

**MIRADAS AL COMERCIO
DESDE LA HISTORIA DEL
ARTE. EL MERCADO, ESPACIO
DE RELACIÓN SOCIAL Y
ECONÓMICA**

**Facultad de Comercio y Turismo
Universidad Complutense de Madrid
Madrid, 2022**

**Herbert González Zyma
Ana Valtierra Lacalle
(eds.)**



UNIVERSIDAD
COMPLUTENSE
MADRID

HISTORIA DEL ARTE
UNIVERSIDAD COMPLUTENSE DE MADRID

Publicación de la Facultad de Comercio y Turismo hecha con motivo de la efeméride del 50 aniversario de la adscripción de los estudios de Comercio a la Universidad Complutense de Madrid.

Facultad de Comercio y Turismo
Universidad Complutense de Madrid
Avenida de las Islas Filipinas, nº 3
28003, Madrid
comercioyturismo.ucm.es

Copyright de los textos, los autores.
Copyright de la presente edición, Facultad de Comercio y Turismo.

ISBN: 978-84-09-39504-0

Depósito legal:

Portada: Logotipo 50 Aniversario
Facultad de Comercio y Turismo
Diseño de *Simone Tripaldi- ArtÉnos*

Maquetación: *Simone Tripaldi*

Editores: Herbert González Zymla y Ana Valtierra Lacalle

Impresión: Imprenta Taravilla SL. Mesón de Paños 6, 28013, Madrid.

Impreso en España Unión Europea.

ÍNDICE

Dr^a María Francisca Blasco López

Prólogo: Desafíos futuros ante los 50 años de la adscripción de la Facultad de Comercio y Turismo a la Universidad Complutense de Madrid.....7

Dr. Herbert González Zymla y Dr^a Ana Valtierra Lacalle

Prólogo de los editores.....11

Dr. Herbert González Zymla

Los estudios en Comercio en España y la relevancia de la Facultad de Comercio y Turismo de la Universidad Complutense de Madrid.....15

Dr^a Ana Valtierra Lacalle

El ágora de la antigua Atenas como mercado: imágenes y estructuras arquitectónicas para un comercio interterritorial.....21

Dr. José Carlos Sáenz Preciado

El macellum y las tabernae: tipos arquitectónicos y evidencias arqueológicas.....41

Dr. Jesús Salas Álvarez

Commercium et negotium en el mundo romano: los casos de Portus/Ostia Antica y Pompeya.....63

Dr^a Marisa Bueno Sánchez y Dr. Herbert González Zymla

Zocos, caravasares, alcaicerías y mercados globalizados en el mundo islámico.....83

Dr. José Arturo Salgado Pantoja

Los usos profanos del atrio parroquial en la extremadura castellana: mercados, juegos y espacios de relación socioeconómica125

Dr. Iban Redondo Parés

Ferias y comercio internacional de arte en Castilla en la Baja Edad Media.....143

Rubén de Diego Pérez

Mercados globalizados y el inicio del proyecto de la modernidad: Sevilla, México y Manila.....155

Dr^a Ana Rosado Cubero

De las ferias medievales a la globalización: ventajas e inconvenientes.....165

Claudia Carbonari García

Anticuarios: La compraventa de antigüedades entre los siglos XIX y XX.....177

EL ÁGORA DE LA ANTIGUA ATENAS COMO MERCADO: IMÁGENES Y ESTRUCTURAS ARQUITECTÓNICAS PARA UN COMERCIO INTERTERRITORIAL

Dr^a Ana Valtierra Lacalle

Unidad Docente de Didáctica de las Ciencias Sociales:

Historia del Arte

Facultad de Educación-Centro de Formación del Profesorado

Universidad Complutense de Madrid

anavalti@ucm.es

Resumen: El ágora constituyó, en las polis griegas, uno de los espacios fundamentales en los que se desarrollaba la actividad política, social y económica. Sobre la de Atenas vinculada a su actividad comercial conservamos bastante documentación tanto a través de las fuentes escritas, como de los restos arqueológicos y las fuentes visuales. Esta zona era aglutinadora de negocios y venta de mercancías tanto de fabricación local por parte de los artesanos como de las importadas de otras regiones. Para regular esta actividad se construyeron edificios públicos y privados de los que tenemos constancia y que constituyen un aspecto fundamental para entender el comercio y el mercado en la antigüedad.

Palabras clave: Ágora, Mercado de Atenas, Comercio antigua Grecia, Negocios privados, Iconografía vascular.

The Agora of Ancient Athens as a Market: Images and Architectural Structures for an Interterritorial Trade

Abstract: *The agora constituted, in the ancient Greek polis, one of the fundamental spaces for political, social, and economic activity. In the specific case of the Athenas agora, we conserve a lot of documentation related to its commercial activity through written sources, such as archaeological remains and the iconography of ceramics. This area was an agglutination of business and sale of locally manufactured merchandise and imported from other regions. To regulate this activity, public and private buildings were built and they constitute a fundamental aspect to understand commerce and the market in ancient times; as well as all the images related to the trade that we keep in the black and red figure ceramics.*

Keywords: *Agora, Athens Market, Ancient Greece Trade, Private Business, Ceramic Iconography.*

Hermes (Mercurio) y el logotipo de la Facultad de Comercio y Turismo.

El comercio en la antigua Grecia jugó un papel fundamental no solo en el desarrollo económico de su propio territorio, sino también en la expansión artística de su cultura por todo el Mediterráneo. Fue una de sus actividades más importantes, prueba de ello es que una de sus divinidades más importantes, Hermes, estaba consagrada a proteger esta actividad, así como los peligrosos caminos por los que se desenvolvían estas transacciones¹. Fue en toda Grecia el protector de los mercados, caminos y límites de los pueblos², siendo frecuentes sus representaciones en los mercados y espacios arquitectónicos.

