



ESPELHOS DE MERCÚRIO

A REPRESENTAÇÃO DO COMÉRCIO NAS MONARQUIAS IBÉRICAS 1500-1800

CONGRESSO INTERNACIONAL

LAGOS, 7 DE NOVEMBRO

CALL FOR PAPERS

Este congresso internacional tem como propósito reunir especialistas interessados em estudar o comércio através da sua representação.

Embora a valorização social do comércio tenha vindo a mudar ao longo do tempo, a sua imagem tem sido, na generalidade, profundamente negativa em quase todas as sociedades tradicionais. No mundo ocidental, o cristianismo estigmatizou moralmente o ofício do comércio e a sua identificação com determinadas minorias sociais favoreceu a exclusão e a auto-marginalização. A partir do descobrimento do Novo Mundo, o comércio ganhou progressivamente uma dimensão relevante nas relações inter-estatais e, por conseguinte, o estatuto da atividade comercial alterou-se. Com o tempo, o comerciante melhorou a sua imagem social até chegar a ser modelo ou exemplo de conduta.

Esta transformação torna o período entre os séculos XVI e XVIII particularmente relevante para o estudo da complexa dinâmica de transformações nas percepções culturais sobre o comércio. Espanha e Portugal figuram, neste período, como potências em que a luta pela hegemonia comercial ocupou, desde o início, um lugar de destaque. As monarquias ibéricas tiveram de acomodar comunidades de comerciantes de diversas origens e conferir-lhes reconhecimento jurídico e institucional, assim como relacionar-se com aqueles que eram de outras culturas. Em ambas monarquias proliferaram discursos acerca da condição social, cultural e política do comerciante. Em simultâneo, a atividade destes agentes contribuiu para conhecer, identificar e divulgar uma ampla diversidade de matérias-primas convertidas em mercadorias para o primeiro comércio de alcance global. Finalmente, as monarquias ibéricas partilharam uma experiência de decadência imperial que, na altura, foi interpretada, em grande medida, em termos de declínio comercial, e para cuja superação, já no século XVIII, Portugal e Espanha tiveram de incorporar novas formas de pensar e promover o comércio e os comerciantes.

O congresso organiza-se em torno de três áreas temáticas:

- Representação social e identidade dos comerciantes.
- Representação política e institucional.
- Representação cultural, artística e ambiental.

Este congresso decorrerá na cidade de **Lagos** (Portugal) no dia **7 de novembro de 2020**.

Solicita-se a todos os interessados o envio de uma proposta de comunicação para o seguinte endereço de email: **grupoeconomias.cham@gmail.com**.

A proposta deve incluir:

Título, resumo (250 palavras) e área temática em que se insere;

Autor, filiação académica e uma breve nota curricular (máximo 100 palavras).

Línguas de trabalho: Português, Castelhana e Inglês.

Logística:

Para os palestrantes cujo trabalho seja selecionado, a Câmara Municipal de Lagos suportará as despesas de duas noites de alojamento em hotel. A deslocação até Lagos estará a cargo dos próprios. Para mais informações recomenda-se a consulta regular do website do congresso: **congressoespelhosdemercurio.wordpress.com**

Calendário:

15 de maio: data limite para o envio de propostas

30 de maio: anúncio da aceitação das propostas

15 de setembro: programa definitivo do congresso

Comissão organizadora:

Nunziatella Alessandrini

Carla Vieira

Nina Vieira

Rui Manuel Loureiro

José Martins

Organização:

Grupo “Economias, sociedades e culturas mercantis” do CHAM-Centro de Humanidades, Faculdade de Ciências Sociais e Humanas, Universidade NOVA de Lisboa/ Universidade dos Açores

Apoio oficial:

Câmara Municipal de Lagos



MERCURY'S MIRRORS

THE REPRESENTATION OF TRADE IN THE IBERIAN MONARCHIES 1500–1800

INTERNATIONAL CONGRESS | LAGOS, NOVEMBER 7

CALL FOR PAPERS

The purpose of this congress is to gather specialists interested in studying trade through its representation.

Although the social valuation of trade has changed over time, its image has been generally profoundly negative in almost all traditional societies. In the Western world, Christianity morally stigmatized the profession of commerce, and the identification of commerce with certain social minorities favored its exclusion and self-marginalization. Since the discovery of the New World, however, commerce progressively became a relevant magnitude in interstate relations, and with it the commercial activity was changing its status; at the same time, the merchant improved his social image until he became even a model or example of behavior.

This transformation makes the period between the sixteenth and eighteenth centuries particularly relevant to study the complex dynamics of transformations in cultural perceptions about trade. On the other hand, Spain and Portugal appear in that period as powers in whose struggle for hegemony commerce occupied a prominent place from the beginning. The Iberian monarchies had to accommodate communities of merchants of very diverse origins and give them legal and institutional recognition, as well as relate to those of other cultures. In both monarchies, speeches also proliferated about the social, cultural and political status of the merchant, while the activity of the merchants helped to name and disseminate a whole series of raw materials converted into merchandise for the first global trade. Finally, both share an experience of imperial decline that was once largely interpreted in terms of trade decline, and for whose overcoming already in the eighteenth century, Portugal and Spain had to incorporate new ways of thinking and promote trade and merchants.

