiles del Nordeste estadounidense hacia mediados del siglo XIX. Estas preguntas servían para ordenar un discurso prescriptivo que definía los límites éticos dentro de los cuales debía desenvolverse la actividad mercantil así como la inserción del comerciante en la sociedad de su época. Los ámbitos de enunciación de este discurso eran variados: salones de conferencias de las asociaciones mercantiles, libros de consejos a empleados de comercio, revistas y periódicos destinados a hombres de negocios, clubes y ateneos donde socializaban los jóvenes (el YMCA por ejemplo). Las respuestas a aquellas preguntas eran cruciales porque a través de ellas se trataba de traducir a términos manejables –cultural e institucionalmente– las tensiones y ansiedades generadas por sociedades que estaban experimentando rápido crecimiento económico y acentuada diferenciación social.

El paso de una sociedad basada en el patronazgo y la jerarquía hacia otra organizada sobre la base del logro económico individual y de la competencia había dejado un ramillete de nuevas ansiedades y preocupaciones. Entre estas ansiedades estaba el temor de que los recién llegados, tentados por las atracciones nuevas de la ciudad, tomaran los caminos del vicio, el gasto dispendioso y la sexualidad.⁸ Adicionalmente, el arribo de nuevos sujetos sociales al campo de la producción y de la política (inmigrantes irlandeses, los nuevos votantes iletrados de clases bajas) creaba la posibilidad de enfrentamientos nuevos y peligrosos (el conflicto entre católicos y protestantes) además de una redefinición hacia abajo del contenido de la democracia republicana (la “política de plebe” de la era Jacksoniana). Los movimientos de reforma moral y social (temperancia, filantropía, hospitalización, prisiones y asilos, abolicionismo, etc.) trataban de reducir, encauzar e institucionalizar las “desviaciones” que producían sociedades crecientemente mercantiles y multiétnicas.⁹ Asi-

⁷ Por falta de espacio, no puedo abordar aquí las interrelaciones entre el mundo de los negocios y la formación de la ciencia y la educación superior.

⁸ Allan S. Horlick, *Country Boys and Merchant Princes. The Social Control of Young Men in New York*, Lewisburgh, Bucknell University Press, 1975.

⁹ La literatura sobre la reforma social y moral en este período es abundante. Algunas referencias son, sin embargo, inevitables: Michael Katz, *The Irony of Early School Reform*, Cambridge, Harvard University Press, 1968; David Rothman, *The Discovery of the Asylum*, Boston, Little Brown, 1971; Donald G. Mathews, *Slavery*

mismo, el nuevo culto a la riqueza, resultado de la propia bonanza industrial y mercantil, se contraponía a los principios religiosos que habían servido de guía a las clases propietarias desde tiempos coloniales. No por casualidad, y en parte como reacción a este culto a la riqueza, el crecimiento económico del Nordeste se acompañó con uno de los movimientos revivalistas (religiosos) más grandes del siglo, el así llamado Segundo Gran Despertar.

Si el creciente poder económico de comerciantes e industriales estaba amenazando la idea de la comunidad armónica, enfrentando a los actores económicos con los representantes de la fe, la cuestión de los bancos parecía socabar los fundamentos del régimen representativo. La lucha feroz alrededor del establecimiento, liquidación o reautorización del segundo Banco de los Estados Unidos (conflicto que hizo clímax en los años 1833-1836) sacó a la luz las fisuras crecientes en la sociedad política motivadas por desigualdades sociales. Los intereses de un pequeño grupo de comerciantes, banqueros y especuladores parecían irremediablemente enfrentados con los de las mayorías, los pequeños artesanos, granjeros y asalariados que constituían la base política del régimen Jacksoniano.

Para reencauzar estas ansiedades y tensiones hacia un discurso productivo y armónico, diversos enunciadores de las comunidades mercantiles trataron de definir una imagen ideal o prescriptiva para el hombre de negocios. La imagen del “Buen Comerciante” –un individuo ilustrado, promotor de las artes, reformador social y devoto de la religión– serviría como puente a muchas de estas polaridades y tensiones. En el discurso del “Buen Comerciante” (en realidad una serie de enunciaciones acerca de los atributos, responsabilidades y funciones del hombre de negocios en América) podían canalizarse las aspiraciones y posibilidades de reconstitución de una comunidad armónica. Allí, en ese terreno discursivo, podía explorarse la compatibilidad entre el culto a Mammon con el culto a Dios, podía conectarse el universo de la reforma social y moral con el de la acumulación de riqueza y, lo que es más importante, podía hacerse partícipe al comerciante del mundo mayor del conocimiento, las artes, y la “cultura”.

La función específica del comerciante era intermediar entre las producciones de las distintas regiones y países. Su conocimiento específico de cambios, instrumentos de pago, navegación, regímenes aduaneros, contabilidad, inventarios, etc. lo convertían en un mediador universal de necesidades y de bienes. Pero, adicionalmente, se requería que el “Buen Comerciante” cumpliera toda una gama de funciones sociales y culturales. Un buen mercader se reconocía no sólo por su habilidad para comerciar y acumular riquezas sino también por su demostrada capacidad de construir la cultura. Fuera de su “*counting room*”, el hombre de negocios debía estar en contacto con el mundo de las letras, contribuir a los descubrimientos científicos, acompañar las causas sociales de los tiempos y promover la práctica de la religión.

Charlas en las bibliotecas mercantiles o en los ateneos, libros de consejos destinados

and Methodism: A Chapter in American Morality, 1780-1845 (1965) y su “The Second Great Awakening as an Organizational Process, 1780-1830”, *American Quarterly*, 21:1, 1969, pp. 23-43; Joseph R. Gusfield, *Symbolic Crusade: Status Politics and the American Temperance Movement* (1963); M. C. Grenn, *Campaigns Against Corporal Punishment*, Albany, State University of New York Press, 1984; Lewis W. Banner, “Religion Benevolence as Social Control: A critique and an interpretation”, *Journal of American History*, 60:1, 1973, pp. 23-41; M. J. Peale, “Patterns of Benevolence: Associated Philanthropy in the cities of New York, 1830-1860”, *New York History*, 57:1, 1976, pp. 53-79; O. W. Elsbree, *The Rise of the Missionary Spirit in America 1790-1815*, Philadelphia, reimpresión 1980.

a jóvenes comerciantes, biografías de exitosos hombres de negocios, así como una serie de otras representaciones ayudaron a construir la figura del “Buen Comerciante” en relación con tres preceptos inseparables: acumular riqueza, acumular conocimientos y servir a las instituciones de benevolencia o causas de reforma social. Estos tres ejes –la ética de la riqueza, el conocimiento y la responsabilidad social– formaron las bases sobre las cuales se pensaba edificar no sólo el “carácter mercantil” sino también nuevas formas de interacción social y nuevos mapas cognitivos que hicieran más aprehensibles y menos conflictivas las sociedades en las que vivían los comerciantes.

1. Acumular riquezas

Desde los tiempos de Benjamín Franklin, la acumulación de riqueza en América parecía estar relacionada con cierta ética centrada en el trabajo industrioso, la frugalidad en los gastos y la especialización productiva. Consejos y máximas tales como los publicados por Franklin en *Advise to Young Tradesman* (1748) y luego en el popularísimo *Way to Wealth*¹⁰ (1757) parecían indicar un camino para la adquisición de riqueza marcado por las restricciones de una ética protestante, fuertemente influida por los valores rústicos y pragmáticos de la sociedad rural.¹¹ El tiempo es dinero, pagar las deudas a tiempo, minimizar los gastos de la casa, negociar con prudencia, no dejarse llevar por especulaciones, el trabajo continuo rinde los mayores frutos, etc., eran enseñanzas valiosas para comerciantes y granjeros que trataban de progresar en sus emprendimientos económicos y, a la vez, de armonizar sus valores religiosos y comunitarios con la persecución de la riqueza. La popularidad de estas máximas (*Way to Wealth* fue reimpresso 145 veces con anterioridad a 1800) era indicativa de la importancia de este tipo de enunciaciones en la constitución de la cultura mercantil del Nordeste.

Cien años después de la colección de Franklin, apareció el libro de Freeman Hunt *Worth and Wealth* (1856), otra colección de máximas destinadas a los comerciantes que parecía seguir la tradición de su antecesor: construir límites éticos a la práctica de los negocios a la vez que impartir consejos prácticos para desenvolverse mejor en el capitalismo competitivo.¹² En este libro podían leerse consejos como los siguientes:

En primer lugar, decídase a llevar adelante todo aquello que empieza; decida sobre alguna forma particular de ocupación y persevere en ella. Todas las dificultades serán superadas por medio de la diligencia y la asiduidad. No tenga miedo de trabajar con sus propias manos, ni de trabajar diligentemente. “Un gato con guantes no caza ratones.” Atienda su propio negocio y nunca lo confíe a otra persona. “Una olla con muchos dueños resulta en un guiso mal mezclado y peor cocido.” Sea frugal. “Aquello que no alcanza para hacer una

¹⁰ Era ésta una colección de cerca de 100 máximas, tomadas del *Poor Richard's Almanac*, y expresadas en la voz de un viejo y astuto hombre de negocios llamado Padre Abraham. Las máximas constituían una ética de los negocios construida alrededor de la idea de “prudencia calculada”. Se enfatizaban allí la frugalidad, la industriiosidad, la prudencia y el cuidado del propio negocio como claves para el éxito.

¹¹ Peter Baida, *Poor Richard's Legacy. American Business Values from Benjamin Franklin to Donald Trump*, Nueva York, W. Morrow, 1990, pp. 22-45.

¹² En realidad, F. Hunt incluyó en su colección un resumen de las máximas de Franklin. Véase *Worth and Wealth*, 1856, pp. 73-74.

olla servirá para tapa de olla.” Sea abstemio. “Quien ama las delicadezas probará la mendacidad.” Levántense temprano. “Un zorro dormilón no caza ninguna gallina.” Traten a todos con respeto y civilidad. “Todo se gana y nada se pierde con la cortesía.” Los buenos modales aseguran el éxito. Nunca esperen la riqueza de otra fuente que no sea el trabajo. “Aquel que aguarda por los zapatos de los difuntos tendrá que andar descalzo por mucho tiempo.” Y, sobre todas las cosas, “No desesperen” (*Nil desperandum*), porque “El cielo aguarda a quienes se ayudan a sí mismos”. Si ustedes siguen estos preceptos (implícitamente), nada puede detenerlos en su acumulación.¹³

La ética de la riqueza contenida en estas máximas era muy similar a la de *Way to Wealth* (1757). En ambos textos se privilegiaba la industriosisidad, la prudencia, el cuidado individual de lo propio, la frugalidad y la persistencia como virtudes necesarias para el éxito económico. La acumulación de riqueza, parecían decir ambos textos, era función del carácter y éste se formaba sobre la base de normas éticas llevadas a la práctica cotidiana.

El libro de máximas de Hunt estaba atravesado por preocupaciones a la cultura mercantil del Nordeste: el dinero, la religión, el conocimiento, la pobreza, los inmigrantes, etc. Las discusiones sobre el dinero eran abundantes. No era nuevo que los representantes del mundo del comercio trataran de contrarrestar las nociones corrientes que asociaban a los comerciantes y banqueros con la avaricia, la codicia y otras pasiones bajas. Pero sí era novedoso que la defensa del dinero (y, por tanto, de los comerciantes como acumuladores de dinero) se conectara con cuestiones como la peculiaridad de la nación Americana, la función civilizadora del comercio, y, sobre todo, la práctica de la religión.

Una forma de asumir la defensa de los mercaderes y de su manejo de dinero era remitir a la peculiaridad de los Estados Unidos como nación democrática y socialmente igualitaria. Ante acusaciones de que los estadounidenses hablaban demasiado de dinero, el comerciante de Boston Thomas G. Cary explicaba que los “Americanos” veían en el dinero sólo un medio para el progreso y que, a diferencia de la Europa aristocrática de los rangos y los privilegios, en los Estados Unidos el dinero era un medio universal de elevación social. Las oportunidades estaban abiertas a todos y sujetas a las normas éticas de la comunidad: se acumulaba para dar a otros hombres trabajo. En este sentido, no había “avaros” en “América”.¹⁴

Otra forma de defender la acumulación de riqueza consistía en presentar el dinero como el equivalente de artículos necesarios y, por ende, como instrumento del progreso y de la civilización. Esta caracterización coincidía en todo con la de Freeman Hunt: el comerciante americano era el mediador universal entre las particulares y heterogéneas pro-

¹³ Freeman Hunt, *Worth and Wealth*, No. 17, 1856, p. 45.

