

David Igual Luis

La difusión de productos en el Mediterráneo y en Europa occidental en el tránsito de la Edad Media a la Moderna

[A stampa in *Fiere e mercati nella integrazione delle economie europee. Secc. XIII-XVIII* (Atti della XXXII Settimana di Studi dell'Istituto Internazionale di Storia Economica "F. Datini", Firenze, 8-12 maggio 2000), a cura di S. Cavaciocchi, Firenze 2001, pp. 453-494 © dell'autore - Distribuito in formato digitale da "Reti Medievali"]

1. Introducción

En 1974, el profesor Mario del Treppo, al efectuar un balance de las relaciones comerciales establecidas entre Génova y la Corona de Aragón entre los siglos XIV-XV, llegó a afirmar que los flujos de intercambio, con el abanico de mercancías que alimentaban, con las rutas y escalas que constituían su osamenta y con la cantidad de operadores que las recorrían, se configuraban como estructuras poco rígidas y muy sensibles a la incidencia de acontecimientos de media y breve persistencia¹. Sin embargo, en realidad, expresiones similares a éstas podrían ser aplicables para la mayoría de las redes mercantiles europeas del período de transición entre la Edad Media y la Moderna (el que transcurre del siglo XIII al XVI), según han venido demostrando desde hace años y hasta la actualidad los cuantiosos estudios con los que contamos sobre la cuestión. Y es que, de hecho, dos de las características que reunieron esas redes en la larga duración fueron, por un lado, la dilatación espacial de sus radios de influencia y, por el otro, la progresiva complejidad de la tipología merceológica afectada por las mismas². Una complejidad que es apreciable tanto en el nivel mayor de las relaciones internacionales de exportación e importación entre ciudades y reinos, como en el horizonte más específico de los mercados y ferias de actividad local, comarcal o regional³.

Así, por ejemplo, si en la Brujas del Trescientos y de la primera mitad del Cuatrocientos el mercado urbano se articulaba con productos de procedencia mediterránea (especias, seda, algodón, aceite, miel, vino, alumbre, arroz y todo género de frutos secos), centroeuropea (metales, oro y plata), inglesa (lana) o propiamente flamenca (paños), no menos diversificado se presentaba por las mismas fechas el panorama de los intercambios entre Pisa y Cataluña, puesto que a las aportaciones ibéricas de lana, cueros, productos alimenticios, tintes y paños, la ciudad toscana respondía con objetos extremadamente variados, sin ningún predominio tipológico aparente: desde cajas vacías hasta libros o desde cuernos de animales hasta fustanes, cáñamo, seda, telas

¹ M. DEL TREPPO, *Tra Genova e Catalogna. Considerazioni e documenti (a chiusura del congresso)*, en *Atti del I° Congresso Storico Liguria-Catalogna*, Bordighera, 1974, p. 627.

² M. TANGHERONI, *Rapporti economici tra il Mediterraneo e l'Europa settentrionale*, en "Revista d'Història Medieval", 6, 1995, pp. 55 y 59-60.

³ A los efectos del presente trabajo, entendemos el término "internacional" en su significado relativo a los vínculos existentes entre áreas, zonas o regiones lejanas entre sí y de diferente formación política, jurídica y económica, tal como viene definido en M. TANGHERONI, *Commercio e navigazione nel Medioevo*, Roma-Bari, 1996, p. 274, siguiendo postulados de M. Cassandro. Desde esta perspectiva, la fórmula "comercio internacional" es equiparable a la de "comercio a larga distancia", por oposición lógicamente a los conceptos "local", "comarcal", "regional" o, incluso, "interregional", que hacen referencia a las relaciones de medio y breve alcance. Pero, además, la distinción entre estos vocablos no sólo atañe a las cuestiones de alejamiento físico entre los puntos afectados por el comercio, ya que también se realiza atendiendo a las diferentes pautas de intervención institucional del estado o de otros poderes sobre el mercado, al grado de coherencia interna de cada economía, a las vías de crecimiento adoptadas o a los objetos afectados preferentemente por las negociaciones. Así, en torno a estos criterios serían apreciables metodológicamente hasta tres grandes círculos de comercio, como mínimo: el "local", destinado al abastecimiento de las poblaciones urbanas y, sobre todo, campesinas; el "interregional", formado por el intercambio de productos agrarios o manufacturados de unas zonas a otras y por la redistribución de mercancías importadas del extranjero; y el "internacional", basado en el comercio de las grandes o medianas empresas mercantiles dedicadas a la importación o exportación de productos hacia o desde el extranjero. En cualquier caso, la separación entre las diversas esferas de transacción y de merceología no puede tomarse nunca con rigidez, ya que las conexiones entre ellas eran muy amplias (H. CASADO, *Comercio y nacimiento del estado moderno en Castilla (siglos XV y XVI). Algunas reflexiones a la luz de nuevas corrientes de investigación internacional*, en *El Estado en la Baja Edad Media: nuevas perspectivas metodológicas*, Zaragoza, 1999, p. 61; P. IRADIEL, *Ciudades, comercio y economía artesana*, en *La historia medieval en España. Un balance historiográfico (1968-1998)*. XXV Semana de Estudios Medievales de Estella, Pamplona, 1999, p. 636).

florentinas, tártaro u oro hilado⁴. De esta manera, no es extraño que hayan podido contabilizarse entre 1412-1415 casi unos cuarenta productos distintos que nutrían los itinerarios de contacto desde Pisa hacia el Mediterráneo catalán⁵. Mientras, y respecto a esa misma complejidad merceológica que hemos mencionado, es de sobras conocido que ferias y mercados regionales, con independencia de determinadas especializaciones, representaban momentos excepcionales en la confrontación de numerosos materiales. Además, la proliferación de tales instituciones a escala continental puede ser interpretada como reflejo de un proceso de reestructuración desde el momento en que, al menos alrededor de 1350, y como insistiremos mejor después, las corrientes de tráfico más localizadas comenzaron a ser sustituidas por modelos más intrincados de relación entre poblaciones y zonas distantes. En este sentido, aunque el transporte de materias básicas como los cereales probablemente decayó desde finales del XIV como consecuencia de las pérdidas demográficas, la contratación de bienes de demanda más elástica pudo haberse incrementado en términos absolutos, como debió ocurrir con los paños, las pieles y otras manufacturas, los artículos ganaderos y lácteos y ciertas vituallas de alta calidad como el vino o el aceite. Y ello, siempre dentro de un contexto funcional en el que los mercados de periodicidad semanal eran el centro de transacciones dirigidas al consumo inmediato, frente a unas ferias más separadas en el tiempo donde podían tratarse mercancías de mayor valor y transferibles a lo largo de grandes trayectos⁶. De esta forma, los paralelismos que cabe establecer en el desarrollo bajomedieval y protomoderno tanto de los intercambios de mayor radio de alcance como de los tráficos más cortos demostrarían que ambas realidades no vivían ajenas la una a la otra y que, asimismo, en ellas asumió particular importancia todo lo relativo a la caracterización de los productos negociados, a su difusión y distribución y a su dependencia de las pautas de consumo, de los canales de comercialización o de los ritmos de concentración de la oferta⁷. El problema, en todo caso, es el de sintetizar en pocas páginas la situación del Mediterráneo y de la Europa occidental en relación con estos aspectos, ante la enorme diversidad de las iniciativas emprendidas en dichos espacios, la abundancia de hombres y de recursos que se hallaban implicados en las mismas, y la pluralidad apuntada de productos que circulaban por los caminos terrestres y marítimos. Sin duda, casi cualquier resumen que pueda ofrecerse sobre estos asuntos no dejará de ser una mera simplificación argumental. Aun así, y en el marco del tema al que se dedica esta *Settimana di Studi*, parece lógico tener que intentar dicha síntesis sobre la realidad merceológica euromediterránea con el fin de hacerla comprensible de manera intrínseca por sí misma y comparable con la derivada de las etapas anteriores y posteriores a las del tránsito a la Modernidad.

En esa línea globalizadora, hubiera resultado quizá excesivo plantear aquí una tipología detallada de las mercancías presentes entonces en los mercados y ferias continentales, así como una enumeración exhaustiva de sus puntos de negociación. Por ello, hemos pretendido centrar el interés de esta ponencia en tres conjuntos de factores que, en nuestra opinión, parecen estar hoy en la base de la producción historiográfica sobre el tema. Estos factores son, en primer lugar, el examen de la evolución de los principales ejes que estructuraron entre los citados siglos XIII-XVI la economía mercantil europea, tomada ésta en su totalidad como una especie de universo de tráfico dinámico y, hasta cierto punto, homogéneo⁸. En segundo lugar, la observación de las

⁴ M. TANGHERONI, *Rapporti*, cit., p. 60; ID., *Trasporti navali e commercio marittimo nell'Italia del Quattrocento*, en "Revista d'Història Medieval", 3, 1992, p. 41.

⁵ C. GIORGIONI, *Il commercio tra la Catalogna e Pisa all'inizio del XV secolo, alla luce dei registri della lleuda di Collioure*, en "Medioevo. Saggi e Rassegne", 12, 1987, pp. 100-105.

⁶ S.R. EPSTEIN, *Regional fairs, institutional innovation, and economic growth in late medieval Europe*, en "The Economic History Review", XLVII/3, 1994, pp. 462-463; ID., *Potere e mercati in Sicilia. Secoli XIII-XVI*, Turín, 1996, p. 112.

⁷ Los puntos que acabamos de señalar en este párrafo han sido recalcados, por ejemplo, para el ámbito hispánico por B. Yun, en *Sobre la transición al capitalismo en Castilla. Economía y sociedad en Tierra de Campos (1500-1830)*, Salamanca, 1987, pp. 188-189, y en *La historia económica por el lado de la demanda y el consumo: unas reflexiones generales*, en *Consumo, condiciones de vida y comercialización. Cataluña y Castilla, siglos XVII-XIX*, dir. por J. TORRAS y B. YUN, Valladolid, 1999, pp. 9-23.

⁸ En relación con este elemento, no se puede negar que, durante el período considerado, se conformaron a nivel europeo los primeros síntomas de un régimen integrado de relaciones comerciales y bancarias, identificado muchas veces con expresiones tan difundidas en los ambientes historiográficos como las de "economía-mundo" (Braudel),

secuelas de estos macrocircuitos del comercio internacional sobre determinados ámbitos locales, con vistas a tratar de percibir el auténtico grado de extensión social de los productos circulantes. Y en tercer y último lugar, partiendo de estos mismos ámbitos locales, el análisis de la progresiva construcción de redes jerarquizadas de comercio que, por un lado, permitían a los núcleos de actividad disponer de ciertos espacios de influencia y, por el otro, consentían a sus grupos emprendedores (mercaderes y artesanos, fundamentalmente, sin desdeñar al resto de los componentes que intervenían en las labores comerciales) contar con clientelas extendidas territorial y profesionalmente y adaptadas en su demanda a las coyunturas de los mercados y de los propios gustos de consumo⁹.

Obviamente, estos tres asuntos implican diversas perspectivas de lectura de los fenómenos merceológicos y, por tanto, creemos que exigen también diversas bases heurísticas de aproximación. De esta manera, el macroanálisis que propone el primer conjunto mencionado de factores sólo es abarcable si se adoptan ópticas generalistas como las expuestas en varios trabajos por autores como Alberto Grohmann y, en especial, como Bruno Dini a partir esencialmente de las ricas fuentes mercantiles italianas, verdadero laboratorio de investigación coherente de la Europa de la época¹⁰. Mientras, las otras dos cuestiones nos introducen en visiones más microanalíticas que deben llevarnos a reducir nuestro campo de atención. Y ello, en un doble sentido: en el temático, puesto que del estudio de las grandes líneas de comercio pasaremos a profundizar en la concreción regional de algunas de ellas elegidas a modo de ejemplos paradigmáticos, como iremos viendo a lo largo del texto; y en el territorial, porque dicha concreción será mostrada en particular

“economía de grandes espacios” (Melis), “república internacional del dinero” (Maddalena) o “sistema de relaciones” (Rossetti). Como es bien sabido, bajo tales acepciones -y con todos los matices particulares que se quieran-subyace el intento de definir la estructura que consintió que una serie de sistemas empresariales y de élites mercantiles internacionales de origen fundamentalmente italiano se sobrepusieran a las fronteras en las cuales iban cerrándose los nacientes estados nacionales. Esas empresas y operadores estaban más o menos ligados entre sí, pero, sobre todo, disponían de fuertes lazos de homogeneidad por lo que se refiere a su actividad económica y a su conexión con los entes políticos. En cualquier caso, fue en parte gracias a la acción de este sector de los negocios continentales como los sistemas económicos y las formas administrativas y jurídicas asumieron características comunes en espacios diversos. Sin embargo, la utilidad de dichos conceptos para resaltar las dosis de modernidad económica que poseía la Europa incluso anterior al 1500 no debe hacernos olvidar los problemas de cohesión interna y de disparidad regional que solían presentar las áreas afectadas por ese régimen paneuropeo de relaciones, algo que volveremos a remarcar en su momento. Sobre todos estos aspectos, véanse las reflexiones que constan en A. GROHMANN, *Potere economico e potere politico nell'Europa medievale: tra realtà e teoria*, en *Poteri economici e poteri politici. Secc. XIII-XVIII. Atti della 30ª Settimana di Studi dell'Istituto Internazionale di Storia Economica 'F. Datini'*, a cura di S. CAVACIOCCHI, Florencia, 1999, p. 50, y en P. IRADIEL, *La idea de Europa y la cultura de las élites mercantiles*, en *Sociedad, culturas e ideologías en la España bajomedieval*, Zaragoza, 2000, pp. 115-132, así como las opiniones más extensas que emitimos en D. IGUAL, *La ciudad de Valencia y los toscanos en el Mediterráneo del siglo XV*, en “Revista d'Història Medieval”, 6, 1995, pp. 79-81, y en ID., *Valencia e Italia en el siglo XV. Rutas, mercados y hombres de negocios en el espacio económico del Mediterráneo occidental*, Castellón, 1998, pp. 16 y 25.

⁹ Sobre los tres conjuntos citados de factores, véase con más detalle M. TANGHERONI, *Commercio*, cit., pp. 270-280 y 392-394; H. CASADO, *Crecimiento económico y redes de comercio interior en la Castilla septentrional (siglos XV y XVI)*, en *Imágenes de la diversidad. El mundo urbano en la Corona de Castilla (siglos XVI-XVIII)*, ed. por J.I. FORTEA, Santander, 1997, pp. 283-289; e ID., *Comercio*, cit., pp. 51-56.

¹⁰ De los dos autores indicados, véanse los estudios que reseñaremos en notas posteriores. El valor de la mencionada documentación italiana, sobre el que resulta ocioso insistir precisamente en esta sede, se comprende en el contexto de los fenómenos comentados *supra* en la nota 8. Y es que, durante los siglos XIII-XVI, la presencia de mercaderes italianos en casi todos los núcleos económicos de relieve les otorgó la posibilidad de establecer sobre ellos un cierto control unitario, lo que tuvo su reflejo en unas fuentes que, como las *pratiche di mercatura* de las que después hablaremos, se preocupaban por reproducir la imagen comercial del conjunto europeo o mediterráneo. Nada de esto significa, sin embargo, rebajar la importancia de la documentación generada por las poblaciones sobre las que se asentaban dichos italianos. Éstos no sólo no ahogaron por completo el dinamismo de los grupos emprendedores naturales de esas poblaciones, sino que, además, acostumbraron a dejar determinados ámbitos de actividad en manos casi exclusivamente locales. Por ello, las fuentes emanadas de estos sectores autóctonos (pensemos en los fondos notariales de, por ejemplo, la Península Ibérica) deben jugar también su función en los exámenes históricos, de modo que una correcta apreciación de los fenómenos mercantiles exige, en último extremo, un continuo diálogo entre los dos niveles heurísticos aquí indicados. Sea como fuere, sobre el papel de los italianos a lo largo de Europa, véase la recopilación de F. MELIS, *I mercanti italiani nell'Europa medievale e rinascimentale*, a cura di L. FRANGIONI e con introduzione di H. KELLENBENZ, Florencia, 1990, y el balance de M. TANGHERONI, *Le marchand italien: état de la question*, en *Le marchand au Moyen Âge*, París, 1992, pp. 11-24.

a través de la realidad apreciable en la Península Ibérica, básicamente en las coronas tanto de Castilla como de Aragón. Aprovechando su feliz ubicación geográfica y la no menos afortunada conexión que llegó a producirse en su interior entre economía, política y fiscalidad, ambos espacios hispánicos se convirtieron desde el siglo XIV, como mínimo, en buenas áreas de convergencia de casi todos los movimientos comerciales euromediterráneos. Por ello, cualquier argumento que surja del análisis de la progresión de tales mercados puede contribuir no sólo al conocimiento específico de los mismos, sino también a su asimilación como focos de cierre del ciclo de intercambios de la cuenca mediterránea antes de adentrarse en la atlántica y como observatorios privilegiados desde los que divisar la misma apertura del mar interior hacia el océano¹¹.

2. Productos y áreas de circulación económica entre los siglos XIII-XVI

Con estos presupuestos de partida, el recorrido que planteamos sobre los problemas relativos a la difusión de los productos se inicia con un Doscientos en el que se concretó la existencia de un Mediterráneo próspero y bien articulado. De hecho, fue en esta centuria cuando se decidieron los papeles que iban a marcar la historia comercial posterior y, en especial, cuando se completó -arrastrando dinámicas ya originadas en el XII - el establecimiento de un eje que unía los centros industriales de la Francia septentrional, Flandes e Inglaterra con los grandes puertos de Oriente y Occidente¹². Como es bien sabido, el corazón de ese eje quedó fijado en los territorios de Flandes y Champaña, a cuyos circuitos feriales acudían mercaderes de todo el continente (sobre todo de su sector meridional) para invertir capitales o para proveerse de objetos tan preciados como los paños flamencos o la lana inglesa, que eran intercambiados por productos de origen oriental en su mayoría, como tejidos de seda, elementos de orfebrería, sustancias tintóreas y, cómo no, especias. Las mercancías de lujo llevadas a Champaña por italianos o provenzales, por ejemplo, se dirigían después a Brujas, desde donde junto a las telas de Flandes y los vinos franceses alcanzaban la costa para ser embarcadas con destino a países más norteños. Mientras, y en sentido inverso, las ropas flamencas de lana y lino, la lana inglesa de alta calidad, las pieles, la cera o los metales que provenían de Europa oriental gracias a los mercaderes alemanes eran adquiridos por los italianos, que los transportaban a Génova, Lombardía o la Toscana para trabajarlos o refinarlos y para distribuirlos *a posteriori* hacia las mismas ferias flamencas o de Champaña o hacia los puertos del Levante marítimo¹³.