Tanto ha trascendido esta divinidad que el emblema de la Facultad de Comercio y Turismo de la Universidad Complutense de Madrid está basado en la escultura del Mercurio (nombre romano de Hermes) de Giambologna realizada en 1567 en bronce y actualmente custodiada en el Museo del Bargello de Florencia. Mercurio aparece corriendo, simbolizando su función como veloz mensajero de los dioses. Es un prodigio técnico, porque toda la figura se apoya tan solo en los dedos de su pie izquierdo que están sobre un rostro que está soplando. Es la personificación del viento, que le impulsa para que vaya más rápido. Lleva el *pétasos* (sombrero) con las alas, las sandalias aladas y el caduceo, atributos por los que le podemos identificar. Tiene una postura acrobática, complicadísima de hacer en escultura. Es fruto de la pericia de Giambologna y de los estudios previos que hizo para asegurarse que se podría mantener en pie buscando el eje para crear ese perfecto equilibrio.

El logotipo de la Facultad de Comercio y Turismo de la Universidad Complutense de Madrid está directamente inspirado en esta escultura de Giambologna, que sintetiza en su iconografía y simbología su relación desde antiguo con el Comercio. De hecho, las palabras “Mercurio”, “mercader”, “mercado” o incluso “marketing” tienen el nexo común (quizá) en la raíz merk- usada por los etruscos para formar palabras relativas al comercio. Podemos afirmar por tanto que contamos con una larga trayectoria en cuanto a espacios arquitectónicos, paisajes urbanísticos e imágenes que podemos rastrear desde la antigua Grecia y que tienen continuidad hoy.

¹ RUIZ, 1982: 89-92.

² BERNABÉ, 1978: 135.



*Escultura del Mercurio en bronce de Giambologna realizada en 1567
Museo del Bargello de Florencia.
Foto: Ana Valtierra.*



Emblema de la Facultad de Comercio y Turismo
de la Universidad Complutense de Madrid diseñado por Mediatrex
Foto: Facultad de Comercio y Turismo.

El Ágora como mercado.

El ágora era, en las *poleis* griegas, la plaza pública donde estaban los principales órganos de poder masculino, concentrando la vida administrativa, política y comercial. Era uno de los espacios principales, lugar de encuentro, rituales, debates políticos y transacciones comerciales, cumpliendo por tanto una triple función: económica, política y religiosa³.

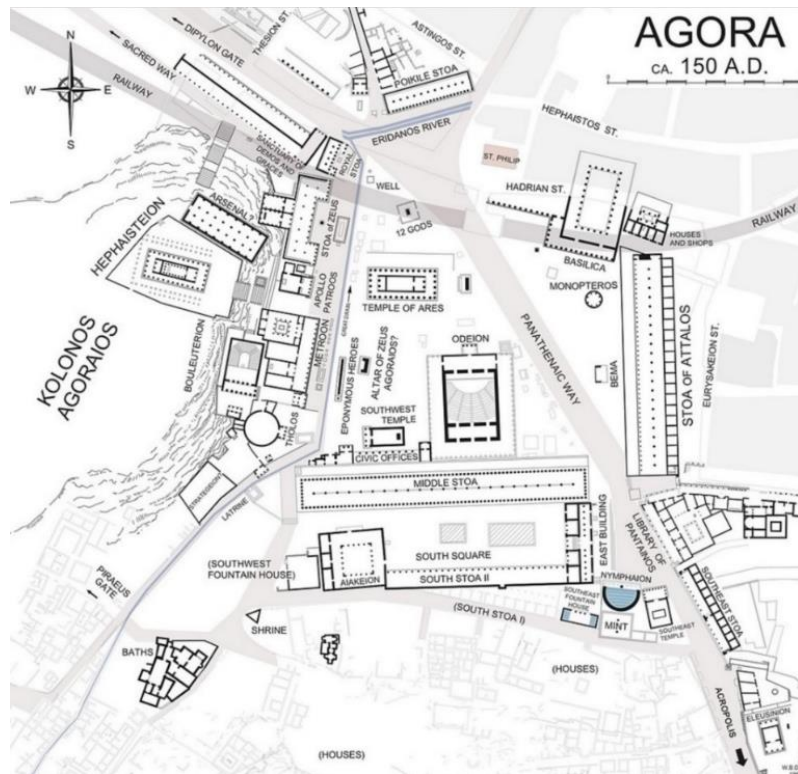
Aquí estaban los edificios públicos más importantes, como las *stoas* (pórticos columnados), *pritanos* (oficinas administrativas), *bouleuteion* (edificios de reunión política), baños, teatros y templos. Era un área sagrada delimitado por *horoi* o mojones de piedra que rezaban “soy el límite del ágora”, y que, dado su carácter sacro, impedía que impíos, delincuentes o forasteros, entraran⁴. Un debate etimológico sobre el origen de la palabra “ágora”, nombre que tenemos documentado en tablillas micénicas, queda muy lejos de este estudio, pero sí es importante resaltar que en la antigüedad dicho vocablo se aplicaba a una reunión de personas y por extensión al lugar donde acaecía. De hecho, en griego moderno Αγορά (Ágora) significa mercado, algo muy significativo de su funcionalidad. En la antigüedad, este espacio podía responder a dos tipologías: La no planificada, característica en su construcción original de la época Arcaica y Clásica: los edificios se van añadiendo a un núcleo original sin un plan determinado, como por ejemplo la de Atenas. Planificada, característica de época helenística: de estructura geométrica cerrada con tres *stoas* y un pórtico norte, por ejemplo, la de Prienne⁵.

En el caso de la antigua ágora de Atenas gran parte de la actividad mercantil se arremolinaba en torno a la Vía Panatenaica, denominada así por ser el camino por el que discurría la procesión solemne que se realizaba con motivo de las fiestas en honor

³ LONIS, 2000.

⁴ THOMPSON y WYCHERLEY, 1972: 117-119

⁵ DE LA PLAZA, LIZASOAIN y MARTÍNEZ, 2020: 289-280.



Plano del Ágora ca. 150 d.C., período de mayor expansión y época del viajero Pausanias. Drawing: DA 12867.

