

A REGULAMENTAÇÃO DA ATIVIDADE DO MERCADOR NA SUMA TEOLÓGICA DE TOMÁS DE AQUINO

Guilherme Henrique Marsola¹, Jaime Estevão dos Reis², Liliana Grubel Nogueira³

¹ Acadêmico do curso de História, Universidade Estadual de Maringá, campus Maringá/PR. Bolsista PIBIC – Fundação Araucária. Pesquisador do LEM – Laboratório de Estudos Medievais. guilhermemarsola85@gmail.com

² Orientador, Doutor, Departamento de História, Universidade Estadual de Maringá, campus Maringá/PR. Coordenador do LEM – Laboratório de Estudos Medievais. jaimeestevaoreis@hotmail.com

³ Acadêmica do curso de Doutorado, Programa de Pós-Graduação em História, Universidade Estadual de Maringá, campus Maringá/PR. Pesquisadora do LEM – Laboratório de Estudos Medievais. lilianagrubel@hotmail.com

RESUMO

O presente artigo tem por objetivo discutir sobre o pensamento da Igreja medieval acerca da atividade dos mercadores na Europa do século XI ao século XIII, utilizando como base a obra *Suma Teológica* (2005), escrita pelo filósofo São Tomás de Aquino. Durante a Idade Média, a Igreja apresentou-se como uma instituição que visava regulamentar a vida dos cristãos e, para tanto, criou uma série de códigos de conduta sobre as profissões, entre elas a de mercador, sendo que Tomás de Aquino afirmava ser lícita a prática comercial, em especial, pelo fato de ser o meio de sustento para muitas famílias. Porém, no pensamento medieval o comerciante não deveria se esquecer da moral cristã em suas atividades de compra e venda.

PALAVRAS-CHAVE: Idade Média; Igreja; “Revolução Comercial”.

1 INTRODUÇÃO

Diante do contexto de “Revolução Comercial”, o Ocidente europeu assistiu a um processo de profissionalização das atividades dos mercadores. Estes, que podem ser compreendidos como homens que sobrevivem de práticas comerciais, seja aquele que comercializa produtos importados ou vende o excesso de produção dos feudos (LOPEZ, 1971). Ao mesmo tempo, a Igreja instituiu uma série de mecanismos de controle espiritual e psicológico na mentalidade cristã (POLLY; VAUCHEZ; FOSSIER, 2001, p. 71 – 72), como, por exemplo, o caso dos guias morais de profissões, que regulamentavam as atividades, no âmbito público e privado (PERNOUD, 1944, p. 40 – 41).

Na obra *Suma Teológica* (2005), Tomás de Aquino busca realizar uma série de reflexões sobre diversos assuntos e, ao mesmo tempo, procura inserir as reflexões da moral cristã. Na *Questão 77*, o filósofo debate sobre as atividades comerciais, justifica as ações dos vendedores como meios de sustento para muitas famílias, porém, afirma que estas precisam ser realizadas de acordo com os ditames morais da Igreja, evitando mentiras e adulterações dos produtos, e lembrando-os que os negócios deviam ser realizados de acordo com os preceitos cristãos.

O presente artigo, inicia-se discutindo sobre a metodologia empregada, posteriormente, uma discussão sobre o levantamento de dados, com considerações sobre a fundamentação das atividades comerciais na Europa, assim como a afirmação dos ditames da Igreja na vida dos indivíduos. Em um segundo momento, argumentamos sobre a *Questão 77* da *Suma Teológica*, que é alvo de uma análise para a compreensão da regulamentação das atividades mercantis na Idade Média Central (XI – XIII) sob os moldes da Igreja.

2 MATERIAIS E MÉTODOS

Para compreender o processo de regulamentação das atividades mercantis durante o período da Idade Média Central (XI – XIII), a escolha da obra *Suma Teológica* (2005) se deu com base no fato de que o documento contém uma série de ensinamentos para os

cristãos que desejam ter uma vida baseada nos princípios morais da Igreja, assim, normatizando sua vida e ações, atrelando-as aos preceitos do cristianismo¹.

