

PRESENTACIÓN

*Alfredo Alvar Ezquerro**

*Jorge Alvar Villegas***

Lector, este es un monográfico de *Información Comercial Española, Revista de Economía* diferente. Acostumbrado a artículos de Economía relacionados con temas de actualidad, abres ahora una revista escrita por historiadores, filólogos, politólogos e incluso un físico, un monográfico que habla de algo acontecido hace ahora 500 años y que, a simple vista, poco tiene que ver con el mundo de hoy. ¿Qué hace la Secretaría de Estado de Comercio publicando sobre esto? Lo correcto. Este monográfico de *Información Comercial Española, Revista de Economía* es, en realidad, una reflexión sobre la hegemonía y el comercio a la luz de una gesta histórica.

Seamos sinceros: para la mayoría del público, incluso con estudios superiores, «Juan Sebastián Elcano» es el buque escuela de la Armada; la Primera Vuelta al Mundo viene tras los euromillones y la victoria es a lo que están acostumbrados los seguidores del Real Madrid. Mucha gente puede asociar 1969-Apolo 11-Luna-Armstrong (y, tal vez, sean capaces de sumar a esos nombres los de Aldrin y Collins), pero muy pocos asocian 1522-Victoria-mundo-Magallanes y Elcano (algún homenaje a la era de los descubrimientos tuvieron los pioneros de la era espacial: el módulo de mando del Apolo 11 fue llamado «Columbia»).

Exageradamente se dice que la expedición de Magallanes marcó el inicio de la primera globalización. No es cierto: es verdad que fue la primera vez en que europeos, americanos, oceánicos (en las islas Marianas), asiáticos y africanos contactaron en un solo viaje, pero el mundo no quedó continuo y fluidamente conectado comercial o financieramente. El de Magallanes y Elcano fue un viaje puntual. Mucha más trascendencia comercial tendrá el tornaviaje de Urdaneta, sobre cuyos pasos navegará el mítico galeón de Manila, que, sumado a la Flota de Indias, ahora ya sí creará la primera globalización (el agustino Andrés de Urdaneta es el gran olvidado del gran público en esta nómina ilustre de exploradores que cambiaron el mundo. Fijó en el año 1565 cómo regresar de Asia a América —aunque tres meses antes, abandonando la expedición, lo había conseguido Alonso de Arellano—).

* Profesor de Investigación del Consejo Superior de Investigaciones Científicas (CSIC) y Académico correspondiente de las Reales Academias de la Historia y de San Telmo.

** Técnico Comercial y Economista del Estado.

Asunto distinto es que la expedición de Magallanes y Elcano sea una gesta de enormes proporciones, que, además, formó parte de una serie de acontecimientos que asentaron los pilares de la hegemonía hispánica durante los siglos XVI y XVII. *Hegemonía hispánica*. Salvo en tenis y fútbol, es un oxímoron; a eso hemos caído.

Por ahí va este especial de *Información Comercial Española, Revista de Economía*. Puesto que la expedición era comercial, en este monográfico podrás encontrar artículos que explican cómo se podía navegar en lo desconocido, cómo entenderse con quien no te entiende o cómo financiar el comercio; pero qué duda cabe de que el viaje de la Victoria trasciende el comercio y el intercambio, ya que se enmarca en unas décadas excepcionales en las que la Monarquía Hispánica se convierte «en el Estados Unidos de la época». La expedición de Magallanes y Elcano nos ofrece, así, una ocasión para reflexionar brevemente sobre la hegemonía (y las diversas maneras de concebirla y alcanzarla), tema crucial en estos momentos de intensa rivalidad geoestratégica, y de la que el comercio es elemento fundamental. De ahí el título del monográfico: «Imperios, hegemonías y comercio. 500 años de la primera vuelta al mundo».