Foto: <https://www.ascsa.edu.gr/resources-landing/details?source=dc&id=Agora:Image:2011.04.0042>

de Atenea, la diosa protectora de la ciudad. Iba desde la puerta del Dípilon en el Cerámico hasta la Acrópolis, y se usó como camino ordinario por el que cruzar el Ágora desde al menos el 500 a. C. hasta el 1100 d. C. Al convertirse en una de las principales vías de paso de la ciudad, los puestos de mercaderes en sus alrededores abundaban. También en la zona que conocemos como *Agoraios Kolonos* (“la colina al lado del Ágora”) que se encontraba al sur pegada al Templo de Hefesto. Aquí se situaban los tenderetes de los artesanos que vendían sus propios productos y eran parecidos en su estructura a lo que hoy vemos en un “mercadillo”. En el ágora se vendía de todo, desde las artesanías hasta productos de primer consumo. Así lo tenemos recogido en algunas fuentes:

“Que nuestro mercado esté lleno de cosas buenas: de Mégara ajos, pepinos tempranos, manzanas, granadas, tuniquillas cortas para los siervos. Que se vea venir a gente de Beocia con ocas, patos, pichones, reyezuelos; y que de la Copaide lleguen canastos con anguilas y que a su alrededor por comprarlas nos arremolinemos todos con Mórico, Téleas, Gláucetes y otros muchos glotones. Y que Melantio llegue al mercado tarde y estén vendidas, y se lamenta a gritos y entone esa monodia de la Medea: «Estoy perdido, estoy perdido, separado de la que está escondida entre... acelgas». Y que se alegre el personal”⁶.

⁶ ARISTÓFANES, *La Paz*, 998-1015, trad. Luis Gil Fernández.



Reconstrucción de la zona comercial del Ágora de Atenas

Foto: <https://cindywest.tumblr.com/post/31461303747/reconstrucci%C3%B3n-del-%C3%A1gora-de-atenas-reconstruction>.

La presencia de Hermes como protector del ágora va a jugar un papel primordial: de hecho, en la esquina noroeste de esta Vía Panatenaica, es decir, en uno de sus accesos, se encontraron varias docenas de Hermas datadas entre los siglos V a. C. y II d. C. Eran pilares de piedra donde normalmente se representaba la cabeza del dios Hermes y sus genitales. Delimitaban los caminos y tenían una función apotropaica. De algunas de estas esculturas solo conservamos las cabezas⁷ que fueron encontradas en un depósito de finales del siglo V a. C. en el *Leocoreion* (norte del Ágora)⁸, lugar donde, según el mito, las hijas de Leos habían sido sacrificadas siguiendo un oráculo para salvar la ciudad de una hambruna. También tenemos constancia de la existencia en estas zonas de esculturas de divinidades agoreas, entre las que destacaba Hermes Agoreo (epíteto que hacía alusión a esta faceta comercial), como protector del mercado al cual había que invocar:

“DICEÓPOLIS: ¡Voto a Zeus! ¡Qué lindo par de animales! ¿Por cuánto te compro las choninas? Di.

MEGARENSE: Esta de aquí por una ristra de ajos. La otra, si quieres, por sólo un quénice de sal.

DICEÓPOLIS: Te las compraré. Espera aquí (entra en su casa).

MEGARENSE: Eso haré. ¡Oh, Hermes, dios del comercio! Haz que pueda vender así a mi mujer y a mi propia madre”⁹

⁷ BOARDMAN, 1985: 177.

⁸ Por la fecha del depósito y las evidentes marcas de ataque realizadas expofeso se creen que son las famosas hermas que aparecieron mutiladas en el 415 a. C. como aviso de mal presagio si emprendían la expedición contra Sicilia (TUCÍDIDES, *Historia de la Guerra del Peloponeso*, VI, 27).

⁹ ARISTOFANES, *Acarnienses*, 811-817.

Es importante resaltar que el ágora era donde residían las instituciones más importantes del poder masculino, a pesar de lo cual las mujeres frecuentaban dicho espacio, incluso tenían un espacio asignado por defecto: la fuente, con funciones prácticas y rituales. Es evidente que, por motivos religiosos, en las Panateneas y Grandes Panateneas la Vía era atravesada por mujeres, es decir, tenían permitido el acceso. La zona del Leocoreion estaba dedicada a las mujeres que murieron para salvar la *polis*¹⁰, y allí se han encontrado depósitos votivos de husos, joyas, pesas de telar y espejos que eran ofrendas femeninas¹¹. Dentro del ágora había espacios por donde las mujeres transitaban¹² y algunas de ellas eran las que estaban vendiendo productos en el mercado¹³. Es decir, participaban en los asuntos comerciales y religiosos de manera activa siendo una pieza clave de su funcionamiento. También recaía de manera habitual en las mujeres de las *poleis* la venta de excedentes de la producción familiar, normalmente vegetales, pan o aceite de oliva, que funcionaban de manera paralela a los mercados oficiales. Así, por ejemplo, sabemos que la madre del trágico Eurípides era verdulera, como nos recuerdan las fuentes de la época:

“No insistiré, me marchó. Pues soy hartó enojoso y «sin sospecharlo yo, los monarcas me odiaban». ¡Infortunado de mí! ¡Cuán perdido estoy! Olvidaba aquello de lo que depende todo. Eurípides, mi alma, cariño mío, ¡que me aspen!, si vuelvo a pedirte algo, salvo una cosita, esta solita, esta solita: dame unos perifollos de los que heredaste por parte de tu madre”¹⁴.

En este sentido es importante reflexionar y repensar que la historiografía tradicional que defendía la delimitación de esos espacios entre hombres y mujeres, que supuestamente no eran frecuentados por el sexo inverso. El ágora es un espacio frecuentado por mujeres como compradoras, vendedoras, para coger agua de la fuente y lugar de paso obligado en los rituales religiosos más importantes de la ciudad, en los cuales ellas eran protagonistas¹⁵. También que los alrededores del ágora se convirtieron en sitios donde instalar negocios privados que no tenían cabida, por motivos de capacidad normalmente, dentro de la propia estructura de la plaza. Constituían además un importante centro de reunión, puesto que había habitantes que no podían acceder al interior del ágora, y hacían sus reuniones al exterior (en las puertas) de la misma. Allí es donde, según Jenofonte, quedaba Sócrates con sus alumnos más jóvenes:

¹⁰ Se cree que el nombre podría hacer alusión a las hijas o muchachas (*korai*) de Leo, que fueron sacrificadas para que la ciudad sobreviviera a una plaga, por lo que este santuario estaba consagrado para estas hijas. Autores como EDMONSON (1968) creen que la historia se añadió o ajustó *a posteriori* para dar explicación al nombre del sitio.