Seu autor, Tomás de Aquino (1225 – 1274), foi um religioso descendente de família nobre, nasceu em Roccasecca, região de Aquino na Itália. Teve uma trajetória acadêmica que permitiu o contato com várias obras como, por exemplo, os livros clássicos de Aristóteles. Realizou voto de pobreza; estudou com Alberto Magno²; foi filiado à Ordem dos Dominicanos; deu aulas em universidades da Europa. Realizou uma série de comentários bíblicos e fez considerações acerca das obras de filósofos gregos. Escreveu cartas, tratados e algumas obras litúrgicas (BONI, 2018; SANTOS, 2017).

Uma das principais obras escritas por Tomás de Aquino foi a *Suma³ Teológica*, quando o autor estava em Roma e começava a perceber que havia muitos escritos com instruções religiosas e considerou necessário reunir todos em um único texto de forma clara, objetiva, simples e breve, sendo fundamental para os cristãos que estavam iniciando a vida nos ensinamentos de Jesus Cristo (SANT'ANNA, 2008).

A obra é organizada em séries de questões, cada qual com uma problemática específica, há perguntas mais direcionadas, e as respostas estão baseadas em contra-argumentos, pois Tomás de Aquino elenca uma série de argumentos baseados no senso comum ou de determinadas figuras da Igreja, posteriormente, explica o seu ponto de vista e, para finalizar, rebate cada um dos argumentos mencionados no início. É importante observar a *Questão 77*, que se refere as possíveis fraudes cometidas no contrato de compra e venda.

Quanto ao contexto econômico, utilizamos referências como, por exemplo, o livro *História econômica do Ocidente medieval*, escrito por Guy Forquin (1991), que fornece uma visão sobre o processo de desenvolvimento da economia medieval, e *Revolução comercial da Idade Média (950 – 1350)*, de Robert Sabatino Lopez (1976), que explica como ocorreu a revolução nas formas de se fazer comércio durante a Idade Média central e Baixa Idade Média.

Ao se pensar a relação entre a Igreja e os mercadores, as obras de Jacques Le Goff como *A bolsa e a vida: economia e religião na Idade Média* (1986) e *O dinheiro na Idade Média: ensaio de antropologia histórica* (2014), e de Jaime Estevão dos Reis, *Os manuais de mercadores da Idade Média: uma análise comparada do Zibaldone da canal e o La pratica della Mercatura* (2015), são algumas das referências que apresentam a relação entre as atividades comerciais e a vida religiosa.

3 RESULTADOS E DISCUSSÕES

A partir do século XI, inicia-se um processo de desenvolvimento econômico no Ocidente, que se convencionou chamar de “Revolução Comercial da Idade Média”⁴, que marca não só a afirmação dos mercadores, mas também, o aparecimento de novas profissões⁵.

¹ SANT'ANNA, Lucia. **Um estudo sobre a verdade na Suma de Teologia de Santo Tomas de Aquino**. 2008. 100f. Dissertação (mestrado) - Universidade Estadual de Campinas, Instituto de Filosofia e Ciências Humanas, Campinas, SP. Disponível em: <http://www.repositorio.unicamp.br/handle/REPOSIP/281939>. Acesso em: 09 jul. 2021.

² Filósofo e religioso da Europa medieval (WEISHEIP, 1980).

³ O termo “*Suma*” refere-se a uma obra que uni diversas informações que estão isoladas em um único escrito, muito comum durante o século XII (FONTURA, 2016, p. 21).

⁴ Termo cunhado por Raymond de Roover em 1942 e se refere a uma série de mudanças estruturais que a dinâmica comercial medieval passou, tendo a introdução e aprimoramento de uma série de ferramentas que irão otimizar o trabalho dos mercadores.

⁵ FOURQUIN, Guy. **História econômica do Ocidente medieval**. Lisboa: Edições 70, 1991.