¹⁴ “Cuando se dice con desdén, como frecuentemente se hace, que nuestras conversaciones en este país se refieren demasiado a cuestiones de dinero, que nosotros hablamos sobre dólares, etc., es justo recordar que, a pesar de todo lo que nuestros propios escritores han pensado apropiado conceder, el dinero es aquí tenido como el medio del progreso, y no como un fin en sí mismo. El [dinero] es un poder en todas partes del mundo; y donde las diferencias de rango [estatus] han sido abolidas, y los altos lugares están abiertos a la competencia de todos, [el dinero] es un gran poder ya que éste hace posible a un hombre elevar a quienes dependen de él hacia las ocupaciones y ventajas que él podría desear. Probablemente, no hay parte del mundo donde el carácter del mísero [avaro] es menos común que aquí, y yo he pensado siempre, mirando las maneras de los extranjeros que nos visitan, que si nosotros hablamos acerca de dólares más que ellos, por lejos ellos piensan más en [dólares] que nosotros”, Freeman Hunt, *Worth and Wealth*, No. 67, p. 118.

ducciones y culturas del mundo, un igualador de niveles de vida a nivel global, un agente que distribuía confort de acuerdo con las necesidades de cada pueblo (véase epígrafe). También era ésta la interpretación contenida en el popular libro de Edwin Freedley, *Practical Treatise on Business* (1852), que remarcaba el valor civilizador del dinero en contraposición con su tradicional capacidad corruptora sobre las pasiones humanas.¹⁵

La oposición entre función civilizadora y persecución egoísta de riqueza individual formaba parte del discurso del “Buen Comerciante”. Algunos de estos enunciadores castigaban sin miramientos la noción que reducía la función de los mercaderes al aumento de la riqueza personal. No, decía el juez Joseph Hopkinson ante los públicos de Filadelfia y Nueva York, los mercaderes no están para perseguir “pequeñas ganancias” privadas, ellos son “instrumentos de civilización”, agentes de “mejoramiento moral e intelectual.” Su función es distribuir “el confort y los lujos de la vida sobre la entera superficie del planeta” (Hopkinson, 1839, p. 380).

Una tercera defensa o justificación de la acumulación de la riqueza provenía del pensamiento religioso. Algunos pastores sostenían que históricamente el comercio y las conquistas habían abierto camino para la difusión del cristianismo (Burnap, 1841). Otros pensaban que la riqueza en sí era evidencia de que el trabajo realizado era bueno a los ojos de Dios. Otros llegaban más lejos llamando a los comerciantes “santos” por sus contribuciones al elevamiento moral de sus comunidades.¹⁶ De una u otra forma, la religión protestante legitimaba el aumento de la riqueza logrado con esfuerzo personal y trabajo. Como veremos luego, la doctrina de la “administración” o “fideicomiso” de la riqueza legitimaba la persecución de la riqueza sólo si venía acompañada de una actitud benevolente y del compromiso social.

Esta santificación de la acumulación de riqueza, sin embargo, no aliviaba todas las ansiedades. Los comerciantes, que vivían en una cultura marcada por el revivalismo religioso necesitaban más claras reglas éticas acerca de la práctica de sus negocios. Demasiadas interrelaciones o superposiciones entre el culto al dinero y el culto a Dios hacían difícil precisar los caminos éticos del comercio. Era preciso demarcar más claramente los límites de cada culto y, sobre todo, eliminar las tensiones entre ellos. Aunque ambos cultos debían practicarse con la misma devoción, explicaba Olive Branch en *Worth and Wealth*, debían de evitarse las mezclas, las confusiones. No se debía concurrir a los servicios religiosos sólo para obtener clientes ni para propagandizar mercancías ni se debía permitir que los religiosos usaran el comercio como método para mantener sus iglesias a flote.¹⁷ En provecho de ambas actividades, lo mejor era mantenerlas separadas.

¹⁵ La recepción de la *Merchants' Magazine* del libro de Freedley fue ambigua. Por un lado, se apreciaron los comentarios que trataban de presentar los atributos positivos del dinero. Por otro lado, se llamaba la atención acerca del poder del dinero, de su capacidad corruptora del carácter, es decir, se rescataba la vieja asociación del dinero con el egoísmo y la decepción (Hunt, *Worth and Wealth*, 1856, pp. 403-413). La coincidencia de objetivos entre ambos libros era evidente: tanto Freedley como el editor de *Merchants' Magazine* estaban empeñados en contribuir a delimitar los caminos éticos del mundo de los negocios, en construir una “ciencia de los negocios” que incluyera máximas de conducta aceptable.

¹⁶ El libro del reverendo Thomas Hunt, *The Book of Wealth in which is Proved from the Bible that It is the Duty of Every Man to Become Rich* (1836) era tal vez un extremo en este sentido. Pero también lo era Theodore Parker, un pastor unitario de Boston, que llamaba al comerciante que triunfaba sobre la base de su trabajo honesto “un educador moral, una iglesia de Cristo hecha negocio, un santo en comercio” (Baida, 1990, p. 82).

¹⁷ “Religion and Business”, *Worth and Wealth*, No. 26, pp. 60-62.

La vocación civilizadora del comercio, el carácter no aristocrático de “América” y la contribución al mejoramiento moral de las comunidades actuaban como límites al poder corruptor del culto al dinero. Considerado en relación con las instituciones de gobierno y con las tradiciones culturales de “América”, la acumulación de dinero aparecía como un derecho de todo ciudadano. Puesto en su función de valor equivalente de una multiplicidad de valores de uso, el dinero podía servir a la civilización de las costumbres y a la difusión del confort no sólo entre los norteamericanos sino a lo largo y ancho de la economía mundial. Puesto al servicio de la elevación moral y material de sus semejantes (campañas de temperancia, reforma de prisiones, construcción y manejo de asilos, hospitales, escuelas, etc.) el dinero se revestía de una santidad propia. Eran éstas tres formas equivalentes de restar importancia a la tradicional y negativa asociación entre Mammon y el Dinero.

Comparado con la época de Franklin, el período 1830-1860 requería de los comerciantes funciones sociales nuevas: ser agentes del conocimiento y ser artífices de la reforma social. Por ello, *Worth and Wealth* tenía una pretensión “científica” casi ausente en el *Poor Richard’s Almanac* o en *Way to Wealth*. En la colección de Freeman Hunt se mezclaban, lo mismo que en el texto de Franklin, dichos o refranes populares con consejos que provenían de la práctica de los negocios.¹⁸ Curiosamente, con estos saberes bajos (provenientes de la cultura popular) Hunt pensaba construir una “Ciencia Mercantil”, una verdadera “teoría de los negocios”.

Tal sistema –decía Hunt– abarcaría un código de ética de negocios, incluyendo las Maneras y Reglas Morales de la profesión, el razonamiento o lógica (“*rationale*”) de la dirección de empresas y un curso de educación en negocios que incluiría el estudio de los recursos de las naciones, la Geografía Comercial, los procesos de producción y las Leyes de la Riqueza o Economía Política.¹⁹

A partir de máximas y moralejas, Hunt pretendía edificar una ciencia abarcadora que sería de interés tanto para los auxiliares del comercio, como para los estudiantes de medicina y abogacía.²⁰

En este respecto, *Worth and Wealth* difería del libro publicado por Franklin cien años antes. Este último no se había propuesto elevar los saberes bajos al nivel de una ciencia, sino por el contrario presentar los valores del granjero como representativos de la cultura que más se correspondía con una democracia naciente, así como con los requerimientos de una economía centrada en el trabajo de pequeños productores. Para Franklin, adquirir perfección moral o tener éxito en los negocios requería los mismos métodos, y éstos provenían del terreno normativo (Baida, 1990, p. 39). Para Freeman Hunt, en cambio, la experiencia de los hombres de negocios era valiosa en sí misma, podía servir para construir una “ciencia de los negocios” que tendría entre sus partes reglas morales y de comportamien-

¹⁸ Freeman Hunt había recogido estas “máximas, moralejas y misceláneas” de su *Merchants’ Magazine*, revista de la que había sido editor durante veinte años.

¹⁹ Freeman Hunt, *Worth and Wealth*, p. vii.

²⁰ Editor y comerciante, Hunt se había preocupado a través de los años por dar voz a la clase mercantil, poniendo la “Literatura Mercantil” en el espacio de las publicaciones de América. Consideraba que las publicaciones mercantiles debían competir con la literatura y que las anécdotas del mundo de los negocios contenían saberes tan profundos como los de la economía política.

to. El conocimiento se había convertido ya en un valor del mundo de los negocios, algo digno de acumular.

2. Acumular conocimientos

La acumulación de riquezas –dentro de esta conformación cultural– se pensaba recurrentemente en relación con otra acumulación considerada tanto o más valiosa: la acumulación de conocimientos. Para el filósofo Ralph Waldo Emerson, quien más que nadie había tratado de armonizar los valores del comercialismo emergente con los preceptos y normativas del cristianismo protestante, el acopio de conocimientos era la acumulación más productiva, un proceso donde debían concentrarse los esfuerzos de todo norteamericano. En 1833, Emerson asemejó su *Diario (Journal)* a un banco de depósitos, una bóveda donde él depositaba a diario los conocimientos adquiridos sobre sí mismo y sobre el mundo. Éstos eran sus verdaderos tesoros. Escribir era un acto de acumulación. El condensar y verter en papel las experiencias, reflexiones y sensaciones del día, es decir, el difícil proceso de construcción de la identidad individual y del conocimiento, constituía un proceso sujeto a la lógica del interés compuesto. Así como el dinero era el medio a través del cual se acumulaba trabajo pasado, la palabra escrita servía para acumular conocimientos (J. Porte, *Representative Man*, pp. 239 y 254-255.)

Acumular conocimientos, pensaba Emerson, era la empresa colectiva de todos los estadounidenses. Los comerciantes, poseedores privilegiados de educación, riqueza y experiencia internacional, eran particularmente responsables de contribuir a esta empresa, aportando frescas inversiones a la acumulación de conocimientos. Un comerciante era sabio no sólo si su acumulación de riqueza contribuía a nuevas inversiones en trabajo productivo, sino también en la medida en que ahorraba parte de sus energías vitales para dedicarlas (invertirlas) en los “planos elevados” del conocimiento de sí mismo y del mundo.²¹

El discurso del “Buen Comerciante” seguía de cerca estas apreciaciones de Emerson. “El conocimiento –dijo el reverendo George Betaine a su audiencia mercantil en Nueva York en 1839– deber ser el deseo y empeño del alma” del comerciante, mientras que “la aritmética miserable de los dólares y los centavos no debe tener ningún lugar en ella”.²² Para Charles Edwards el “Buen Comerciante” era un buen investigador (*scholar*), un “lector saludable”, alguien que sabía de números, lenguas y leyes, alguien que tenía curiosidad por la mecánica y la geometría, por la geografía y la topografía. Obligado por la necesidad de conquistar nuevos mercados, el mercader debía transformarse en un *etnógrafo* y observar los prejuicios, vicios y costumbres de poblaciones nativas de otros países.²³

²¹ El conocimiento que practicaban y que financiaban los comerciantes no se basaba en la educación formal de las escuelas profesionales o de los colegios de artes liberales. Por el contrario, ellos apoyaban más bien la autoeducación adquirida a través de los ateneos, bibliotecas mercantiles, clubes de lectura, etc. Es que junto a la lectura valoraban el mundo de la experiencia como formador esencial del carácter mercantil (Baida, 1990, pp. 83-85).

²² Un mercader despreciable era aquel “mero idólatra de su propio bolsillo”, aquel “cuya vida no es más que algo formado de fardos de algodón y de toneles de tabaco”, aquel “cuya mente es como la página de publicidad de una gaceta diaria o de un semanario de precios”, aquel “cuya sumatoria de vida es igual a la hoja de balance de su libro mayor” (Betaine, 1839, pp. 403, 405).

²³ “Nuestro comerciante, en verdad, tiene un conocimiento acabado de otras tierras, él conoce cada planicie y cada montaña, cada río y cada desierto, [así como] la extensión de su producción.” “Para vender a Holanda, ne-

Hablando ante la Biblioteca Mercantil de Boston en 1850, George Hillard dijo:

Ustedes han sentido que la vida de un hombre no debería limitarse al comprar y vender, a llevar las cuentas y a la observación cuidadosa de los mercados [...], y se han preocupado por otro tipo de acumulación, por aumentar el acervo de “la preciada mercancía del conocimiento (Hillard, 1850, p. 19).