Aunque, ante estas imágenes, es fácil dejarse llevar por la tentación de caracterizar unívocamente el comercio del XIII en torno al mero transporte de productos ricos como los que acabamos de anotar (sobre todo los paños occidentales y las especias orientales), no deja de ser cierto que la exclusividad de estos tráficó era más hipotética que real, puesto que los mismos debían compartir protagonismo - al menos parcialmente - con exportaciones sobre todo agrícolas también procedentes de las ciudades costeras del norte de África, de determinados puertos ibéricos, de las islas mayores del Mediterráneo occidental y de las áreas meridionales italianas¹⁴. En cualquier

¹¹ La posición privilegiada de la Península Ibérica en los circuitos económicos europeos desde los siglos finales de la Edad Media ha sido remarcada en los últimos años en obras como *En las costas del Mediterráneo occidental. Las ciudades de la Península Ibérica y del reino de Mallorca y el comercio mediterráneo en la Edad Media*, dir. por D. ABULAFIA y B. GARÍ, Barcelona, 1996. Y, también, en artículos de síntesis como los de P. IRADIEL, *El Puerto de Santa María y los genoveses en el Mediterráneo occidental*, en *El Puerto de Santa María entre los siglos XIII y XVI. Estudios en homenaje a Hipólito Sancho de Sopranis en el centenario de su nacimiento*, El Puerto de Santa María, 1995, pp. 5-36 (sobre todo pp. 6 y 33-34); y M.Á. LADERO, *El mundo comercial y financiero europeo (siglos XV y XVI)*, en *Actas del V Centenario del Consulado de Burgos (1494-1994)*, I, Burgos, 1994, pp. 147-174.

¹² B. DINI, *Produzioni e mercati nell'Occidente europeo*, en ID., *Saggi su una economia-mondo. Firenze e l'Italia fra Mediterraneo ed Europa (secc. XIII-XVI)*, Pisa, 1995, p. 139; R.-H. BAUTIER, *Los grandes problemas políticos y económicos del Mediterráneo medieval*, en *El mundo mediterráneo en la Edad Media*, Barcelona, 1987, pp. 32-33; D. IGUAL, G. NAVARRO, *Relazioni economiche tra Valenza e l'Italia nel Basso Medioevo*, en "Medioevo. Saggi e Rassegne", 20, 1995, p. 65.

¹³ A. GROHMANN, *Élites internacionales e sistemi di aziende nell'Europa dei secoli XIII-XVI: Tipologia delle ricerche possibili*, en "Bollettino GISEM (1992-1994)", 3, 1994, pp. 60-61; O. VERLINDEN, *Mercados y ferias*, en *Historia Económica de Europa de Cambridge*, III, dir. por M.M. POSTAN y H.J. HABAKKUR, Madrid, 1972, pp. 158-171.

¹⁴ B. DINI, *I circuiti del commercio internazionale nel tardo Medioevo*, en *Prodotti e tecniche d'Oltremare nelle economie europee. Secc. XIII-XVIII. Atti della 29ª Settimana di Studi dell'Istituto Internazionale di Storia Economica 'F. Datini'*, a cura di S. CAVACIOCCHI, Florencia, 1998, pp. 636-638.

caso, no cabe duda que hacia el final de este siglo se verificó un sistema de relaciones norte-sur organizado de manera bastante bien precisa, aunque todavía limitado a unos pocos centros de actuación, tal y como se desprende de la lectura de la más antigua *pratica di mercatura* toscana que ha llegado hasta nuestros días (la *Memoria de tucte le mercantie* compuesta por un anónimo pisano en 1278), donde núcleos como Alejandría, Sicilia o Marsella desempeñaban roles económicos muy destacados¹⁵. Sin embargo, la estructura de ese sistema no se mantuvo estable mucho tiempo, porque durante las mismas décadas de transición hacia el XIV comenzaron a manifestarse diversas transformaciones.

Algunas de ellas no fueron más que la culminación de tendencias ya instauradas en décadas anteriores dentro del mundo mercantil, como toda la serie de cambios de orden técnico, estratégico y empresarial que condujeron a la denominada “revolución del mercader sedentario”¹⁶. Otras, por el contrario, fueron más novedosas y provocaron mutaciones quizá de mayor calado en la ordenación de los tráfico. Eso fue lo que debió ocurrir con la crisis de las ferias de Champaña. Su declive a partir de estos momentos vino acompañado, por un lado, por la consolidación de plazas mercantiles permanentes dentro de Europa, donde las funciones desarrolladas por mercaderes y banqueros asumieron caracteres de cotidianidad, un elemento que había ya definido con anterioridad el despliegue de los intercambios en numerosas grandes ciudades. Además, por otro lado, dicha crisis fue asimismo paralela a los inicios de un incremento - prolongado y acelerado a veces hasta el XVI - en la fundación de núcleos feriales a lo largo del continente, cuyo radio de acción en la mayoría de los casos abarcaba el mercado regional o, como máximo, nacional¹⁷. No obstante, y aparte de ligarse a los acontecimientos que rodearon la desmembración de antiguos ciclos feriales, esta multiplicación de plazas mercantiles y de ferias puede vincularse también a los intentos de acumulación de ganancias por parte de los participantes en un comercio doméstico de valiosos bienes agrícolas y manufacturados aún en expansión¹⁸. Con todo, y sea cual fuere la interpretación más adecuada de este fenómeno, el mismo influyó decisivamente a la hora de regionalizar la economía europea, de fortalecer las transferencias de corto alcance, de reducir los costes transaccionales del comercio (es decir, aquellos que afectaban a la movilidad de capitales, a la circulación de informaciones empresariales y al aumento de la seguridad frente a los riesgos de toda compraventa) y de dinamizar las realidades locales, puesto que la celebración periódica de encuentros mercantiles contribuía a desarrollar multitud de actividades anejas a ellos, a movilizar fuerza de trabajo y a diversificar las tareas productivas, favoreciendo incluso una mayor división técnica de los negocios¹⁹.

¹⁵ R.S. LOPEZ, G. AIRALDI, *Il più antico manuale italiano di pratica della mercatura*, en *Miscellanea di Studi Storici*, II, Génova, 1983, pp. 99-133. Véanse varios análisis de los contenidos de esta *pratica* pisana en L. BALLETO, *Itoscani nel Mediterraneo: l'Occidente, l'Africa, Cipro*, en *La Toscana nel secolo XIV. Caratteri di una civiltà regionale*, a cura e con introduzione di S. GENSINI, Pisa, 1988, pp. 251-252; G. PISTARINO, *Aspetti socio-economici del mondo mediterraneo all'epoca della guerra del Vespro*, en *XI Congresso di Storia della Corona d'Aragona*, I, Palermo, 1983, pp. 194-199; y M. TANGHERONI, *Rapporti*, cit., pp. 55-56.

¹⁶ B. DINI, *I circuiti*, cit., 646-647; R. DE ROOVER, *La organización del comercio*, en *Historia Económica de Europa de Cambridge*, cit., pp. 87-93. A través de esa indicada “revolución del mercader sedentario”, los agentes más sobresalientes del mundo de los intercambios comenzaron a abandonar la práctica de conducir en persona sus cargamentos a cada mercado, estableciendo sedes permanentes de sus empresas en determinadas ciudades y dirigiendo sus negocios gracias al desarrollo de técnicas contractuales y contables (partida doble, letra de cambio, seguros, etc.). Con ello, el mercader occidental pudo alcanzar entre el XIII y el XIV una gran amplitud de horizontes económicos, un hecho al que no fueron ajenos tampoco fenómenos como la acuñación regular de monedas de oro y el perfeccionamiento de los utensilios cartográficos y navales (G. PISTARINO, *Aspetti*, cit., pp. 188-191; Y. RENOUARD, *Les hommes d'affaires italiens du Moyen Âge*, París, 1968, pp. 107-122).

¹⁷ A. GROHMANN, *Élites*, cit., p. 63; S.R. EPSTEIN, *Potere*, cit., p. 105. A modo de ejemplo del constante incremento de núcleos feriales desde el Trecentos valgan los casos de la Francia de Luis XI (1461-1483), en la que se decretó la fundación de 60 nuevas reuniones mercantiles (H. DUBOIS, *Les foires de Chalon et le commerce dans la Vallée de la Saône, à la fin du Moyen Âge*, París, 1976); de la Italia meridional peninsular, donde entre el XIV y el XV pueden contarse hasta 230 ferias (A. GROHMANN, *Le fiere del Regno di Napoli in età aragonese*, Nápoles, 1969); o de Sicilia, en la que 63 de sus 96 ferias medievales datan del siglo XV (S.R. EPSTEIN, *Istituzioni politiche, economia regionale, commercio internazionale: il caso della Sicilia tardo-medioevale*, en *Accademia Peloritana dei Pericolanti. Classe di Scienze Giuridiche, Economiche e Politiche*, atti vol. LXI, supplemento 1, Mesina, 1992, p. 54).

¹⁸ S.R. EPSTEIN, *Regional fairs*, cit., pp. 460-461 y 475.

¹⁹ H. CASADO, *Comercio*, cit., pp. 55-56, 60 y 64-65; B. YUN, *Sobre la transición*, cit., pp. 184 y 200. Sobre la cuestión

Los principales resultados del proceso que estamos señalando pueden englobarse casi bajo una única palabra: dispersión. Dispersión, en primer lugar, de los focos económicos. Así, y al menos desde la perspectiva que brinda otra *pratica di mercatura* italiana (la de Francesco Balducci Pegolotti, factor de la compañía florentina de los Bardi de 1315 a 1345)²⁰, el espacio euromediterráneo de la primera mitad del XIV quedó articulado en tres nudos fundamentales, aparte de las ya decadentes ferias de Champaña: uno, el de Mallorca y las Baleares, punto de confluencia y distribución de productos del Mediterráneo y del Atlántico; dos, el de los puertos y ciudades de Provenza y el Languedoc, que recibían mercancías por su propio interés y para ser reexportadas al resto de Europa a través de vías fluviales y terrestres; y tres, el gran mercado de Brujas-Amberes, que reclamaba asimismo cargamentos de áreas amplísimas para impelerlos después en su caso hacia otras geografías, y al cual se asociaban de forma subordinada París y Londres. Pero dispersión, en segundo lugar, también de las líneas merceológicas de circulación, cuya tipología puede ser agrupada para estos mismos tiempos iniciales del Trecentos bajo cinco categorías distintas: especias procedentes del Mar Negro, Armenia, Siria y Egipto; productos alimenticios transportados desde Levante, el sur de Italia, el norte de África o la Península Ibérica; materias primas de uso industrial, extraídas desde estos mismos lugares y que suponían el tráfico de seda, algodón, lana, tintes y pieles; manufacturas textiles de origen oriental u occidental que eran negociadas en casi todos los emporios de la época; y metales, preciosos o no, acompañados de una miscelánea de objetos como coral, ámbar, perlas orientales y joyas²¹. Como consecuencia de estas diversas corrientes, el esquema del comercio internacional es ahora claramente describible en torno a un Mediterráneo todavía muy dinámico y recorrido en toda su superficie por itinerarios que abastecían de lo necesario a los núcleos mayores y menores de sus costas, en cifras imposibles de calcular, pero seguramente imponentes. Frente a esta realidad, las relaciones del mar interior con la Europa occidental y septentrional, aun manteniendo una parte de los rasgos con que se habían concretado en el siglo XIII, fueron en apariencia de mucha menor importancia cuantitativa²².

Sin embargo, desde 1350, las circunstancias socioeconómicas que comenzaron a verificarse en el continente respecto a la progresiva construcción de estructuras mercantiles deben colocar el punto de mira del análisis en direcciones distintas a las que hemos descrito para antes de esa fecha. Y es que las transformaciones inducidas por la famosa “crisis” bajomedieval que se origina justo en ese mediados del XIV obligaron a la vida comercial a adaptarse a nuevas situaciones, las cuales suponen una clara invitación a no dejarse llevar en nuestro terreno concreto de estudio por teorías catastrofistas generales que tan en boga estuvieron hace aún pocos años. En este sentido, y sin olvidar la existencia de dificultades más o menos globales en el mundo de los intercambios, éstas deben tratar de diferenciarse de los problemas circunscritos territorialmente, de las variaciones coyunturales, de las alteraciones en la función de algunas plazas mercantiles y, en fin, de todos

de los costes transaccionales y el papel que en su reducción jugaron determinadas instituciones mercantiles como las propias ferias, consúltese también, aparte de estas mismas citas y la de la nota anterior, D.C. NORTH, *Institution, transaction cost and the rise of merchant empires*, en *The Political Economy of Merchant Empires. State Powers and World Trade, 1350-1750*, dir. por J.M. TRACY, Cambridge, 1991, pp. 22-40.

²⁰ F. BALDUCCI PEGOLOTTI, *La pratica della mercatura*, a cura di A. EVANS, Cambridge, 1936. Como en el caso de la memoria pisana de finales del XIII, véanse comentarios detallados de esta segunda *pratica* toscana en L. BALLETO, *I toscani*, cit., pp. 257 y 263-266; B. DINI, *Produzioni*, cit., pp. 142-146; y G. PISTARINO, *Aspetti*, cit., pp. 199-212.

²¹ Las cinco categorías merceológicas constan analizadas en B. DINI, *I circuiti*, cit., pp. 648-655, a partir de un nuevo manual mercantil: el *Libro intitolato Registro di tutte le diversità delle monete e delle misure delle mercanzie secondo le diversità et uso di tutte le città e paesi mercantili del mondo*, conservado en la Biblioteca Marucelliana de Florencia (manuscrito C 226). De esta *pratica* se desconoce el autor, y sólo una nota de su cubierta inicial señala que “questo libro è di Berto di Piero Berti, e chiamasi ‘Nottario di più chose’”, título con el que la denomina R.-H. Bautier (*Les relations économiques des occidentaux avec les pays d’Orient, au Moyen Âge. Points de vue et documents*, en ‘*Sociétés et compagnies de commerce en Orient et dans l’Océan Indien*’. *Actes du Huitième Colloque International d’Histoire Maritime*, présentés par M. MOLLAT, Paris, 1970, pp. 311-320). El texto comienza en el f. 1r con la fecha “M CCCC XXXVIII”. Sin embargo, la lectura detallada de su contenido permite observar noticias que, como apuntaremos más adelante, son datables en las décadas 40 y 50 del siglo XV. Además, la parte más compacta del mismo podría ser una recopilación o copia de datos referidos a las primeras décadas del XIV, concretamente de los años en torno a 1315, fecha con la que este documento es aceptado para su estudio tanto por Dini como por el propio Bautier.

²² B. DINI, *I circuiti*, cit., pp. 658-659.

aquellos factores que, más que caracterizables en términos de “depresión”, lo serían bajo los conceptos de “cambio estructural” o “reconversión”²³. De esta manera, y como se ha dejado entrever en los párrafos iniciales del texto, las mutaciones que venimos comentando pudieron comenzar por afectar al sector primario, porque la disminución de la demanda de productos agrícolas y el aumento de la productividad (al abandonarse las tierras menos fértiles) propiciaron una bajada de precios de las cosechas, lo que - en último extremo - acabó repercutiendo sobre el conjunto de la economía europea, ya que la reducción en la oferta de trabajo rural ocasionó un aumento de salarios en todos los campos de actividad. La combinación de estos elementos influyó sobre el comportamiento de los consumidores, quienes, con ingresos más altos y con un menor gasto en alimentación, lograron mayores cotas de poder adquisitivo. Y éstas fueron dirigidas hacia el sector manufacturero, ya fuera el de las ropas ordinarias o el de los objetos para la casa, ya fuera el de la propia construcción edilicia²⁴.

Estos aspectos, unidos a determinados adelantos de carácter técnico dentro del ámbito profesional de los mercaderes (pensemos en la discriminación de precios de los fletes marítimos según la estimación de los cargamentos transportados, un sistema oportunamente valorizado en su momento por Federigo Melis²⁵), permitieron consolidar ciertas orientaciones más o menos novedosas en el seno de las mercancías que circulaban por Europa y el Mediterráneo. Tales orientaciones, ya visibles con claridad al menos desde la década de 1380, facilitaron una mejor integración del comercio de productos ricos y lujosos (aquellos que, como los ya citados paños y especias, viajaban a través de largos trayectos) con el tráfico de productos que gozaban de menor valor y prestigio pero que, como los tejidos de uso más corriente, empezaban a disponer de una demanda muy sólida²⁶. Así, toda una pléyade de tipos merceológicos de muy diversos orígenes, confecciones y calidades invadió los escenarios de relación internacional o regional, si bien - y en consonancia con el crecimiento de las industrias ciudadanas - fueron las materias textiles (primarias o elaboradas) las que protagonizaron en casi todas partes la recomposición de los esquemas económicos. Algo que, por ejemplo, es plenamente apreciable en los procesos continuados de auge comercial tanto de la Italia centro-septentrional (con el éxito evidente de las manufacturas lanera y, en especial, sedera) como de los territorios de la Corona de Aragón. En éstos, el componente mercantil y burgués que había caracterizado las primeras fases de su expansión mediterránea entre el XIII y el inicio del XIV dejó paso, en la segunda mitad del XIV y a lo largo del XV, a un incremento de la trascendencia de la industria, de la participación del artesanado y de la búsqueda de mercados de consumo y de suministro de materias primas adaptados a las necesidades de las producciones locales²⁷.

²³ J. DAY, *Crises and Trends in the Late Middle Ages*, en ID., *The Medieval Market Economy*, Oxford, 1987, p. 199; M. TANGHERONI, *Commercio*, cit., p. 459; B. YUN, *Economic cycles and structural changes*, en *Handbook of European History, 1400-1600*, I, ed. por T.A. BRADY et alii, Leiden, 1994, pp. 113-145.