Múltiplos são os fatores para tal mudança. Destaca-se o acentuado crescimento demográfico europeu⁶, fruto do fim das invasões do século IX no Ocidente redução das invasões dos povos vikings, a transformação do sentido das guerras, que passa a ser a captura do adversário e não a sua morte, redução das epidemias, alta disponibilidade de recursos naturais, melhoria das técnicas e instrumentos de plantio que, conseqüentemente, aumentaram a produção de alimentos e melhoraram a qualidade de vida da população na Europa medieval⁷. Estes fatores são complementados como que afirma Rondo Cameron

À medida que a guerra e a pilhagem se tornaram menos comuns e destrutivas, a segurança de vida terá aumentado direta e indiretamente, através do seu efeito na produção. Sabemos muito pouco sobre a prática médica e sobre os hábitos sanitários para tirarmos conclusões sobre os seus efeitos, mas o fabrico e uso do sabão cresceu significativamente, pelo menos no século XIII - possivelmente um fator secundário na redução da taxa de mortalidade. O clima do norte da Europa pode ter melhorado ligeiramente entre os séculos X e XIV, mas, se isso aconteceu, a influência desta mudança teria sido principalmente sentida através duma maior produtividade agrícola. Em resumo, é a esta última que temos de conferir maior importância no crescimento populacional, e os melhoramentos na tecnologia agrícola foram os principais responsáveis por isso (CAMERON, 2000, p. 7).

Este aumento populacional levou a um renascimento das cidades, e foram nelas que novas maneiras de se viver surgiram. Um modo de vida mais ligado ao comércio e um renascimento do uso do dinheiro nas atividades comerciais⁸, ambiente propício para afirmação da figura do mercador profissional.

Inicialmente o comércio era praticado nas feiras, que podem ser entendidas como um encontro de mercadores de diversas localidades, com duração variada, ciclos locais ou inter-regionais, onde eram comercializados produtos de diversas regiões, com o apoio, na maioria das vezes, dos senhores da região⁹ (FOURQUIN, 1991, p. 268).

O mercador pode ser compreendido como um homem de negócios, uma figura que se dedicava à venda de produtos, sejam estes produzidos no campo ou trazidos de regiões distantes, até mesmo do Oriente para revenda no Ocidente. Além disso, uma das atividades econômicas que foi amplamente desenvolvida pelos mercadores era o empréstimo de dinheiro a juros¹⁰ (LE GOFF, 1991).

Deste modo, a figura do mercador foi uma das responsáveis por essas mudanças na atividade comercial do Ocidente, com transformações amplas em múltiplos setores, tornando este período conhecido como o de uma “Revolução Comercial da Idade Média”. A principal mudança existente será a passagem do mercador itinerante para o mercador sedentário, ou seja, de um mercador que está sempre a viajar e trabalha nas feiras revendendo produtos para um mercador que possui uma empresa fixa e realiza contratos comerciais (ROOVER, 1942).

Dentro de tais empresas, passa-se a existir um grupo de mercadores que são proprietários de uma mesma companhia de viagens, com a ideia de realizar uma divisão de riscos e lucros, ou seja, se em uma viagem comercial a empresa obtiver uma determinada lucratividade, este lucro será repartido proporcionalmente entre os sócios, mas caso ocorresse algum imprevisto no percurso, como um naufrágio, eles dividiriam o prejuízo.

⁶ FRANCO JR, Hilário. **A Idade Média: nascimento do Ocidente**. 2. Ed. São Paulo: brasiliense, 2001.

⁷ FOURQUIN, Guy. **História económica do Ocidente medieval**. Lisboa: Edições 70, 1991.

⁸ LE GOFF, Jacques. **A Idade Média e o dinheiro: ensaio de antropologia histórica**. Rio de Janeiro: Civilização brasileira, 2014.

⁹ Robert Lopez (1971), aponta que o apoio por parte do conde responsável pelo território no qual a feira era realizada, concedia uma série de benefícios fiscais para os mercadores, além disso, garantia a segurança de vendedores e compradores.

¹⁰ O mercador não possui uma definição única, tendo em vista que há uma variação da atividade mercantil quanto ao tempo, atuação e espaço geográfico (LE GOFF, 1991, p. 34 – 38).