Para Hillard, lo mismo que para Emerson, el conocimiento era el verdadero capital. “Los libros –prometía a los jóvenes comerciantes– los dignificarán, los protegerán de la desesperanza, les evitarán el desdén.” Por su parte, el reverendo G. Betaine instaba a los comerciantes a que se iniciaran en la carrera de las letras o de las ciencias. Esto era posible, decía, algunos comerciantes lo habían logrado, sólo era necesario que los comerciantes dedicaran su tiempo libre al estudio (Betaine, 1839). En un ensayo publicado en la popular *Merchants' Magazine* en 1853, T. W. Higginson argumentaba que el mundo del comercio era un territorio ideal para que los jóvenes crecieran intelectual y moralmente. En el terreno intelectual, la actividad comercial proveía a sus practicantes tanto de un conocimiento especializado (sobre artículos y producciones, prácticas contables y administrativas, etc.) como de un conocimiento experiencial del mundo. Cada mercader era un viajero, quien a través de sus viajes adquiría una experiencia y visión especial del mundo. Como su negocio dependía de la percepción e interpretación de información, su profesión requiere las mismas condiciones que la del científico: “percepción precisa, investigación cuidadosa, análisis agudo (penetrante), sabia preparación y rápidas decisiones” (Higginson, 1853, p. 33).

Literatos, científicos, etnógrafos, investigadores... las invitaciones a los comerciantes a unirse al mundo de las letras, las ciencias y la cultura eran reiteradas y claras. No se trataba ya, como en la época de Franklin, de encauzar las acciones de los hombres de negocios por los caminos de la ética protestante. Ahora era preciso iniciarse en prácticas de lectura y escritura que permitieran a los comerciantes igualar su liderazgo económico con un liderazgo intelectual. Ya no sería necesario contratar hombres de letras para que escribieran las historias del comercio (como había hecho John Jacob Astor contratando a Washington Irving). Ahora los propios comerciantes debían estar capacitados para escribir sus propias narrativas. Freeman Hunt y un puñado de hombres de negocios ya lo estaban haciendo.

3. Compromiso social y religioso

En un ambiente cultural permeado por el revivalismo religioso, es de esperar que las enunciaciones prescriptivas acerca del carácter mercantil incluyeran una buena dosis de “mejoramiento moral”.²⁴ Si la búsqueda del conocimiento unía al “Buen Comerciante” a la comunidad de la cultura y de la ciencia, la búsqueda del perfeccionamiento moral le garan-

cesita conocer acerca de canales, para vender a China necesita conocer acerca de despotismo, orgullo, prejuicio, celos y corrupción [...]. En Egipto él debe conocer los movimientos del Nilo, en Europa él debe conocer acerca del éxito o fracaso de las cosechas [...].” (Edwards, 1839, p. 299).

²⁴ Sobre el movimiento revivalista religioso véase George M. Thomas, *Revivalism and Cultural Change. Christianity, Nation Building and the Market in the Nineteenth-Century United States*, Chicago, University of Chicago Press, 1989.

tizaba un lugar en la comunidad de la fe e, indirectamente, lo hacía partícipe del sistema de responsabilidades sociales que definían su aceptación por el resto de la comunidad.

La religión protestante había (fundido) esta conexión entre lo social y lo religioso, entre el dinero y el compromiso comunitario, en la doctrina de la administración de la riqueza (*stewardship of wealth*). Según esta doctrina Dios hacía a los hombres depositarios de riqueza sólo para que éstos realizaran el trabajo de Dios en la tierra. Los ricos sólo eran *trustees* o *stewards* de algo que no les pertenecía, de algo que debía ser distribuido para el beneficio de muchos. Esta doctrina sirvió para difundir la filantropía en una escala sin precedentes.

A esta doctrina —dice Baida— debemos las bibliotecas, museos, salas de música donadas por Carnegie, los institutos y galerías de arte organizadas por Cooper, Peabody y Mellon, las universidades financiadas por Vanderbilt, Cornell, Stanford y Rockefeller, y mucho más (Baida, 1990, p. 83).

Pero también, aun fuera de esta doctrina, es decir, sin la apelación a preceptos de la religión, el discurso del “Buen Comerciante” imponía una cuota grande de obligaciones sociales a los comerciantes. El compromiso social era una contrapartida necesaria de la posesión de riqueza. La caridad era uno de los atributos que los conferencistas esperaban de la clase mercantil. La filantropía había sido la marca de comerciantes como Stephen Girard y otros filadelfianos que prosperaron en el comercio chino: ellos dejaron a Filadelfia hospitales, asilos, orfanatos, casas para marinos ancianos, etc.²⁵ En Boston, el capitán Robert B. Forbes, miembro activo de la Massachusetts Humane Society, organizó la colección y envió a las víctimas de la hambruna irlandesa de 1846-1847.²⁶ Por otra parte, aquellos comerciantes que murieron sin legar buena parte de su riqueza a obras benéficas (como John Jacob Astor) eran objeto de críticas constantes.

La doctrina del compromiso social abría el mundo mercantil a la prédica de una serie de reformadores morales y sociales: abolicionistas, educadores, sociedades de temperancia, reformadores de prisiones, benefactores de asilos de enfermos mentales, etcétera.

La gran causa de la educación, y las sociedades benevolentes y filantrópicas —decía Daniel Haskell—; la promoción de las artes y la ayuda a la ciencia, todas y cada una de ellas está en deuda con esta clase [la clase mercantil] por las mayores contribuciones (Haskell, 1848).

Entre las comunidades mercantiles del Nordeste, directamente involucradas con el Segundo Gran Despertar, tal doctrina era muy popular. Ella era, en realidad, un importante componente del discurso del “Buen Comerciante”.

Robert C. Winthrop, diputado antiesclavista de Massachusetts, urgía a los jóvenes aspirantes a la carrera mercantil a tomar su lugar en la acumulación de la riqueza de la ciudad. La riqueza a que se refería el político no se medía en dinero, sino, por el contrario, estaba compuesta por bienes públicos como la educación, la religión y la moralidad, sos-

²⁵ J. Goldstein, *Philadelphia and the China Trade*, p. 44.

²⁶ W. Baker, *A History of the Boston Marine Society*, pp. 186-187.

tenidos por la caridad de los comerciantes.²⁷ (Winthrop, 1845) Era en las paredes y los pasillos de los hospitales, de los asilos, de los ateneos y las capillas, así como en las cátedras universitarias, en las salas de conferencias y en los premios a la competencia escolar donde debían brillar los nombres de los comerciantes (*ibid*, p. 17) El vasto poder social que acordaba el dinero se correspondía con una enorme responsabilidad con los que menos tenían.

En el discurso del “Buen Comerciante” esta responsabilidad social se articulaba comúnmente en términos de género: se aludía metafóricamente a la obligación del adulto varón, señor de su casa, de proveer por su mujer e hijos. El *carácter* de un comerciante se componía no sólo de deberes morales y compromiso social, sino también de otros atributos como seguridad, valentía, honor, etc., que los oradores identificaban con el concepto de *hombria*. Ser un “Buen Comerciante” implicaba adquirir *hombria* (*manliness*), es decir, diferenciarse al mismo tiempo de los niños y de las mujeres. Sólo aquellos que crecían como hombres podían reclamar los atributos del “Buen Comerciante”, un sujeto social construido como líder cultural, político y social de su comunidad.²⁸ Sólo aquellos que tenían *hombria* podrían ejercer la responsabilidad financiera y el patronazgo frente a la comunidad querido de los comerciantes.

Escribir y leer, requisito para el éxito

La práctica del comercio era una actividad intensiva en lectura y escritura. Como todo buen “*clerk*” sabía, gran parte del tiempo en la “*counting house*” se pasaba registrando entradas y salidas de mercancías, enumerando paquetes, copiando cartas de negocios, archivando facturas y remitos, extractando de periódicos, gacetas y boletines comerciales la información necesaria para la marcha del negocio. Quien no supiese leer y escribir, quien no estuviese preparado para manejar información impresa, podía olvidarse de trabajar en una “*counting house*”.²⁹ Sus empleadores, los comerciantes, con mayor razón, dependían de sus dotes como lectores y escribas. Para Freeman Hunt el importador-exportador podía compararse favorablemente a un lingüista. No solamente debía entender el peculiar dia-

²⁷ “Ustedes deben tomar su lugar no sólo como comerciantes sino también como *hombres*, no simplemente en la conducción del comercio, sino en el sostenimiento del carácter, no meramente en la acumulación de la riqueza agregada que hace crecer la importancia de Boston en las columnas de las tablas estadísticas, sino en la posesión y uso de aquella riqueza individual, la que, agregada y en la forma de su uso, hace a la verdadera gloria de nuestra ciudad [...]” (*ibid.*, p. 16)

²⁸ Para construir el “carácter mercantil”, enfatizaba el redactor de la Biblioteca Mercantil de Filadelfia, es necesario imprimir a los jóvenes comerciantes un sentido de sus oportunidades y responsabilidades y, sobre todo, de la necesidad de que, buscando el éxito mercantil, también busquen convertirse en hombres porque “el *carácter masculino* debe ser la base del *carácter mercantil*” (Mercantile Library of Philadelphia, 1867). Esta definición, por supuesto, excluía la posibilidad de extender la condición de “Buen Comerciante” a las mujeres.

²⁹ La lectura también se tornó un componente esencial de las calificaciones de empleados administrativos. Cuando en abril de 1864, James Watson Webb, enviado plenipotenciario de los Estados Unidos al Brasil, despidió a su secretario Mr. Briggs, la razón principal fue la falta de conocimientos de geografía e historia. La afeción de Mr. Briggs por el opio y la bebida y aun su concurrencia asidua a los baurdeles podía permitirse, pero no que no supiera dónde quedaba Galicia o Venecia y que confesara que nunca había leído una línea de historia (Webb a Seward, 22 de abril de 1864, *James Watson Webb Papers*, Sterling Library, Yale University).

lecto del comercio especializado (y esto en varias lenguas), sino también decodificar los complicados mensajes del sistema de precios. Interpretar las señales del mercado era tan importante para hacer negocios como interpretar las lenguas de otras naciones y sus particulares dialectos ocupacionales.³⁰ Un buen mercader era ante todo un intérprete de signos; sus intereses materiales dependían crucialmente de una correcta interpretación de los mensajes contenidos en cartas, listas de precios, contratos, avisos comerciales y noticias marítimas.

1. Los mercaderes como lectores

La práctica de la lectura era, en la opinión de varios de los referentes culturales de la comunidad mercantil, una práctica formadora de carácter y una valiosa introducción a lo que parecía parte de la profesión del comerciante: la empresa del conocimiento.

Una lectura bien guiada –decía el Reporte de 1846 de la Biblioteca Mercantil de Filadelfia– ayudará a formar observaciones cercanas y precisas de la vida y del carácter [pues] estará mejor calificado para los negocios del mundo quien tiene una justa concepción de los deberes de su posición y de las habilidades requeridas para cumplirlos (Mercantile Library of Philadelphia, 1867, p. 9).

La lectura era, además, un símbolo de pertenencia social. Desde tiempos coloniales la posesión de libros y la práctica de la lectura había sido la marca del “*gentleman*”, y quien poseyese esta competencia cultural tenía mejores oportunidades de socializar entre la élite.³¹ La lectura además creaba, en opinión de los líderes mercantiles, lazos de afinidad entre los jóvenes basados en sus preferencias intelectuales, que luego redundarían en su incorporación o al menos contacto con el mundo de las ciencias, las artes y la reforma social.

En vista de tales ventajas, los comerciantes organizaron en Nueva York, Filadelfia, Boston y otras ciudades del Nordeste y del Medio-oeste bibliotecas por suscripción donde los jóvenes aspirantes a una profesión mercantil pudiesen pasar parte de su tiempo de ocio.³² Además, los comerciantes más prestigiosos establecieron “salas de lecturas” (a veces llamadas “salas de noticias”) para marinos o abiertas al público en general, donde se recibían los principales periódicos de Europa y del resto de los Estados Unidos.³³

³⁰ “Como un consumado lingüista él [el comerciante] está familiarizado con los caracteres extranjeros, usándolos sólo en la lengua a la cual pertenecen, así también, un individuo con una sólida educación mercantil, cuando se dirige a otro, emplea cuidadosamente los términos técnicos conocidos por su correspondiente [...] Él está informado sobre los precios industriales, sobre los mejores mercados para negociar, sobre las tasas de derechos aduaneros, etc. Una mente bien abastecida con datos esenciales no es probable que se alarme ante las decepciones publicadas por los especuladores de los periódicos; ella sólo percibe las leyes que regulan la oferta y la demanda, así como todas las fluctuaciones que se consideran naturales”, Freeman Hunt, *Worth and Wealth*, No. 70, p. 121.

³¹ Edwin Wolf, *The Book Culture of a Colonial American City: Philadelphia Books, Bookmen, and Booksellers*, Oxford, Clarendon Press, 1988.

³² Véase, por ejemplo, Mercantile Library of Philadelphia, *Essay on the History and Growth of the Mercantile Library Company...*

³³ John I. Mumford, editor del *Mercantile Telegraph* de Nueva York, fue uno de estos comerciantes que establecieron “*reading-rooms*” y estimularon la difusión de información comercial. Richard C. McKay, *South*

Luego, las propias asociaciones de marinos hicieron su parte para garantizar que en los puertos y en los barcos (al menos en los de la Armada) hubiese suficientes libros para sus asociados. Así, las ciudades-puerto del Nordeste se transformaron en centros de intensa lectura.