²⁴ B. DINI, *I circuiti*, cit., pp. 664-667; D. ABULAFIA, *Industrial Products: the Middle Ages*, en *Prodotti e tecniche d'Oltremare*, cit., pp. 333-358; R.A. GOLDTHWAITE, *The Building of Renaissance Florence. An Economic and Social History*, Baltimore, 1980. Obviamente, la síntesis a la que nos vemos abocados en estas páginas nos obliga a marginar las diferentes formas regionales en que se manifestaron los síntomas de la crisis bajomedieval. Por estar razón, la visión de ella que damos aquí debe completarse necesariamente con aproximaciones mucho más pormenorizadas, como las contenidas en las siguientes obras colectivas: *Europa 1400. La crisis de la Baja Edad Media*, ed. por F. SEIBT y W. EBERHARD, Barcelona, 1993; *'Europa en los umbrales de la crisis (1250-1350)'*. XXI Semana de Estudios Medievales de Estella, Pamplona, 1995; o *'Italia, 1350-1450: tra crisi, trasformazione, sviluppo'*. Atti del 13° Convegno Internazionale del Centro Italiano di Studi di Storia e d'Arte di Pistoia, Pistoia, 1993.

²⁵ F. MELIS, *Werner Sombart e i problemi della navigazione nel Medioevo*, en ID., *I trasporti e le comunicazioni nel Medioevo*, a cura di L. FRANGIONI e con introduzione di M. MOLLAT, Florencia, 1984, pp. 3-36.

²⁶ B. DINI, *L'evoluzione del commercio e della banca nelle città dell'Italia centro-settentrionale dal 1350 al 1450*, en ID., *Saggi*, cit., pp. 171 y 184; P. IRADIEL, *La crisis medieval*, en *Historia de España*, IV, dir. por A. DOMÍNGUEZ ORTIZ, Barcelona, 1988, pp. 102-104 y 115.

²⁷ Sobre el éxito manufacturero italiano, véase G. CHERUBINI, *L'industria italiana dell'età del Rinascimento, en 1490, en el umbral de la Modernidad. El Mediterráneo europeo y las ciudades en el tránsito de los siglos XV-XVI*, I, Valencia, 1994, pp. 57-70; y B. DINI, *L'industria tessile italiana nel Tardo Medioevo y L'industria serica in Italia. Secc. XIII-XV*, en ID., *Saggi*, cit., pp. 13-49 y 51-85, respectivamente. Mientras, acerca de los territorios aragoneses, consúltese P. IRADIEL, *L'economia: produir i comerciar*, en *Història, política, societat i cultura dels Països Catalans*, III, dir. por E. BELENGUER y C. CUADRADA, Barcelona, 1996, p. 107; y M. TANGHERONI, *Aspectes econòmics de*

Pero, además, los efectos de la “crisis” favorecieron también ciertas matizaciones en la geografía de los intercambios. El enorme peso que en dicha geografía había manifestado antes de 1350 el eje Italia-norte de Francia-Flandes-Inglaterra, como hemos visto, fue alterado después por el aumento de la importancia relativa de las rutas marítimas frente a las terrestres y por la puesta en marcha de nuevos (o renovados) circuitos mercantiles y bancarios situados a este y oeste de dicho eje²⁸. Este ligero desplazamiento de las líneas de negociación ayuda a contextualizar la fortuna cuatrocentista de ferias noreuropeas como las de Frankfurt o Escania, cuya relevancia debe vincularse a la especialización, en el primer caso, en el comercio de artesanía (tejidos alemanes, fustanes suizos, telas de Brabante, armas de Nüremberg o sedas y vidrios italianos) y, en el segundo, en el tráfico de arenques o pescado salado. Y algo similar podría afirmarse respecto a la gran cantidad de ferias y núcleos económicos más o menos estables que surgieron durante los últimos tiempos del Medievo en la Francia meridional y occidental, los cuales estaban conectados a veces con las reuniones mercantiles que venían asentándose simultáneamente por las áreas catalana y castellana, y servían para articular los itinerarios de comunicación que tocaban la zona gala o el tránsito de productos entre este reino y sus limítrofes²⁹. Con todo, no cabe duda que los espacios que aprovecharon mejor desde los decenios finales del Trecentos esta traslación de ejes fueron tres.

Por un lado, Ginebra y sus cuatro convocatorias anuales de feria en Epifanía, Pascua, agosto y noviembre. Éstas, verdaderos mercados italianos al norte de los Alpes, se convirtieron hasta 1460 en el mayor centro europeo de absorción de productos séricos y de metales procedentes de Sajonia y Silesia. Aparte, fueron también un nudo de contratación bancaria, puesto que en ellas comenzó a concretarse la realidad que iba a permitir pasar de las ferias concebidas como grandes mercados comerciales periódicos a las ferias concentradas sobre todo en los movimientos financieros, una caracterización que triunfaría a partir del XVI³⁰. Por otro lado, el segundo de los espacios que comentábamos es el de las ferias de Lyon, que vinieron a heredar desde 1470 el papel de Ginebra, si bien la buena posición de la ciudad francesa respecto a las vías de intercambio y su pertenencia a un gran estado nacional que disponía de mercados internos muy vivos le otorgaron un mayor protagonismo, acelerado desde bien entrado el Quinientos por la afluencia de metales preciosos americanos. Aun así, la actividad comercial de Lyon continuó estando dominada por los productos de la industria sedera (que todavía hacia 1550 constituían la mitad de todos los objetos tratados en las ferias), seguidos a gran distancia por paños de lana flamencos y franceses y, desde 1520, por telas florentinas, cueros y pieles de múltiples orígenes, seda española o sustancias tintóreas³¹. Mientras, y por último, el tercer ámbito que se benefició de las transformaciones bajomedievales fue el de las sociedades ibéricas, las cuales - mucho antes de 1492 - estaban sentando las “precondiciones” del descubrimiento americano y del gran salto hacia delante que iba a experimentar la Europa meridional en el tránsito del XV al XVI. Como uno de los espacios más dinámicos de la economía del tiempo, nuestra península asumió un rol mercantil de enorme importancia y, por ello, sus cargamentos inundaron los canales de distribución: lanas, sedas, grana y paños ibéricos lograron por sí mismos consistentes y tempranas cuotas de mercado desde el mismo XIV, y a ellos vinieron a añadirse más tardíamente los cueros y las pieles, el arroz y el

l'expansió catalano-aragonesa, en *Catàleg de l'exposició 'La Corona d'Aragó. El regne de València en l'expansió mediterrània (1238-1492)'*, Valencia, 1991, pp. 110 y 114.

²⁸ A. GROHMANN, *Élites*, cit., pp. 64-67; D. IGUAL, *Itinerarios comerciales en el espacio meridional mediterráneo de la Baja Edad Media*, en *Itinerarios medievales e identidad hispánica*. XXVII Semana de Estudios Medievales de Estella, Pamplona, 2001, en prensa.

²⁹ A. GROHMANN, *Splendore e decadenza delle fiere*, en *Il cammino del commercio dal baratto al codice a barre*, Milán, 1991, pp. 35-45; O. VERLINDEN, *Mercados*, cit., pp. 177-189. Sobre las ferias francesas, véanse los datos ofrecidos *supra* en la nota 17.

³⁰ J.F. BERGIER, *Genève et l'économie européenne de la Renaissance*, París, 1963, p. 317; M. CASSANDRO, *Il libro giallo di Ginevra della compagnia fiorentina di Antonio della Casa e Simone Guadagni, 1453-1454*, Prato, 1976, pp. 99-127; B. DINI, *L'economia fiorentina dal 1450 al 1530*, en ID., *Saggi*, cit., p. 190.

³¹ M.T. BOYER-XAMBEU, G. DELEPLACE, L. GILLARD, *Monnaie privée et pouvoir des princes. L'économie des relations monétaires à la Renaissance*, París, 1986, pp. 145-155; M. CASSANDRO, *Le fiere di Lione e gli uomini d'affari italiani nel Cinquecento*, Florencia, 1979; B. DINI, *L'economia*, cit., pp. 193-199.

azúcar, las frutas y la sal, el aceite y el vino, los esclavos y, así, hasta un largo etcétera³². La proyección exterior y marítima de buena parte de estos productos hizo que la vivacidad de los puertos de Barcelona al Cantábrico, incluyendo los insulares, ejerciera una atracción indiscutible sobre las gentes del interior y sobre otros operadores foráneos, por lo que no es extraño que fueran las regiones hispánicas las que gozaran ahora de los asentamientos mercantiles extranjeros (básicamente italianos, cómo no) quizá más considerables de todo el continente por la amplitud de la superficie que abarcaban, por el número de empresas afectadas y por la variedad de intereses a los que atendían³³.

En cualquier caso, la maduración hacia el final de la Edad Media de estos desplazamientos en los circuitos merceológicos convirtió definitivamente a Europa occidental en la estrella absoluta (y eje director) de los intercambios exteriores e interiores, frente a la antigua competencia que suponía para esta área tener que compartir su protagonismo con Oriente. Sin embargo, la realidad europea, lejos de mostrarse uniforme, aparecía escindida en estos momentos - a título hipotético - en al menos dos grandes espacios no aislados entre sí, pero tampoco estrechamente integrados: el espacio mediterráneo-occidental-atlántico dominado por florentinos, genoveses, portugueses y españoles, que fue el baluarte de la expansión ultramarina de Occidente; y el espacio de la Europa central y transalpina (de Ginebra y de Lyon), más volcado en principio hacia el este europeo³⁴. Al parecer, sólo el impacto de los productos oceánicos y de las rutas organizadas hacia América y Asia tuvo la suficiente fuerza como para perturbar posteriormente este diseño, aunque hoy sabemos que los efectos económicos de los descubrimientos geográficos deben retrasarse en muchos casos hasta finales del Quinientos, es decir, ya prácticamente fuera del marco cronológico examinado en esta ponencia³⁵.

3. La Península Ibérica, ejemplo de convergencia de oportunidades mercantiles

La imagen que emerge del recorrido dibujado hasta aquí demuestra que uno de los mayores retos a los que tuvo que enfrentarse el comercio bajomedieval y protomoderno fue el de la gradual constitución de mercados conectados entre sí, entendiendo siempre tales mercados en su doble

³² B. DINI, *L'evoluzione*, cit., p. 177; P. IRADIEL, *La crisis*, cit., pp. 104-112; M.Á. LADERO, *La Corona de Castilla en la Europa del siglo XV: de la crisis bajomedieval a la expansión*, en *VII Jornadas de Estudios Canarias-América: 'Canarias-América antes del Descubrimiento: la expansión europea'*, coord. por F.J. CLAVIJO, Santa Cruz de Tenerife, 1985, pp. 61-79.

³³ F. MELIS, *Industria, commercio, credito (secoli XIV-XVI)*, en ID., *L'economia fiorentina del Rinascimento*, con introduzione e a cura di B. DINI, Florencia, 1984, pp. 154-168. Como es bien sabido, la presencia extranjera en la Península Ibérica al final del Medievo fue muy destacada en el caso de los comerciantes florentinos, tal y como resaltó Melis en todos sus trabajos y según ha reafirmado recientemente A. Orlandi en su tesis doctoral (*La compagnia dei Botti in terra di Spagna al tempo delle scoperte (1524-1566)*, Università di Firenze, a.a. 1995-1996). Pero este protagonismo toscano no puede ocultar el asentamiento de otras "naciones" mercantiles como la lombarda (G. NAVARRO, *El ducado de Milán y los reinos de España en tiempo de los Sforza (1450-1535)*, en "Historia. Instituciones. Documentos", en prensa), la veneciana (D. IGUAL, *Las galeras mercantiles venecianas y el puerto de Valencia (1391-1534)*, en "Anuario de Estudios Medievales", 24, 1994, pp. 179-200; J.E. LÓPEZ DE COCA, *Notas y documentos sobre Jerónimo Vianello. Un veneciano al servicio de la monarquía española (1504-1511)*, en *Medievo Hispano. Estudios in memoriam del Prof. Derek W. Lomax*, Madrid, 1995, pp. 253-265) y, sobre todo, la genovesa (J.M. BELLO, *Extranjeros en Castilla (1474-1501). Notas y documentos para el estudio de su presencia en el reino a fines del siglo XV*, La Laguna, 1994; D. IGUAL, G. NAVARRO, *Los genoveses en España en el tránsito del siglo XV al XVI*, en "Historia. Instituciones. Documentos", 24, 1997, pp. 261-332). Por supuesto, en todos estos últimos trabajos que acabamos de citar puede hallarse un elenco actualizado y más amplio de referencias bibliográficas sobre el fenómeno de las colonias italianas en España, un tema de estudio muy tradicional.

³⁴ B. DINI, *I circuiti*, cit., p. 668; M. TANGHERONI, *Rapporti*, cit., pp. 61-62.

³⁵ Sobre la cronología del impacto real de los descubrimientos geográficos, especialmente a través de sus efectos en la Península Ibérica, véanse las obras clásicas de E.J. HAMILTON, *American Treasure and the Price Revolution in Spain, 1501-1550*, Harvard, 1934; y de J.H. ELLIOTT, *La España imperial, 1469-1716*, Barcelona, 1972. Más recientes son los volúmenes *El mundo hispánico. Civilización e Imperio. Europa y América. Pasado y presente*, ed. por J.H. ELLIOTT, Barcelona, 1991; *El oro y la plata de las Indias en la época de los Austrias*, coord. por C. LOPEZOSA, Madrid, 1999; y, sobre todo, *Prodotti e tecniche d'Oltremare*, cit., especialmente con los textos de F. Mauro (*Ce que les Amériques ont apporté à l'Europe (1492-1800)*, pp. 59-80), E. Aznar (*Productos y mercados atlánticos en el desarrollo económico andaluz del siglo XV*, pp. 439-449) y A. Orlandi (*Zucchero e cocciniglia dal Nuovo Mondo, due esempi di precoce diffusione*, pp. 477-487).

significado, por un lado, de lugares físicos o geoeconómicos determinados y, por el otro, de ámbitos teóricos de encuentro entre oferta y demanda y, por tanto, de estructuras complejas de instituciones sociales en las que se producía regularmente un número elevado de intercambios mercantiles. Así, cuando se habla históricamente de “economía de mercado” se hace referencia a un sistema económico en el cual, en la mayoría de sectores de actividad, casi todos sus miembros podían presentarse como vendedores o como compradores sin grandes impedimentos³⁶. Y ello ocurrió mucho más entre los siglos XV-XVI que en los períodos precedentes, por descontado. Durante ambas centurias se consolidó un mercado guiado por la búsqueda del beneficio y de la acumulación, por la racionalidad tendente al cambio de las formas antiguas de producción y por la conquista de plazas lejanas entre sí. Un mercado “precapitalista”, según la calificación de Guy Bois, pero que correspondía sólo a una porción menor de los bienes circulantes, puesto que la economía de subsistencia permanecía, así como los circuitos tradicionales de comercio (el “mercado feudal” del mismo Bois) regidos por las lógicas del consumo, de la conservación, del monopolio y de la dispersión. Por ello, más que un progreso lineal que conducía irreversiblemente al triunfo de nuevas formas de trato mercantil, Europa y el Mediterráneo observaron en las décadas posteriores al 1400 una agregación amplia de tipos de mercado más o menos avanzados o arcaicos, si se nos permiten estas expresiones peyorativas, los cuales no se comprenden si no se sitúan en un devenir social orgánico cambiante³⁷.

Desde esta perspectiva, los fenómenos comerciales no se configurarían como mero reflejo de la natural propensión de los hombres al intercambio “desde el principio de los tiempos”, sino como una construcción que acompaña a la especialización humana y que surge de la dialéctica entre los grupos sociales y los medios con los que éstos subsisten. De esta manera, los huecos de la circulación distributiva conseguirían multiplicarse sucesivamente en respuesta a ciertos problemas y como inversión social en las infraestructuras físicas y, también, en la adquisición de habilidades y en el establecimiento de convenciones que permiten crear las redes precisas para profundizar en las divisiones del trabajo³⁸. El final de este camino puede convertir una sociedad dada en un ambiente de mercado generalizado, aunque casi nunca a la vez ni del mismo modo en sus diversas regiones económicas, es decir, en aquellos conjuntos territoriales complejos no necesariamente ajustados a los límites políticos o estatales y conformados por realidades articuladas sobre la base de modos de fragmentación de las labores a escala geográfica³⁹. De hecho, y en este sentido, el proceso evolutivo descrito en el apartado anterior vino a afianzar la concentración del comercio en manos de unas pocas grandes ciudades, pero también propició la lenta aparición de verdaderas capitales regionales (cada vez más alejadas en lo demográfico y en lo económico de los núcleos de población de nivel inferior) y la implantación o agudización de importantes diferencias entre regiones. Así se fue acentuando la extremada diversidad de los espacios económicos del continente, lo que explicaría - a la vez - la fuerte divergencia de las coyunturas locales y los distintos ritmos con que el movimiento de los intercambios actuó para sostener los crecimientos sectoriales o territoriales⁴⁰.

³⁶ B. DINI, *I circuiti*, cit., p. 647; S.R. EPSTEIN, *Potere*, cit., p. 20; M. TANGHERONI, *Commercio*, cit., pp. 270-271. Acerca del doble significado del término “mercado”, véase F. BRAUDEL, *Civilización material, economía y capitalismo. Siglos XV-XVIII*, II, Madrid, 1984, sobre todo pp. 6, 10, 29 y 186-191. Y, también, la ponencia de R.H. Britnell en esta misma *Settimana di Studi*, donde se subraya que tal dualidad parece depender de las diferentes percepciones que muestran historiadores y economistas en relación con los fenómenos mercantiles y que, en realidad, al menos entre los siglos XIII-XIV, la integración de los mercados europeos dependió del desarrollo de los mismos en los dos sentidos señalados: como lugares concretos y como ámbitos sin un punto espacial central. De este último autor, consúltese al respecto también su libro *The Commercialisation of English Society, 1000-1500*, Manchester, 1996.

³⁷ G. BOIS, *Un assaig sobre el naixement i el desenvolupament de l'economia de mercat al si de la societat feudal (An essay on the birth and development of the market economy in the heart of feudal society)*, en *Els espais del mercat. 2on Col·loqui Internacional d'Història Local*, Valencia, 1993, pp. 77-90 en catalán y 261-275 en inglés.

³⁸ J. TORRAS, *La construcció del mercat (The building of a market)*, en *Els espais del mercat*, cit., pp. 11-24 en catalán y 197-211 en inglés.

³⁹ P. MALANIMA, *La formazione di una regione economica: la Toscana nei secoli XIII-XV*, en “Società e Storia”, 20, 1983, pp. 229-269, especialmente p. 229 para la definición de lo que es una “región económica”.