¹¹ THOMPSON y WYCHERLEY, 1972: 121-123.

¹² NEVETT, 2011: 576-596.

¹³ MIRÓN, 2014: 24-25.

¹⁴ ARISTÓFANES, *Los Acarnienses*, 471-477. Eurípides es un personaje de la obra que se introduce como técnica paródica y caricaturesca de personajes contemporáneos que era muy conocidos por el público (GIL y SUÁREZ, 2018: 14).

¹⁵ MIRÓN, 2014: 11-33.

“Se había enterado de que el bello Eutidemo había reunido una gran colección de escritos de los poetas y sofistas más famosos, y a consecuencia de ello pensaba ya que destacaba sobre los jóvenes de su edad en sabiduría y tenía las mayores esperanzas de aventajarlos a todos en capacidad de hablar y de actuar. Lo primero que hizo Sócrates al enterarse de que Eutidemo a causa de su juventud no iba todavía al ágora, y que cuando quería ocuparse de algún asunto iba a sentarse en una guarnicionería cerca del ágora, fue irse también allí con algunos amigos suyos”¹⁶.

Este texto es interesante porque no solo nos proporciona datos en torno a quién podía entrar en el ágora, sino que además refleja la importancia de este ámbito como centro de reunión de todos los habitantes de Atenas. Es decir, cuando no podías reunirte con alguien en el interior del ágora lo hacías en el límite exterior, lo cual denota su trascendencia como aglutinador de la población. También porque el punto de encuentro es un negocio comercial que existía: una guarnicionería que era un establecimiento donde se hacen o venden guarniciones para las caballerías. Estas consistían en arneses y correajes y elementos para montar los caballos o que tiren de los carruajes.

Edificios públicos oficiales relacionados con la actividad comercial.

Tenemos constancia de que en el ágora de Atenas existían edificios públicos de carácter oficial que tuvieron funciones comerciales. La stoa sur I era un edificio porticado situado al sur del Ágora que estuvo en funcionamiento desde su construcción en el 430-420 a. C. hasta aproximadamente el 150 a. C. Detrás de la doble fila de columnas dóricas había estancias que servían de oficina a los magistrados atenienses. Por el descubrimiento en esta zona de más de 240 monedas y bronces se cree que existía en ella cierta actividad comercial, quizá poniendo en circulación las monedas que se producían en la ceca del ágora, que se encontraba cerca¹⁷. Seguramente sirvió como edificio de oficinas públicas donde las comisiones que administraban la ciudad hacían su día a día, que incluía el dar de comer a los trabajadores con fondos públicos, lo que justificaría la existencia de restos de lo que hoy equivaldría a un comedor de empresa. Esta idea se vio corroborada cuando se descubrió inscrita en pintura roja una frase, datada del 222-221 a. C., de los *metronomoi*, que eran los inspectores de pesos y medidas¹⁸. Es decir, existían decretos que regulaban el comercio en el Ágora, que se ponen de manifiesto en la arquitectura y las piezas aparecidas en el transcurso de las excavaciones arqueológicas, como conjuntos de pesas oficiales que se utilizaban en el mercado para asegurarse de la legalidad de las ventas o conjuntos de vasos oficiales usados para regular la capacidad de los productos líquidos.

¹⁶ JENOFONTE, *Recuerdos de Sócrates*, IV, 2, 1, traducción Juan Zaragoza.

¹⁷ CAMP, 1986: 123.

¹⁸ ARISTÓTELES, *Constitución de los Atenienses*, 51, 2. Se refiere a los *metronomoi* como los responsables de las medidas y los pesos para asegurar que en los intercambios comerciales se usaran los estándares legales.



*Anverso y reverso de un tetradracma ateniense acuñado entre el 450-406 a. C.
Foto: British Museum.*

La ceca de Atenas, que era el lugar donde se fabricaba o emitía la moneda, también estaba en el Ágora, cerca de la stoa sur I. Era un edificio que medía entre 27 y 29 metros donde aparecieron elementos para la fabricación industrial de la moneda como láminas de bronce en blanco que no se llegaron a acuñar o depósitos de escoria. La moneda tipo de la ciudad representaba en una cara a la diosa Atenea, protectora de esta polis; en la otra, un mochuelo¹⁹ con la rama de olivo, sus símbolos sagrados. Atenea era la diosa de la sabiduría y la guerra inteligente. Como protectora de la *polis* de Atenas, es habitual encontrar sus representaciones en los diferentes ámbitos oficiales o públicos, como la moneda.

Los frontones del Partenón en la Acrópolis se dedicaron a dos episodios de la vida de la diosa: su nacimiento y la disputa por el Ática con Posidón²⁰. El olivo era (y es en la actualidad) un elemento fundamental de la subsistencia, economía y comercio de Atenas, de ahí su protagonismo en la iconografía y que los mitos lo consideren una dádiva de la diosa Atenea en persona. Todas estas instituciones públicas relacionadas con el comercio también eran necesarias para poder regular la actividad comercial fuera de las fronteras de su territorio. Efectivamente, los griegos mantuvieron un comercio muy activo con personas de otros lugares geográficos, así como con diferentes comunidades. Hermipo, el comediógrafo Ateniense del siglo V a. C. nos proporcionó un listado largo de productos venidos de fuera que se podían comprar en el Ágora:

“De Cirene²¹ tallos de silfio²² y pieles de buey, de Helesponto²³ la caballa y todo tipo de pescado seco, de Tesalia el pudín y las costillas de ternera ... los siracusanos traen cerdos y queso ... De Egipto mástil con velas y papiro. Desde Siria el incienso, la hermosa Creta suministra cipreses para los dioses, Libia mucho marfil para la venta, pasas e higos secos de Rodas²⁴ para tener dulces sueños. Los esclavos

¹⁹ La idea de que el ave que acompaña a Atenea es una lechuza está muy arraigada en la tradición historiográfica española, sin embargo, tanto las fuentes escritas como las iconográficas dejan claro que es un mochuelo cuyo nombre científico es de hecho *Athene noctua*. Ver al respecto RODRÍGUEZ, 2006: 103-111. De Atenea se dice que tenía “ojos de mochuelo” y el epíteto homérico más común para ella era *glaucopis* (“*γλαυκῶπις*”) u “ojos de mochuelo”.