Mientras que muchos estaban de acuerdo con la necesidad de que los aspirantes al comercio dedicasen un tiempo importante a la lectura, las recomendaciones acerca de qué leer variaban. Las revistas comerciales en sus reseñas de libros indicaban a los mercaderes ciertas lecturas privilegiadas. La *Merchants' Magazine*, por ejemplo, dedicaba su sección "The Book Trade" a la reseña de relatos de viaje, enciclopedias comerciales y de navegación, tratados de legislación y, ocasionalmente, alguna obra de ficción. Los libros de viaje, como expresión de la experiencia acumulada de los comerciantes, exploradores y aventureros, ayudarían a despertar el interés por el mundo exterior y, a la vez, a enseñar el arte de adaptación en tierras extrañas. Por ello, las bibliotecas mercantiles incluían siempre este tipo de narrativas entre sus colecciones.

La biografía era otro género preferido entre los mercaderes. Freeman Hunt, el autor de *Lives of American Merchants*, una de las obras más completas de ensayos biográficos de hombres de negocio, sostenía que la lectura de biografías era una forma muy directa de transmitir la experiencia del mundo del comercio a las nuevas generaciones. En un país carente de aristocracia, sus jóvenes debían mirarse en el espejo de sus hombres más emprendedores y qué mejor medio que la biografía de destacados hombres de negocios. Allí podían encontrar los jóvenes mercaderes ejemplos de talento, perseverancia y energía personal (Hunt, *Worth and Wealth*, 1856, pp. 350-352).³⁴

Las obras de ficción tenían sus defensores y sus detractores. El director de la Asociación Biblioteca Mercantil de Filadelfia creía que las novelas eran muy útiles herramientas para atraer lectores de extracción mercantil a su institución y, por ello, la biblioteca destinaba un sexto de su colección y un décimo de su presupuesto a este rubro.³⁵ No todos pensaban de esta forma. George Hillard aconsejaba a los jóvenes mercaderes no leer novelas inglesas y francesas de las cuales no podía obtenerse mayor utilidad. Debían leer en cambio "grandes obras", entre las cuales Hillard sugería la *Analogía* de Butler, la *Riqueza de las naciones*, de Smith, los *Ensayos*, de Locke y la *Lógica*, de Mill. Estas lecturas, sugería Hillard, servirían de "disciplina mental", como entrenamiento de la agudeza necesaria para conducirse exitosamente en el mundo de los negocios y de la cultura (Hillard, 1850, pp. 27-29).

Street. A Maritime History of New York, Riverside, CT, 7 C's, 1969, pp. 190-191. En Boston, la Sociedad Marítima, liderada por armadores y comerciantes, había establecido en el Old State House un club de lectores por suscripción, además de una "news room" donde se recibían boletines, periódicos y revistas de todo el mundo. William A. Baker, *A History of the Boston Marine Society 1742-1981*, Boston, Boston Marine Society, 1982, pp. 153-154.

³⁴ El género era ciertamente popular. Joseph Scoville, autor de *The Old Merchants of New York City*, explicaba en el prefacio de su obra, reimpressa múltiples veces durante su vida, que la demanda del público lo obligó a improvisar esta colección, originalmente publicada en forma de artículos en las páginas del periódico *New York Leader* (Scoville, 1968).

³⁵ "Las novelas son la principal atracción para el mayor número de aquellos que usan una Biblioteca Mercantil. Cerca de dos terceras partes de las nuevas publicaciones de libros son novelas. En número ellas son alrededor de un sexto de la colección completa y cuestan anualmente un décimo del dinero total invertido en material de lectura", Mercantile Library of Philadelphia, 1867, p. 7.

La época ofrecía otros textos a los comerciantes. Durante este período, hicieron su aparición varias revistas destinadas a comerciantes; de ellas, las más populares fueron *Merchants' Magazine*, de Freeman Hunt, y *National Journal of Finance*, de Hodges, en el Nordeste, y *De Bows' Review* en el Sur (Mott, 1957, vol. 1, pp. 93-96). Éstas combinaban informaciones estadísticas sobre mercados con máximas, biografías, comentarios políticos y noticias de libros. Otras publicaciones como el *Philadelphia Merchant* o el *Journal of Commerce* se parecían en su formato a los periódicos, aunque sus temáticas y posiciones estuviesen más cerca de la comunidad mercantil. También era éste el período en que se hicieron populares los *price currants*, boletines con información sobre precios y mercados especialmente apreciados por los hombres de negocios.³⁶ La creciente disponibilidad de información comercial exigía a los comerciantes mayor tiempo dedicado a la lectura.

Según los líderes de la comunidad mercantil, los jóvenes comerciantes, como partícipes del mundo de la cultura, debían leer, además de los textos propios de su actividad, novelas, biografías, relatos de viaje, y estar al tanto de las novedades de la ciencia y de las artes. Por ello, las bibliotecas sostenidas con los aportes de la clase mercantil trataban de ofrecer tanto obras de ficción, como tratados clásicos de filosofía, lógica, legislación, economía política e historia.

Una mirada casual a los catálogos de las bibliotecas mercantiles nos permite inferir ciertas características de las preferencias de lectura de las comunidades mercantiles. El catálogo de la colección de la Biblioteca Mercantil de Filadelfia (1840), por ejemplo, aparece dividido en 16 secciones: comercio, legislación y gobierno, artes, ciencias naturales, lenguas extranjeras, filosofía, novelas y cuentos, "*belle lettres*", geografía, historia, historia natural, biografía, religión, misceláneas, obras de referencia y publicaciones periódicas. En la sección Comercio aparecen listadas unas 60 obras de contabilidad, moneda y bancos, seguros, estadísticas y regulaciones mercantiles. La sección Legislación y Gobierno contiene 151 títulos incluyendo obras sobre leyes y jurisprudencia (entre ellas la Biblioteca de Derecho de 24 volúmenes editada por Sergeant, Lowber, Purdon y Wharton), informes de gobierno, tratados de economía política y estadísticas. En la sección Geografía, bajo el título Viajes, se listan 331 títulos diferentes. Son ellos en su mayoría narrativas de viajeros que cubren todos los rincones conocidos del globo, desde Finlandia hasta Egipto, desde la China hasta las Montañas Rocallosas.³⁷ La colección es muy completa, contiene las aventuras de Lewis y Clark en el Oeste Americano, John Burton y Mungo Park en Africa, los hermanos Robertson en Paraguay, Francis Bond Head en las Pampas, así como varios relatos de Washington Irving, Alexander Humbolt, William Cook, etcétera.

Dos grandes colecciones de viajes –*Mayor's Voyages and Travel from the Time of Columbus to the Present Period* (Filadelfia, 1802), conteniendo 14 volúmenes, y el *Modern Traveller, A Popular Description of the Various Countries of the Globe* (Londres, 1826), de 23 volúmenes– proveían al lector fácil acceso a los principales viajeros y sus

³⁶ Neal L. Edgar, *A History and Bibliography of American Magazines, 1810-1820*, Metuchen, Scarecrow Press, 1975, pp. 288-290. Véase, también, David P. Forsyth, *The Business Press in America, 1750-1865*, Philadelphia, Chilton Books, 1964.

³⁷ *Catalogue of the Books Belonging to the Mercantile Library of Philadelphia*, Filadelfia, 1840.

descubrimientos. Completando este valioso material de referencia estaban los diccionarios geográficos y comerciales, los compendios de legislación, las gramáticas de idiomas extranjeros, los manuales prácticos de contabilidad, moneda y correspondencia comercial. Así, la Biblioteca Mercantil se transformaba en un recurso imprescindible para el comerciante. A ella concurrían los jóvenes ayudantes a estudiar idiomas, leer periódicos extranjeros, consultar estadísticas, o aprender contabilidad, derecho aduanero o el arte de la correspondencia comercial. En la biblioteca se podía tener un primer acceso a tierras extrañas antes de viajar, revisando relatos de viaje, mapas, leyes y ensayos acerca de la religión y costumbres de las tierras a visitar. Era la biblioteca una especie de enciclopedia o vademécum de la experiencia acumulada por viajeros y comerciantes acerca del mundo conocido (*Catalogue of the Books*, 1840).

¿Eran los comerciantes tan ávidos lectores como se suponía? El crecimiento del número de miembros de las bibliotecas mercantiles parece indicar que sí. La Biblioteca Mercantil de Filadelfia pasó de 300 miembros en el momento de su fundación en 1822 a 6.000 miembros en 1860.³⁸ Sus directores se jactaban de haber expandido la práctica de la lectura en la ciudad, contribuyendo a atraer lectores no mercantiles a sus salas y a difundir la idea de la "biblioteca popular" (*Essays on the History*, 1867). La Biblioteca Mercantil de Nueva York, por su parte, tenía 4.000 miembros activos hacia 1840, su colección superaba los 23.000 volúmenes (Hone, 1841). El Ateneum de Boston había acumulado 70.000 volúmenes hacia 1857. Sus lectores, que al comienzo pertenecían exclusivamente al mundo de los negocios, eran hacia mediados de siglo un público más vasto que incluía miembros de otras clases sociales.³⁹

En realidad, la expansión de lectores que las bibliotecas mercantiles estaban experimentando era un reflejo de un proceso mayor, la ampliación de la literacidad y de las prácticas de lectura en la sociedad estadounidense. El público lector, según Zboray, había crecido en el período anterior a la guerra civil diez veces más rápido que la población.⁴⁰ Esto estaba produciendo una democratización del espacio cultural que demandaba de los jóvenes aspirantes al comercio mayor tiempo de lectura para distinguirse; el umbral mínimo de "cultura" de las clases medias se había elevado sustancialmente.

Poco se sabe de las preferencias reales de los lectores en este período y menos aún de los hábitos de lectura de los comerciantes. Algunas observaciones pueden hacerse, sin embargo, basadas en unas pocas memorias y en las propias apreciaciones de los editores. Según su propio editor, la revista *Merchants' Magazine* estaba destinada a comerciantes, banqueros, industriales, abogados con intereses mercantiles, oficiales de gobierno y aquellos lectores interesados en economía política (Mott, 1957, vol. 1, p. 697). Esta concepción elitista de la audiencia lectora no era compartida por otros mediadores culturales, que enfatizaban el hecho de que en "América" las clases trabajadoras leían tanto como las clases

³⁸ La Biblioteca Mercantil de Boston, por su parte, una de las primeras de su tipo, había abierto sus puertas en 1820 y hacia 1833 tenía más de 2.300 volúmenes y 23 publicaciones periódicas. Carecemos de información sobre sus lectores.

³⁹ Ronald Story, "Class and Culture in Boston: The Atheneum 1807-1860", *American Quarterly*, 27:2, 1975, pp. 178-199.

⁴⁰ Ronald Zboray, "Antebellum Reading and the Ironies of Technological Innovation", en Cathy N. Davidson (ed.), *Reading in America: Literature and Social History*, Baltimore-Londres, Johns Hopkins University Press, 1989, p. 181.

propietarias. Ésta era la opinión de editores de biografías, narrativas de viaje, novelas y otros géneros populares.

Los comerciantes que viajaban a lugares distantes (las ex colonias españolas, China y Japón, Hawaii) con el fin de abrir nuevos mercados reconocían el valor de la lectura.⁴¹ David Curtis De Forest –comerciante aventurero que se embarcó en 1800 en un viaje de Boston a Cantón con el objeto de realizar comercio de contrabando en las colonias españolas– se había preparado muy bien para conquistar el comercio de la América Hispánica.⁴² Había aprendido el español y el portugués, había estudiado detalles de la religión católica (el significado de los sacramentos y rituales, había copiado las plegarias del emperador Carlos V) y, aparentemente, había invertido mucho tiempo recolectando reglamentos españoles sobre navíos extranjeros, derechos de importación, comercio con neutrales y tráfico de esclavos.⁴³ La apertura de un nuevo mercado requería una copiosa lectura.

La lectura era también un pasatiempo indispensable en los largos meses de a bordo. E. Francis Osborn, un supercargo tratando de abrir mercados en el Brasil, Chile y el Perú en la inmediata posindependencia, consideraba a la lectura como un “privilegio” y la “sola fuente de diversión” a bordo.⁴⁴ Por eso, y ante la falta de lecturas a bordo, los comerciantes viajeros se interesaban en las librerías y bibliotecas locales. E. M. Brackenridge al llegar a Buenos Aires se interesó por el estado de las imprentas y por los libros que circulaban en la ciudad. Encontró complacido que, removidas las prohibiciones españolas, se vendían en las librerías las obras de Voltaire, de Franklin, de Paine, así como el discurso inaugural de Jefferson, el *Federalista*, y la Declaración de Independencia estadounidense.⁴⁵ Así, sus primeras afinidades con la élite porteña revolucionaria se dieron en el terreno de las lecturas.