El relato más famoso de la Primera Vuelta al Mundo (una lectura agradable y tan fantástica que Gabriel García Márquez lo usó en su discurso de investidura como premio Nobel), lo realizó un veneciano, Antonio Pigafetta¹. Magallanes era portugués. En la lista de los 18 supervivientes hay, entre otros, dos griegos y un alemán. Y todos acabaron en unos sitios que jamás había pisado un europeo. ¿Cómo se entendían? ¿Cómo podían comerciar? Nos lo explica **Rafael Rodríguez-Ponga**. Todos los que alguna vez hemos tenido una reunión o una videoconferencia en *portuñol* entendemos perfectamente de qué habla el autor cuando menciona el saber. No he podido reprimir una sonrisa al leer sus descripciones, enumeraciones y confusiones: yo mismo estuve destinado en Ghana, y en la oficina se hablaban nativamente 14 idiomas, lo cual no estaba mal teniendo en cuenta que éramos solo 11 personas. El profesor **José Eugenio Borao Mateo** vuelve en su artículo sobre este tema: «[...] sin duda cada parte entendió cosas diferentes, aunque había una cosa en la que sí coincidían: ambos estaban en condiciones de comerciar [...]». Debe de haber pocas frases que reflejen tan claramente los primeros contactos comerciales, hace 500 años y hoy. ¡Cuántos exportadores no se habrán sentado semanas o meses después de un viaje delante del ordenador y habrán pensado aquello de «Pues no he entendido qué ha fallado; todo parecía muy claro, ¿no?»!

Si lo pensamos bien, para comerciar no hace falta hablar, aunque sí comunicarse. Heródoto (siglo V a. C.) nos describe el comercio silencioso (dejo las mercancías en la playa; vuelvo al barco; pones tu mercancía al lado; si estoy de acuerdo, la tomo; si no, me retiro para que subas tu oferta; nadie toca lo del otro hasta que no hay un acuerdo), cuya versión moderna es el comercio electrónico, con Visa y Google Translate como inestimables ayudas. Esos hombres de Heródoto que trajinaban en la playa eran cartagineses y «una raza de libios que viven más allá de las columnas de Hércules», y

¹ Pigafetta nació en Vicenza, ciudad que pertenecía a Venecia.

comerciaban manufacturas por oro. Oro. Esa obsesión humana. Un ashanti², al que conocí bien, lo expresaba lacónicamente: *Gold blinds*. Magallanes debió de pensar lo mismo, tal y como cita José Eugenio Borao: «El comandante prohibió que se mostrase demasiada estimación por el oro, sin cuya orden cada marinero habría vendido todo lo que poseía para procurarse este metal, lo que habría arruinado para siempre nuestro comercio»³. El artículo de José Eugenio Borao nos describe qué comerciaban y contiene otras citas y reflexiones de aquellos expedicionarios que, perfectamente, cabrían en artículos modernos de gestión y estrategia («Hay cosas que no se ofrecen de inmediato, y menos a los comerciantes que van de paso»; «Lo que tu prestigio vale en tu tierra, no necesariamente lo vale en otras»). No vamos tampoco a exagerar las similitudes, pues los errores en la toma de decisiones, aunque puedan hundir las empresas, ya no cuestan la vida, como sí le pasó a Magallanes, y los exportadores ya no se dedican a la piratería, cosa que sí hicieron aquellos expedicionarios... y algunos habitantes actuales de aquellas tierras. No obstante, a pesar de las diferencias, hoy y siempre, comerciar genera riqueza. Es uno de los hechos estilizados del crecimiento: las naciones abiertas crecen más rápidamente.

¿Pero cómo se financiaba todo esto? Veremos en el artículo de **José Manuel Díaz Blanco** cómo fueron evolucionando los usos e instrumentos de financiación de las expediciones y el comercio transoceánico; y cómo, al igual que hoy, las trampas y la voluntad de elusión o evasión eran habituales, hasta el punto de obligar a la reforma completa del sistema de financiación de esa leyenda de la globalización: la Flota de Indias. Difícil, no obstante, criticar el contrabando en determinados puertos que podían ver pasar meses, sino años, sin comerciantes «reglados». Comerciar con el primero que arribara, incluso si era inglés, se convertía en una cuestión casi existencial⁴. Del artículo del profesor José Manuel Díaz me permito, además, lo siguiente: «[...] lo global no existía aún. La obra de los pueblos ibéricos permitió superar estas limitaciones. Por tanto, se trata sin duda de un momento clave en la Historia Universal, que merece ser recordado y comprendido con la medida necesaria, sin incurrir en los extremos opuestos del triunfalismo nacionalista, la desmemoria deliberada o la crítica acerba y presentista». Es una reflexión que guía este monográfico.