Neste contexto de “Revolução Comercial”, aparece a ideia dos seguros de navegação, em que os mercadores realizavam o transporte de mercadorias de um local para outro de uma maneira segura, enfrentando as possíveis adversidades, como os acidentes náuticos e ataques piratas (LE GOFF, 1991, p. 26).

As formas de pagamento também fizeram parte deste contexto de transformações, como foi o caso do dinheiro¹¹ e da letra de câmbio, esta última se refere a um documento na qual está escrito que uma determinada pessoa se compromete a realizar o pagamento de um determinado valor a outra pessoa em um determinado prazo, facilitado pelo surgimento dos bancos neste mesmo contexto.

Um último ponto, que veio com a “Revolução Comercial”, é a questão da contabilidade¹², pois este setor passou por um aprimoramento qualitativo, com novas técnicas de matemática surgindo e que visaram atender a necessidade de cálculo dos mercadores. Da mesma forma, existiam dentro das companhias de viagens setores responsáveis por questões contábeis da empresa (LE GOFF, 1991, p. 32-34).

Paralelamente ao fortalecimento do comércio e da figura do mercador no contexto da “Revolução Comercial”, a Igreja se consolida enquanto instituição com uma atuação direta sobre a vida das pessoas. O poder hegemônico da Igreja na Idade Média consolidou-se com a ideia de Cristandade¹³, sendo que este termo significa que os cristãos como um todo, embora não estivessem unidos politicamente em reinos com fronteiras geográficas, estavam unidos na religiosidade, da mesma forma que deveriam realizar ações voltadas a agradar a Deus, tornando a cidade da terra o mais próximo da cidade de Deus, como pregava Santo Agostinho durante a Alta Idade Média (ROPS, 1952, p. 38 – 42).

Para fins de controle individual, a Igreja instituiu uma série de mecanismos simbólicos e ritualísticos como, por exemplo, as peregrinações, símbolos que marcavam a vida do cristão (batismo, primeira eucaristia, crisma, matrimônio e unção dos enfermos), prática de expulsão dos demônios, jejuns, penitências e o culto aos santos como intercessores de Deus perante os homens (POLLY; VAUCHEZ; FOSSIER, 2001, p. 71-72). Em relação aos sentimentos humanos, ocorre o fortalecimento do dualismo entre Deus e o Demônio, onde o mundo estaria vivendo uma intensa batalha entre as forças do bem e as forças do mal e caberia a cada um decidir de qual lado ficariam. Aqueles que escolhessem ficar do lado divino veriam as coisas boas acontecerem, como colheitas fartas, fertilidade e vitórias em guerra, já aqueles que ficarem ao lado maligno teriam secas, insucesso e o fracasso (CALAINHO, 2014, p. 113).

A ideia era de que, aqueles que desejavam bençãos em suas vidas deveriam ficar ao lado do bem, sendo preciso seguir os ensinamentos da Igreja cristã (POLLY; VAUCHEZ; FOSSIER, 2001, p. 70). Para bem orientar os indivíduos, houve a escrita de códigos de conduta para intervir em questões privadas da sociedade (regulação do sexo e do casamento) e do mundo do trabalho (moral do trabalho e lucratividade), assim como no direito com os tribunais de julgamento (PERNOUD, 1944, p. 90-91).

De acordo com Danilo Mondoni, neste contexto, “a arte, a economia, a política [estavam submetidas], pelo menos em teoria, à moral” (MONDONI, 2014, p. 14), e a forma como a Igreja encarou as questões econômicas é um campo aberto à inúmeras

¹¹ Durante a Alta Idade Média, o comércio era realizado com a troca de produtos, mesmo já existindo a utilização do dinheiro. Com o desenvolvimento do comércio e da profissão dos mercadores, o dinheiro passou a ser um instrumento mais comum na realidade das pessoas e mais utilizado para a compra de produtos em geral (LE GOFF, 2014).

¹² Alguns autores, como Jacques Le Goff, utilizam o termo “revolução contábil” para designar as transformações matemáticas da Europa, onde “A escrituração dos livros de comércio tornou-se mais atenta, métodos mais simples, a leitura mais fácil” (Le Goff, 1991, p. 32).