Para los comerciantes mayores que residían en las ciudades-puerto del Nordeste, la lectura era esencial. El Diario de Philip Hone, por ejemplo, está marcado por comentarios de lecturas. En sus ratos de ocio, el comerciante neoyorkino leía sobre una variedad de tópicos: *La vida de Alexander Hamilton*, el diario de viajes del escocés James Stuart *Tres años en Norte América*, la narrativa de Washington Irving *Un tour por las praderas*, o la *Historia de la Revolución*, de James Mackintosh. Como otros comerciantes lectores, Hone anotaba las impresiones que le causaban estas lecturas, tratando de colocar cada libro

⁴¹ Sobre las estratagemas usadas por los comerciantes angloamericanos para comerciar en el imperio español, véase Linda Salvucci, “Anglo-American merchants and stratagems for success in Spanish imperial markets, 1783-1807”, en J. Barbier y A. Kuethe (eds.), *The North American Role in the Spanish Imperial Economy*, Manchester, Manchester University Press, 1984, pp. 127-133.

⁴² Una excelente biografía de De Forest es la de Benjamin Keen, *David Curtis De Forest and the Revolution of Buenos Aires*, New Haven, Yale University Press, 1947.

⁴³ En su viaje a Sudamérica De Forest tuvo oportunidad de completar esta instrucción. Mientras estuvo en Buenos Aires, visitó un convento franciscano, donde observó las prácticas de los monjes y trató de descifrar el significado de sus rituales. Midió, por ejemplo, la cantidad de veces que los monjes besaban el hábito sagrado: 2.025 veces. David Curtis de Forest, “Commonplace Book, 1799-1802”, De Forest Family Papers, Sterling Memorial Library, Yale University.

⁴⁴ E. F. Osborn a su padre, Valparaíso, 6 de noviembre de 1825. Camp Family Papers, John Ohlin Library, Cornell University.

⁴⁵ E. M. Brackenridge, *La independencia argentina*, 2 vols., Buenos Aires, América Unida, 1927, traducción Carlos Aldao, pp. 125-127.

dentro de los estándares literarios de los tiempos y, a la vez, tratando de rescatar narrativas “nacionales”.⁴⁶

Sin duda, los libros confesionales, de plegarias, etc. fueron populares entre los comerciantes, principalmente porque ellos fueron activos en el movimiento de revivalismo religioso. Pero, adicionalmente, los comerciantes leían géneros menos piadosos. Los manuales de frenología de Fowles, Combe y otros, por ejemplo, parecen haber sido muy leídos en la comunidad mercantil. La explicación de este fenómeno es simple: el interés de los comerciantes por la frenología combinaba la persecución del lucro personal con el patronaje del conocimiento. En un mundo de altas insolvencias, crisis financieras y prácticas deshonestas, la marcha de un negocio dependía crucialmente de estas apreciaciones hechas a simple vista sobre posibles socios, empleados y clientes.⁴⁷ Una práctica como la frenología (lectura de la fisionomía) que les permitiera establecer en quien podían confiar parecía sin duda muy atractiva. Pero, por otra parte, la atracción de los mercaderes por la frenología mostraba la fascinación, común a los hombres del siglo XIX, por la ciencia y todo lo que la rodeaba. Allí se manufacturaban las posibilidades del futuro progreso y, por ello, los comerciantes no dejaban de admirarla y, en la medida de lo posible, de abrazarla como propia.

2. El papel de la escritura

Dominar la escritura, los jóvenes comerciantes sabían, era un paso importante en su carrera mercantil. Saber redactar cartas, en particular, resultaba imprescindible para los ayudantes o empleados de un “*counting room*”. Ésta no era una tarea fácil porque implicaba el conocimiento de protocolos sociales que hacían al mundo de los negocios; era necesario conocer las formas de dirigirse a diferentes destinatarios, así como las formas de autopresentación. Para un comerciante el uso cuidadoso de las palabras y de la sintaxis podía ayudar a conseguir mercadería en consignación, a recuperar una deuda, a asegurarse crédito para un embarque o a mantener fluidas comunicaciones con supercargos y capitanes. Por este motivo se hicieron muy populares los “*letter-writers*”, libros de autoayuda que enseñaban a redactar cartas a jóvenes aspirantes al mundo de los negocios (la lista publicada por H. B. Weiss, sin ser completa, incluye 109 diferentes títulos de este tipo de libros para el período 1800-1850).⁴⁸

Pero más allá de los requerimientos de la profesión mercantil, la escritura era una obsesión del siglo XIX, un instrumento para moldear la identidad individual volcando al papel las reflexiones, inquietudes y sensaciones producidas por la experiencia. En diarios, cartas familiares y narrativas de viajes de las personas involucradas en el mundo mercantil (comerciantes, ayudantes, supercargos, capitanes, marinos) vemos que la prédica de los

⁴⁶ Del libro de J. P. Kennedy, “Horse-Shoe Robinson”, por ejemplo, Hone comentó: “Es la mejor historia americana que he leído”, en A. Nevis (ed.), *The Diary of Philip Hone 1828-1851*, Nueva York, Kraus Reprint, 1969, p. 178.

⁴⁷ Sobre la popularidad de la frenología entre los comerciantes veáse Horlick, *Country Boys*, cap. 8.

⁴⁸ Harry B. Weiss, *American Letter-Writers 1698-1943*, Nueva York, New Public Library, 1945. Estas publicaciones no sólo estaban destinadas a aspirantes al comercio, también incluían instrucciones para redactar cartas de amor, amistad y otros tipos de relaciones sociales.

líderes mercantiles se convirtió en una realidad. Dondequiera que estuviesen, estas personas sentían la necesidad de escribir.

Marineros, capitanes y supercargos sentían que pertenecían por derecho propio a las clases letradas. Ellos eran los que producían los diarios, cuadernos y notas que luego tomarían la forma de ensayos, artículos o libros de viaje. No sin razón comentaba el *American Quarterly Review* en 1829:

Los marinos se lavan la brea de sus manos para escribir versos en sus bitácoras (diarios de navegación), los guardiamarinas (“*midshipmen*”) ponen por escrito sus propias aventuras, y los comandantes navales, no contentos con descubrir países y ganar batallas, timonean osadamente hacia el océano de la literatura.⁴⁹

Los capitanes de barco debían de escribir sus “*log-books*”, registrando allí las latitudes y longitudes, los vientos, las corrientes marinas y cualquier incidente de navegación. Sin embargo, a veces se salían de estos libros aburridos y monótonos para escribir “*memoranda books*”, anotaciones más personales, donde registraban su mundo social, incluyendo lecturas, conversaciones, refranes y pasajes de la Biblia.⁵⁰ Los marinos, la parte más sustancial del proletariado marítimo que movía el comercio, en las horas vacías que dejaba su trabajo, escribían cartas, diarios, o dibujaban “*sketches*”. Es que habían crecido leyendo libros de aventuras o periódicos en las “salas de lectura” de sus propias asociaciones, en las bibliotecas mercantiles o en los mismos barcos, algunos de los cuales eran verdaderas bibliotecas flotantes.⁵¹

La necesidad de escribir era el producto sin duda de una conformación cultural que ponía un alto precio a la posesión de literacidad. La transformación (ficcional) de Richard H. Dana de un “*common sailor*” en un escritor de renombre, luego de la publicación de su *Two Years Before the Mast*, era un ejemplo que muchos querían imitar.⁵² El caso de Luther Schaeffer, uno de los buscadores de fortuna en California, que en su viaje por la ruta del cabo de Hornos anotó cuidadosamente lo que observaba, para finalmente publicar sus “impresiones” en *Sketches of Travels in South America, Mexico and California* (1860), ejemplifica claramente la superposición entre la aventura comercial y la aventura literaria. ¿Por qué escribir? Schaeffer contesta: “Siendo un extraño, deambulando entre extraños y a menudo privado de toda sociedad afable (‘congenial’), el anotar impresiones de los países que visitaba se volvió mi principal deleite”.⁵³

El placer de escribir, sin embargo, tenía como contrapartida la exigencia de observar y anotar cada detalle que, en apreciación del viajero, podía resultar de interés para un fu-

⁴⁹ Frank L. Mott, *A History of American Magazines*, Cambridge, Mass., Harvard University Press, 1957, vol. 1, p. 422.

⁵⁰ El capitán Robert S. Pulsifer escribía, además de sus “*log-books*”, cuadernos de memorias donde registraba las conferencias que atendía, las frases o refranes que le resultaban valiosos, inclusive pasajes de la Biblia. Robert S. Pulsifer Papers, Massachusetts Historical Society.

⁵¹ Véase Harry R. Skallerup, *Books Afloat and Ashore. A history of books, libraries, and reading among seamen during the age of sail*, Handem, Ct., Archon Books, 1974.

⁵² En realidad, Dana había estudiado leyes antes de lanzarse a la aventura como un marinerero.

⁵³ L. M. Schaeffer, *Sketches of Travels in South America, Mexico and California*, Nueva York, James Egbert, 1860, Prefacio.

turo lector. Esto no siempre resultaba fácil. En 1857, el marino S. W. Cushing escribió una narrativa de su viaje a California (*Wild Oats Sowings*) en la que explica las dificultades que debe enfrentar una persona no muy ilustrada para narrar adecuadamente (con dosis de romanticismo y de objetividad) un viaje. Mientras que los viajeros de buen pasar tenían todo el tiempo del mundo para observar, muchas veces los marineros debían quedarse a bordo y cuando desembarcaban, no sabían muy bien qué mirar.⁵⁴

Los supercargos en viajes de negocios recogían en sus diarios información política, económica y de costumbres de los lugares que visitaban, materiales que luego, volcados en una narrativa de viaje o en un texto histórico-etnográfico, tratarían de publicar en los Estados Unidos. A Condy Raguet, supercargado a Santo Domingo desde 1804 a 1805, le proporcionaron suficiente material para completar su *A Short Account of the Present State of Affairs in St. Domingo...*, una narrativa de la sublevación de esclavos en esta parte del Caribe.⁵⁵ Todo comerciante-viajero anotaba en sus diarios, más o menos sistemáticamente, información con la que luego podrían re-escribir memorias, relatos de aventuras, o simplemente información útil sobre los lugares visitados. Pocos de estas anotaciones llegaron a la prensa. Entre las excepciones, es decir, narrativas de viaje escritas por comerciantes-viajeros, podemos citar: R. Cleaveland, *Voyages and Commercial Enterprises* (1855); E. Roberts, *Embassy to the Eastern Courts* (1837); John Codman, *Ten Months in Brazil* (1867); L. M. Schaeffer, *Sketches of Travel in South America* (1860) y Robert S. Forbes, *Personal Reminiscences* (1868).⁵⁶

No son comunes los comerciantes que llegaron a ser escritores. Uno de ellos, Charles A. Davis, adquirió fama como escritor cuando escribió una sátira política titulada *Major Jack Downing Letters*. Según Scoville, biógrafo de los comerciantes famosos de Nueva York, Davis llegó a compartir el mismo plano que escritores de fama como Washington Irving, o Bancroft.⁵⁷ Pero que pocos llegaran no niega el hecho de que muchos trataran. La abundancia de notas de viaje, cartas, diarios, carpetas de dibujo, etc. que dejaron los viajeros mercantiles muestra las intenciones literarias de al menos una buena parte de estos negociantes. Como si fueran dirigidos al público, estas notas y diarios hablaban a “la posteridad” o al “lector” o contenían prólogos donde anunciaban su deseo de ser imparciales, confirmando su adhesión al género literario al que aspiraban.

Hacia el interior de las comunidades del Nordeste, la escritura de diarios y “*journals*” se convirtió en una práctica corriente, extendiéndose por necesidad hacia los “*clerks*” o ayudantes mercantiles. Robert McCoskry Graham, un empleado de la firma Howland and Spinwall de Nueva York, dejó un valioso diario donde se reflejan varios aspectos de su trabajo y de la cultura mercantil del período.⁵⁸ Entre sus tareas figuraban redactar cartas (una tarea que a veces tomaba todo el día) y entregarlas a los vapores o ve-

⁵⁴ S. W. Cushing, *Wild Oats Sowings; or, the Autobiography of an Adventurer*, Nueva York, D. Fanshew, 1857.

⁵⁵ Citado por Dumas Malone (ed.), *Dictionary of American Biography*, vol. 15, Nueva York, Scribners, 1935, p. 325.