Así que, una vez que se entienden, comercian. Pero primero hay que llegar. ¿Cómo navegar por donde nunca nadie ha estado? ¿Cómo llegar a lo que no se sabe dónde está? Sobre esta interesante pregunta escribe **César Esteban**. Se detiene, además, en

² Los ashantis son el grupo étnico más importante en la actual Ghana; su historia y su cultura están vinculadas al oro (y al tráfico de esclavos, pues eran esclavistas).

Algunos topónimos relacionados con Ghana también nos hablan del oro: San Jorge de la Mina (Elmina, actualmente) llamaron los portugueses al primer asentamiento europeo en el golfo de Guinea (dependiendo de cómo se defina «asentamiento», tal vez en todo el África negra) y Costa de Oro llamaron los británicos a la colonia.

³ No está de más recordar aquí que, a pesar de la fascinación europea por el oro, el metal clave en la primera globalización fue, en realidad, la plata, pues era plata lo que demandaban los chinos. De Acapulco a Manila el galeón llevaba, sobre todo, plata (y misioneros).

⁴ De hecho, muchos corsarios se dedicaban a actos piráticos: las agresiones más frecuentes consistían en comerciar sin permiso, socavando así los monopolios y reglas fiscales.

las técnicas de los otros grandes navegantes del Pacífico: los polinesios. Varios autores de este monográfico nos lo recuerdan: la pericia en el mar y el achicamiento del mundo no son privativos de los europeos. También, prácticamente, todos los autores nos recuerdan la cantidad de hombres que murieron en el intento.

Ahora, no cabe duda de que la Monarquía Hispánica consigue lo que nadie había conseguido hasta entonces (ni los portugueses, por dimensión): un imperio global, en todos los continentes, que además es un Estado moderno, no medieval/señorial. Sobre la construcción de la primera mundialización versa el artículo de **Francisco Javier Gómez Díez** o, como él describe, sobre «[...] todo aquello que hace posible el éxito de la Monarquía, que no se reduce a conquistar tierras y extraer recurso, sino a garantizar la convivencia». Una ocupación física del espacio mediante ciudades y fortalezas, instituciones, normas, moneda⁵, leyes o una ideología, al margen, por supuesto, de un ejército y una armada. Similar a lo que hemos visto en el mundo de posguerra con Estados Unidos y estamos viendo ahora con China: la hegemonía y su mantenimiento en el tiempo no se consigue solo con ejércitos.

También, **Alfredo Alvar Ezquerro** nos habla de ese fascinante cambio de mundo e incide en que la hegemonía no es solo una cuestión militar. El argumento principal de su artículo es que el pacto es un elemento político central de la hegemonía hispánica. Comienza centrando la expedición en su época, un tiempo, como el actual, de muy profundo cambio: «la década de 1520 fue de las más convulsas, porque se estaban ventilando las consolidaciones del poder imperial sobre el papal; del imperial o del real sobre las fragmentaciones de los poderes urbanos; se estaba imponiendo una nueva antropología del ser del hombre; se estaba viendo que todo lo conocido casi ya no servía. Y mientras todo esto pasaba, o estaba pasando, o iba a pasar, aquellos 300 individuos empezaban una travesía que iba a poner en entredicho el mundo geográfico conocido desde siempre». Leeremos en su artículo algunas de claves de ese mundo: religión, Inquisición y reforma protestante; guerra de las comunidades; sucesión imperial; expansión. Transición del mundo medieval al mundo moderno. Tal vez ese mundo de crisis y de viejas certidumbres que saltan por los aires nos resulte familiar. Y ahí, «la hegemonía se conseguía gracias a importantes tratados de paz y amistad, resguardados por cañones y velas». Uno podría preguntarse si estas líneas se escriben sobre la España del siglo XVI frente a Portugal o sobre el Estados Unidos del siglo XX frente a la Unión Soviética y/o del siglo XXI frente a China: muchas voces urgen a Biden (y más tras la era Trump) a tejer una fuerte red de alianzas que limite, dificulte o condicione el ascenso chino, y el presidente estadounidense se ha lanzado a numerosos viajes y cumbres para restaurar lazos, muchos lógicamente, por el Pacífico.