²⁰ Los atenienses creían que Atenea y Posidón (dios de los mares) se habían disputado la posesión del Ática. Para discernir esta cuestión, cada dios ofreció a los atenienses una cosa: Posidón golpeó con el tridente la tierra provocando que brotara el agua y Atenea les donó un olivo. Tanto la marca del tridente como el olivo que los antiguos atenienses creían que no moría jamás estaban en el Erecteion (Acrópolis de Atenas).

²¹ Actual Libia.

²² El silfio es una planta extinta desde principios de nuestra era parecida a la asafétida. Estaba muy valorada en la antigüedad, siendo usada para la cocina (los habitantes de Cirene se comían su tallo asado o cocido) y como medicamento que curaba el dolor de garganta, la tos y la fiebre. También se utilizaba como abortivo.

²³ Estrecho de los Dardanelos, entre Asia y Europa.

²⁴ Isla griega del archipiélago del Dodecaneso.



*Vaso de terracota de un joven desnudo, arrodillado y atándose una cinta de la victoria en la cabeza, encontrada cerca del Hefesteion datada del 540-530 a. C.
Foto: John M. Camp 1986: 133.*

vienen de Frigia²⁵, los mercenarios de Arcadia, Pagasae²⁶ envía esclavos y hombres tatuados. Los paflalagonianos²⁷ envían bellotas y almendras relucientes a Zeus (éstas son las que adornan la fiesta). Fenicia, por su parte, envía frutos de palma y semolín; alfombras de Cartago y almohadas de vivos colores²⁸.

²⁵ Región de Asia Menor que ocupaba la mayor parte de la península de Anatolia.

²⁶ Ciudad de Grecia peninsular.

²⁷ Habitantes de Paflagón, una antigua área del centro-norte de Anatolia en la costa del mar Negro.

²⁸ HERMIPO, fr. 63 K-A. Recogido por HARRIS y LEWIS, 2016: 14.

Las tiendas para el comercio privado: perfumerías, zapaterías y demás negocios

En las polis griegas existían numerosos establecimientos privados o tiendas para el comercio, tanto en el interior del ágora como en los alrededores, tal como tenemos constancia por las fuentes:

“Mas habéis de considerar todos que, en diciendo esto, no me acusa más a mí que a los otros que tienen un oficio; ni más a los que entran en mi local que a los que lo hacen en el de los otros artesanos. En efecto, cada uno de vosotros acostumbra a hacer visitas: uno a la perfumería, otro a la peluquería, otro a la zapatería, otro a donde se tercié; la mayoría a los establecimientos más cercanos al mercado y muy pocos a los que se encuentran más alejados de éste”²⁹.

Las actividades desarrolladas eran variadas, teniendo evidencia arqueológica de muchas de ellas de manera específica. Una de las ventas más prolíficas de la ciudad era la de vino, producto que gustaba mucho a los atenienses. En la región del Ática se producían buenas uvas con las que fabricarlo, pero también importaban de otras regiones para consumo propio. Existían por tanto tiendas donde comprar vino como tabernas a lo largo de toda la ciudad. En el ágora de Atenas existía un pequeño grupo de tiendas en la zona este, datadas del 400 al 380 a. C., que estaban dedicadas al comercio de vino. En esta zona en particular, se han encontrado evidencias de que se vendía vino de Quíos, Lesbos y Corinto, por los restos encontrados en las ánforas para su transporte y las copas de vino³⁰.

Varios negocios estaban relacionados con la producción religiosa o ritual, aprovechando la cercanía de los templos y del propio cementerio. Pequeñas figuritas de terracota que se usaban como ofrendas votivas a los dioses, juguetes o en las tumbas de los muertos, que datan de hasta el 400 a. C. Algunas son especialmente significativas, como la de un joven desnudo, arrodillado y atándose una cinta de la victoria en la cabeza, encontrada cerca del Hefesteion datada del 540-530 a. C. De manera significativa hemos encontrado evidencias de la existencia de unas veinte forjas para el trabajo del metal, principalmente en los alrededores del Hefesteion. Esta ubicación no deja de ser curiosa, puesto que Hefesto era el dios de la fragua y las artesanías, y bajo sus auspicios parece que trabajaban estos artesanos.

²⁹ LISIAS, *A favor del inválido*, 19-20, traducción de José Luis Calvo Martínez.

³⁰ CAMP, John M. (1986): pp. 143-144. A partir de época helenística el asa era estampada con el nombre o símbolo de la ciudad donde se manufacturaron.



Mujer comprando unos zapatos en un ánfora ateniense de figuras negras del ca 550-500 a. C. encontrada en Orvieto y hoy en el Museum of Fine Arts de Boston
Foto: Ana Valtierra.