⁵⁶ Richard J. Cleaveland, *Voyages and Commercial Enterprises of the Sons of New England*, Nueva York, Leavitt and Allen, 1855; Edmund Roberts, *Embassy to the Eastern Courts of Cochin-China, Siam, and Muscat in the U.S. Sloop-of-War Peacock...during the years 1832-3-4*, Wilmington, Del., Scholarly Resources, 1972, 1a. ed., 1837; John Codman, *Ten Months in Brazil*, Boston, Lee and Shepard, 1867; Luther M. Schaeffer, *Sketches of Travels in South America, Mexico and California*, Nueva York, James Egbert, 1860; y Robert B. Forbes, *Personal Reminiscences*, 2a. ed., Boston, Little, Brown and Co., 1882.

⁵⁷ Joseph Scoville, *The Old Merchants of New York City*, Nueva York, Greenwood Press, vol. 1, p. 85.

⁵⁸ R. McCoskry Graham, “Diary 1848-1849”, New York Historical Society.

leros, copiar facturas y llenar pasaportes y cartas de embarque para los capitanes y recibir y leer la "inteligencia" llegada de Liverpool, Havana o París acerca de la marcha de los negocios y de la política. De estas noticias McCoskry asentaba en su diario las que le parecían más destacables. Así, registró las noticias acerca de la revolución de 1848 en Francia, de las luchas de los Cartistas en Inglaterra, de los atentados contra el emperador de Rusia, así como de la fiebre del oro en California. También se interesó en las revueltas que se estaban dando en Filadelfia, Nueva York y otros lugares en apoyo de la revolución francesa. A través de su trabajo, este ayudante estaba conectado con el mundo de las noticias y trataba, por medio de la escritura, de pertenecer a las clases ilustradas.

Audiencias mercantiles (la práctica de escuchar)

Expresando una creencia propia de la Ilustración, los oradores acordaban a la lectura, a las conversaciones elevadas y a la elocuencia de inspirados discursos el poder de transmitir "visiones iluminadas", "sentimientos liberales", una "inteligencia refinada" y un "fuerte sentido de la obligación moral y religiosa" (Winthrop, 1845, pp. 21-22) El poder de la palabra hablada, en particular, servía para producir estados emocionales y sentimientos de afinidad y camaradería que transformaban a los espíritus más toscos e incultos. Por ello, se trataba de bombardear a los jóvenes comerciantes con lo más selecto que la ciencia, las letras, la filosofía y la moral podían ofrecer.

Las conferencias públicas ("*public lecture*") como un medio que ponía en contacto a los ciudadanos con el mundo de la ciencia, de las letras y de la reforma social fueron de acuerdo con Donald Scott, una invención de este período. A partir de la experiencia de los liceos o clubes de conferencias, se desarrolló en el período 1830-1850 un método de financiar "*speakers*" y un circuito de conferencias que transformó el espacio público de las comunidades del Nordeste.⁵⁹ Por un módico arancel, los asistentes podían escuchar las opiniones de prestigiosos abogados, jueces, clérigos, exploradores, profesores, publicistas y literatos. La difusión de la conferencia pública implicaba una cierta democratización del conocimiento: aquellos que querían elevarse intelectualmente podían escuchar, por un precio, la palabra de los mejores referentes intelectuales de los Estados Unidos.⁶⁰ Aun los granjeros de Cincinnati podían escuchar al filósofo Emerson en persona.⁶¹ El éxito de estas conferencias fue enorme: D. Scott estima que en su pico en los años 1850, no menos de 400.000 personas por semana concurrían a estas conferencias en el Nordeste.⁶²

⁵⁹ Donald M. Scott, "The Popular Lecture and the Creation of a Public in Mid-Nineteenth-Century America", *Journal of American History*, 66:4, 1980, pp. 791-809.

⁶⁰ Las charlas eran organizadas por clubes, asociaciones cristianas, las propias municipalidades, y especialmente por las asociaciones de bibliotecas mercantiles.

⁶¹ Véase Mary K. Cayton, "The Making of an American Prophet: Emerson, his Audiences, and the Rise of the Culture Industry in Nineteenth-Century America", *American Historical Review*, 92:3, junio de 1987, pp. 597-620.

⁶² *Ibid.*, p. 800. Si bien los habitantes de las ciudades tenían mayor acceso a estas conferencias, también los granjeros o habitantes de pequeños pueblos podían gozar de estos momentos de ilustración. Conferenciantes viajeros realizaban los mismos tipos de charlas ante audiencias menos ilustradas (financiados por asociaciones voluntarias de educación, religiosas, temperancia, de mujeres, etc.) Véase además Donald Scott, "The Profession that Vanished: Public Lecturing in Mid-Nineteenth Century America", en G. L. Geison (ed.), *Professions and Professional Ideologies in America*, Chapel Hill, University of North Carolina Press, 1983, pp. 12-28.

Las conferencias públicas que organizaban las asociaciones mercantiles eran parte de este proceso democratizador del conocimiento, las artes y la opinión política. Si cada ciudad mediana tenía su ateneo, todas las ciudades principales del Nordeste y algunas del Medio-oeste llegaron a tener su biblioteca mercantil. Eran éstas asociaciones formadas por comerciantes con el objeto de diseminar el “conocimiento útil” y ayudar a la socialización y elevamiento intelectual y moral de los jóvenes comerciantes. Las conferencias, se pensaba, eran la mejor invitación para que los jóvenes se integraran al mundo de la “cultura” y a su vez se hicieran responsables de la construcción de comunidades socialmente estables y moralmente sanas.

Para Daniel Haskell las conferencias públicas y los ejercicios literarios jugaban un papel central en la formación del “carácter” del joven mercader.⁶³ La introducción de los ejercicios literarios había traído, dijo, “un aire de vida” a la asociación Biblioteca Mercantil de Boston: ellos sirvieron como lugar de reunión y conocimiento entre los jóvenes, como una arena para la competencia intelectual de los talentos (Haskell, 1848).⁶⁴ Las conferencias públicas, a su vez, le habían dado un carácter público a la institución, integrando a la comunidad de jóvenes comerciantes a las discusiones y debates de la época. Además, la práctica de escuchar conferencias, esperaba Haskell, produciría una identidad de clase —la conformación de ideales comunes en un grupo de jóvenes que pronto se diseminarían por todos los puertos del mundo—.

Las conferencias daban oportunidad a los jóvenes para sentirse parte de una “clase de personas” con responsabilidades muy precisas. ¿A qué clase se refería Haskell? A la clase mercantil en formación: una clase que se componía de jóvenes que habían abrazado el comercio, hijos de “sustantivos granjeros, prósperos mercaderes, emprendedores navieros, e inteligentes mecánicos” de Nueva Inglaterra. Ellos constituían una nueva clase media: un sector posicionado a distancia tanto de pobres como de ricos compuesto por una amalgama de lo mejor de las otras clases.⁶⁵ Esta clase tenía como interés primordial continuar con las tradiciones ideológico-culturales de Nueva Inglaterra: “Trabajo Libre, Pensamiento Libre, Escuelas Gratuitas, son la santa trinidad que nosotros adoramos” (*ibid.*). Ellos eran parte de una “Nación Universal” destinada a poblar la tierra. Siguiendo las rutas del comercio, se desperdigarían por el continente Americano y por el mundo.

¿Qué escuchaban los comerciantes que atendían estas conferencias? ¿Cuál era el contenido de estas charlas? ¿Cuál la invitación o prevención más frecuente? Un programa de conferencias de la Biblioteca Mercantil de Boston para el ciclo 1839-1840 nos permite apreciar la diversidad de intereses intelectuales del público que asistía a estos eventos. Junto con charlas acerca de la atmósfera y de los meteoritos, hay otras sobre música, sobre Chaucer y Dante, sobre el crédito comercial, la Constitución de los Estados Unidos y

⁶³ La Asociación Biblioteca Mercantil de Boston ofrecía desde 1836 ejercicios literarios semanales y desde 1843 conferencias públicas.

⁶⁴ Acerca de estas reuniones semanales dijo: son lugares “[...] donde la mente encuentra a la mente, la verdad se pelea con la mentira, donde el carácter se desarrolla, [donde] los talentos encuentran el estándar de su influencia, donde el cultivo de la mente es el crecimiento natural de la acción, y donde la mente joven se encuentra en la proximidad de todas las tonalidades de opinión y [todas] las variedades del carácter [...]” (*ibid.*, p. 8).

⁶⁵ “Nuestros miembros vienen del gran interés medio de Nueva Inglaterra, como éste se presenta hoy. El muchacho de ciudad y el joven del campo se encuentran aquí, por primera vez, unidos por un impulso común” (Haskell, 1848, p. 13).

sobre el Trascendentalismo. Figuran en el programa el filósofo R.W. Emerson, el estadista Horace Mann, el juez B. Butler, el poeta romántico H. W. Longfellow, entre otros (Lectures 1839-1840). Indudablemente, los organizadores de este ciclo de conferencias estaban invitando a los asistentes a participar de las artes, las letras, la ciencia, la filosofía y la legislación, además de lo que pudiese considerarse como intereses específicos u ocupacionales de los mercaderes. Títulos de conferencias dictadas en otros años o en otros auditorios dejan ver que la diversidad podía ser aún más amplia: charlas sobre abolicionismo se complementan con conferencias sobre los indios americanos, el alcoholismo, la frenología, o las crisis comerciales.⁶⁶

Parte de estas charlas, como ya vimos, estaban destinadas a construir los límites éticos para la práctica de los negocios, algo que hemos llamado el discurso del "Buen Comerciante". Este discurso, sin embargo, iba siempre acompañado de una invitación a participar en otra esfera de actividad: la reforma social, el apoyo a las artes y las letras, la práctica de la religión. Estas invitaciones, a pesar de sus diferencias temáticas, recorrían lugares comunes: la vocación universalista del comercio, su afán civilizador, el carácter progresista del mercader frente a otras razas, etnias o naciones.

La conferencia ofrecida por el doctor Channing en 1841 ante la Biblioteca Mercantil de Filadelfia fue una típica exposición de la doctrina del "comercio dulce" (*commerce doux*).⁶⁷ El comercio era presentado en esta doctrina como un vehículo de paz universal, de civilización y de conocimiento. De forma similar, argumentaba Channing, el comercio "disemina los pensamientos, invenciones y escritos de los grandes hombres sobre la tierra y congrega a los hombres de ciencia y de letras de todas partes a una *república intelectual*" (mis cursivas). Para con "las tribus menos civilizadas" el comercio aparecía como el presagiador (*harbinger*) de la civilización. Los viajes del comerciante eran "misiones de humanidad, artes útiles, ciencia y religión". El comercio tenía una vocación universalista, como la ciencia, como la religión. Su tendencia era esparcirse a través de todo el planeta y, por esto, el consejo de Channing a los jóvenes comerciantes era: "den al comercio una universalidad aún desconocida". De manera idéntica a lo que haría Haskell unos años después, Channing invitaba a los jóvenes comerciantes a lanzarse a los mares y esparcir la fe cristiana, las costumbres anglosajonas y la civilización Americana.

Las asociaciones entre comercio, paz, civilización y religión no eran nuevas; eran parte del discurso del *commerce doux*, una forma de concebir el comercio que precedía en varios siglos a la conferencia de Channing. Pero en los años 1840 estas asociaciones toman inflexiones precisas. La función civilizadora del comercio era desmentida cada vez que se descubría que naves norteamericanas estaban participando del por entonces ilegal comercio esclavista. Por ello, el conferencista se apresuró a establecer los límites éticos a la actividad comercial, separándose del comercio de esclavos.

⁶⁶ La frenología, el arte de leer la personalidad y la mente del otro a partir de sus caracteres fisionómicos, se había popularizado tanto como para constituir tema obligado en los programas de las asociaciones de bibliotecas mercantiles. Horlick reporta que un curso de 40 charlas en frenología reunía audiencias de hasta 3.000 personas en Boston, 1843, mientras que en Filadelfia grupos de hasta 500 personas asistieron a veinte charlas sobre el mismo tema. *Country Boys and Merchant Princes*, p. 212.

⁶⁷ Tomo este término de A. Hirschman, "Rival Views of Market Society", en *Rival Views of Market Society and Other Recent Essays*, Nueva York, Viking, 1986, pp. 105-141.

Pero, en el nombre de la humanidad, de la religión, de Dios, yo imploro a los comerciantes de este país que no usen la luz de la alta civilización para corromper, para destruir a nuestros incivilizados hermanos [*brethren*]. Hermanos son ellos en sus rudas chozas y en sus salvajes vestimentas. Establezcan con ellos un intercambio fundado en la utilidad, la justicia y la caridad.

Aquel que separaba al africano de su tierra nativa y lo conducía a los horrores del “*middle passage*” y luego a una vida de cautiverio debía ser denunciado como el miembro más infame de su raza, obviamente no pertenecía a la clase mercantil.