⁴⁰ A nivel europeo, véanse sugeridas algunas de estas últimas ideas sobre los fenómenos de regionalización y de concentración económica en J. DE VRIES, *La urbanización de Europa, 1500-1800*, Barcelona, 1987. Mientras, una

En el fondo de estas cuestiones subyace el argumento de la posible combinación establecida entre desarrollo mercantil y éxito regional, así como la oportuna inserción o no en el seno de este binomio de los diferentes círculos de comercio local, interregional o internacional que permitieron ir articulando la órbita de los intercambios europeos desde su base, como se ha definido ya⁴¹. De ello, fueron una buena muestra las áreas hispánicas de esa Península Ibérica cuyo papel destacado en los circuitos continentales hemos visto despegar desde finales del XIV, y en las que el desarrollo de los mercados interiores, de las ferias regionales, de las redes urbanas y, a la postre, de la comercialización directa del producto campesino (que implicaba una diversificación del rédito familiar y un vínculo cada vez mayor del ámbito productivo con el mercado) ofrecen puntos de referencia ineludibles para buscar a escala local cualquier relación de jerarquía o de integración. Y esto, aun a pesar de que los distintos marcos espaciales diseñados aquí historiográficamente aportan ópticas de lectura no siempre coincidentes entre sí.

Castilla gozó desde el Trecentos del atractivo de un mercado interno dilatado, pese a algunas limitaciones que pudieron debilitar al menos hasta finales del XV los rasgos de su sistema comercial, como las impuestas por una cierta autarquía de la producción, por la a veces deficiente integración entre centros industriales y mercantiles, por la ocasional inelasticidad de los factores de la oferta y de la demanda y por la relativa restricción de las zonas periféricas que podían protagonizar el despliegue de su economía⁴². En este cuadro genérico, el sector septentrional castellano, por ejemplo, sobre todo el focalizado alrededor del valle del Duero, llegó a quedar dominado por una serie de cabezas regionales lideradas por el eje Burgos-Medina del Campo, que vivieron una coyuntura claramente expansiva desde 1425-1430 hasta las décadas de 1550-1580. Por supuesto, dentro de esta tendencia de larga duración hubo oscilaciones más o menos críticas como las experimentadas entre 1450-1480 o 1510-1525, pero tales dificultades no impidieron que el desarrollo alcanzado entonces por la población castellana se caracterizara por el elevado nivel de consumo mantenido, por la extensión geográfica de sus redes de negocios (con amplias penetraciones mediterráneas) y, en especial, por la variedad de productos traficados⁴³. Y es que el predominio evidente que la lana significó tanto para el despertar comercial de Castilla (con más de diez millones de cabezas de ganado productoras en todo el reino hacia 1500⁴⁴) como para poner a prueba la correcta conexión existente entre los distintos itinerarios de importación y exportación no debe ocultar la realidad de las múltiples mercancías castellanas o no que acababan siendo tratadas por los operadores de la zona.

Mientras, en la Castilla meridional o andaluza, vinculada en su totalidad de manera más o menos

aplicación de las mismas para el caso hispánico bajomedieval consta en P. IRADIEL, *La crisis*, cit., pp. 56 y 102, y en ID., *Ciudades*, cit., pp. 617-624. Sobre estas problemáticas, otro ejemplo bien estudiado es el italiano, con trabajos como los de G. CHERUBINI, *El mercat a la Itàlia medieval (The market in medieval Italy)*, en *Els espais del mercat*, cit., pp. 91-100 en catalán y 277-287 en inglés; S.R. EPSTEIN, *Cities, regions and the late medieval crisis: Sicily and Tuscany compared*, en "Past and Present", 130, 1991, pp. 3-50; e ID., *Nuevas aproximaciones a la historia urbana de Italia: el Renacimiento temprano*, en "Hispania", 199, 1998, pp. 417-438.

⁴¹ Véase *supra* la nota 3.

⁴² P. IRADIEL, *La crisis*, cit., pp. 83, 98 y 106.

⁴³ La Castilla septentrional cuenta desde hace tiempo con una sólida producción científica, que presenta toda la zona como un significativo modelo de sistema urbano en la larga duración e incluso en el contexto de la Europa de los siglos XV-XVI (P. IRADIEL, *Ciudades*, cit., pp. 627-629). En los últimos años, sin embargo, son quizá las propuestas de H. Casado a partir del estudio de la ciudad de Burgos las que más han contribuido a dibujar un cuadro globalizador de la evolución del norte castellano desde la perspectiva comercial. De dichas propuestas extraemos el resumen apretado que consta en el texto. Respecto a los estudios de este autor, véanse los ya mencionados en notas precedentes y, también, *El comercio internacional burgalés en los siglos XV y XVI*, en *Actas del V Centenario del Consulado de Burgos*, cit., pp. 175-247, y *Las colonias de mercaderes castellanos en Europa (siglos XV y XVI)*, en *Castilla y Europa. Comercio y mercaderes en los siglos XIV, XV y XVI*, ed. por H. CASADO, Burgos, 1995, pp. 15-56. No obstante, el evidente protagonismo burgalés en la construcción económica de este espacio no debe hacernos olvidar el dinamismo que alcanzaron en él comarcas como la de Segovia (M^a. ASENJO, *Segovia. La ciudad y su tierra a fines del Medioevo*, Segovia, 1986) y, en menor medida, las de Zamora (P. IRADIEL, *El desarrollo del comercio y de la industria: mercados, mercaderes y artesanos*, en *Historia de Zamora*, I, Zamora, 1996, pp. 507-541) o Soria (M^a. ASENJO, *Espacio y sociedad en la Soria medieval. Siglos XIII-XV*, Soria, 1999), por no reseñar otras áreas septentrionales (como la cantábrica) de las que puede hallarse abundante bibliografía en la primera cita de P. Iradiel en esta misma nota.

⁴⁴ H. CASADO, *Comercio*, cit., pp. 57-58 y 63-64.

estrecha al centro sevillano, arraigó un sistema reticular de ciudades grandes, medias o pequeñas. Éstas se vieron volcadas tanto al juego territorial como a las actividades y economías de escala y, siempre entre los siglos XIV-XV, hallaron la base de su éxito en un conjunto de circunstancias particularmente favorables, entre las cuales habría que considerar algunas de orden interno (la riqueza agrícola y ganadera, el efecto multiplicador de la demanda creado por la ubicación en la zona de potentes núcleos urbanos, o el componente redistributivo que vino propiciado por la consolidación de un activo comercio de corto radio) y otras más ligadas a elementos externos, como la función intermediaria de toda el área en las rutas de comunicación Mediterráneo-Atlántico o como la acertada fusión que se verificó en su interior entre el desarrollo de factores productivos regionales y el uso de técnicas avanzadas de gestión de origen diverso⁴⁵. De todo ello derivó una tipología de bienes en circulación que comprendía, sólo para el caso de la Sevilla bajomedieval, cargamentos del agro andaluz (aceite, cereales, vino y frutos secos), otros alimentos (azúcar, salazones y pescados), algunas materias primas (fibras textiles, colorantes, lana y cueros) y ciertos productos industriales o transformados, como papel, paños, bizcocho, cáñamo, hilado, loza, cerámica y, especialmente, el famoso “jabón de Castilla” elaborado en las jabonerías sevillanas⁴⁶. Pero, asimismo, las circunstancias señaladas permitieron implantar un dinámico comercio interregional que, por ejemplo, unió de modo casi indisoluble Andalucía con la Corona de Aragón, sobre todo con Valencia desde 1400 y aún más desde 1450. Varios ejes engarzados entonces con esta última ciudad desde Sevilla, desde Cádiz-Jerez-Puerto de Santa María o desde Granada-Almería-Málaga facilitaron la cotidianidad de unas transferencias que, por un lado, otorgaron a los andaluces un mercado estable donde distribuir casi constantemente salazones, lanas, cueros, azúcar atlántico, esclavos y aceite, mientras que, por el otro, brindaron a catalanes y valencianos la posibilidad de intervenir en un sistema de relaciones en el que Andalucía aparecía a sus ojos como proveedora o redistribuidora casi exclusiva de algunos artículos, como lugar de colocación de mercancías propias (textiles de baja y media calidad y otras manufacturas como muebles, armas o herramientas) y como plataforma para prolongar sus negocios hacia Flandes, Inglaterra, África o, en su momento, las Canarias⁴⁷. Sin embargo, este nexo preferente con las áreas aragonesas no era mantenido sólo por Andalucía, puesto que otras comarcas castellanas limítrofes con ella (como las murcianas) también emplearon por las mismas fechas del XV el

⁴⁵ P. IRADIEL, *La crisis*, cit., p. 109; ID., *Ciudades*, cit., pp. 630-631 y 641-642; A. COLLANTES, *Los mercaderes en Andalucía 1492: Razones de un protagonismo*, coord. por A. COLLANTES y A. GARCÍA-BAQUERO, Sevilla, 1992, pp. 187-211; M. GONZÁLEZ, *La Baja Andalucía en vísperas del Descubrimiento*, en ID., *Andalucía a debate y otros estudios*, Sevilla, 1994, pp. 233-282; M.Á. LADERO, *Andalucía a fines de la Edad Media: Estructuras, valores, sucesos*, Cádiz, 1999, pp. 60-86.

⁴⁶ J.M. BELLO, *El reino de Sevilla en el comercio exterior castellano (siglos XIV-XV)*, en *Castilla y Europa*, cit., pp. 57-80; A.M. BERNAL, A. COLLANTES, *El puerto de Sevilla, de puerto fluvial medieval a centro portuario mundial (siglos XIV-XVII)*, en *I porti come impresa economica. Atti della 19ª Settimana di Studi dell'Istituto Internazionale di Storia Economica 'F. Datini'*, a cura di S. CAVACIOCCHI, Florencia, 1988, pp. 779-824; M. GONZÁLEZ, J.M. BELLO, *El puerto de Sevilla en la Baja Edad Media (siglos XIII-XV)*, en *En las costas*, cit., pp. 213-236. Aparte de estas referencias, cualquier visión de las mercancías circulantes por la Sevilla bajomedieval necesita la consulta de los numerosos trabajos de E. Otte al respecto, desde el ya clásico *El comercio exterior andaluz a fines de la Edad Media* (en *Actas del II Coloquio de Historia Medieval Andaluza*, Sevilla, 1982, pp. 193-240) hasta la reciente recopilación de varios de sus estudios en el libro *Sevilla y sus mercaderes a fines de la Edad Media* (edición e introducción de A.M. BERNAL y A. COLLANTES, Sevilla, 1996).

⁴⁷ Sobre los ejes entre Andalucía y Valencia, consúltese B. GARÍ, R. SALICRÚ, *Las ciudades del triángulo: Granada, Málaga, Almería, y el comercio mediterráneo de la Edad Media*, en *En las costas*, cit., pp. 198-211; P. IRADIEL, *El Puerto de Santa María*, cit.; F. MELIS, *Malaga nel sistema economico del XIV e XV secolo*, en ID., *I mercanti italiani*, cit., pp. 135-213; E. OTTE, *Sevilla y Valencia a fines de la Edad Media*, y M^a.T. LÓPEZ, *Relaciones entre Málaga y Valencia a finales de la Edad Media (1487-1538)*, ambos trabajos en *Congrés Internacional 'Lluís de Santàngel i el seu temps'*, Valencia, 1992, pp. 283-297 y 331-340, respectivamente. Las relaciones entre ambos espacios eran llevadas a cabo por operadores naturales de cada zona (que solían actuar mediante empresas de pocos miembros y escasa duración, especializadas en actividades lucrativas y de poco riesgo) y por mercaderes extranjeros, en especial por los genoveses entre Sevilla y Valencia. Éstos engarzaron hacia el final de la Edad Media una ruta permanente de relación gracias a los frecuentes traslados de residencia entre las dos ciudades, a la creación de compañías que escindían su sede entre Andalucía y el Mediterráneo, a los viajes directos para desarrollar el movimiento comercial y a las transacciones de letras de cambio (D. IGUAL, *Valencia y Sevilla en el sistema económico genovés de finales del siglo XV*, en “Revista d'Història Medieval”, 3, 1992, pp. 79-116).

enlace con Valencia tanto para asegurar su inserción en los esquemas globales del comercio mediterráneo mediante la provisión de textiles, armas, esclavos y otros productos de reconocido valor, como para equilibrar las deficiencias cuantitativas de la producción y el consumo alimenticios internos⁴⁸.

En este contexto, los emporios de la Corona de Aragón solían manifestarse como ámbitos donde era factible completar tratos fructíferos sin disponer de grandes capitales ni de una complicada red de corresponsalías empresariales⁴⁹. Y ello, a pesar del problema que implica conceptualizar las distintas zonas de este espacio (Cataluña, Aragón, Valencia y Mallorca, principalmente) en términos unitarios o como simple agregación de núcleos diversamente estructurados, competitiva e inestablemente relacionados y que, además, sobre un fondo de continuidades, dibujaron con ritmos acelerados entre el XIII y el XVI trayectorias divergentes y caminos económicos particulares⁵⁰. En cualquier caso, y en conjunto, el comercio de estos territorios se caracterizó en la larga duración por la apertura sustancialmente liberalizada del volumen y la variedad de las mercancías acarreadas, como siempre; por la multiplicación del número de mercaderes activos en cada centro mercantil; por la variabilidad de las rutas; por la función intercambiable de mercaderes, armadores y aseguradores; y por un despliegue concéntrico de tráfico que, lejos de esbozar un conglomerado radial de líneas autónomas, conformaban una red articulada de transportes. En ellos, el movimiento en todas direcciones de manufacturas y materias industriales se unió a la circulación cada vez más intensa de bienes agrícolas autóctonos, cuyo progreso cuantitativo parecía estar condicionado no tanto por el factor demográfico como por las estructuras del mercado y del pequeño comercio local o comarcal, que era donde acababan por resolverse el éxito o el fracaso de las distribuciones alimenticias⁵¹. De hecho, en una buena parte, los itinerarios de estos productos primarios se desarrollaban internamente entre los distintos países de la corona, si bien quedaban enriquecidos por numerosas ramificaciones que permitían superar el radio de la simple relación bilateral. De esta manera, y al menos desde mediados del Trecentos, los cereales de Aragón y del interior de Cataluña ayudaban a compensar las carencias al respecto del resto de poblaciones catalanas y de Mallorca. Asimismo, los granos de Sicilia y del norte de África aparecían por todas partes. Mientras, Mallorca y Barcelona recibían aceite de Aragón y Valencia para reexportarlo después por medio de las rutas internacionales. Y algo similar sucedía, como recalcaremos más tarde en algún caso, con las lanas ibéricas de diferentes orígenes que desembocaban en los puertos de Mallorca, Valencia, Barcelona y Tortosa para abastecer en último extremo los grandes mercados mediterráneos⁵². Aparte, algunas producciones nativas, de

⁴⁸ M^a. DE LOS LL. MARTÍNEZ, *El reino de Murcia en el sistema económico mediterráneo de la Baja Edad Media*, en "Anuario de Estudios Medievales", 24, 1994, pp. 247-273; ID., *El comercio en el Sureste peninsular en la Baja Edad Media. Sectores principales y políticas de actuación*, en "Miscelánea Medieval Murciana", 19-20, 1995-1996, pp. 173-188; M. RODRÍGUEZ, *La integración del reino de Murcia en el comercio europeo al fin de la Edad Media*, en *Castilla y Europa*, cit., pp. 81-114.

⁴⁹ P. MAINONI, *Mercanti italiani a Barcellona e a Valenza nel tardo Medioevo*, en *Sistema di rapporti ed élites economiche in Europa (secoli XII-XVII)*, a cura di M. DEL TREPPO, Nápoles, 1994, p. 206.

⁵⁰ El ejemplo más típico de esta divergencia de trayectorias se produciría en el XV entre una Cataluña decadente por lo que se refiere al volumen del comercio y de la producción industrial y agraria, y una Valencia esplendorosa en pleno triunfo mercantil y artesanal. Sin embargo, esta contraposición ha sido muy matizada en los últimos años, sobre todo respecto al grado de depresión económica asumido por Barcelona y su territorio. Un factor que, de ser cierto, difícilmente podría datarse mucho antes del inicio de la guerra civil catalana en 1462 y que, en cualquier caso, no originó un colapso absoluto y casi catastrófico de las actividades empresariales. Véanse balances actualizados y sintéticos de esta cuestión en D. ABULAFIA, *I regni del Mediterraneo occidentale dal 1200 al 1500. La lotta per il dominio*, Roma-Bari, 1999, pp. 214-217; P. IRADIEL, *L'economia*, cit., pp. 105-107; y M. TANGHERONI, *Commercio*, cit., pp. 463-464.

⁵¹ P. IRADIEL, *L'economia*, cit., pp. 102, 109 y 111; ID., *Ciudades*, cit., pp. 632-633 y 645-646; A. RIERA, G. FELIU, *Activitats econòmiques*, en *Història de Barcelona*, III, dir. por J. SOBREQÜÉS, Barcelona, 1992, p. 198.

⁵² Enumeraciones exhaustivas de los productos que circulaban interna y externamente por los distintos territorios de la Corona de Aragón constan en C. CARRÈRE, *Barcelona, 1380-1462. Un centre econòmic en època de crisi*, Barcelona, 1977-1978, I, pp. 318-556, y II, pp. 7-134; M. DEL TREPPO, *Els mercaders catalans i l'expansió de la corona catalano-aragonesa al segle XV*, Barcelona, 1976, pp. 15-328; A. RIERA, G. FELIU, *Activitats*, cit., pp. 198-221; J. GUIRAL, *Valencia, puerto mediterráneo en el siglo XV (1410-1525)*, Valencia, 1989, pp. 327-432; D. ABULAFIA, *Un emporio mediterráneo. El reino catalán de Mallorca*, Barcelona, 1996, pp. 123-279; y P. MACAIRE, *Majorque et le commerce international (1400-1450 environ)*, Lille, 1986, pp. 315-511.

nuevo muy conectadas con el comercio exterior, potenciaron desarrollos localizados de agricultura intensiva que, por ejemplo, y en torno a 1400, eran visualizados por los mercaderes italianos establecidos en Valencia como concretados alrededor de una división de este reino en tres subregiones: la de la lana en el norte, la de la grana entre Valencia-Alicante-Orihuela y la de la fruta seca desde Denia hasta Alicante. Sin embargo, y para este caso específico, tal partición se fue complicando a lo largo del XV, bien con la pérdida relativa de protagonismo de ciertos productos en la construcción económica de la zona (como la lana), bien con la aparición de más abundantes especializaciones comarcales sobre cultivos de azúcar, arroz, sal, lino, cáñamo y esparto, los cuales diversificaron las economías agrarias comunitarias y crearon curiosas integraciones entre las nuevas cosechas más especulativas o sometidas a los designios del mercado y las labores rurales más tradicionales⁵³.