Unos curiosos restos nos retrotraen casi a la actualidad, puesto que conservamos bastantes evidencias de las zapaterías. Parece ser que una de las más reputadas de la Atenas del siglo V a. C. se encontraba justo fuera del Ágora, en la esquina externa pegada a ella. En este enclave arquitectónico las excavaciones arqueológicas han puesto en evidencia clavos de hierro que se usaban para las suelas del calzado, así como ojales de hueso para los cordones, que han hecho pensar que se trataría de una importante zapatería del siglo V a. C.³¹ Diógenes Laercio³² recoge la existencia de un zapatero llamado Simón, cuya tienda era frecuentada por Sócrates y que estaba junto al Ágora de Atenas. Al haber aparecido en este enclave los utensilios propios para la fabricación de calzado, así como una copa con su nombre, se han identificado estos restos arqueológicos como los pertenecientes a la zapatería de Simón³³. Puede resultar sorprendente la fama que alcanzó alguno de estos fabricantes, como es el caso de Simón, pero las grandes urbes propiciaban la especialización y por ende que se pudieran hacer productos, en este caso zapatos, de mejor calidad:

“En cambio, en las ciudades grandes, como hay mucha demanda de cada objeto, a cada artesano le basta un solo oficio para vivir y, a menudo, ni siquiera un oficio en todas sus facetas: antes bien, uno fabrica zapatos de hombre y otro de mujer; hay lugares donde, incluso, uno vive sólo de remendar zapatos, otro de cortarlos, otro de hendir el cuero del empeine, y otro ni siquiera haciendo ninguna de estas labores, sino ensamblando las piezas”³⁴.

³¹ CAMP, 1986: 143-144.

³² DIÓGENES LAERCIO, II 122-124. También es mencionado por Plutarco (*Moralia* 776B) quien recoge “¿he de convertirme en Simón el zapatero o en Dionisio el maestro de escuela, en vez de en Pericles o Catón, para que hable conmigo y se siente a mi lado como hizo Sócrates con aquéllos?”. Este personaje parece que tenía la costumbre de tomar notas de las conversaciones de Sócrates con sus discípulos más jóvenes. Laercio también señala cómo Pericles le prometió una manutención y él se negó a aceptarla porque prefería ser libre, lo cual nos da una idea de la reputación que tendría.

³³ THOMPSON, 1960: 235-240.

³⁴ JENOFONTE, *Ciropedia*, 8.2. (trad. A. Vegas). Sobre cómo Jenofonte da más importancia a la calidad de los productos que a la cantidad, ver MOSSÉ, 1975: 71-72.



Estela votiva realizada en mármol del siglo IV a. C. encontrada en el sureste de la stoa de Atalo. En la parte alta está decorada con un bajorrelieve que inmortaliza la zapatería de Dionisios, al que identificamos por la dedicatoria. Foto: Ana Valtierra.

Sobre esta diferenciación entre zapatos masculinos o femeninos, tenemos constancia en algunas imágenes vasculares de figuras negras de procedencia ática. Es el caso de un vaso proveniente de Atenas pero encontrado en Rodas, datado del 500-470 a. C. y custodiado en el Ashmolean Museum³⁵. La escena representa a un joven subido encima de una mesa poniendo el pie adelantado para que le puedan tomar la medida a fin de cortar la suela. Para mantener el equilibrio apoya la mano en la cabeza del zapatero que está a la izquierda concentrado en su trabajo. A la derecha, otra figura masculina observa la escena mientras que del estante cuelgan diferentes artefactos para poder realizar las manufacturas. Un ejemplo parecido, pero en este caso es una mujer la que se está haciendo los zapatos, puede verse en un ánfora ateniense de figuras negras del ca 550-500 a. C. encontrada en Orvieto y hoy en el Museum of Fine Arts de Boston. La escena nos vuelve a ubicar en una zapatería, con los elementos propios de la fábrica: pinzas, una sandalia en el suelo, trozos de cuero en la pared, esponja y un estante³⁶. Más al detalle podemos ver no solo el proceso de compra de zapatos en la propia tienda, como en los dos casos anteriores, sino el trabajo del zapatero en sí mismo, en el interior del kilix ática de figuras rojas hoy en el British Museum datada del 480-470 a. C. Un señor mayor trabaja en su taller sentado en difros o taburete

³⁵ TSINGARIDA y VIVIERS, 2013: 70; FILSER, 2017: 114; y OAKLEY, 2020: 11.

³⁶ ZIOMECKI, 1975: 20, 34 y FILSER, 2017: 115.

plegable de cuatro patas sobre el que hay un cojín rayado. Está trabajando sobre una mesa en la que ha colocado una larga tira de cuero que sujeta con la mano izquierda, mientras con la derecha corta la forma con un cuchillo de media luna. A sus pies hay una canasta de mimbre con la inscripción “*kalós*” (bello). De la pared cuelgan los objetos típicos del taller: dos piezas de cuero recortadas para la suela y el empeine de una bota, un martillo, una bota, una sandalia y un segundo cuchillo.

También es interesante una estela votiva realizada en mármol del siglo IV a. C. encontrado en el sureste de la stoa de Atalo. En la parte alta está decorada con un bajorrelieve que inmortaliza la zapatería de Dionisios, al que identificamos por la dedicatoria. Hay cinco figuras sentadas en sillas con el respaldo alto, excepto el niño, que está de frente en un taburete. Todos están haciendo zapatos, mientras que muchos de los productos cuelgan en lo alto. La inscripción reza “*Dionisio el zapatero, hijo de [...] onos, y sus hijos dedican esto al héroe Kallistefanos*”. El nombre del padre de Dionisio se conserva sólo parcialmente; eran siete u ocho letras de largo y una restauración plausible es [Sim] onos (“*hijo de Simón*”). Quizá, dado que eran profesiones que se aprendían de padres a hijos, quizá estemos ante un zapatero descendiente del antiguo amigo de Sócrates³⁷.

La cerámica: imágenes para y sobre el comercio

Tenemos catalogados más de cincuenta mil vasos griegos en las colecciones públicas y privadas a lo largo de todo el mundo. A pesar de ser un número más que respetable de piezas griegas, tan solo responde más o menos a un 1% de la producción real que se realizó en la antigüedad. Exceptuando el siglo VII a. C., que el mercado internacional estuvo dominado por los corintios, hasta el 300 a. C. la cerámica ateniense fue exportada a lo largo de todo el mundo conocido, encontrándose restos de ésta desde la Península Ibérica hasta el sur de Rusia.