¹³ A ideia de cristandade sempre se manteve no plano da utopia, tendo em vista que a sociedade terrena nunca chegou de fato a viver plenamente os moldes do cristianismo, por mais que tenha sido este ideal que guiou os pensamentos e ações das pessoas da Idade Média (ROPS, 1952, p. 42).

interpretações, pois ela realizou um questionamento para com as atividades dos mercadores à medida em que buscou realizar uma legitimação destas atividades. Portanto, a fim de compreender as regulamentações sobre as atividades dos mercadores, a *Questão 57 da Suma Teológica* (2005) de Tomás de Aquino, apresenta informações importantes.

De um modo geral, Tomás de Aquino não faz críticas às atividades comerciais ou aos mercadores, pois a ideia circula em torno da tentativa de normatização do comércio, ou seja, estabelecer um código de conduta na tentativa de moralizar a economia comercial que vinha se desenvolvendo, mostrando ser possível uma união entre a atividade do mercador e os ensinamentos da Igreja. Para tal, foram definidos quatro artigos: o primeiro discute sobre as vendas a um preço maior do que o justo; o segundo sobre a venda de produtos com defeitos; o terceiro sobre se o vendedor deve informar ao comprador dos defeitos existentes no produto, e o último conclui sobre se deve ser permitida, ou não, as atividades comerciais.

Quanto ao preço dos produtos, Tomás de Aquino afirma que a sociedade como um todo normatizou que os comerciantes vendam seus produtos por preços superiores ao que realmente valem, assim como os vendedores se justificam pelo fato de que a lei civil não condena esta prática, porém o evangelho de Mateus afirma que não se deve fazer ao próximo aquilo que não queremos que seja feito a nós mesmos e ninguém deseja comprar um objeto mais caro do que vale. Partindo do que afirma o apóstolo de Jesus Cristo, Aquino acredita que:

Empregar fraude para vender uma coisa acima do preço, é absolutamente pecado, porque se engana o próximo em prejuízo dele. É o que declara Túlio. Toda mentira se há de excluir dos contratos. Nem o vendedor, nem o comprador, apresentará um licitante, para altear ou baixar os preços (TOMÁS DE AQUINO, *ST*, II-II, q. 57, a.1, rep.).

O autor condena a prática de se vender um produto por um preço superior ao que ele vale, não sendo plausível pensar a legalidade a partir de códigos civis, pois estes códigos têm a finalidade de organizar a vida em determinadas sociedades e não dispor sobre questões morais, assim como que por mais que algo seja corriqueiro, como é o caso do que está sendo analisado, continua sendo um vício perante as leis do Criador (TOMÁS DE AQUINO, *ST*, II-II, q. 57, a. 1, sol.).

No segundo artigo, há algumas considerações quanto a venda de produtos com defeito, sendo que se acredita não ser pecado o vendedor mentir ou omitir as incoerências do que se está vendendo, com base em três casos: o primeiro ocorre quando o material informado é incoerente com o que foi realmente fabricado, sendo que, neste caso, a finalidade não será alterada (por exemplo, se vender uma vasilha de ouro que não for feita com ouro, a utilidade do objeto não foi modificada); há uma grande variação de medidas entre as regiões da Europa, não sendo pecado se ocorrer uma conversão incorreta de valores. Alguns vendedores não têm um conhecimento completo sobre o produto que se está vendendo (TOMÁS DE AQUINO, *ST*, II-II, q. 57, a. 2, obj.).

Tomás de Aquino rebate as afirmações anteriores dando ênfase para a consciência do vendedor, afirmando que o pecado ocorre na medida em que o vendedor sabe das adulterações do produto e mesmo assim não informa o comprador, mas caso este também desconheça os defeitos, não se configura como um pecado (TOMÁS DE AQUINO, *ST*, II-II, q. 57, a. 2, rep.). Para rebater as afirmações iniciais, Aquino destaca que a mudança de substância na composição do produto pode se tornar uma mudança de finalidade para quem está adquirindo. Em cada cidade os líderes determinam as métricas a serem utilizadas, então basta que o mercador siga o que foi determinado e, no caso da falta de conhecimento do vendedor, Tomás de Aquino alega que conhecimentos simples podem ser fundamentais para que compra e venda sejam realizadas sem fraudes.