Evidentemente, todas las realidades mercantiles ibéricas que acabamos de señalar fueron propiciando la materialización de vínculos intensos entre las distintas áreas interiores de la península y entre éstas y los litorales hacia los que acudían negociadores y mercancías en busca de su canalización exterior. En consecuencia, se hizo poco a poco necesaria la instauración de vías adecuadas de confluencia comercial entre los diversos espacios afectados por dichos vínculos. Unas vías o redes conectadas hipotéticamente entre sí y en cuyo despliegue fue donde la fundación de ferias y mercados concretos jugó un papel esencial. En este sentido, y aunque caben pocas dudas respecto al hecho que ambas instituciones económicas formaban parte de un engranaje que las desbordaba continuamente, sobre todo en el caso de núcleos urbanos importantes de la Castilla centro-meridional, existe práctica unanimidad a la hora de considerarlas factores clave en el estímulo del crecimiento peninsular. Los dos tipos de entidades respondieron a motivaciones precisas de conexión de los mundos rurales con las economías urbanas, y dinamizaron más a las ciudades medias o a las villas mayores que a las grandes ciudades, cuya centralidad indiscutida no hacía obligatorio obtener privilegios de celebración de estas reuniones para impulsar sus actividades⁵⁴. En el ejemplo castellano, las cuatro grandes zonas que es posible distinguir de acuerdo con la correlación de sus respectivos ciclos feriales y de mercados (Galicia y la orla cantábrica, la Castilla septentrional y León, Castilla la Nueva y Extremadura, y Andalucía y Murcia) fueron objeto de más de un centenar de fundaciones desde mediados del siglo XII y hasta finales del XV. Sea como fuere, la función de estas concesiones solía ser la de integrar los territorios periféricos y marginales, pero abundantes en medios humanos o en bienes provenientes de la explotación del suelo, con aquellas ciudades más activas por la singularidad de sus balances económicos⁵⁵. Y casi la misma tarea desempeñaron, aunque con un menor nivel de difusión, las

⁵³ La división zonal del reino valenciano en torno a 1400 procede de los estudios clásicos de Melis sobre la documentación datiniana (F. MELIS, *L'area catalano-aragonesa nel sistema economico del Mediterraneo occidentale*, en ID., *I mercanti italiani*, cit., pp. 228-229), mientras que los matices introducidos en la misma a lo largo del XV figuran en D. IGUAL, G. NAVARRO, *Relazioni economiche*, cit., p. 90, y en P. IRADIEL, *L'economia*, cit., p. 113. De estos matices son una buena prueba las noticias que proporciona el ya conocido *Nottario di più chose* (véase *supra* la nota 21), y que son datables a mediados del Cuatrocientos, seguramente entre 1440-1450, según ayudan a contextualizar ciertos datos fiscales relativos a Valencia contenidos en el mismo registro, y la copia en él de algunos otros documentos italianos ubicados en esas fechas (D. IGUAL, *Valencia e Italia*, cit., pp. 153 y 183). Gracias a dichas noticias podemos saber que los productos valencianos, o exportados desde Valencia, que interesaban entonces a los mercados internacionales eran arroz y lana "*in grande quantità*", aparte de lino, frutos secos, comino, anís, cueros, estaño, pez, madera para la construcción naval, "*argento vivo che vi viene d'Isparngna*", "*grana da tingnere*" y "*pannibianchi di Valenza*" (*Libro intitolato*, cit., ff. 50r y 108r). Y esta variedad merceológica era confirmada unas décadas después por el alemán Münzer cuando, al visitar Valencia y Alicante en 1494, se fijó en los "*abundantísimos frutos*" obtenidos en estas zonas. Entre ellos destacaban el azúcar, la seda, la grana, el aceite, la lana, el vino, las uvas pasas, los higos, el arroz, la miel, el azafrán y otras especias, la sal y el esparto, "*una especie de mimbre y junco con el que se hacen gruesas cuerdas*" y cuya producción en la comarca de Denia fue observada también con atención por un florentino a inicios del XVI (J. MÜNZER, *Viaje por España y Portugal (1494-1495)*, Madrid, 1991, pp. 43-51 y 61-63; R. ALMAGIA, *Un fiorentino in Spagna al principio del secolo XVI*, en *Studi in onore di Gino Luzzato*, II, Milán, 1950, p. 139).

⁵⁴ P. IRADIEL, *Ciudades*, cit., pp. 637-638; M. TANGHERONI, *Commercio*, cit., p. 274.

⁵⁵ El examen detallado de la fundación de ferias y mercados en Castilla, según cronologías y regiones, consta en M.Á. LADERO, *Las ferias de Castilla. Siglos XII a XV*, Madrid, 1994. De esta obra véanse especialmente las pp. 100-102 para obtener algunas reflexiones interpretativas sobre los fenómenos feriales castellanos. Aquí consta la funcionalidad puramente económica de los mismos que anotamos en el texto, aunque también se apunta la conexión de la

ferias definidas en la Corona de Aragón, cuya misión fue también, en algunos casos, la de garantizar el monopolio de distribución de los artículos traficados por el comercio importador, esto es, las mercancías llegadas para atender la demanda surgida en la zona a causa del incremento bajomedieval en la capacidad de consumo de sus habitantes⁵⁶.

De estos esquemas comunes sólo escaparía el gran conjunto ferial de la Castilla norte, organizado en particular desde el reinado de los Reyes Católicos alrededor de las reuniones de Medina del Campo y de las ramificaciones de Villalón y Medina de Rioseco, todas las cuales - ya antes de traspasar el umbral de 1500 - mostraban una oportuna sincronización de sus correspondientes convocatorias anuales y, sobre todo, estaban perfectamente constituidas como instituciones cuya influencia se desparramaba por el clásico triple radio de acción local, interregional e internacional. Por ello, estas ferias dieron lugar a la formación de un auténtico "sistema", es decir, un complejo de interacciones mutuas que funcionó con más o menos fluidez hasta los años 70 del siglo XVI, hasta el punto de favorecer a largo término una importante acumulación de capitales y la creación de grandes fortunas mercantiles que tuvieron efectos positivos en el desarrollo en el área de actividades no agrarias⁵⁷. Además, en la evolución de estos encuentros periódicos desde el mismo final del XV cabe apreciar una transformación similar a la que ya comentamos al referirnos a las ferias de Ginebra: la que permitió pasar de las ferias comerciales a las ferias financieras. En este camino, fue fundamental a partir de 1485 la incardinación de las ferias castellanas con las de Brabante, en especial con las de Amberes, gracias a la cual los comerciantes peninsulares lograron disponer de un sistema de pagos multilateral que no sólo les permitía transferir fondos con letras de cambio pagaderas en distintas monedas y giradas en un espacio económico cada vez más extenso, sino que, aparte, les consentía gozar de un mecanismo de financiación internacional de sus negocios. Aun así, los operadores que actuaban en las dos Medinas y en Villalón no dejaron nunca de estar preocupados por la contratación de los productos que circulaban por las rutas de intercambio en cada momento. Entre ellos destacaban las manufacturas sobre todo textiles, a veces de origen extranjero; algunos otros géneros también de probable procedencia foránea (especias y metales preciosos); y las materias primarias de la zona (lanas, cueros o cereales), traficadas éstas últimas al por mayor y en partidas dirigidas a la redistribución interna castellana⁵⁸ o a la exportación⁵⁹.

A pesar de estas referencias parece obvio que el modelo medinense, en cuanto a la tipología merceológica, no sería aplicable a la inmensa mayoría de mercados y ferias hispánicos, los cuales - acaso en vías de formación de una red general - contaban normalmente con unas dimensiones

celebración de estas reuniones mercantiles con otras dos causalidades: la vinculada al interés fiscal de los señores territoriales (cobro de impuestos sobre los intercambios), y la relacionada con la necesidad de atraer en zonas de frontera a mercaderes de reinos comarcanos, en lo que vendría a ser una verdadera política económica premercantilista, como se ha llegado a afirmar en alguna ocasión (P. IRADIEL, *La crisis*, cit., p. 191).

⁵⁶ Acerca de las ferias de la Corona de Aragón, véanse los trabajos presentados a esta misma *Settimana* por M^a.D. López sobre Cataluña y por J. Hinojosa sobre Valencia, así como el siguiente estudio de J.Á. Sesma sobre Aragón: *Producción para el mercado, comercio y desarrollo mercantil en espacios interiores (1250-1350): el modelo del sur de Aragón*, en *Europa en los umbrales de la crisis*, cit., pp. 205-246, sobre todo pp. 226-227.

⁵⁷ M.Á. LADERO, *Las ferias*, cit., pp. 90-100; M^a.I. DEL VAL, *Medina del Campo en la época de los Reyes Católicos*, en *Historia de Medina del Campo y su tierra*, I, ed. por E. LORENZO, Valladolid, 1986, pp. 231-314; B. YUN, *Sobre la transición*, cit., pp. 183-187.

⁵⁸ Eso es lo que ocurría, por ejemplo, con el pescado del norte ibérico, que llegaba a Villalón poco antes de la cuaresma para ser distribuido después por todo el reino, tal como lo reflejaba hacia 1519 un anónimo mercader milanés de paso por nuestra península: "*et in le ferie de Vialono, et precipue in quella di carnevale ad Pascha, si vende tantta quantità de pesci salatti che he uno stupore, quale fu conducto da la Cologna et altri portti de mare di Gallitia [...]. Si smaltisce poy dicto pesce tutto in le ferie de Vialono a mercatantti, quali lo menano in tutte le terre de Castiglia ove ha bono recapitto, perchè sono discostte dal mare*" (*Un mercante di Milano in Europa. Diario di viaggio del primo Cinquecento*, a cura di L. MONGA, Milán, 1985, p. 122). Por cierto, que este mismo viajero, al referirse poco antes de estas frases reseñadas a Medina del Campo, lo hace diciendo que "*Medina seria tristta cosa, ma le ferie la fano bona*" porque, cuando no hay peste, pueden reunirse en las mismas "*forastieri 10000*" (*ibidem*).

⁵⁹ Sobre la evolución de las ferias medinenses de comerciales a financieras y las mercancías tratadas en ellas, véase en general H. CASADO, *Comercio*, cit., p. 65, y la ponencia de este mismo autor de nuevo en la presente *Settimana*. De hecho, es el contenido de dicha ponencia el que evita que tengamos que extendernos aquí en el análisis de estas reuniones castellanas. Por esa razón, remitimos a ella desde ahora para concretar mucho más las informaciones ofrecidas en el párrafo que precede a esta nota.

reducidas y estaban destinados a la negociación local o comarcal de excedentes agrícolas y ganaderos y al abastecimiento de artículos artesanales. De esta manera, en las escasas muestras cuatrocentistas de reuniones del interior de Castilla en que se conservan listas de mercancías transportadas (Béjar o Ávila, por ejemplo), junto a la presencia limitada de paños y otras confecciones textiles, metales preciosos, tintes o materias de herrería, ferretería, buhonería y mercería, predomina la mención a cereales, leña y madera o carbón vegetal, ganados y forrajes, vino, sal, hortalizas, carnes y pescados y otros objetos de uso común. Quizá, si estos elencos abundaran en las fuentes, aumentaría ante nuestros ojos la importancia atribuida al trato de los ganados y sus derivados en algunas áreas y de los cereales en otras, según la condición predominantemente agrícola o ganadera de cada zona. Pero, por desgracia, todos estos aspectos permanecen en la penumbra ante el silencio de la mayoría de documentos que tenemos hoy al alcance sobre el mundo de las ferias y mercados castellanos y aragoneses, lo que impide diseñar con absoluta certeza una geografía exacta de los intercambios que se ejecutaban en su seno⁶⁰. Por el contrario, mucho mejor informados estamos para el caso de algunas urbes que entrarían dentro de esa categoría, ya citada, de localidades mayores en las que el auge de lo mercantil - debido a las condiciones de cotidianidad con que se desarrollaba en ellas el cruce entre oferta y demanda - no precisaba de la instauración oficial de ferias y mercados, aunque sí pudieran gozar de ambos privilegios. Y eso sería lo que sucedería en una ciudad como la de Valencia, que unía a su carácter de puerto mediterráneo el de lugar de desembocadura de productos procedentes de un amplio *hinterland* que abarcaba desde las zonas interiores de su propio reino hasta algunas comarcas más alejadas de Castilla, como ya se habrá podido apreciar por las noticias que hemos dado de este núcleo con anterioridad.

4. Una integración de mercados: el caso de Valencia

Tras su conquista por parte de las tropas cristianas de la Corona de Aragón en 1238, la urbe valenciana no tardó en obtener por normativa foral el derecho a celebrar periódicamente un mercado y una feria. Sin embargo, lo que otorgó verdadero protagonismo económico a esta ciudad, tanto en el panorama ibérico como en el ámbito general europeo, fue un crecimiento comercial mantenido con más o menos fuerza desde entonces hasta finales del siglo XV. Entre las causas que coadyuvaban a ese desarrollo cabría observar, en primer lugar, la capitalidad de Valencia como centro de un amplio territorio agrícola. En segundo lugar, habría que considerar el progreso de una manufactura propia dirigida tanto al consumo interno como a la exportación y apoyada por una marina (autóctona o fletada por mercaderes valencianos) suficiente y por capitales indígenas. Como tercer factor, no debería olvidarse el equilibrio urbano alcanzado por lo que respecta no sólo al mercado de trabajo sino también al suministro cerealista, a la producción industrial y a la base corporativa de dicha producción. Y, por último, a estas razones habría que añadir la función emprendedora de la burguesía mercantil valenciana y el papel estimulante que jugaron en paralelo las colonias de mercaderes y artesanos extranjeros instaladas en el territorio⁶¹. Con tales elementos, Valencia organizó durante la Baja Edad Media una red estable de relaciones comerciales, industriales y financieras, dentro de un organigrama en el que las iniciativas a larga distancia desempeñaron siempre un papel relativo reducido y en el que, por tanto, el sistema local de intercambios quedó restringido preferentemente a la cuenca mediterránea occidental. De esta manera, la concepción mercantil de Valencia sólo puede realizarse a partir de su definición como ciudad articuladora de varios mercados interregionales muy imbricados entre sí, cuyo escaso poder lucrativo a nivel particular se veía compensado por un dinamismo global sustentado en el tráfico permanente de gran cantidad de productos de los que el espacio valenciano estaba bien

⁶⁰ M.Á. LADERO, *Las ferias*, cit., pp. 102-104.

⁶¹ Resúmenes factuales e interpretativos de las circunstancias que coadyuvaban al desarrollo económico valenciano desde el siglo XIII constan en P. IRADIEL, *Valencia y la expansión mediterránea de la Corona de Aragón*, en *En las costas*, cit., pp. 155-169; J. HINOJOSA, *Valencia, polo de atracción mercantil a fines del Medioevo*, en "Revista de Ciències Històriques", 12, 1997, pp. 155-167; y R. NARBONA, E. CRUSELLES, *Espacios económicos y sociedad política en la Valencia del siglo XV*, en "Revista d'Història Medieval", 9, 1998, pp. 193-214. Aparte, el privilegio foral otorgado a la capital del reino para la celebración de feria y mercado queda transcrito en *Furs de València*, IV, ed. por G. COLONY A. GARCIA, Barcelona, 1983, pp. 208-210.

abastecido⁶².

De esta copiosa oferta merceológica eran muy conscientes los hombres de negocios que operaban en las costas peninsulares⁶³, pero también las autoridades locales llegaron a conocer apropiadamente tal situación. Al respecto cabe señalar que en Valencia, como en todas partes, los avances en las estructuras del mercado fueron acompañados de una lenta delimitación de mecanismos fiscales que detraían una parte de los beneficios del comercio en favor del estado. Esa delimitación se concretó con la aparición de determinados impuestos y, asimismo, con la fijación por escrito de los bienes sometidos a gravamen y de sus aranceles de entrada, salida o tránsito por el reino. El resultado de ello fue la elaboración de listas exhaustivas de productos, que iban siendo modificadas al alza según se aceleraba la integración de Valencia en los circuitos mediterráneos y según progresaba la reiterada complejidad de esos mismos circuitos. Pues bien, entre los siglos XIII-XVI, algunos de estos elencos (los referidos específicamente al comercio exterior) pasaron de enumerar 137 productos en 1252 y 200 en 1298, a 306 en 1484 y 441 en 1547, en un auténtico alarde de la capacidad de examen del poder político sobre la circulación del mercado urbano⁶⁴. Con todo, si de estas tarifas oficiales pasamos a analizar su aplicación material en el instante de la recaudación efectiva de los tributos, la realidad puede presentarse de modo todavía más denso. Así, por ejemplo, la investigación entre 1451-1509 de las tasas pagadas por las partidas desembarcadas en Valencia en 32 atraques de naves llegadas del centro-norte de Italia y por el tráfico importador y exportador verificado aquí por agentes genoveses ha registrado unos 650 términos diferentes para describir objetos distintos entre sí por su naturaleza, tamaño, color, forma o consistencia⁶⁵.

Como es de imaginar, en esta pléyade de referencias fiscales es posible hallar todo tipo tanto de géneros de comercio como de orígenes geográficos de los mismos⁶⁶. No obstante, y a pesar de la

⁶² E. CRUSELLES, *Hombres de negocios y mercaderes bajomedievales valencianos*, I, Tesis Doctoral, Universidad de Valencia, 1996, pp. 64-70.