Los principales talleres para la fabricación de la alfarería estaban en el Cerámico de Atenas, un *demo* situado entre el ágora y el cementerio del Dípilon. En esta zona existían unos buenos depósitos de arcilla del río Eridanos, que atravesaba la zona. No obstante, el ágora también fue un importante centro de industria cerámica y de hecho Pausanias usa el término “*Kerameikos*” para referirse al área como un todo en su descripción de lo que conocemos el ágora. Es más, la producción de cerámica es la industria más antigua de la que tenemos una evidencia clara en el ágora³⁸. Conservamos algunas imágenes de cómo eran estos talleres de la Atenas clásica, como es el caso de la hidria Caputi. En este vaso se representa un taller de fabricación de vasos cerámicos o de metal, en cuya esquina podemos observar a una mujer trabajando³⁹ que demuestra que, como en todas las épocas, el papel de las mujeres en las artesanías ha sido vital. De hecho, en algunas publicaciones recientes se argumenta

³⁷ CAMP, 1986: 147 y GAWLINSKI, 2014: 58-60.

³⁸ CAMP, 1986: 138.

³⁹ VENIT, 1988: 265-272.



*Pélice ateniense de figuras rojas datado del 500 al 450 a. C. hoy en el Schloss Fasenerie, donde un comerciante está sentado en un taburete con un embudo y un alabastron
Foto: Ana Valtierra.*

que las mujeres fueron las principales responsables de la producción de cerámica en algunos períodos de la antigua Grecia, cuestionando la atribución por defecto a figuras masculinas en la elaboración de esta⁴⁰.

Los vasos fabricados en Atenas eran depositados como ofrenda a los muertos, encargados por la *polis* para las fiestas Panatenaicas para contener el aceite sagrado de la diosa Atenea, para banquetes, como contenedores de perfume y un sinfín de usos oficiales y cotidianos dentro de la cultura de la *polis*. Pero también se convirtieron en un material muy apreciados fuera de los límites del territorio, por lo que se exportaron a lo largo de todo el mundo conocido, donde eran muy apreciados. En lugares como la Península Itálica o Ibérica eran objetos de lujo muy estimados con los que se enterraban las clases sociales más pudientes. La variedad de temas de la cerámica griega, desde lo épico, lo mitológico a las escenas de la vida cotidiana, hicieron que hubiera un mercado de imágenes con el que diferentes pueblos del Mediterráneo se sintieron identificados para sus usos rituales y personales.

⁴⁰ MURRAY, CHORGHAY y MACPHERSON, 2020: 215-244. Concretamente este estudio hace alusión a la cerámica protogeométrica y geométrica (1050-700 a. C.) donde no conservamos registros escritos sobre su fabricación, por lo que lo que la historiografía tradicional asumió sin base que lo corroborara, que fueron hechas por hombres. La base de esta defensa de las mujeres como las principales productoras de cerámica de este período se ancla, sobre todo, en la conexión entre los motivos geométricos y la decoración de los textiles, pareciendo que estos últimos sirven como motivo de inspiración para las creaciones de vasos. Además, casi todos estos vasos del cerámico están relacionados con el mundo funerario, en el cual las mujeres jugaban un papel fundamental preparando los cuerpos para el entierro, como plañideras o encabezando las procesiones.



Enócoe ático de figuras negras datado entre el 550-500 a. C. Kunsthistorisches Museum de Viena, con unos comerciantes que llevan y pesan enseres, seguramente rollos de tela. Foto: Ana Valtierra.

Así, por ejemplo, fueron habituales las crateras para mezclar vino y aceite con la representación del *symposium*, que cuadraba bien con la idea de un más allá donde estar banquetearo y celebrando, con las que se enterraban los príncipes etruscos e íberos, creando una simbiosis en la que estas escenas atenienses influyeron de manera determinante en la forma de concebir el arte de estos pueblos. Es decir, estas imágenes que exportaron los atenienses supusieron no solo un reconocimiento del resto de pueblos de la antigüedad a una de las manufacturas que más éxito comercial han tenido a lo largo de la historia, sino que contribuyeron de manera notable a la configuración del gusto artístico de esta época en todo el Mediterráneo. Muchas de estas imágenes además buscaron reflejar la actividad comercial en sí misma, siendo reflejo de un intenso mercado de productos muy diversos. Un negocio muy lucrativo fue, por ejemplo, el de los perfumes, usados tanto para usos personales como rituales.

Como testimonio de este comercio, no solo conservamos los propios recipientes o múltiples fuentes donde se habla de ellos: su fabricación, procedencia o usos⁴¹, sino escenas en la propia cerámica que representan estos intercambios comerciales. Es el caso de un pélice ateniense de figuras rojas datado entre el 500 y el 450 a. C. hoy en el Schloss Fasenerie, donde un comerciante está sentado en un taburete con un embudo y un alabastron, que es un recipiente de pequeño tamaño usado contener ungüentos o perfumes⁴². Está vendiendo un perfume a una mujer, situada a la derecha, que alarga su mano para coger el producto⁴³. Las imágenes nos hablan de este fructífero comercio, desde la venta de aceite como es el caso de un ánfora de campana ática de figuras negras datada entre el 550 y el 500 a. C. hoy en los Musées

⁴¹ BODIQU y MELH, 2011.

⁴² ALGRAIN, 2014: 192.

⁴³ AMOURETTI, 1986: 182.

Royaux de Bruselas, donde en ambas caras del vaso se representa este tema; o la venta de telas para la fabricación de ropa y otros enseres como aparece en un enócoe ático de figuras negras datado entre el 550 y el 500 a. C. del Kunsthistorisches Museum de Viena, con unos comerciantes que llevan y pesan enseres, seguramente rollos de tela, a una balanza para su peso y posterior venta. Las imágenes vasculares griegas se convirtieron en uno de los elementos más comercializados de la antigüedad, apreciados e imitados a partes iguales sin conseguir nunca acercarse a su belleza y calidad. Pero también, en testigos en sí mismas de esta actividad comercial como una parte esencial de la sociedad griega, sin cuyo desarrollo no podríamos entender la importancia de su cultura y su capacidad para perdurar en el tiempo.