La universalidad que proclamaba Channing también adquiría un referente concreto en los años 1840: la lucha contra el heredado sistema mercantilista, contra la protección aduanera, una lucha que libraban Cobden y Bright en Inglaterra y que en los Estados Unidos representaba uno de los puntos de contención más serios entre sureños y norteños.⁶⁸ Es tarea de los comerciantes, decía Channing, diseminar el libre comercio por toda la superficie del planeta. “Derribar todas las barreras al intercambio; cortar las raíces y las ramas del sistema de restricción, abrir cada puerto de la tierra a todos los productos; éste es el ministerio [función] de la humanidad ilustrada” (Dr. Channing, 1841).

Otros conferencistas invitaban a sus audiencias a otras campañas, tanto o más reñidas que la lucha por el libre comercio. En 1854, en pleno apogeo de la campaña abolicionista, los miembros de la Sociedad Biblioteca Mercantil de Boston se reunieron a escuchar a Charles Sumner, el senador de Massachusetts líder de la causa abolicionista.⁶⁹ La invitación en este caso fue a unirse a la campaña moral de abolir la esclavitud. La charla fue una brillante muestra de seducción, aplaudida por F. Hunt y reproducida en varios periódicos mercantiles de la época.⁷⁰

Primero Sumner presentó al comercio como el fundamento del orden social Americano, un orden igualitario que contrastaba con el de la Europa aristocrática y feudal. Luego, en un lenguaje reminiscente de Adam Smith y Bernard Mandeville, redujo a “América” a una nación de comerciantes. “[...] aquí, en este país –dijo– todo hombre es un negociante (*trader*). El médico que trafica con su cuidado benevolente, el abogado que trafica con su ingeniosa lengua, el clérigo que trafica con sus plegarias.” Inmediatamente, el conferencista apeló a la responsabilidad social de su audiencia. En una tierra democrática, el comerciante ocupaba el lugar del señor feudal, suya era la responsabilidad de la armonía social y de la benevolencia. “El comerciante –dijo–, después de haber obtenido poder, tiene la responsabilidad de reparar las modernas injusticias y errores [...]” (Sumner, 1855, pp. 8 y 9). Debía de participar activamente en la abolición de la esclavitud, el peor de los flagelos de la época.

⁶⁸ Los comerciantes del Nordeste estaban enfrentados a sus propios manufactureros en la cuestión de la protección aduanera, y tenían como aliados, para su disgusto, a los esclavistas sureños, fuertes defensores del libre comercio.

⁶⁹ El mismo que acusaría luego, en 1856, a los estados sureños de un complot para extender la esclavitud al territorio de Kansas y que recibiera bastonazos en el Senado de parte de un senador de Carolina del Sur por su denuncia. Sus discursos en el Senado, inmediatamente publicados, tuvieron gran difusión: en especial, aquellos titulados “El Barbarismo de la Esclavitud” (1860), “El Crimen contra Kansas” (1856) y “La Cuestión de Nebraska” (1854).

⁷⁰ Freeman Hunt reprodujo algunos pasajes de esta charla en su *Worth and Wealth* (1856), agregándoles comentarios muy elogiosos (pp. 52-59).

Para ganar la simpatía de la audiencia, narró la historia de la transformación de Granville Sharp, un inglés contemporáneo de Howard, aprendiz de un comerciante mayorista. Les contó cómo Sharp, habiendo conocido a un esclavo africano en desgracia, se compadeció de él y le brindó ayuda. Les contó cómo Sharp defendió al moreno frente a su amo, enfrentando a este señor poderoso en la corte y cómo, luego de esta experiencia, abrazó la causa de la abolición, escribiendo después un tratado antiesclavista de amplia circulación. La batalla de un simple “*clerk*” como era Sharp había logrado persuadir a muchas personas influyentes de Londres y, como consecuencia, el comercio de esclavos fue abolido. Los comerciantes de Boston, concluyó Sumner, debían ver en Sharp su mejor modelo, alguien que viviendo del comercio había visto la luz y abrazado la causa de la humanidad.⁷¹

En 1837 los comerciantes de Boston se habían convocado para escuchar una charla un tanto diferente. En esa oportunidad, un teólogo con pretensiones científicas apellidado Noah disertó sobre el tema “Evidencia de que los indios americanos son descendientes de las tribus perdidas de Israel”. Era éste un argumento religioso que trataba de localizar geográficamente el origen de los indígenas americanos a fin de hacer compatible la historia de su diseminación y poblamiento con los preceptos bíblicos. Según esta peculiar interpretación, dos corrientes migratorias habían salido de Medio Oriente, recorrido el Asia y entrado a las Américas por el estrecho de Behring, al menos un milenio antes de la llegada de los europeos. Las civilizaciones de amerindios más antiguas –como la cultura Palenque– eran los antiguos Canaanitas, que habían sido desplazados y finalmente destruidos por una corriente migratoria más reciente, la parte menos civilizada de la diáspora judía. Las culturas indias que aún existían en América eran pueblos inocentes, afables, hospitalarios que conservaban algunas tradiciones judías y que estaban en proceso de ser aniquiladas (eran perseguidas, desposeídas y asesinadas) por un invasor civilizado y cruel: el hombre blanco (Noah, 1837).

Si las palabras de Sumner estaban orientadas a la liberación del hombre negro, las de Noah hablaban de la restitución del hombre rojo. “América”, dijo Noah a sus oyentes, era en realidad propiedad natural del hombre rojo. Para impresionar a su audiencia, Noah contó una conversación de un anciano “piel roja” con Glen Knox: se quejaba el jefe indio de que los blancos habían comenzado mendigando comida y luego, cuando la obtuvieron de la generosidad de los indios, se dedicaron a apropiarse de tierras. El hombre blanco había traído la miseria del hombre rojo, los había empujado hacia la vida salvaje. Se preguntaba Noah entonces: si nosotros (los cristianos) estamos empujando a los indios hacia el océano Pacífico, ¿cuál será su futuro? ¿Es la restauración prometida en la Biblia a los judíos extensible a ellos, estos descendientes lejanos de las tribus de Israel? “Como nosotros, los hijos de Israel que han sobrevivido todos los desafíos y las opresiones, los indios tendrán su restauración” (Noah, 1837).

Aunque a nosotros esta conferencia puede parecer extraña, sus argumentos increíbles, sus afirmaciones falaces, ésta era, ciertamente, una de las preocupaciones de la sociedad del Nordeste. La expansión hacia el Oeste estaba quitando tierras, ganado y vi-

⁷¹ Para martillar su victoria, Sumner concluyó con algo que ya era un lugar común entre los consejos a los comerciantes: comprar y vender no es suficiente. “Los comerciantes serán llamados, gentil pero irresistiblemente, a los grandes deberes prácticos de la época, y así ganarán la palma de la verdadera honestidad, la que el comercio por sí mismo nunca puede conferir.”

das a los antiguos habitantes de las Américas. El comercio en su expansión estaba llevando destrucción y conquista, algo contrario a la civilización. Para muchos comerciantes, involucrados en el revivalismo religioso, esto era moralmente inaceptable. Pero, además, el argumento del conferencista remitía a uno de los debates más pujantes de la época: la cuestión del origen y diseminación de las razas humanas, una cuestión que confrontaba a la ciencia con la religión. Era ésta además una cuestión que interesaba a los comerciantes. La función civilizadora del comercio para con los pueblos no-europeos demandaba que los comerciantes fueran la avanzada de la civilización, los etnógrafos de razas y pueblos periféricos.

Noah estaba simplemente brindando a estos futuros etnógrafos las preguntas a investigar: ¿había rastros de tradiciones judías en los indios de las Américas?, ¿era posible pensar que todos ellos proviniesen de un tronco común o eran sus diferencias tan grandes que se hacía necesario crear nuevas clasificaciones etnográficas y raciales para entender a las naciones no civilizadas? Curiosamente, ésta era precisamente la pregunta que los miembros de la Expedición Exploradora de 1838-1842 mandada por el gobierno de los Estados Unidos trataba de contestar. En un viaje alrededor del cabo de Hornos, el capitán Charles Wilkes y su equipo de científicos debían recoger información suficiente para establecer, entre otras cosas, los modos en que se clasificaban las razas humanas. La expedición había sido financiada en parte por los comerciantes balleneros y tenía entre uno de sus objetivos ampliar los horizontes del comercio.

Sirviendo a Dios y a la comunidad

¿Siguieron los mercaderes estos consejos? Aunque parcial, la evidencia disponible deja entrever que los comerciantes y, por extensión, aquellos que pertenecían al mundo de los negocios (banqueros y financistas, operadores de bolsa, agentes inmobiliarios, contratistas ferroviarios, agentes navieros, dueños de compañías de seguros) se unieron a las instituciones de reforma social y benevolencia. De los 46 gerentes de la Asociación de Prisiones del estado de Nueva York entre 1844 y 1862, 19 fueron comerciantes, 12 abogados y el resto médicos, editores y maestros. En las sociedades de temperancia, los médicos fueron más prominentes que los comerciantes, pero estos últimos junto con los abogados, clérigos y editores fueron los primeros en las listas de aportantes.⁷²

Si revisamos las carreras de afamados comerciantes, vemos también que muchos estuvieron involucrados en actividades de benevolencia y de reforma. Condy Raguet, comerciante, abogado, político y editor de Filadelfia, era miembro directivo del comité del Sistema Penitenciario, apoyó la causa abolicionista, estuvo involucrado en programas de la iglesia presbiteriana para educar a la juventud, además de defender el libre comercio desde su revista *The Free-Trade Advocate*.⁷³ Richard Vaux, un influyente financista y comer-

⁷² M. J. Peale, "The formative years of the New York Prison Association, 1844-1862", *New York Historical Society Quarterly*, 59:4, 1975, p. 330; J. H. Cassidy, "An Early American Hangover: The Medical Profession and Intemperance, 1800-1860", *Bulletin of the History of Medicine*, 50:3, 1976, pp. 405-413.

⁷³ Varios papeles referentes a Condy Raguet tomados de las colecciones "Cadwalader Collection", "Vaux Papers", "John Hare Powel Papers" y "Simon Gratz Autograph Collection" en la Historical Society of Pennsylvania.

ciante de Filadelfia, guió a la Sociedad para Aliviar las Miserias de las Prisiones Públicas en sus esfuerzos por construir una penitenciaría modelo.⁷⁴ (Su antecesor Thomas Eddy, un mercader, había construido la prisión de Newgate en 1799.) Stephen Allen, comerciante de Nueva York, ganó reconocimiento social participando en varias sociedades benéficas de su ciudad: el Asilo de Lunáticos y Hospital, la Sociedad de Escuelas Públicas, el Hogar de Refugio para Delincuentes Juveniles, la Sociedad Disciplinaria de Prisiones, entre otras.⁷⁵ William Appleton, uno de los más ricos comerciantes de Boston, fue miembro fundador de la Junta de Misiones de Massachusetts. Lewis y Alfred E. Tappan, dos comerciantes de la firma Arthur Tappan & Co., fueron pioneros del movimiento abolicionista. Según el reglamento de su firma, obligaban a sus empleados a registrarse en la Sociedad Abolicionista y, cada día, antes de empezar las tareas del negocio, rezaban una oración en favor de la emancipación de los esclavos. Junto con David Hale colaboraron en el periódico *Journal of Commerce*, que sostenía principios abolicionistas.⁷⁶

La religión, aunque no estimulada directamente desde los auditorios mercantiles, sirvió como fuente y motivo del compromiso social de muchos mercaderes. William E. Dodge, uno de los miembros más prominentes de la comunidad mercantil de Nueva York, fue un cristiano evangelista dedicado a propagar la fe.⁷⁷ Era voluntario de la “American Tract Society” –la asociación que imprimía y distribuía miles de biblias entre los necesitados–, miembro fundador de la “New York City Mission and Tract Society”, además de gerente de la rama local de la “American Bible Society”, vicepresidente de la “American Sunday-School Union” y uno de los primeros donantes y miembros de la YMCA. Había servido como comisionado de la Asamblea General de la Iglesia Presbiteriana y también era miembro del comité ejecutivo de la Sociedad Protestante Americana.⁷⁸ Con tales compromisos, Dodge debía dedicar una buena parte de su tiempo al fomento de la religión. Regalaba libros religiosos a sus conocidos, organizaba charlas de famosos “revivalistas”, construía iglesias en todos los lugares adonde llegaban sus negocios, trataba de involucrar a sus trabajadores en el movimiento de temperancia (antialcoholismo), contrataba sacerdotes recién salidos del seminario para que oficiaran servicios religiosos, los acompañaba a veces en visitas casa por casa para invitar a los fieles a determinadas celebraciones.⁷⁹

¿Cuál fue la contribución de los comerciantes a las instituciones que organizaron y promovieron el conocimiento? Hemos visto que, a través de la organización de bibliotecas mercantiles, los comerciantes contribuyeron a la difusión de salas de lecturas, bibliotecas populares y circuitos de conferencias públicas. También apoyaron la formación de

⁷⁴ Richard Vaux, *Brief Sketches of the Origin and History of the State Penitentiary for the Eastern District of Pennsylvania at Philadelphia*, Philadelphia, 1872.