⁶³ La insistencia de los mercaderes presentes en el Mediterráneo ibérico, sobre todo de los extranjeros, en la abundancia de productos que podían encontrar en la plaza valenciana llega a ser realmente notable. Así, y recalando algunas menciones ya reproducidas *supra* en la nota 53 para fechas posteriores, un factor de la empresa Datini aseguraba en 1396 que seis de cada siete mercancías que salían de la Corona de Aragón procedían de Valencia (C. CARRÈRE, *Barcelona*, cit., I, pp. 397-398). Y tal afirmación tenía su lógica cuando, de hecho, la propia documentación datiniana demuestra que, al menos entre 1392-1398, varios productos valencianos (grana, anís, almendras, pieles, cueros y lana) estuvieron presentes con asiduidad en los mercados de Aviñón, París, Venecia, Génova, Pisa, Mallorca y Londres, mientras que en el propio mercado local se valoraba la venta de cargamentos autóctonos o importados de pimienta, azafrán, azúcar, laca, algodón, alumbre, arroz, grana o mercurio (J. HEERS, *Il commercio nel Mediterraneo alla fine del sec. XIV e nei primi anni del XV*, en "Archivio Storico Italiano", 113, 1955, pp. 157-209). Por ello, no es de extrañar la sorpresa con la que algunos operadores comenzaban sus actividades en Valencia. Una ciudad que, como confesaba en 1407 otro miembro de la misma compañía Datini, era "*ben trionfievole e di molto più stima chi' non are' imaginato*" (C. CUADRADA, A. ORLANDI, *Ports, tràfics, vaixells, productes: italians i catalans a la Mediterrània baixmedieval*, en "Anuario de Estudios Medievales", 24, 1994, p. 8).

⁶⁴ Los elencos señalados han sido publicados por M. GUAL, *Vocabulario del comercio medieval. Colección de aranceles aduaneros de la Corona de Aragón (siglos XIII y XIV)*, Tarragona, 1968, pp. 94-102 (1252) y 169-174 (1298); ID., *Arancel de lezdas y peajes del Reino de Valencia (siglo XV)*, en "Anuario de Historia Económica y Social", 1, 1968, pp. 664-668 (1484); y E. SALVADOR, *La economía valenciana en el siglo XVI (comercio de importación)*, Valencia, 1972, pp. 272-283 (1547). Todos ellos hacen referencia a los impuestos denominados del peaje o de la "*taula del pes reial*", que gravaban en Valencia el comercio importador y exportador, tal como se analiza pormenorizadamente en D. IGUAL, *Valencia e Italia*, cit., pp. 121-137.

⁶⁵ Esa investigación figura, de nuevo, en D. IGUAL, *Valencia e Italia*, cit., sobre todo en las pp. 141-150, 156-157, 173-174 y 414-418. El comercio mantenido por Valencia con las regiones del centro-norte de Italia, y aquel otro organizado desde nuestra ciudad por los italianos de ese origen tanto en dirección a sus países como hacia otras geografías, fueron fundamentales a la hora de sostener la animación comercial del Mediterráneo ibérico y de asegurar una adecuada inserción de la economía autóctona en las redes internacionales. Esto fue así al menos desde 1375, cuando las relaciones de Valencia con las zonas ligures, lombardas, toscanas y vénetas se convirtieron en permanentes, permitiendo -de paso- el crecimiento constante de la presencia extranjera en el territorio. Los vínculos mercantiles derivados de esta realidad influyeron en el reino tanto por sus magnitudes cuantitativas como, sobre todo, por la enorme variedad cualitativa de los mismos, que posibilitaron el contacto de la sociedad valenciana con la práctica totalidad de líneas de negociación merceológica, como veremos inmediatamente. De ahí la trascendencia de la cifra de objetos que mencionamos en el texto.

⁶⁶ Por ejemplo, centrándonos sólo en los 650 términos diferentes identificados en las rutas valenciano-italianas entre

significación de estos datos, en el marco de los objetivos que nos hemos fijado en la ponencia parece imprescindible no quedarse en el simple estadio de constatación de la abundante merceología presente en el mercado, sino tratar de pasar a identificar los mecanismos a través de los cuales ésta podía difundirse con vistas a asegurar una sólida ramificación social y territorial de las pautas de negociación. En este sentido, determinados microanálisis que se han efectuado sobre la multitud de corrientes que convergían en el área valenciana, precisamente en particular alrededor de las décadas de transición entre el XV y el XVI, dejan entrever cómo los caminos comerciales engendraban profundos enraizamientos de las mercancías y de los operadores que las acarrearán. Y ello, gracias a la creación de unas redes de contacto que afectaban tanto a los productos “más locales” como a los “más internacionales”, por decirlo de alguna manera, y que son estudiables a partir de la comparación de las anteriores fuentes fiscales con la rica documentación notarial urbana que se conserva en la actualidad⁶⁷.

Así, y siempre para el período que acabamos de citar, el intercambio de cultivos alimenticios autóctonos o importados llega a mostrar un esquema bastante subordinado a la capacidad del capital comercial nativo o foráneo para acaparar los cargamentos, adelantarse a los competidores e implantar prácticas casi monopolistas en la relación directa que se estableció con los productores o con los consumidores. Una estructura que se manifestó más evidente en estos momentos en la explotación de la sal de la zona alicantina de La Mata (extraída en dirección a los mercados mediterráneos)⁶⁸ o de la fruta seca del sur valenciano y de algunas otras comarcas centrales o

1451-1509, éstos muestran una tipología clasificable en diez categorías: productos alimenticios agropecuarios y pesqueros; especias, medicinas, perfumes, gomas, resinas y sustancias exóticas orientales; tintes, mordientes, pinturas y otros materiales empleados en industria; artículos elaborados o no de la industria del cuero y sus herramientas; productos confeccionados o no de lana, seda, lino y algodón y sus instrumentos; mercancías elaboradas o no de esparto y cáñamo y sus herramientas; metales en bruto o transformados; armas y aparejos de caballería; productos de las industrias de la madera, de la cerámica, del vidrio y del papel; y productos varios, como los esclavos. Mientras, entre sus orígenes se distinguen desde envíos de toda la Península Ibérica hasta bienes orientales o norteafricanos, pasando por cargamentos italianos, centroeuropeos, flamencos o del mediodía francés. Y todo ello se verificaba en el seno de un contexto en el que también en Valencia, y de acuerdo con las circunstancias generales en que vivía la economía euromediterránea de estos tiempos a caballo del XVI, las manufacturas y las materias primas industriales, por un lado, y los productos atlánticos, por el otro, iban aumentando cualitativamente su peso en los transportes. Sobre todas estas cuestiones, véase la misma cita bibliográfica de la nota anterior y, además, CH. VERLINDEN, *Aspects du commerce méditerranéen et atlantique à Valence (XVème-XVIème siècles)*, en *Congrés Internacional 'Lluís de Santàngel*, cit., pp. 278 y 281.

⁶⁷ Los archivos de la ciudad de Valencia almacenan casi 6.000 protocolos notariales para el período comprendido entre los siglos XIII-XV. Una documentación rica por su abundancia, pero también por la calidad de las informaciones contenidas en ella, puesto que el medio social valenciano de la Baja Edad Media impulsó a los notarios como figuras imprescindibles para la realización de actos económicos muy diversos, especialmente de los incumbentes a los tratos mercantiles cerrados entre valencianos o entre valencianos y extranjeros. Dicha calidad viene siendo comprobada desde hace tiempo por numerosos estudiosos y, en particular, por aquellos integrados desde mediados de los años ochenta en los proyectos de investigación promovidos por el profesor P. Iradiel en el Departamento de Historia Medieval de la Universidad de Valencia. Tales proyectos se han basado en el vaciado exhaustivo de los fondos notariales que estamos comentando y han pretendido en último extremo, sobre todo para las temáticas comerciales, cumplir la exigencia metodológica que ya apuntamos *supra* en la nota 10: la de combinar fuentes foráneas y locales para apreciar correctamente los fenómenos relacionados con el mundo de los intercambios. Sea como fuere, las informaciones que siguen en el texto sobre Valencia a continuación de esta nota deben enmarcarse en el seno de estos proyectos, cuyos principales resultados han sido publicados hasta hoy más extensamente por E. Cruselles, J.M^a. Cruselles, R. Narbona, M. Ruzafa, G. Navarro, J. Aparici y nosotros mismos, aparte de por el propio P. Iradiel, como se comprobará en referencias bibliográficas posteriores. Sobre las bases conceptuales y heurísticas de estas investigaciones, véase G. NAVARRO *et alii*, *Prosopografías y perfiles sociales. Proyectos de historia urbana sobre Valencia medieval*, en *Historia a debate. Medieval*, ed. por C. BARROS, Santiago de Compostela, 1995, pp. 189-198.

⁶⁸ La producción de La Mata (cerca de Guardamar) era de alta calidad, y ya en 1367 existen indicios de su posible comercio por parte genovesa (J.C. HOCQUET, *Le sel et la fortune de Venise*, II, Lille, 1979, p. 601). Sin embargo, el triunfo de su exportación no llegaría hasta 1450, al generarse desde entonces un drenaje casi continuo hacia Italia. La introducción de la mercancía en los circuitos exteriores obligó a perfeccionar el sistema de explotación de las salinas, las cuales -administradas siempre como prerrogativa estatal- pasaron a ser gestionadas bajo la fórmula del arrendamiento. Desde 1465 y hasta prácticamente 1500, la poderosa familia valenciana de los Santàngel asumió dicha explotación, lo que la convirtió en intermediaria ineludible de acceso para cualquier exportador (J. HINOJOSA, *Los Santàngel en tierras alicantinas*, en *Congrés Internacional 'Lluís de Santàngel*, cit., pp. 47-50). De hecho, y entre 1482-1490, dos compañías genovesas entablaron sucesivamente negociaciones con estos Santàngel para asegurarse

septentrionales (también muy exportada hacia Italia y, sobre todo, hacia Flandes)⁶⁹, que no en el reparto interno de unos cereales panificables más vinculados a los ciclos de las cosechas y a las intermediaciones políticas⁷⁰. Pero, asimismo, una estructura fuertemente controlada que incluso podría considerarse típica de la circulación de un producto tan paradigmático como el de las especias orientales o berberiscas. Como es bien sabido, estas sustancias basaron históricamente el cierre de negocios que ofrecían succulentos beneficios a sus protagonistas. Tal circunstancia forzó la acumulación del capital, pero lo mantuvo alejado de la esfera de la producción y contribuyó a conservar durante largo tiempo las relaciones intercontinentales⁷¹. A la vez, hizo que en dicho comercio se interesaran las ciudades y los empresarios más activos, lo que fundó un tráfico de grandes espacios. Dicha extensión geográfica marcó el signo de la riqueza y ayudó a recrear un mito de las especias que sobrevaloró su influencia sobre las economías de Europa, África y Asia. En realidad, este movimiento afectó con profundidad a un escaso número de plazas y, además, las cantidades concertadas en el Mediterráneo - calculadas por Bautier en torno al millar de toneladas anuales - le confirieron un lugar secundario en el conjunto de los tratos⁷². En cualquier caso, la Valencia de finales del Cuatrocientos no estuvo ausente de esta dinámica y a su puerto llegaban con frecuencia tales especias, sobre todo pimienta, canela y clavo. De éstas, más del 70 % de las partidas arribaban aquí por medio de las *galere da mercato* venecianas, y eran sus mercaderes y marinos quienes se encargaban en exclusiva de darles una primera distribución, ya fuera a sus usuarios directos (*sucrers, especiers y apotecaris* que empleaban esos productos para componer dulces y remedios medicinales, o nobles que los utilizaban para su consumo como condimento de lujo), ya fuera a intermediarios minoristas (tenderos) o a otros mercaderes valencianos, aragoneses, castellanos o portugueses que se dedicaban a reexportarlas a varias partes de la

durante el período citado un suministro regular y casi exclusivo de sal con destino a la costa ligure (J. GUIRAL, *Lesel d'Ibiza et de la Mata à la fin du Moyen Âge*, en *'Le sel et son histoire'*. Actes du Colloque de l'Association Interuniversitaire de l'Est, Nancy, 1981, pp. 93-107). Así, un primer monopolio en la producción fue acompañado de un segundo a la hora de la comercialización, al menos de aquella cuya meta se hallaba en Génova (D. IGUAL, *Valencia e Italia*, cit., pp. 323-325 y 441-442).

⁶⁹ Al menos desde 1475 es frecuente encontrar a mercaderes valencianos o italianos asentados en la capital del reino que tratan de apropiarse de la producción de almendra, higos o pasas de diversas comunidades rurales, casi siempre musulmanas, mediante dos modalidades: una, la de compras al inicio del verano que aseguraban la entrega de las partidas en otoño para ser exportadas en los cargadores costeros; y otra, la de contratos amplios suscritos con los responsables de las comunidades o con sus señores feudales que garantizaban en exclusiva a las compañías correspondientes la asunción durante uno o varios años de las producciones de la zona. Así se fue concretando una organización que canalizaba la fruta autóctona hacia el litoral, pero que también limitaba la libertad de decisión de los productores en beneficio de los agentes metropolitanos (E. CRUSELLES, *Comercio y mercado en tiempo de crisis (Los mercaderes valencianos y su Mediterráneo frente a la época de los Descubrimientos)*, Trabajo de investigación, Universidad de Valencia, 1991, pp. 113-125; J. GUIRAL, *Valencia, puerto mediterráneo*, cit., pp. 415-420; D. IGUAL, *Valencia e Italia*, cit., pp. 316-317 y 439-440).

⁷⁰ La intensa circulación de estos cereales, de la que ya hemos hablado antes para el conjunto de la Corona de Aragón, reproducía una lógica tendente a compensar los déficits agrícolas con la actividad de unos mercaderes que se movían por propia iniciativa o por el dirigismo de las autoridades ciudadanas. En la Valencia del XV -XVI, como en otros lugares, dichas autoridades solían conceder subvenciones para la importación de cargamentos de otras partes de la Península Ibérica o del Mediterráneo, o garantizaban un precio de venta en el almudín que aseguraba los rendimientos de este comercio de antemano. Del éxito de los sistemas arbitrados dependían la estabilidad de los precios, la inexistencia de conflictividad social y la mayor o menor incidencia de las crisis trigueras que golpeaban endémicamente los parajes urbanos y, de manera estacional, los rurales. Y es que los campesinos, obsesionados por disponer de cosechas panificables durante todo el año, recurrían al mercado a medida que sus reservas se agotaban, sobre todo entre noviembre y mayo, ya que en junio comenzaba la nueva recolección. Por ello, los dos ambientes (el urbano y el rural) generaban amplias clientelas directas de consumo, a las que se consagraban los agentes encargados de redistribuir la producción local o de importar cereales foráneos (E. CRUSELLES, J.M^a. CRUSELLES, R. NARBONA, *El sistema de abastecimiento frumentario de la ciudad de Valencia en el siglo XV: entre la subvención pública y el negocio privado*, en *XIV Jornades d'Estudis Històrics Locals: 'La Mediterrània, àrea de convergència de sistemes alimentaris (segles V-XVIII)'*, Palma de Mallorca, 1996, pp. 305-332).

⁷¹ P. KRIEDTE, *Feudalismo tardío y capital mercantil. Líneas maestras de la historia económica europea desde el siglo XVI hasta finales del XVIII*, Barcelona, 1986, p. 60; F.C. LANE, *I mercanti di Venezia*, Turín, 1982, pp. 187-194 y 203.

⁷² R.-H. BAUTIER, *Les relations*, cit., pp. 308-309; ID., *Commerce méditerranéen et banquiers italiens au Moyen Âge*, Hampshire, 1992, IV, pp. 293-310. Véase una ácida visión crítica sobre el papel de las especias en el desarrollo económico bajomedieval en C.M. CIPOLLA, *Allegro ma non troppo*, Barcelona, 1991, pp. 13-49.

península⁷³.

Frente a estos diseños, sin embargo, otros bienes mostraban una realidad de mercado más diversificada y más adaptable a las transformaciones de la demanda y de la coyuntura, tal como ocurrió con otros tres conjuntos de tráficos: la lana, los tejidos y el pastel. Respecto al primero, resulta casi ocioso insistir en el papel destacado que jugó el área valenciana desde fines del XIV como abastecedora de las rutas laneras mediterráneas⁷⁴. Entonces, ciertos cambios acaecidos en los flujos comerciales de esta materia prima, la especialización productiva del propio reino valenciano (sobre todo en su vertiente septentrional) y algunas decisiones políticas favorecieron la integración de la fibra autóctona en los circuitos foráneos, en una iniciativa que corrió a cargo de compañías mercantiles extranjeras, si bien el interés por la exportación no dejó de afectar a los naturales del país. A partir al menos de 1370 se documenta la presencia en las poblaciones del norte de empresas italianas, las cuales no esperaban la llegada de la mercancía a los puertos de embarque, sino que acudían a buscarla a las mismas fuentes de elaboración a través de los comerciantes de la zona. Éstos se encargaban de conectar con los productores para reservarse sus vellones anticipando el dinero pertinente. Así, el mercado valenciano de lanas, lejos de fundar un monopolio, se estructuró en torno a una división del trabajo en la que los locales se situaban como intermediarios de acceso a los ganaderos, mientras ligures, toscanos o lombardos sólo dominaban la salida de los cargamentos hacia sus países⁷⁵.

La entrada en el XV, en apariencia, no rompió esta disposición de las contrataciones. Únicamente desde 1440-1450 se asistió a una relativa modificación de las corrientes articuladas a lo largo del territorio, puesto que la decadencia en cantidad y calidad de la fibra septentrional y las restricciones impuestas a su exportación a causa de la agresiva política mediterránea llevada a cabo en esos momentos por el monarca aragonés Alfonso V motivaron que dicha producción perdiera una importante cuota de presencia internacional. Y ello redundó en beneficio de la más intensa comercialización a través de la costa valenciana de otras lanas ibéricas, procedentes - siempre en la segunda mitad del Cuatrocientos - de las tierras centrales y meridionales del mismo reino, del sur de Aragón y, sobre todo, de un área castellana cuya materia prima comenzó a ser requerida en mayores cantidades por la industria europea y que encontró en el Mediterráneo peninsular (tanto en Valencia como en Cartagena) un buen foco de proyección exterior⁷⁶. De esta manera, y desde una perspectiva evolutiva, el espacio valenciano se constituyó no sólo como núcleo productor sino también como eje canalizador de remesas ajenas a él. A su vez, esto permitió que el mercado lanero local acabara organizándose internamente en torno a dos circuitos, más o menos definidos con claridad en especial a partir de 1475: uno, el de radio más corto, que comprendía las zonas del reino o, como máximo, otras partes de la corona aragonesa, y que generaba cursos de compraventa de pequeña escala, muy numerosos y de precios menores; y otro, el de radio más largo, que llegaba a Castilla, y en el que se acumulaban envíos mayores, menos reiterativos y de precios por lo general más altos, en un síntoma quizá de la mayor calidad de la materia conseguida. Pese a estas diferencias, todas las negociaciones fueron cada vez más

⁷³ J. GUIRAL, *Valencia, puerto mediterráneo*, cit., pp. 388-393; D. IGUAL, *Las galeras*, cit., pp. 189-191.

