

Presentazione della sezione tematica di

STORIA ECONOMICA 2-2016

Alla ricerca del "negoziante patriota".
Moralità mercantili e commercio attivo nel Settecento
a cura di Biagio Salvemini

*Virtù, mercantilismi e mercanti dell'Europa settecentesca.
Qualche considerazione introduttiva* di Biagio Salvemini

Andrea Addobbati, *Questa non è Sparta! Il nababbo e il negoziante patriota in una commedia* di Samuel Foote

Daniele Andreozzi, "Ne pas celui de la Nation". *Moralità, norme, interessi e commerci tra Trieste, il mare e gli spazi mercantili (XVIII secolo)*

Francesco Campennì, *Il mercante eroico: elogi funebri di negozianti nella Napoli del Settecento (La morale mercantile secondo Antonio Jerocades)*

Annastella Carrino, "Tous ces différents négociants étrangers sont autant des sangsues de la place de Marseille". *Forme di patriottismo in una place marchande fra Sei e Settecento*

Daniela Ciccolella, *Il prezzo della patria. Stato, negozianti e regolazione dei prezzi alla voce nel Mezzogiorno nel secondo '700*

Alida Clemente, *Aporie della moralità mercantile e governo politico del mercato: un negoziante 'virtuoso' nella carestia del 1764*

Angela Falcetta, "Ad utilità del commercio de' due Regni". *L'orizzonte morale dei mercanti greco-ottomani nel Regno di Napoli (XVIII secolo)*



Edizioni Scientifiche Italiane

Per informazioni e materiali di discussione:

CNR-ISSM, Segreteria della Direzione
Antonio De Lorenzo
Tel: +39-081-6134086 (int. 214)
Email: segreteria.direzione@issm.cnr.it
www.issm.cnr.it



ALLA RICERCA DEL NEGOZIANTE PATRIOTA. MORALITÀ MERCANTILI E COMMERCIO ATTIVO NEL SETTECENTO

Napoli

27 ottobre 2017, ore 16,00
Via Cardinale G. Sanfelice, 8
Sala Convegni Polo Umanistico (VI piano)

Le monarchie settecentesche elaborano progetti di regolazione e riconfigurazione della società. Dentro ed intorno agli apparati di governo e nella repubblica delle lettere emergono concezioni del "bene pubblico", della "pubblica felicità" come un obiettivo appartenente specificamente al campo della volizione politica. È un obiettivo da perseguire, fra l'altro, promuovendo ed indirizzando il commercio nazionale. Ma non è certo detto che le scelte economiche private siano elaborate con forme di calcolo congruenti con il calcolo felicifico pubblico.

La nozione di commercio attivo poggia su un presupposto: la possibilità di ricondurre forme, dimensioni e logiche dello spazio mercantile a quelle dello spazio politico, e, più precisamente, al territorio sovrano. È un presupposto di per sé altamente problematico. Lo spazio dei traffici non può in alcun modo essere "nazionalizzato", per il mercante "tutto il mondo è patria". Il negoziante può diventare patriota, ma deve contribuire alla pubblica felicità ed alla gloria del sovrano con le risorse che ricava dalla sua collocazione in ambiti che travalicano ogni confine politico.

È per sfuggire a contraddizioni di questa natura che vengono elaborate le innumerevoli proposte sui modi per addolcire, "illuminare", rendere compatibile con il nesso sociale e la progettualità politica il naturale "amor proprio" del negoziante. La dialettica millenaria fra interesse particolare ed interesse generale riemerge in forme nuove e si colloca al centro del dibattito fra uomini di lettere e di governo di ogni parte dell'Europa.

La sfera della politica elabora criteri di misura delle moralità mercantili al tempo stesso fortissimi, in quanto affidati ad apparati pubblici dotati di capacità costrittiva, e minati alle fondamenta dal fatto che l'esercizio della forza legittima nei confronti dei mercanti "immorali" rischia di prosciugare una fonte essenziale della "pubblica felicità": cioè la propensione all'investimento rischioso. Il rapporto fra Stato e mercato va alla ricerca di una collocazione intermedia fra il "forzare" e il "lasciare", e comincia ad assumere i connotati moderni della regolazione. E, in questo modo, trascina con sé dilemmi che, con le ovvie specificità, si ripropongono acutissimi ancora oggi.

Alla domanda riproposta di recente da Lars Magnusson - "is mercantilism a useful concept still?" - gli autori dei saggi qui raccolti cercano una risposta nei punti di contatto fra elaborazione intellettuale, produzione normativa, apparati istituzionali e pratiche del mercato; e li trovano un insieme di pensieri ed atti che costituiscono un episodio cruciale delle "sperimentazioni del potere" in Europa. Per questa via il concetto di mercantilismo può tornare ad essere "useful".

(B. Salvemini, *Virtù, mercantilismi e mercanti dell'Europa settecentesca. Qualche considerazione introduttiva*)

Ne discutono

Luigi Mascilli Migliorini

Università degli Studi di Napoli "L'Orientale"

Anna Maria Rao

Università degli Studi di Napoli Federico II

con il curatore

Biagio Salvemini

Università degli Studi di Bari Aldo Moro

e con gli autori

Andrea Addobbati (Università di Pisa), Daniele Andreozzi (Università degli Studi di Trieste), Francesco Campenni (Università della Calabria), Annastella Carrino (Università degli Studi di Bari Aldo Moro), Daniela Ciccolella (CNR-Istituto di Studi sulle Società del Mediterraneo), Alida Clemente (Università degli Studi di Foggia)

Coordina

Luigi De Matteo

Direttore di «Storia economica»

Partecipano

Antonella Alimento (Università di Pisa), Francesco Dandolo (Università degli Studi di Napoli Federico II), Rosamaria Delli Quadri (Università degli Studi di Napoli "L'Orientale"), Ida Fazio (Università degli Studi di Palermo), Gianluca Fruci (Università degli Studi di Bari Aldo Moro), Maurizio Gangemi (Università degli Studi di Bari Aldo Moro), Renato Sansa (Università della Calabria)

L'incontro rientra tra le attività del PRIN 2015 **Alla ricerca del "negoziante patriota". Mercantilismi, moralità economiche e mercanti dell'Europa mediterranea (secoli XVII-XIX)**