No mesmo sentido do segundo artigo, o terceiro discute sobre se o vendedor deve, ou não, informar o cliente dos defeitos que o produto apresenta. De modo geral, pode parecer que não há necessidade, já que a função de um vendedor é mostrar o produto para quem se mostra interessado e este deve pensar sobre possíveis defeitos, além de que, é um empecilho para os negócios e força uma redução nos preços (TOMAS DE AQUINO, *ST*, II-II, q. 57, a. 3, obj.). No entanto, Aquino acredita que, caso o produto que está sendo vendido tenha algum defeito que venha a impedir o uso ou o valor for superior ao que se está negociando, é importante que se deixe clara a situação do produto durante o processo de negociação. Caso haja uma omissão do vendedor, é considerado um pecado.

Diante dos argumentos apresentados em um primeiro momento, é apontado que nem sempre o cliente tem um bom conhecimento sobre o produto que está sendo comprado, por isso cabe ao vendedor melhor informá-lo e deixar clara a existência de certos problemas do produto, pois faz parte da honestidade, da virtude de quem está vendendo, assim como a consciência de baixar o preço do produto que está vendendo por causa de determinado defeito (TOMAS DE AQUINO, *ST*, II-II, q. 57, a. 3, sol.).

O quarto artigo da *Questão 77* atesta que ser um mercador ou viver de atividades comerciais não é um pecado, diferentemente do que muitos religiosos vinham afirmando até então, pois estes estavam utilizando a literalidade dos versículos bíblicos que destacam expulsão dos mercadores do templo¹⁴, assim como atestam que a venda de um produto necessita que se venda este por um preço superior ao que realmente vale (TOMÁS DE AQUINO, *ST*, II-II, q. 57, a. 4, obj.). O teólogo diferencia as atividades comerciais em:

É próprio dos negociantes praticar a comutação dos bens. Ora, como explica o filósofo, há duas sortes de comutação. Uma, como que natural e necessária, em que se troca uma coisa por outra, ou uma coisa por dinheiro, para satisfazer as necessidades da vida. Esse tipo de comutação não é próprio dos negociantes, mas dos chefes da casa ou da cidade, os quais devem prover a família ou a população, das coisas necessárias à vida. Outra espécie de comutação é a de dinheiro por dinheiro, ou de quaisquer objetos por dinheiro, não pelas necessidades da vida, mas em vista do lucro. E tal é o negócio que pertence propriamente aos negociantes. Segundo o filósofo, a primeira espécie de troca é louvável, pois está a serviço de uma necessidade natural. A segunda, porém, é reprovada com justiça, porque, de si mesma, fomenta a cobiça do lucro, que não conhece limite, mas tende ao infinito (TOMÁS DE AQUINO, *ST*, II-II, q. 57, a. 4, rep.).

Para este teólogo, existem dois tipos de negociantes, aqueles que praticam o comércio como profissão e aqueles que praticam o comércio em prol de um lucro. Os primeiros são louváveis, vistos com bons olhos pelo autor, enquanto os segundos são pecadores e praticam de forma incorreta as atividades comerciais. Importante mencionar que esta afirmação do autor vai ao encontro da passagem do Livro de Timóteo (1Tm, 6,10) que sugere a avidez pelo lucro como porta de entrada para que atos ilícitos venham a ser cometidos.

No mesmo sentido, o dinheiro ganho com o comércio não pode ser considerado um lucro indevido, uma vez que houve um trabalho a ser realizado pelo comerciante e este labor precisa ser recompensado, a recompensa é o dinheiro a mais que é inserido no valor da mercadoria (TOMAS DE AQUINO, *ST*, II-II, q. 57, a. 4, sol.).