⁷⁴ Sobre dicho papel, y aparte de las referencias documentales esporádicas al respecto que ya hemos ofrecido, baste consultar de entrada el trabajo de F. MELIS, *La lana della Spagna mediterranea e della Barberia occidentale nei secoli XIV-XV*, en ID., *I mercanti italiani*, cit., pp. 233-250, donde consta una precisa descripción de la geografía productiva valenciana entre las décadas finales del XIV e iniciales del XV.

⁷⁵ P. IRADIEL, *En el Mediterráneo occidental peninsular: dominantes y periferias dominadas en la Baja Edad Media*, en "Áreas. Revista de Ciencias Sociales", 1986, pp. 70-71; D. IGUAL, G. NAVARRO, *Relazioni economiche*, cit., pp. 82-83.

⁷⁶ Sobre las áreas abastecedoras de lana de Valencia a lo largo del Cuatrocientos, véase E. CRUELLES, *Hombres de negocios*, cit., pp. 76-77, y J. GUIRAL, *Valencia, puerto mediterráneo*, cit., pp. 107-112. La lana castellana canalizada a través de la costa mediterránea ibérica procedía básicamente de Cuenca, cuya producción era una de las de mayor calidad de todo el reino vecino. De hecho, la fibra conquense consolidó su presencia, por ejemplo, en Florencia desde 1480, asumiendo allí un nivel mediocre de valoración. Sin embargo, las cantidades llegadas a la Toscana no supusieron nunca la mayor porción de las entradas textiles, como sí ocurrió en Génova, donde la lana española fue la más buscada, al menos según lo que indican determinados registros fiscales de 1507-1537 (H. HOSHINO, *L'arte della lana in Firenze nel Basso Medioevo. Il commercio della lana e il mercato dei panni fiorentini nei secoli XIII-XV*, Florencia, 1980, pp. 241, 276-282 y 299-303; D. GIOFFRÈ, *Il commercio d'importazione genovese alla luce dei registri del dazio (1495-1537)*, en *Studi in onore di Amintore Fanfani*, V, Milán, 1962, pp. 149-151 y 240).

controladas por los operadores de diversos orígenes residentes en la capital, quienes, en las cercanías del XVI, seguían estableciendo el transporte marítimo de las lanas con arreglo a la misma división de funciones instaurada un siglo antes: los agentes extranjeros asumían en esencia el rol de exportadores, mientras los mercaderes autóctonos (valencianos y, ahora también, aunque en menor medida, castellanos) eran los que contactaban con los ganaderos del interior y los que suministraban a los primeros las partidas a embarcar, asegurándose - por tanto - un hueco insustituible en la cadena de contratación⁷⁷.

Por lo que se refiere al segundo de los tráficos que hemos mencionado, el de los tejidos, cabe reseñar que en la oferta mantenida por la ciudad de Valencia durante el XV convivieron en buena lógica dos grandes tipos merceológicos: el de los paños de producción local y el de los géneros de procedencia foránea. En el seno del primero de estos ámbitos se asistió como gran novedad al desarrollo de unas labores sederas impulsadas desde 1450, y aún más desde 1470, por la influencia técnica y empresarial genovesa y por el éxito de un terciopelo negro cada vez más requerido por los gustos de la moda europea⁷⁸. Pero, junto a este sector, continuó existiendo una pañería de nivel medio, cuya tradición arrancaba del XIV y que conservó su vigor a lo largo del siglo siguiente gracias a la elaboración de ropas hechas a imitación de las flamencas y a la adopción del cordellate - un paño estrecho y liviano de lana o lino que podía conseguir un óptimo grado de calidad - como tejido preferente a la hora de difundir comercialmente esta industria. Una difusión que se producía tanto en el interior de la sociedad autóctona (con una aparentemente escasa circulación de paños que podían ser vendidos al detalle por los mismos artesanos o por los tenderos y comerciantes) como, en especial, de cara al abastecimiento de mercados como los andaluces o los sicilianos. Esto motivó la creación de intensas líneas exportadoras en las que participaban operadores valencianos, italianos o de otros orígenes y que llegaron a suponer en hipótesis, al menos para finales del Cuatrocientos, el grueso de los negocios cerrados en torno a esta producción. Así, bajo este esquema, el crecimiento del textil valenciano dependería en buena medida de las condiciones de su demanda exterior, a la sombra de la cual fueron asentándose grandes fortunas mercantiles en el medio urbano⁷⁹.

⁷⁷ Las características de los dos circuitos laneros y de la división de funciones que acabamos de mencionar constan en E. CRUSELLES, *Comercio y mercado*, cit., pp. 175-178 y 193, y D. IGUAL, *Valencia e Italia*, cit., pp. 43, 307-308 y 325-327. La concreción de ambas realidades en la Valencia del tránsito del XV al XVI no impide que puedan observarse simultáneamente estrategias mercantiles distintas a las apuntadas. Así, por un lado, es posible encontrar testimonios minoritarios relativos al contacto directo que podían establecer los mercaderes extranjeros exportadores con los ganaderos productores, obviando en consecuencia la intermediación de los naturales del país. Mientras, por el otro, también son evidentes las muestras de partidas laneras no dirigidas a la exportación sino a su redistribución interna. Y es que, por descontado, no todas las fibras que circulaban por el territorio valenciano salían del mismo, puesto que una parte significativa permanecía en el reino para ser utilizada por los profesionales de la industria local. De esta manera, se definió una estructura de mercado paralela a la del comercio exterior y articulada por productores, mercaderes y consumidores, en la que participaban no sólo los operadores valencianos sino también los extranjeros. De hecho, incluso algunas empresas foráneas, sobre todo ligures y lombardas, llegaron a intervenir directamente en estos momentos a caballo del 1500 en la producción urbana de paños, bien a través de inversiones realizadas en los talleres locales, bien mediante la importación de técnicas y trabajadores desde Italia (D. IGUAL, *ibidem*, pp. 355-360).

⁷⁸ G. NAVARRO, *Los genoveses y el negocio de la seda en Valencia (1457-1512)*, en "Anuario de Estudios Medievales", 24, 1994, pp. 201-224; ID., *Velluteros ligures en Valencia (1457-1524): la promoción de un saber técnico*, en *Le vie del Mediterraneo. Idee, uomini, oggetti (secoli XI-XVI)*, a cura di G. AIRALDI, Génova, 1997, pp. 201-211; ID., *Los orígenes de la sedería valenciana (siglos XV-XVI)*, Valencia, 1999.

⁷⁹ Las características de la pañería valenciana en el Cuatrocientos y las condiciones de su difusión comercial figuran en P. IRADIEL, *El segle XV. L'evolució econòmica*, en *Història del País Valencià*, II, Barcelona, 1989, pp. 311-318; E. CRUSELLES, "Todo es cerrazón y noche". *La sociedad urbana valenciana en la encrucijada a los tiempos modernos*, en "Revista d'Història Medieval", 3, 1992, pp. 127-129; e ID., *El mercado de telas y "nuevos paños ligeros" en Valencia a finales del siglo XV*, en "Acta Historica et Archaeologica Mediaevalia", 19, 1998, pp. 266-267. Acerca de la penetración de esta manufactura en Sicilia, que fue muy evidente desde 1420, véase M. AYMARD, *Commerce et consommation des draps en Sicile et en Italie méridionale (XV^e-XVIII^e siècles)*, en *Produzione, commercio e consumo dei panni di lana (nei secoli XII-XVIII)*. *Atti della 2ª Settimana di Studio dell'Istituto Internazionale di Storia Economica 'F. Datini'*, a cura di M. SPALLANZANI, Florencia, 1976, pp. 127-130; H. BRESCH, *La draperie catalane au miroir sicilien, 1300-1460*, en "Acta Historica et Archaeologica Mediaevalia", 4, 1983, pp. 119-125; y D. IGUAL, *Las galerías*, cit., pp. 195-196. Mientras, su presencia en los mercados andaluces puede seguirse a través de la misma bibliografía citada *supra* en la nota 47. Incluso el propio autor del *Nottario di più chose* consideró destacada esta presencia al reseñar, entre las noticias de mediados del XV, que "portasi in Sibilìa d'Ispangna panni di Valenza e d'intorno a Valenza" (*Libro*

Aparte, y en relación con los paños foráneos, las manufacturas lujosas de lana y seda de fabricación italiana siguieron penetrando en la Valencia de la última centuria medieval tal y como lo habían hecho también durante el Trecentos. De ahí que, tal vez, el fenómeno más resaltable al respecto acontecido ahora radicara en la entrada masiva en la ciudad de artículos extranjeros más asequibles de uso común en forma de prendas ligeras de lana o, mejor, de telas de algodón, cañamazo y lino y de tejidos como los fustanes donde se mezclaba la lana con alguna fibra vegetal. Con la importación de esta clase de ropas se comprobaría una vez más a nivel local el peso de la reconversión hacia el tráfico de bienes más corrientes que vino propiciada por los efectos ya conocidos de la “crisis” de la Baja Edad Media. Pero, además, con ello se corroboraría asimismo la posible ausencia de una oferta suficiente de telas de similares características a las citadas de ascendencia propiamente autóctona. De esta manera, la demanda valenciana de telas baratas debió cubrirse con amplias remesas de mercancías procedentes ya no sólo de Italia, sino también del área flamenca desde inicios del XV (e incluso antes) y del sur francés o de la Alemania meridional sobre todo a partir de 1475. Sea como fuere, y en ambos casos (manufacturas lujosas y prendas ligeras), la llegada de las partidas a la capital daba paso a una redistribución interna de las mismas en beneficio tanto de la gran ciudad como del resto de poblaciones de su reino. Y dicha redistribución, de nuevo en los años más próximos a 1500, quedó básicamente en manos de empresas extranjeras, las cuales - como las italianas - habían desarrollado sus propios cauces de venta al detalle y de contacto directo con los consumidores o, por el contrario, como las alemanas y las francesas, necesitaban la interposición de tenderos locales para asegurar su intervención en la red económica valenciana⁸⁰.

Por último, sobre el mercado del pastel, son de subrayar tres cuestiones. La primera atañe al hecho que este tinte vegetal originó circuitos de transporte muy intensos por toda Europa, puesto que era la materia con la que solía rematarse la mayor parte de telas que no eran blancas, si bien su escaso poder colorante frente a otras sustancias obligó a utilizar grandes cargamentos y a seleccionar las plantas de mejor clase. Durante el Cuatrocientos, la Lombardía al sur del Po, entre el río y los Apeninos, y la zona de Toulouse, entre el Albigeois y el Lauragais, reunieron algunas de esas cosechas de más valor⁸¹. Y de ambos territorios llegaron entonces importantes cantidades a Valencia, no sólo para alimentar la producción pañera urbana sino también para proporcionar materia prima a los tintoreros locales, que lograron un elevado nivel técnico capaz de competir fuera de sus fronteras y de especializarse, incluso, en el acabado de tejidos foráneos⁸². En cualquier caso, en un primer momento fueron más abundantes las importaciones italianas. Éstas arribaban a la costa mediterránea ibérica desde los puertos de Génova y Savona y estaban controladas esencialmente - tanto en su llegada marítima como en su posterior reparto interno - por mercaderes ligures y lombardos, quienes alcanzaron entre 1450-1500 cotas cercanas al 80 % de participación en el conjunto de este comercio. Únicamente a partir del último cuarto del siglo XV,

intitolato, cit., ff. 44v y 59r-v).

⁸⁰ La evolución de las importaciones textiles y los rasgos de su mercado redistribuidor resumen las informaciones más detalladas que constan en E. CRUSELLES, *El mercado de telas*, cit., pp. 248-249 y 253-264; D. IGUAL, G. NAVARRO, *Relazioni economiche*, cit., pp. 84-85; y D. IGUAL, *Valencia e Italia*, cit., pp. 38-39, 317, 341, 377, 440 y 457-458. En cualquier caso, y en particular, el análisis de la penetración en Valencia de la pañería ligera debe contextualizarse en el marco de una tendencia de difusión de alcance europeo, como se aprecia para el caso concreto del textil flamenco en F. MELIS, *La diffusione nel Mediterraneo occidentale dei panni di Wervicq e delle altre città della Lys attorno al 1400*, en ID., *I mercanti italiani*, cit., pp. 317-344; y, más recientemente, en varios de los estudios incluidos en *La draperie ancienne des Pays-Bas: débouchés et stratégies de survie (14^e-16^e siècles)*, ed. por M. BOONE y W. PREVENIER, Leuven-Apeldoorn, 1993.

⁸¹ F. BORLANDI, *Il commercio del guado nel Medioevo*, en *Storia dell'economia italiana. Saggi di storia economica*, I, a cura di C.M. CIPOLLA, Turín, 1959, pp. 263-284; G. CASTER, *Le commerce du pastel et de l'épicerie à Toulouse de 1450 environ à 1561*, Toulouse, 1962, pp. 3-63.

⁸² Aunque la Península Ibérica bajomedieval también contó con plantaciones de pastel (en Toledo, Cuenca, Murcia, Gerona y la misma Valencia), no parece que estas producciones tuvieran gran peso a la hora de abastecer a la industria valenciana, que se nutrió fundamentalmente de este tinte por las vías de la importación (J.M. GUAL, *El pastel en la España medieval: datos de producción, comercio y consumo de este colorante textil*, en “Miscelánea Medieval Murciana”, 10, 1983, pp. 133-165; J.V. GARCÍA, *Producción y comercio de las plantas tintóreas en el País Valenciano bajomedieval*, en *2ème Congrès International 'Pastel, indigo et autres teintures naturelles: Passé, présent, futur'*, sous la direction de D. CARDON et alii, Arnstadt, 1998, pp. 87-94).

coincidiendo con cierta pérdida de calidad del cultivo lombardo y de acuerdo con el desplazamiento general que se produjo en la contratación internacional de este colorante, el pastel francés comenzó a aparecer con notable frecuencia en el mercado valenciano, donde se impuso definitivamente a lo largo del XVI gracias a la intervención de agentes de Burgos, Albi, Aviñón y Perpiñán y a la instauración de itinerarios permanentes de suministro procedentes de Aigües Mortes, Colliure, Villefranche y Serignan⁸³.

La segunda cuestión a comentar afecta a la imagen que deja traslucir la circulación del tinte importado en el interior de la sociedad regnícola, que no siempre se manifiesta uniforme. Así, y en referencia exclusiva al pastel lombardo de la segunda mitad del Cuatrocientos, su distribución en Valencia podía presentar dos direcciones: de importador italiano a mercader intermediario ibérico, que adquiriría partidas grandes de material con el fin de efectuar un nuevo reparto a favor de otros consumidores; o, con preferencia, de importador italiano a artesano productor hispano (tintorero o pelaire) que conseguía en compras repetidas y sucesivas el sustento de su trabajo, mediante cantidades que rara vez superaban el mínimo para disponer hipotéticamente una caldera de tinte⁸⁴ y por precios progresivamente más bajos según avanzaba la centuria, en una deflación sintomática de la copiosidad de la oferta⁸⁵. El predominio de esta segunda modalidad comercial generó un cuadro abastecedor definido por fuertes rasgos de cotidianidad y capilaridad en las actividades desarrolladas por unas empresas extranjeras que no sólo poseían sus propias infraestructuras de venta directa al detalle, sino que, además, demostraban un excepcional talento en la penetración comarcal desde el núcleo capitalino. La presencia ocasional en Valencia de artesanos de todo el reino y de algunas poblaciones castellanas y aragonesas o, incluso, el desplazamiento en persona de los factores italianos residentes en la gran urbe hacia esas otras localidades sirvieron a estos operadores para desparramar sus negocios por el interior peninsular o por el norte y el sur valencianos⁸⁶, hasta tejer amplias vías de conexión que debían ofrecer beneficios importantes a sus protagonistas.

Finalmente, y como tercer aspecto destacable en la concreción de este mercado tintóreo, habría que señalar la función brindada al mismo pastel lombardo como instrumento de permuta por materias primas y manufacturas locales. Según las informaciones notariales valencianas, el pago de los contratos de compraventa de colorante podía estipularse en metálico, aunque en muchas oportunidades quedaba fijado a través del canje de paños autóctonos o de lana. Éste último fue el más corriente, lo que señala hasta qué punto tal intercambio (el de tinte por fibra) caracterizó mayoritariamente las relaciones comerciales mantenidas entre Génova-Lombardía y la Corona de Aragón en el tránsito a la Modernidad⁸⁷. En cualquier caso, la reversión de este tipo de artículos en manos de los importadores foráneos sirvió para agilizar sus exportaciones o para favorecer una segunda distribución de los mismos en Valencia. Y es que, desde 1450, no faltan los ejemplos biográficos de mercaderes genoveses o lombardos que, aparte del reiterado reparto de pastel en

⁸³ J. GUIRAL, *Valencia, puerto mediterráneo*, cit., pp. 404-408; D. IGUAL, *Le marché du pastel dans la Valence médiévale*, en *2ème Congrès International 'Pastel, indigo*, cit., pp. 115-117; F. BRUMONT, *La commercialisation du pastel toulousain (1350-1600)*, en "Annales du Midi", 106, 1994, pp. 25-40.

⁸⁴ Las compras repetidas citadas solían concretarse por partidas de 1 carga y 1 arroba *primes* o sus múltiplos, en medida valenciana de la época. Esta cifra equivalía a unos 138 kilos actuales, peso coincidente con el calculado por Ghiara para Génova como el necesario para poner en marcha una caldera de tinte, tal y como apuntamos en el texto como hipótesis también para el caso de Valencia (C. GHIARA, *L'arte tintoria a Genova dal XV al XVII secolo. Tecniche e organizzazione*, Bolonia, 1976, p. 11).

⁸⁵ Dichos precios pasaron de 8 y 9 libras valencianas por carga de pastel lombardo entre 1452-1470 a 6 y 7 libras en el decenio de 1490 (D. IGUAL, *Valencia e Italia*, cit., p. 344). Tal bajada afectó también en su momento al tinte de origen tolosano, que pasó de unas 10 libras de valoración por carga hacia 1494 a las entre 7 y 8 libras en que llegó a ser vendido en Valencia en 1507-1508 (J. GUIRAL, *Valencia, puerto mediterráneo*, cit., pp. 406-407).