The congress is organized around three thematic areas:

- Social representation and identity of merchants.
- Political and institutional representation.
- Cultural, artistic and environmental representation.

The congress will be held in the city of **Lagos** (Portugal) on the **7th of November 2020**.

To participate in it, interested parties are requested to send a paper proposal to the following email address: **grupoekonomias.cham@gmail.com**.

The proposal must consist of:

Title, abstract (250 words) and thematic area in which it is registered;

Author, academic affiliation and short CV (100 words).

Working languages: Portuguese, Spanish and English.

Logistics:

The Municipality of Lagos will support accomodation expenses (2 nights) for participants whose paper has been selected. Travel expenses will be in charge of the participants. More information on the website: **congressoespelhosdemercurio.wordpress.com**

Timetable:

15th of May: deadline for submission of paper proposals

30th of May: acceptance of proposals

15th of September: final program of the congress

Organizing Committee:

Nunziatella Alessandrini

Carla Vieira

Nina Vieira

Rui Manuel Loureiro

José Martins

Organization:

Grupo “Economias, sociedades e culturas mercantis” do CHAM-Centro de Humanidades, Faculdade de Ciências Sociais e Humanas, Universidade NOVA de Lisboa/ Universidade dos Açores

Sponsor:

Câmara Municipal de Lagos



ESPEJOS DE MERCURIO

LA REPRESENTACIÓN DEL COMERCIO EN LAS MONARQUÍAS IBÉRICAS 1500-1800

CONGRESO INTERNACIONAL | LAGOS, 7 DE NOVIEMBRE

CALL FOR PAPERS

Este congreso internacional tiene como propósito reunir especialistas interesados en estudiar el comercio a través de su representación.

Aunque la valoración social del comercio ha ido cambiando a lo largo del tiempo, su imagen ha sido en general profundamente negativa en casi todas las sociedades tradicionales. En el mundo occidental, el cristianismo estigmatizó moralmente la profesión del comercio, y la identificación del comercio con determinadas minorías sociales favoreció su exclusión y su auto-marginación. A partir del descubrimiento del Nuevo Mundo, sin embargo, el comercio pasó progresivamente a convertirse en una magnitud relevante en las relaciones interestatales, y con ello la actividad comercial fue modificando su estatus; al tiempo, el comerciante mejoró su imagen social hasta llegar a ser incluso modelo o ejemplo de conducta.

Esta transformación convierte el período entre los siglos XVI y XVIII en particularmente relevante para estudiar la compleja dinámica de transformaciones en las percepciones culturales acerca del comercio. Por su parte, España y Portugal figuran en ese período como potencias en cuya lucha por la hegemonía el comercio ocupó desde el principio un lugar destacado. Las monarquías ibéricas debieron acomodar comunidades de comerciantes de muy diversos orígenes y darles reconocimiento jurídico e institucional, así como relacionarse con los de otras culturas. En ambas monarquías proliferaron además discursos acerca de la condición social, cultural y política del comerciante, al mismo tiempo que la actividad de los comerciantes contribuía a denominar y divulgar toda una serie de materias primas convertidas en mercancías para el primer comercio de alcance global. Finalmente, ambas comparten una experiencia de decadencia imperial que fue en su día interpretada en gran medida en clave de declive comercial, y para cuya superación ya en el siglo XVIII, Portugal y España debieron incorporar nuevas formas de pensar y promover el comercio y a los comerciantes.

El congreso se organiza en torno de tres áreas temáticas:

- Representación social e identidad de los comerciantes.
- Representación política e institucional.
- Representación cultural, artística y ambiental.

El congreso se celebrará en la ciudad de **Lagos** (Portugal) lo día **7 de noviembre de 2020**.

Para participar en él se solicita a los interesados el envío de una propuesta de comunicación a la siguiente dirección electrónica: **grupoekonomias.cham@gmail.com**.

La propuesta debe constar de:

Título provisional, resumen (250 palabras) y área temática en que se inscribe;

Autor, filiación académica y breve CV (máximo 100 palabras).

Lenguas de trabajo: Portugués, Castellano y Inglés.

Logística:

Los comunicantes con *paper* seleccionado tendrán dos noches de alojamiento en un hotel costeadas por la Cámara de Lagos. El desplazamiento hasta la ciudad correrá a cargo de los comunicantes. Para más información se recomienda visitar la web del congreso: **congressoespelhosdemercurio.wordpress.com**

Calendário:

15 de mayo: fecha tope para el envío de propuestas

30 de mayo: aceptación de propuestas

15 de septiembre: programa definitivo del congreso

Comité organizador:

Nunziatella Alessandrini

Carla Vieira

Nina Vieira

Rui Manuel Loureiro

José Martins

Organiza:

Grupo “Economias, sociedades e culturas mercantis” do CHAM–Centro de Humanidades, Faculdade de Ciências Sociais e Humanas, Universidade NOVA de Lisboa/ Universidade dos Açores

Apoyo oficial:

Câmara Municipal de Lagos