A *Questão 77* da *Suma Teológica* de Tomás de Aquino possui um sentido de normatização da atividade mercantil, pois, nos quatro artigos ocorre uma inserção de normas de como um mercador deve agir em sua vida profissional, a exemplo do controle do preço das mercadorias e a importância de se alertar o consumidor com determinados defeitos dos produtos, sendo que em cada uma das regulações a base teórica do autor são

¹⁴ Para mais informações, consulte: BÍBLIA, João, 2, p. 14-17.

filósofos da Igreja católica que o antecederam ou passagens da *Bíblia*, o que aproxima as ideias religiosas da atividade comercial.

Durante as suas argumentações, flexibiliza possíveis pecados que venham a ser cometidos pelos vendedores, apresenta conselhos de como se deve agir para evitar que um ato ilícito seja cometido e ainda faz apontamentos sobre os direitos dos vendedores, o que reforça a ideia de que o objetivo da obra é instituir uma regulamentação para a atividade dos comerciantes.

Para exemplificar o primeiro caso, se o defeito de um produto for óbvio, não é preciso que se alerte o consumidor e o vendedor pode preservar o seu interesse. Neste sentido assinala:

Mas se o vício for manifesto, por exemplo, se o cavalo for cego de um olho, ou se a mercadoria não convém ao vendedor, mas pode ser útil a outros, e se ele, por causa de tais defeitos, abater devidamente o preço, não estará obrigado a revelar o vício da mesma; porque, talvez, por razão deste vício, o comprador exigiria uma diminuição exagerada do preço. Por conseguinte, nesse caso, o vendedor poderia preservar seu interesse, calando o vício da mercadoria (TOMAS DE AQUINO, *ST*, II-II, a. 3, rep.).

Por mais que a ideia seja realizar um negócio sem mentiras, o autor abre uma possibilidade para que o vendedor esconda o defeito do seu produto. No mesmo sentido, ao revelar os defeitos do produto durante a venda e obter uma dificuldade para concretizar o sucesso do negócio, o vendedor é orientado a tentar apresentar as vantagens em comprar tal produto, mesmo que se tenha um defeito, ou seja, uma dica para se realizar uma atividade comercial e seguir os preceitos da moral.

Tomás de Aquino não dispõe apenas dos pecados da compra e venda cometidos pelos vendedores, pois os compradores também podem estar cometendo atos ilícitos ao adquirir um produto, como é caso de quando se paga um valor inferior ao Justo Preço de um produto. A partir desta afirmação, dois apontamentos ficam claros. O primeiro, é que uma tentativa de normatizar, não só, o trabalho do vendedor, mas, também, o ato de comprar que é praticado pelo comprador. E em segundo plano, uma busca por definir os direitos que o vendedor tem durante a negociação.

4 CONCLUSÃO

A título de conclusão podemos afirmar que entre os séculos XI e XIII, observa-se a ocorrência de um processo denominado pelos historiadores econômicos de “Revolução Comercial da Idade Média”, que, dentre outras coisas, teve como consequência a afirmação da figura do mercador profissional e uma reconfiguração na forma de se fazer comércio. Ao mesmo tempo, a Igreja como instituição religiosa fortalecida, se sobrepõe à vida dos cristãos, normatizando condutas e comportamentos sociais, especialmente no campo das atividades desenvolvidas por um grupo de profissionais que emerge e se fortalece no contexto de expansão das cidades e das atividades econômicas: os mercadores.

Os mercadores tiveram sua atividade regulamentada pelas normas estabelecidas pela Igreja, através de seus pensadores, como é caso de Tomás de Aquino que em sua obra *Suma Teológica*, estabelece uma série de preceitos em relação à prática do comércio, conforme apontamos acima. Para este teólogo de grande influência no contexto medieval, a licitude da prática comercial só era possível, se esta atividade fosse conduzida seguindo os ditames da religião. O comerciante deveria manter a honestidade em suas transações e vender seus produtos a um preço considerado justo.

REFERÊNCIAS

A BÍBLIA DE JERUSALÉM. São Paulo: Paulus, 1995.