Un espacio, sin duda, inmenso, cuyas dimensiones se empiezan a atisbar con la vuelta al mundo de Magallanes y Elcano. Como no se puede controlar sin conocer, se sucederán diversas expediciones durante más de 200 años, expediciones que mezclan

⁵ Perfecta la descripción de la vitrina en el Museo Británico sobre los reales de a ocho.

diversos carices (comercial, militar, científico, religioso). El artículo de **Enrique Martínez Ruiz** esboza sus contextos y nos expone cómo, en un mundo totalmente nuevo, la expansión provoca recelo, el recelo degenera en rivalidad y la rivalidad acaba en guerra, directa o indirecta mediante corsarios o piratas. De la exploración al control, del control al poder. La lucha por la hegemonía, en la que ciencia, comercio y guerra se entrelazan claramente, ayer y hoy: especias, mapas, patentes, chips e inteligencia artificial. De nuevo, se puede estirar la analogía con la carrera espacial, si bien en el caso de la exploración del mundo no hubo carrera, sino monólogo, durante prácticamente dos siglos.

Pero ¿qué es la hegemonía? Sobre esta importante cuestión versa el artículo de **Javier Redondo Rodelas**. Se suma a las voces que ya nos vienen advirtiendo de que la hegemonía trasciende el poder militar; él añade «que sirve para que los demás hagan lo que queremos que hagan» (¿cuántas veces hemos oído hablar del *poder blando*, de Nye?). Tres conceptos debemos guardar en nuestra mente: hegemonía, unidad y legitimidad. En el fondo, según la tesis que sostiene Javier Redondo, la hegemonía es, hasta cierto punto, conferida y, en consecuencia, en el momento en el que se deja de proyectar algo con fuerza (como ahora libertad, comercio y mercado, multilateralismo; en versiones dura o blanda), surgen las dudas, y las grietas internas abren la puerta a las crisis de hegemonía. Interesante esa reflexión de las dudas viendo Estados Unidos y sus guerras culturales (¿de verdad necesitamos importar todo lo que viene de ese país, de manera acrítica?), el incesante trabajo chino para controlar la información y la opinión, y el ruso para fomentar la disensión mediante paparruchas (ahora llamadas *fake news*)⁶; o interesante, también, si queremos llevarlo a la perspectiva histórica, analizarlo en las claves que nos dan los últimos párrafos del artículo de Alfredo Alvar, donde se explica cómo la Monarquía Hispánica trabaja para articular un sistema que permita la adhesión a una causa común, con Dios y el rey en el centro. Hegemonía, unidad, legitimidad. Javier Redondo, además, ha escrito sobre Estados Unidos, y aprovecha el artículo para reforzar su tesis con argumentos de la Revolución estadounidense. Su artículo, que profundiza en temas descritos por otros autores, ayuda a pivotar este monográfico de *Información Comercial Española, Revista de Economía* desde el pasado (al que también acude) a la actualidad.

Y nada más actual que la vuelta de China. Una bella palabra (ecumenismo), que aparece por primera vez en el artículo de Francisco Javier Gómez, es el eje central del artículo de **Javier Serra Guevara**. O, más bien, su falta de ella: la Monarquía Hispánica (o Estados Unidos hoy) tenía pretensión ecuménica, China no. El Imperio del Centro no es evangelizador universal ni en lo religioso ni en lo económico ni en lo político. No busca convertirnos al catolicismo ni vendernos la democracia. Simplemente quiere que reconozcamos que ellos son los que mandan y, una vez interiorizado esto, cada país puede

⁶ La definición de la Real Academia Española (RAE) de paparrucha es «noticia falsa y desatinada de un suceso, esparcida entre el vulgo».

seguir su propio camino (de ahí su énfasis en la soberanía). En la perfecta definición de Javier Serra, la hegemonía china «no tiene, por tanto, una misión “católica” o universalista, no pretende evangelizar a los bárbaros, sino contenerlos en el espacio exterior que les corresponde». Bárbaros, contener, espacio exterior. El Imperio «del Centro».