⁸⁶ En concreto, determinados análisis documentales realizados siempre para la cronología 1450-1500 estiman en unas 30 las poblaciones valencianas (aparte de otras dos aragonesas y casi una decena de castellanas) que podían beneficiarse de la capacidad redistributiva de los mercaderes importadores asentados en la capital (D. IGUAL, *Valencia e Italia*, cit., pp. 343, 346-354 y 448). Y esta línea de abastecimiento se manifestaba esencial para el mantenimiento de la economía artesanal de las distintas localidades menores afectadas (P. IRADIEL *et alii*, *Oficios artesanales y comercio en Castelló de la Plana (1371-1527)*, Castellón, 1995, pp. 95-101).

⁸⁷ J. GUIRAL, *Valencia, puerto mediterráneo*, cit., pp. 111-112; G. CALAMARI, *Materie prime nel traffico tra Genova e Catalogna nel Quattrocento*, en *Atti del Iº Congresso Storico Liguria-Catalogna*, cit., pp. 529-549.

pequeñas partidas, se dedicaban simultáneamente a la venta de lana y de paños de origen ibérico a mercaderes, artesanos, agricultores y notarios del reino, nuevamente tanto de la capital como de otras villas menores⁸⁸. Se clausuraba de esta manera un circuito de importación, distribución, consecución de productos locales y exportación o nueva distribución, al que se consagraban con esmero los italianos atraídos por este tráfico y que muestra lo laberínticos que podían llegar a ser los vínculos mercantiles, no siempre fácilmente reductibles a términos de elementales rutas de relación de doble sentido.

5. *A modo de conclusión: mercaderes, clientelas y circuitos comerciales*

En nuestra opinión, el interés de los casos que acabamos de examinar, aparte de suponer una aplicación a escala local de dinámicas mucho más generales, radicaría en haber puesto el énfasis en los diversos actores que podían protagonizar un mercado como el valenciano, en calidad de productores agrícolas o artesanales, de propietarios rurales, de tenderos, de mercaderes locales o de mercaderes extranjeros. Como apuntan los ejemplos especificados, estos diferentes grupos asumían respectivamente papeles de suministradores o consumidores de materias primas alimentarias o industriales, de clientes de productos suntuarios, de intermediarios en la distribución o de importadores/exportadores, y facilitaban que todos los tipos merceológicos pudieran fundar su funcionamiento sobre dos sistemas más o menos dominantes según cada caso: el de la venta de productor inmediato a exportador o de importador a usuario directo; y el de la entrega de importador a mediador intercesor hacia los consumidores o de mediador a exportador. Pero lo más importante sería observar cómo la articulación jerárquica e integradora entre dichos grupos permitía constituir unas redes muy entrelazadas entre sí, con las cuales las mercancías que circulaban por Europa y el Mediterráneo y que alcanzaban el litoral valenciano podían propagarse hacia el interior, de la misma manera que también los productos ibéricos hallaban en tales redes la base de su difusión exterior. Además, y al respecto de esta misma vertebración de las rutas mercantiles, una atención particular merece la imbricación lograda en este ámbito geográfico entre operadores autóctonos y foráneos, especialmente italianos. Y es que, como se habrá apreciado, la Valencia de los instantes finales de la Edad Media contempló al mercader inmigrado controlando sobre todo los vínculos de la ciudad y su reino con el exterior, mientras el natural del país trataba de dominar las rutas internas de negociación a causa de su labor predominantemente intermediaria. Así, espacios y hombres llegaron a aparecer repartidos, sin que ello implicara una renuncia absoluta de los extranjeros a terciar en los circuitos locales (como demostraría el caso del pastel)⁸⁹, ni de los valencianos a participar en los beneficios del gran comercio continental. Esta división de tareas - siempre relativa y más evidente en el mercado lanero que en ningún otro - pudo crear una especie de conjugación de intereses entre ambos grupos comerciales, la cual debió estar en la base del despegue económico del territorio al menos desde los últimos decenios del Trecentos. Por ello, sin negar el dinamismo de las élites foráneas presentes en el Mediterráneo ibérico ni su función revalorizadora de corrientes de tráfico de áreas muy extensas, lo más resaltable de los eventos citados sería la oportuna ubicación de las acciones extranjeras en el contexto socioeconómico peninsular y la vitalidad de las iniciativas promovidas en paralelo por los

⁸⁸ Véanse los ejemplos biográficos indicados en D. IGUAL, *Valencia e Italia*, cit., pp. 343-345 y 448-449. Y, también, aunque de forma más general en relación sólo a los lombardos, en P. MAINONI, *Mercanti lombardi tra Barcellona e Valenza nel Basso Medioevo*, Bolonia, 1982.

⁸⁹ En general, el avance de las investigaciones sobre la presencia de mercaderes extranjeros en determinadas realidades urbanas europeas (y no sólo en Valencia) impide aseverar ya con rotundidad que éstos evitaban casi siempre las transacciones locales y se dedicaban sólo a las exteriores. Si bien estaban obviamente más presentes en los asuntos de mayor magnitud cuyo coste era insostenible para los pequeños y medianos agentes autóctonos, la racionalidad de los negociadores emigrados les impedía despreciar las abundantes ocasiones de intervención brindadas por el mercado de corto alcance, con lo que sus movimientos entraban en el seno de la dinámica de la ciudad receptora. Así se deja entrever, por ejemplo, para Sicilia en G. PETRALIA, *Banchieri e famiglie mercantili nel Mediterraneo aragonese. L'emigrazione dei pisani in Sicilia nel Quattrocento*, Pisa, 1989; y en un debate publicado acerca de los estudios de S.R. Epstein sobre la isla italiana, que cuenta con dos intervenciones del mismo G. Petralia (*La nuova Sicilia tardomedievale: un commento al libro di Epstein y Alcune precisazioni*, en "Revista d'Història Medieval", 5, 1994, pp. 137-162 y 169-173, respectivamente) y con una del propio Epstein (*A reply*, en *ibidem*, pp. 162-169).

agentes locales. Una visión que se aparta de cualquier tipo de percepción “colonial” de la economía valenciana de la época⁹⁰.

Pese a la aparente claridad de estas conclusiones y de los argumentos de los que surgen, el problema consistiría en saber hasta qué punto dichas ideas reproducen comportamientos e integraciones aplicables a la mayor parte de mercados europeos del período de transición a la Edad Moderna. En este sentido, es obvio que algunos otros análisis disponibles sobre nuestra temática para los siglos XIII-XVI conducen a situaciones muy similares a las valencianas en cuanto a la complejidad de los vínculos mercantiles y a los contactos existentes entre las diversas esferas de intercambio. Así, y por seguir centrándonos en la Península Ibérica, el conocimiento que se tiene de la estructura con que se organizó la exportación del aceite sevillano en el XV, por ejemplo, vuelve a poner de manifiesto la conexión directa que algunos tráficos agrícolas de carácter muy especulativo exigían entre productores rurales (aristocracia andaluza) y exportadores (mercaderes genoveses) para canalizar las cosechas hacia la costa⁹¹. Mientras, los nexos comerciales erigidos por entonces entre Barcelona y las tierras interiores catalanas y del valle del Ebro recalcarían de nuevo la presencia casi inevitable de los mercaderes locales (en esta ocasión, catalanes y aragoneses) a la hora de controlar el mercado interno y, por tanto, de guiar hacia los puertos litorales los cargamentos a exportar o redistribuir (cereales, lana, cueros, madera y azafrán) y de llevar en dirección contraria mercancías venidas de ultramar (especias, tejidos de alta calidad, algodón, alumbre, tintes y azúcar)⁹². Y a esta misma doble actividad se dedicaban algunas grandes compañías de Burgos y Medina del Campo estudiadas para los siglos XV-XVI⁹³. Éstas importaban productos del extranjero para repartirlos después por numerosos mercados ibéricos y, a la vez, aunque en menor grado, también adquirirían artículos españoles para venderlos en el mismo espacio comercial o para llevarlos fuera de las fronteras peninsulares. Tales tratos - desarrollados en un marco de fuerte diversificación de los negocios - podían verificarse en el ciclo ferial medinense mediante los socios o representantes empresariales que se desplazaban periódicamente allí, si bien las citadas compañías contaban asimismo con una red permanente de agentes, comisionados o factores apostados en las principales plazas económicas hispanas. Ambos sistemas posibilitaron a estos mercaderes castellanos contactar con clientelas muy extendidas territorialmente y compuestas en lo esencial por otros agentes minoristas (comerciantes y

⁹⁰ Hoy en día, y desde hace tiempo, la imagen de Valencia como “auténtica colonia de los italianos” (M. DEL TREPPO, *Els mercaders catalans*, cit., p. 549) está siendo muy matizada, cuando no plenamente abandonada, en función de factores como los que acabamos de reseñar. Véase, si no, P. IRADIEL, *En el Mediterráneo*, cit., pp. 64-65, 70-71 y 74; y D. IGUAL, *Valencia e Italia*, cit., pp. 476-481. Y ello se produce en el seno de una revisión más drástica y general de los postulados del “colonialismo económico” (con sus conceptos derivados de dualismo entre centros y periferias y de dependencia e intercambio desigual) como marcos adecuados de interpretación del conjunto de las relaciones comerciales internacionales entre los siglos XIII-XVI. Como es bien sabido, tal revisión halla de nuevo en la Sicilia de Epstein su formulación más contundente desde las perspectivas teórica y factual (S.R. EPSTEIN, *Potere*, cit., especialmente pp. 4-9, 27 y 75-83; ID., *Dualismo economico, pluralismo istituzionale in Italia nel Rinascimento*, en “*Revista d’Història Medieval*”, 6, 1995, pp. 63-77), pero también encuentra buenos argumentos para el caso de la Península Ibérica, como los que se han apuntado -aparte de Valencia- para Andalucía (P. IRADIEL, *El Puerto de Santa María*, cit., p. 19; M.Á. LADERO, *Andalucía*, cit., pp. 77-78; J.E. LÓPEZ DE COCA, *El reino nazarí de Granada y los medievalistas españoles. Un balance provisional*, en ‘*La historia medieval en España*, cit., pp. 156-159) y para la Castilla norte (H. CASADO, *Comercio*, cit., p. 57).

⁹¹ A. COLLANTES, *Mercaderes genoveses, aristocracia sevillana y comercio del aceite en el siglo XV*, en *Tra Siviglia e Genova: Notaio, documento e commercio nell’età colombiana. Atti del Convegno Internazionale di Studi Storici per le celebrazioni colombiane*, a cura di V. PIERGIOVANNI, Milán, 1994, pp. 345-359. La estructura descrita sería parecida, recuérdese, a la organizada a finales del XV alrededor de la fruta seca valenciana.

⁹² A. RIERA, G. FELIU, *Activitats*, cit., p. 183. El intento de control del mercado interno por parte de los naturales del país que reflejan estas noticias de Barcelona, como muchas de las aportadas antes sobre Valencia, fue norma habitual a lo largo de la Baja Edad Media en la Península Ibérica. Aquí, la política de dominación urbana y mercantil, difícil de realizar en el marco de los grandes circuitos de intercambio internacional, miraba a objetivos más cercanos, puesto que era más fácil asegurarse el control de las comarcas rurales vecinas que obtener el de las rutas lejanas (P. IRADIEL, *La crisis*, cit., pp. 115-116).

⁹³ Esas compañías son las de Simón Díaz el Rico y Juan de Castro (1465-1467), Miguel Zamora y socios (1552-1556), los Salamanca (1551-1554), Simón Ruiz (1555-1558) y los Bernuy (1539-1550). Para su estudio, véase H. CASADO, *Crecimiento*, cit., sobre todo pp. 290, 295-305 y 308, así como los distintos mapas incluidos en estas referencias, donde se reproduce la extensión de las redes de negocios organizadas por tales empresas.

tenderos) y, sólo en ocasiones, por consumidores finales. Pero esto era así salvo en casos como el de la distribución en España de pastel importado que alguna de estas empresas llevó a cabo durante el Quinientos, donde - al igual que en la Valencia de un siglo antes - predominaba (en número de clientes y de compras) el acuerdo directo con los artesanos o con gentes relacionadas de alguna manera con la industria textil⁹⁴.

No obstante, es indiscutible que realidades como las que estamos señalando son apreciables también desde observatorios distintos a los hispánicos. De esta forma, en los vínculos establecidos en la Florencia de 1480-1530 entre mercaderes castellanos y empresarios sederos toscanos en torno al tráfico de lana y paños se instauró un esquema por el que todos los operadores afectados acababan sacando beneficios. Los primeros vendían fibra española a los segundos quienes, como intermediarios, la distribuían en pequeñas cantidades a los talleres pañeros urbanos para entregar a cambio tejidos de seda que cubrían una parte del valor del comercio. Éste, sin embargo, únicamente conseguía equilibrarse haciendo derivar el cierre definitivo de los tratos en Lyon, donde los castellanos adquirían otras manufacturas y materias primas, mientras los toscanos se lucraban prestando servicios bancarios, aseguradores y de traslación financiera⁹⁵. Con ello no sólo se aseguraba la adecuada comunicación entre las líneas locales e internacionales del mercado y la extensión de su influencia por un buen número de personas interesadas (importadores, distribuidores, consumidores), sino que además se componía un diseño de relación en el que una corriente claramente importadora (la de la lana llegada a Florencia) quedaba integrada en una red triangular de negociación y escindida en múltiples tratos importadores, exportadores o de redistribución interna en que se insertaban conectados varios niveles de intercambio. Algo - esto último - cualitativamente similar a lo que sucedía con el tránsito de grano por el puerto de Roma entre los siglos XIV-XV, aunque desarrollado a otra escala, por supuesto. Y es que también en este caso, coincidiendo con la imagen de muchos mercados cerealistas de la Europa bajomedieval, se articularon diversos sectores de contacto comercial estrechamente interdependientes: el mercado propiamente ciudadano, donde se intentaba mantener en su franja más baja posible los precios de la multitud de transacciones realizadas; el espacio de relación entre productores internos y centros de consumo, dibujado igualmente con precios bajos; y el sector del circuito interregional e internacional, caracterizado por transportes masivos sobre largos recorridos y concretado con precios más altos⁹⁶.

En definitiva, creemos que con la suma al ejemplo valenciano de estos modelos de práctica mercantil, y de otros que podríamos seguir exponiendo reiteradamente, se comprobarían al menos tres elementos en los que hemos venido insistiendo a lo largo de las páginas precedentes, y que volvemos a remarcar ahora para finalizar: primero, la auténtica repercusión en ámbitos locales de las grandes vías del comercio; segundo, las hipotéticas conexiones verificadas históricamente entre macrocircuitos y microcircuitos, o entre los grandes diseños de la difusión internacional de los productos y los bocetos regionales de una difusión de más corto alcance; y tercero, el protagonismo

⁹⁴ Así sucedió con la compañía de los Bernuy y la intensa actividad que desplegó al menos entre 1546-1550 en la comercialización por la península de este tinte, el cual procedía ahora de la zona de Toulouse (H. CASADO, *El comercio del pastel. Datos para una geografía de la industria pañera española en el siglo XVI*, en "Revista de Historia Económica", VIII/3, 1990, pp. 529-539; ID., *Finance et commerce international au milieu du XVI^e siècle: La Compagnie des Bernuy*, en "Annales du Midi", 103, 1991, pp. 323-343). Quizá la razón del cambio de conducta en la estrategia mercantil residiría en el carácter altamente especulativo del comercio pastelero, que daba grandes beneficios pero que, a cambio, exigía unas condiciones especiales de distribución (ID., *Crecimiento*, cit., pp. 302-303). En cualquier caso, la actividad concreta de esta empresa debe enmarcarse en la tendencia más amplia manifestada por los mercaderes castellanos de la época a la hora de tratar de controlar una buena parte de las exportaciones del pastel tolosano, en dirección no sólo a España sino también a otros países europeos (ID., *Le rôle des marchands castillans dans la commercialisation internationale du pastel toulousain (XV^e et XVI^e siècles)*, en *2ème Congrès International Pastel, indigo*, cit., pp. 65-70).

⁹⁵ B. DINI, *Mercanti spagnoli a Firenze (1480-1530)*, en ID., *Saggi*, cit., pp. 294-304.

⁹⁶ L. PALERMO, *Mercati del grano a Roma tra Medioevo e Rinascimento. I. Il mercato distrettuale del grano in età comunale*, Roma, 1990, pp. 1-62. Sobre los argumentos de esta obra, véase también la síntesis interpretativa que consta en M. TANGHERONI, *Trasporti*, cit., pp. 44-45, y que es aplicable en general al comercio europeo de cereales de la Baja Edad Media, según se reproduce en ID., *Commercio*, cit., p. 395, y, con anterioridad, en ID., *Aspetti del commercio dei cereali nei paesi della Corona d'Aragona. I. La Sardegna*, Cagliari, 1981, p. 21.

que en la construcción de dichas conexiones consiguieron los operadores que concurrían en el mercado, ya fuera en su función de comerciantes y, por tanto, de creadores de redes de actuación de dimensiones e irradiaciones complejas, ya fuera como clientelas de consumo o de suministro de productos que ayudaban a dilatar socialmente las pautas de negociación. Culminaría así la combinación de perspectivas que hemos tratado de mostrar desde el inicio de la ponencia, más a modo de propuesta de trabajo que no de argumentación cerrada y concluyente. Una propuesta que, gracias sobre todo al tercer elemento que acabamos de mencionar, debe servir en último extremo para recuperar el componente social de toda historia económica porque, parafraseando las palabras expresadas por el profesor Grohmann en la *XXX Settimana di Studi*, pensamos que parece éste un buen momento historiográfico para volver a situar en el centro del análisis al hombre o, mejor, a las colectividades humanas, tomando nota de los factores estructurales que llegaban a condicionarlas en su desarrollo y en cuyo seno deben integrarse, por ejemplo, ofertas, demandas y realidades merceológicas⁹⁷.

⁹⁷ A. GROHMANN, *Potere economico*, cit., pp. 29-30. De este mismo autor, y al respecto asimismo de los componentes que deben integrar la historia económica, consúltese *Il ruolo dell'economico negli studi sul Medioevo oggi. Riflessioni brevi e appunti per una discussione*, en "Proposte e ricerche", 27, 1991, pp. 147 -154.