TOMÁS DE AQUINO. **Suma Teológica** (ST, II-II, Q. 57-122). São Paulo: Loyola, 2005. v. VI.

BIBLIOGRAFIA

BONI, Luiz A. de. **Estudos sobre Tomás de Aquino**. 1. ed. Pelotas: UFPel, 2018. 154 p. Disponível em: <https://wp.ufpel.edu.br/nepfil/files/2018/09/EstTA-VFinal.pdf>. Acesso em: 10 jul. 2021.

CALAINHO, Daniela. **História Medieval do Ocidente**. Petrópolis: Vozes, 2014.

CAMERON, Rondo. Desenvolvimento econômico na Europa medieval. In: CAMERON, Rondo. **História econômica do mundo**. 2. ed. Inglaterra: Europa-América, 2000. cap. 3, p. 64-99.

FONTOURA, ODIR. **Em defesa da cristandade: Tomás de Aquino e o conceito de "bem comum" na Suma teológica**. Dissertação (Mestrado em História) - Universidade Federal do Rio Grande do Sul. Porto Alegre, p. 119. 2016. Disponível em: <https://lume.ufrgs.br/handle/10183/140297>. Acesso em: 10 jul. 2021.

FOURQUIN, Guy. **História econômica do Ocidente medieval**. Lisboa: Edições 70, 1991.

FRANCO JR, Hilário. **A Idade Média: nascimento do ocidente**. 2. ed. São Paulo: brasiliense, 2001.

LE GOFF, Jacques. **A Idade Média e o dinheiro: ensaio de antropologia histórica**. Rio de Janeiro: Civilização brasileira, 2014.

LE GOFF, Jacques. **A bolsa e a vida**. 2. ed. São Paulo: Brasiliense, 1986.

LE GOFF, Jacques. **Mercadores e banqueiros da Idade Média**. 1. ed. São Paulo: Universidade hoje, 1991.

LOPEZ, Robert S. **A revolução comercial da Idade Média (950-1350)**. Lisboa: Editorial Presença, 1980.

MANDONI, Danilo. **O cristianismo na Idade Média**. São Paulo: Loyola, 2014

POLLY, J-P; VAUCHEZ, A.; FOSSIER, R. **El despertar de Europa**. Barcelona: Crítica, 2001.

REGINÉ, Pernoud. **Luz Sobre a Idade Média**. Portugal: Europa-América, 1997.

REIS, Jaime Estevão dos. Os manuais de mercadores da Idade Média: uma análise comparada do Zibaldone da Canal e o La Pratica della Mercatura. **Revista de**

comparada, Rio de Janeiro, ano 25, v. 9, n. 1, 29 jun. 2015. Disponível em:
www.hcomparada.historia.ufrj.br/revistahc/revistahc.htm. Acesso em: 10 jul. 2021.

ROOVER, Reymond de. **The Commercial Revolution of the Thirteenth Century**. In:
LANE, Frederic C. *Entreprise and secular change: Readings in Economic History*.
Londres: George Allen and Unwin LTD, 1953. p. 80-85.

ROPS, Daniel. **A igreja das catedrais e das cruzadas**. São Paulo: Quadrante, 1993.

SANT'ANNA, Lucia. **Um estudo sobre a verdade na Suma de Teologia de Santo
Tomas de Aquino**. Dissertação (Mestrado em Filosofia) - Universidade Estadual de
Campinas, São Paulo, p. 100. 2008. Disponível em:
<http://www.repositorio.unicamp.br/handle/REPOSIP/281939>. Acesso em: 10 jul. 2021.

SANTOS, Ivanaldo. TOMÁS DE AQUINO E O SÉCULO XIII. **ÁGORA FILOSÓFICA**,
Pernambuco, ano 17, n. 1, ed. 1, p. 123-148, 2017. Disponível em:
<http://www.unicap.br/ojs/index.php/agora/article/view/1007/871>. Acesso em: 10 jul. 2021.

WEISHEIPL, James A. **Albertus Magnus and the Sciences: commemorative Essays**,
Toronto: Pontifical Institute of mediaeval Studies, 1980.