Así pues, este monográfico, lector, te ofrecerá textos y reflexiones sobre monopolios y competencia, arquitectura institucional internacional, diversificación de mercados, tecnología, barreras de entrada, geopolítica, emprendimiento, colaboración público-privada y financiación al comercio, Estado emprendedor o innovación. Simplemente hemos sustituido petróleo por especias, Organización Mundial del Comercio (OMC) por Tratado de Tordesillas, *megamax* por galeones⁷, patentes por mitos, crédito comprador por préstamos con riesgo de mar, capital riesgo por expedición, *app* por capitulaciones y misiones de Mazzucato por Flota de Indias⁸. Juzga, pues, si estos temas ya te resultarán más familiares, más propios de la línea editorial de *Información Comercial Española, Revista de Economía...* aunque los enmarquemos en el mundo de hace 500 años. Este monográfico nos hace recordar el Eclesiastés (1,9): «Nada hay nuevo bajo del sol».

Pero, en el fondo, más allá de reflexionar sobre la hegemonía, ofrecer una lectura curiosa y homenajear a los protagonistas de aquella gesta, el objetivo del monográfico (y de ahí que haya tantos artículos sobre el Imperio español) es sembrar en la cabeza del lector una pregunta: “España” fue el Estados Unidos del siglo XVI, y Sevilla, la Nueva York de la época. Viendo Sevilla y viendo la España actual cuesta creerlo, sí. ¿Por qué “España” fue la vanguardia política, militar, cultural y técnica, y ahora nosotros pintamos más bien poco o nada en el mundo actual? Es una pregunta incómoda, y ya varios autores han puesto sobre la mesa varias claves de la respuesta.

No quiero terminar con esa fundamental, aunque demoledora, pregunta. Cerremos con cuatro agradecimientos, una recomendación y una exhortación.

Estoy agradecido a todos los autores (y algunos saben que incluso en lo personal), pero hay dos a los que debo mencionar, aunque esté feo seleccionar, de entre todos, al jefe y al padre. Javier Serra no solo me ha escuchado pacientemente desde 2019 sobre la necesidad de que la Secretaría de Estado de Comercio «hiciera algo» en las conmemoraciones del V Centenario de la Primera Vuelta al Mundo, sino que, llegado el momento, se ha puesto a escribir y, además, con una idea para mí esclarecedora: la hegemonía china no es ecuménica. Por otro lado, sin mi padre no habría sido

⁷ Los ultracontenedores (ULCS, por sus siglas en inglés) son aquellos que pueden desplazar más de 20.000 TEU (un TEU es un contenedor de 20 pies). Los mayores barcos de carga del mundo, los Evergreen clase A de la taiwanesa Evergreen, pueden transportar hasta casi 24.000 TEU, si bien, hasta ahora, no ha llegado a los 22.000. Los galeones de Manila fueron aumentando de tamaño con el paso de los siglos; probablemente el mayor fuera el Santísima Trinidad (1751), que desplazaba 2.000 Tm. La comparación entre barcos antiguos y modernos no es fácil, pero, más o menos, los Evergreen A pueden transportar unas 1.000 veces la carga del Santísima Trinidad. No hace falta llegar a los Evergreen A: el que quedó atravesado en el canal de Suez puede transportar varias veces más carga en un solo viaje de la que transportaron los galeones de Manila en 250 años de historia.

⁸ La «I+D+i» impulsada por el Estado cristaliza en un nuevo barco legendario, el galeón, que aúna la capacidad de carga y la militar. Son los buques emblemáticos de la Armada y los grandes protagonistas de la Flota de Indias, que era una auténtica flota: 60 barcos en 1533; 148 barcos en 1586. Un mar de velas.

posible el monográfico, pues además del artículo, ha aportado algo más valioso: tiempo y agenda. También debo agradecimiento a dos personas que no son autores: Bernardo Hernández, por su paciencia «Jorge, explícamelo otra vez, por favor» y, sobre todo, a Marta Valero, por su aún mayor paciencia.

La recomendación es leer el librito de Pigafetta, interesante en sus silencios y colorido en sus descripciones. Si García Márquez lo citó, algo tendrá.

Y la exhortación es para acordarnos de que el 6 de septiembre de 1522, hace 500 años, llegaron a Sanlúcar de Barrameda más muertos que vivos 18 hombres que cambiaron, como vemos, el mundo. Ellos, y los que se embarcaron en muchos otros viajes, hicieron aún más real nuestro inspirador lema nacional: *Plus Ultra*. Más allá.

In memoriam.