Conclusiones

El comercio en la antigua Grecia fue una de las actividades más importantes que llevó a cabo la sociedad del momento, y que supuso un gran impulso de la economía del territorio. El caso del ágora de Atenas personifica a la perfección, por su importancia y trascendencia, la trepidante actividad económica que tuvo lugar en la *polis*, como centro aglutinador de la población, del mercado, y lugar de compra venta de artículos importados y exportados. En este espacio tenemos constancia de la existencia de edificios públicos y privados dedicados a diferentes actividades comerciales, tanto en su interior como en los alrededores: zapaterías, venta de cerámica, terracotas, trabajo de metales...así como de productos importados de diferentes partes del mundo conocido. Esta constancia podemos verificarla a través de las fuentes escritas, de los restos arqueológicos o de las propias imágenes vasculares, que no solo fueron la actividad comercial más antigua documentada en el ágora de Atenas y fueron un éxito de exportación entre los pueblos antiguos de la época, sino que además reflejan en ocasiones la propia actividad comercial.

Bibliografía

ALGRAIN, Isabelle (2014): *L'alabastre attique. Origine, forme et usages*. Bruselas, CReA-Patrimoine.

AMOURETTI, Marie Claire (1986): *Le pain et l'huile dans la Grèce Antique, de l'aire au moulin*. Les Belles Lettres, París.

BERNABÉ PAJARES, Alberto (1978): “Introducción, traducción y notas”. En *Himnos Homéricos. La Batracomiomaquia*. Gredos, Madrid.

BOARDMAN, John (1985): *Greek Sculpture: The Classical Period*. Thames and Hudson, Londres.

BODIOU, Lydie y MELH, Véronique (2011): *Odeurs Antiques*. Les Belles Lettres, París.

CAMP, John M. (1986): *The Athenian Agora. Excavations in the Heart of Classical Athens*. Thames and Hudson, Londres.

DE LA PLAZA ESCUDERO, Lorenzo; LIZASOAIN HERNÁNDEZ, Javier; y MARTÍNEZ MURILLO, José María (2020): *Guía visual de la arquitectura en el mundo antiguo*. Cátedra, Madrid.

EDMONSON, Colin N. (1964): “The Leokoreion in Athens”. *Mnemosyne* 17 (4), pp. 375-378.

ELVIRA BARBA, Miguel Ángel (2018): *Arte y mito. Manual de iconografía clásica*. Sílex, Madrid.

FILSER, Wolfgang (2017): “Die Elite Athens auf der attischen Luxuskeramik”. De Gruyter, Berlín.

FUNARI, Pedro Paulo y POLLINI, Airton (2012): *Mercato. Le commerce dans les mondes grec et romain*. Les Belles Lettres, París.

GAWLINSKI, Laura (2014): *The Athenian Agora. Museum Guide*. The American School of Classical Studies at Athens, Princeton.

GARDEÑES SANTIAGO, Miguel (2013): “El marco jurídico del tráfico comercial en la antigua Grecia: un intento de síntesis”, *Faventia*, Extra 2, pp. 267-283.

GIL FERNÁNDEZ, Luis y SUÁREZ DE LA TORRE, Emilio (2018): *Comedias I. Los acarnienses. Los caballeros.: Los arcanienses. Los caballeros*. Gredos, Madrid.

HARRIS, Edward M. y LEWIS, David M. (2016): “Introduction: Markets in Classical and Hellenistic Greece”. En HARRIS, Edward M.; LEWIS, David M. y WOOLMER, Mark. *The Ancient Greek Economy: Markets, Households and City-States*, Cambridge University Press, Cambridge, pp. 1-41.

LONIS, Raoul (2000): *La cité dans le monde grec: structures, fonctionnement, contradictions*. Nathan, París.

MIRON PÉREZ, M^a Dolores (2014): “Entre la casa y el ágora. Género, espacio y poder en la polis griega”, *La Aljaba, Segunda época, Revista de estudios de la mujer*, 18, pp. 11-33.

MUÑOZ TEJERO, Fátima María y MORÈRE MOLINERO, Nuria (2017): “Interpretación turística del Ágora Ateniese según la obra Descripción de Grecia de Pausanias”, *Pasos. Revista de Turismo y Patrimonio Cultural*, 15-4, pp. 959-978.

MURRAY, Sarah C.; CHORGHAY, Irum y MACPHERSON, Jennifer (2020): “The Dipylon Mistress: Social and Economic Complexity, the Gendering of Craft Production, and Early Greek Ceramic Material Culture”, *American Journal of Archaeology*, vol. 124, n° 2 pp. 215-244.

NEVETT, Lisa C. (2011): “Towards a female topography of the ancient Greek city: Case studies from late archaic and early classical Athens (c. 520-400 BCE)”, *Gender & History*, 23.3, pp. 576-596.

RODRÍGUEZ-NORIEGA GUILLÉN, Lucía (2006): “Intentando socavar una falsa creencia: la identidad del Ave de Atenea”, *Studium: Revista de humanidades*, n° 12, pp. 103-111.

RUIZ DE ELVIRA, Antonio (1982): *Mitología clásica*. Gredos, Madrid.

RUTISHAUSER, Brian (2012): *Athens and the Cyclades. Economic Strategies 540-314 BC*. Oxford, Oxford.

OAKLEY, John H. (2020): *A Guide to Scenes of Daily Life on Athenian Vases*. University of Wisconsin Press, Madison.

THOMPSON, Dorothy Barr (1960): “The house of Simon the shoemaker”, *Archaeology*, 13 pp. 235-240.

THOMPSON, Homer A. y WYCHERLEY, Richard Ernest (1972): *The Agora of Athens. The history, shape and uses of an ancient city center*. American School of Classical Studies at Athens, Princeton.

TSINGARIDA, Athina y VIVIERS, Didien (2013): *Pottery Markets in the Ancient Greek World (8th - 1st Centuries B.C.)*. Université libre de Bruxelles, Bruselas.

VENIT, Marjorie Susan (1988): “The Caputi Hydria and Working Women in Classical Athens”, *Classical world*, vol. 81, n° 4, pp. 265-272.

ZIOMECKI, Julius (1975): *Les représentations d'artisans sur les vases attiques*. Wrocław : Zakład Narodowy im. Ossolińskich, Warsaw.