⁷⁵ Freeman Hunt, *Lives of American Merchants*, vol. 2, Nueva York, 1856, p. 177.

⁷⁶ J. Scoville, *Old Merchants of New York City*, vol.1, pp. 229-234.

⁷⁷ Una tradicional biografía de Dodge es la de Richard Lowitt, *A Merchant Prince of the Nineteenth Century: William E. Dodge*, Nueva York, 1954.

⁷⁸ Horlick, *Country Boys and Merchant Princes*, p. 80.

⁷⁹ Apoyaba varias denominaciones al mismo tiempo. Su interés estaba más bien en crear una amplia red de soporte institucional para que los jóvenes, ricos o pobres, pudieran encaminarse por caminos marcados por la religión. Su temor era que algunos de los asentamientos poblacionales carecieran de consejo religioso. Mezclada con su celo evangélico, mostraba una preocupación por el control social o, mejor dicho, por el encauzamiento de los jóvenes, los pobres, los miembros menos capacitados de la sociedad. Las asociaciones religiosas los ayudarían a enraizarse en la comunidad. *Ibid.*, pp. 80-81.

sociedades literarias y científicas. John Pintard, director de una compañía de seguros, por ejemplo, fue uno de los fundadores de la Sociedad Histórica de Nueva York y, también, uno de los que lanzaron el Movimiento de Escuelas Libres.⁸⁰ T. H. Perkins, uno de los mayores comerciantes de Boston, fue uno de los primeros donantes para la creación del Athenaeum (una institución creada para la promoción de la literatura) de la ciudad.⁸¹ Los comerciantes además apoyaron la formación de sociedades científicas, museos de ciencias naturales (conteniendo colecciones arqueológicas, botánicas y zoológicas) y expediciones científicas.

Reflexiones finales: comercio y cultura en el capitalismo americano de mediados del siglo XIX

Como vimos, a mediados del siglo XIX una serie de enunciadores ligados a las comunidades mercantiles (y utilizando espacios institucionales organizados por estas comunidades) construyeron la imagen del “Buen Comerciante” sobre tres ejes principales: una ética de la acumulación, la búsqueda del conocimiento y el compromiso social y religioso. En cierta medida, esta imagen resulta poco novedosa. La “alabanza del comercio” había nacido junto con la clase mercantil europea y constituía claramente una estrategia para consolidar el prestigio aún dudoso de esta clase y, sobre todo, resaltar su beneficio para la sociedad, la cultura y la religión, en un marco social y cultural que condenaba el dinero, el interés y la conquista. De manera similar, el discurso del “Buen Comerciante” en el Nordeste de los Estados Unidos parece haberse intensificado en un período en que nuevos grupos sociales desafiaron desde arriba o desde abajo (los nuevos industriales y los inmigrantes irlandeses) la hegemonía política, social y cultural de los comerciantes. Presentar al “Buen Comerciante” como un agente del conocimiento, como un etnógrafo, como un reformador social, como un instrumento de elevación moral de la sociedad era una forma de exorcizar las crecientes tensiones sociales y las ansiedades culturales creadas por un capitalismo en rápido desarrollo.

¿Cuáles eran estas dudas y ansiedades? Todas ellas están inscriptas en el mismo discurso del “Buen Comerciante”, pueden leerse entre líneas. Es el temor a la desintegración moral que producen el arribo masivo a las ciudades de jóvenes motivados por objetivos meramente económicos. Es la tensión que provocan los inmigrantes irlandeses con sus revueltas en torno de la intolerancia religiosa de los protestantes. Es la ansiedad que causan los abolicionistas con sus discursos incendiarios y sus manifestaciones callejeras, y las masas de trabajadores y vecinos pobres que unidos a los partidos “Know-Nothing” y de Jackson amenazan a la parte más rica de la población con su discurso igualitarista. Es la duda de que el sueño de la República esté siendo minado por fundamentalistas demócratas que separan a la ciudadanía de la competencia cultural (o de la literacidad), por esclavistas sureños que con su intransigencia pueden comprometer a la Unión en una guerra civil (además de frenar el progreso con tantas trabas a los “*internal improvements*”), por ex-

⁸⁰ Scoville, *Old Merchants*, pp. 234-237.

⁸¹ Carl Seaburg y Stanley Paterson, *Merchant Prince of Boston. Colonel T. H. Perkins, 1764-1854*, Cambridge, Harvard University Press, 1971, 302 páginas.

pansionistas dogmáticos del Destino Manifiesto que llevan a la nación a un creciente enfrentamiento con los indígenas y con los mexicanos y que, en su apuro, estiran hasta la ruptura las posibilidades de absorción e integración de la democracia Americana.

El dinero aparece como otra de las ansiedades profundas de la sociedad norteamericana durante este período. La defensa del dinero que encontramos en el discurso del "Buen Comerciante" reposaba en parte en una búsqueda de la identidad diferencial del "Americano" *vis-à-vis* la Europa aristocrática y también en relación con el Oeste, la Naturaleza y las naciones indígenas. La conquista del Oeste, es decir, el avance del hombre blanco sobre los derechos territoriales de los indígenas, y el poderío económico y político de los plantadores esclavistas formaban parte de estas tensiones que definían la peculiaridad nacional "Americana". Esta misma preocupación podía leerse en los *Sketches* de Washington Irving, en el *Walden* de Thoreau, en los escritos de Fenimore Cooper, en las memorias de la expedición de Lewis y Clark o en los ensayos del filósofo Emerson.⁸²

Sin duda, las enunciaciones contenidas en *Worth and Wealth* trataban de soslayar estas cuestiones, imponiendo a la práctica del comercio ciertas condiciones o límites que permitieran a los comerciantes acceder a enunciaciones ilustradas y progresistas y decidir en consecuencia.⁸³ Pero el discurso del "Buen Comerciante" servía sólo de marco de identidad social y de formación de competencia cultural. Operaba como una serie de nexos que trataban de hacer compatibles las fuerzas del capitalismo mercantil con la religión, la reforma social y el progreso del conocimiento. La "conversión", por así decirlo, se dejaba librada a los conferencistas y a los autores. Eran ellos los que conectaban este mundo referencial del comercio (paz, civilización, progreso, religión) para sensibilizarlos sobre la existencia de un otro racial, para persuadirlos sobre la necesidad de coleccionar información científica, o para alentarlos a construir instituciones benéficas o de control social.

El discurso del "Buen Comerciante", entonces, está enraizado en las ansiedades culturales que generan las sociedades urbanas del Nordeste en franco proceso de expansión comercial. Estas ansiedades habían producido, además de enunciaciones, una serie de prácticas que acercaban a los jóvenes comerciantes al mundo de las letras, la ciencia, la reforma social y moral. La lectura, la escritura y la asistencia a conferencias eran prácticas que además creaban identidad social: congregaban a estos futuros miembros de las

⁸² He discutido más extensamente estas ansiedades en "American Travel Narratives and the Othering/Ordering of South America". *Journal of Historical Sociology*, próximo número. Christopher Mulvey encuentra esta ansiedad en las narrativas de viaje de estadounidenses que cruzaron el Atlántico. Véase *Anglo-American Landscapes*, Cambridge, Cambridge University Press, 1983. Bruce R. Greenfield escribió: "American explores-writers, and then professional writers, adapted the idea of discovering America to the task of developing an authentic relation to the place they found themselves, and to the achieving a sense of American identity as neither European nor Indian". Véase "The Rhetoric of Discovery: British and American Exploration Narratives 1760-1845. An American Renaissance Writing", Ph. D. diss., Columbia University, 1985. Sobre las contribuciones de W. Irving y otros autores al tratamiento de estas ansiedades véase Stanley Brodwin (ed.), *The Old and New World Romanticism of Washington Irving*, Westport, Ct., Greenwood Press, 1986.

⁸³ La defensa de la acumulación de riqueza por parte de enunciadores mercantiles respondía sin duda a una crítica acerca del poder corruptor del dinero, una crítica que era expuesta de diversas maneras en las novelas de Herman Melville, para quien el capitalismo mercantil había creado un mundo de extraños tratando en todo momento de engañarse el uno al otro. Para un análisis de Melville en relación con el mercado véase Jean-Christophe Agnew, *Worlds Apart. The Market and Theater in Anglo-American Thought, 1550-1750*, Cambridge, Cambridge University Press, 1986, Epílogo.

clases medias a un rito de *pasage* cultural antes de su inmersión en el vasto mundo práctico de los viajes y del comercio. Implícita en la invitación que hacían las bibliotecas mercantiles a los jóvenes estaba la idea de que las conferencias, la escritura y la lectura los transformarían en seres sensibles. De allí en adelante, no serían sólo comerciantes, sino autores, lectores y enunciadore, es decir, miembros de una sociedad letrada que mirará con cierta distancia a los otros pueblos y sectores sociales que carecían de estos atributos culturales.

No podemos decir cuántos de los que concurrieron a aquellas charlas, discusiones literarias, o a las salas de lectura de las bibliotecas mercantiles se transformaron de la manera que prescribía el discurso del "Buen Comerciante". Pero sí hay evidencia de que algunas de estas prácticas marcaron las vidas de algunos comerciantes. Los que trataban de publicar narrativas de viajes, los que patrocinaban las artes y las ciencias, los que se unían a un "revival" religioso o al comité organizador de un hospital o una prisión parecieron seguir el guión al pie de la letra. □

Bibliografía

- Betaine, George, "Leisure. Its Uses and Abuses", en *Merchants' Magazine and Commercial Review*, vol. 1, 1839, pp. 399-413.
- Blair, Frank P., *The destiny of the races of this continent. An address delivered before the Mercantile Library Association of Boston, Mass., on the 26th. January 1859*, Washington, D.C., Buel and Blanchard, 1859.
- Burnap, G. W., "The Social Influence of Trade and the Dangers and Duties of the Mercantile Classes (lecture delivered to the MLA of Baltimore)", en *Merchant's Magazine*, 4, 1841, pp. 415-425.
- Catalogue of the Books belonging to the Mercantile Library Company of Philadelphia....* Philadelphia, Mercantile Library Company, 1840.
- Cary, Thomas, *The dependence of the Fine Arts for encouragement, in a republic, on the Security of Property, with an enquiry into the causes of frequent failures among men of business....* Boston, Little and Brown, 1845.
- Dr. Channing, "An address delivered by the late Dr. Channing, of Boston, before the Mercantile Library of Philadelphia, in May, 1841", en F. Hunt, *Worth and Wealth*, 1856, pp. 34-36.
- Edwards, Charles, "What Constitutes a Merchant?", en *Merchants' Magazine and Commercial Review*, vol. 1, No. 4, 1839, pp. 289-303.
- Haskell, Daniel N., *An Address delivered before the Boston Mercantile Library Association, January 3, 1848*, Boston, MLA, 1848.
- Higginson, T. W., "Conscience in the Counting Room; or, The True Interests of the Merchant", en *Merchants' Magazine and Commercial Review*, vol. 28, enero de 1853, pp. 19-40.
- Hillard, George, *The Dangers and Duties of the Mercantile Profession. An address delivered before the Mercantile Library Association at its 13th. aniversario, November 13, 1850*, Boston, Ticknor and Fields, 1850.
- Hone, Philip, "Commerce and Commercial Character, address by Philip Hone to the Mercantile Library Association, New York, December 1840", en *Merchants' Magazine and Commercial Review*, vol. 4, 1841, pp. 129-146.
- Hopkinson, Joseph, "Lecture on Commercial Integrity", *Merchants' Magazine and Commercial Review*, vol. 1, No. 5, noviembre de 1839, pp. 376-390.
- Hunt, Freeman, *Worth and Wealth. A collection of maxims, morals and miscellanies for merchant and men of business*, Nueva York, Stringer & Townsend, 1856.
- Mercantile Library of Philadelphia. *Essays on the History and Growth of the Mercantile Library Company of Philadelphia....* Philadelphia, J. B. Rodgers, 1867.
- Noah, M. M., *Discourse of the evidence of the American Indians being the descendants of the lost tribes of Israel delivered before the Mercantile Library Association*, Nueva York, J. van Norden, 1837.
- Sumner, Charles, *The position and duties of the Merchant: an address before the Mercantile Library Association of Boston, on the evening of the 13th. November 1854*, Boston, Ticknor and Fields, 1855.
- Waterston, R. C., *A Poem delivered before the Mercantile Library Association at their Twenty-fifth aniversario, October 15, 1845*, Boston, MLA, 1845.
- "What is the proper education of merchants?", en *Merchants' Magazine and Commercial Review*, vol. 31, noviembre de 1854, pp. 648-649.
- Winthrop, Robert C., *An address delivered before the Boston Mercantile Library Association on the occasion of their 25th. aniversario, October 15, 1845*, Boston, F. R. Marvin, 1845.