

David Igual Luis  
**Más allá de Aragón.  
Historia e historiografía  
de los mercados medievales**

[A stampa in *Una economía integrada. Comercio, instituciones y mercados en Aragón, 1300-1550*, a cura di Carlos Laliena Corbera e Mario Lafuente Gómez, Zaragoza 2012, pp. 69-95 © dell'autore - Distribuito in formato digitale da "Reti Medievali", [www.retimedievali.it](http://www.retimedievali.it)]

*1. Los estudios actuales sobre el mercado y el caso aragonés*

Durante el año 2010, el Instituto Datini de Prato dedicó su *XLII Settimana di Studi* a proponer un diagnóstico sobre los métodos y las perspectivas actuales de la historia económica. En este foro, Laurence Fontaine recordó una obviedad: que la historia se relaciona siempre con la época desde la que trabajan los historiadores, y que no se puede hacer como si la ciencia histórica evolucionara fuera de determinados contextos<sup>1</sup>. En tal sentido, la dura crisis que vivimos hoy en España y en Europa, en la que los famosos "mercados" están teniendo mucho que decir, viene propiciando numerosos estudios sobre la realidad y el significado de dichos mercados, en el presente pero también en el pasado<sup>2</sup>. No obstante, quizá como previendo el futuro, ya antes del desencadenamiento definitivo de esta crisis se producían iniciativas al respecto. Valga como muestra el que, en junio de 2008, se celebró en la localidad francesa de Cerisy el coloquio *L'activité marchande sans le marché?*. Entonces faltaban pocas semanas para que estallaran los problemas del sistema financiero internacional, que han acabado por arrastrarnos a la debacle económica. Pues bien: en este marco, y como recogen las actas del coloquio editadas asimismo en 2010, el objetivo del encuentro era someter la noción de mercado al filtro de la crítica, sobre todo desde el momento en que dicha noción (llena a menudo de connotaciones totalizantes y reguladoras) suele enmascarar el funcionamiento real de la actividad mercantil<sup>3</sup>.

Probablemente, la reunión de Cerisy debería situarse en una línea de reflexiones (de presente y de pasado, insisto en ello) parecida a la que permitió afirmar a Stephan Epstein en 2003 que existía un "redescubrimiento de los mercados" por parte de los investigadores de la Edad Media. El autor aludía a un recorrido de quince o veinte años atrás para justificar que el tema del mercado era, ya en la última fecha indicada, central en la historiografía económica más avanzada<sup>4</sup>. Siempre dentro del medievalismo, Epstein otorgaba el protagonismo de esta circunstancia a los expertos angloamericanos y, en efecto, a ellos —especialmente a los británicos— cabe atribuir buena parte de la renovación de los parámetros sobre la cuestión<sup>5</sup>. Sólo hay que rememorar el énfasis con el que

---

<sup>1</sup> Laurence FONTAINE, "La crise du paradigme économique", *Dove va la storia economica? Metodi e prospettive. Secc. XIII-XVIII*, cur. Francesco Ammannati, Atti della "Quarantaduesima Settimana di Studi" dell'Istituto Internazionale di Storia Economica "F. Datini" (Prato, 18-22 aprile 2010), Firenze University Press, Florencia, 2011, p. 537.

<sup>2</sup> Por ejemplo, Philippe ASKENAZY y otros, *Manifiesto de economistas aterrados*, Pasos Perdidos y Barataria, Madrid, 2011; José Ignacio RUIZ RODRÍGUEZ y Francisco MOCHÓN, *El colapso de Occidente. La crisis ante la Historia*, Del Serbal, Barcelona, 2011; Carmen M. REINHART y Kenneth S. ROGOFF, *Esta vez es distinto: ocho siglos de necesidad financiera*, Fondo de Cultura Económica, Madrid, 2011; y Flocel SABATÉ y Joan FARRÉ, coord., *El mercat: un món de contactes i intercanvis*, XVI Curs d'Estiu Comtat d'Urgell (Balaguer, 6, 7 i 8 de juliol de 2011), Lérida, en prensa.

<sup>3</sup> Armand HATCHUEL y otros, dir., *L'activité marchande sans le marché?*, Colloque de Cerisy (2-8 juin 2008), Presses des Mines, París, 2010. Tomo la justificación del coloquio de su texto introductorio: Armand HATCHUEL y otros, "Introduction-résumé. Le marché, une notion si équivoque ...", sobre todo p. 11.

<sup>4</sup> Stephan R. EPSTEIN, "Nuovi sviluppi nella storia economica", *Medievalisme: noves perspectives*, coord. Flocel Sabaté y Joan Farré, VII Curs d'Estiu Comtat d'Urgell (Balaguer, 10, 11 i 12 de juliol de 2002), Pagès Ed., Lérida, 2003, pp. 36-37. La misma fórmula ("redescubrimiento del mercado") figura en Paulino IRADIEL MURUGARREN, "La crisis bajomedieval, un tiempo de conflictos", *Conflictos sociales, políticos e intelectuales en la España de los siglos XIV y XV*, coord. José Ignacio de la Iglesia Duarte, XIV Semana de Estudios Medievales (Nájera, del 4 al 8 de agosto de 2003), Instituto de Estudios Riojanos, Logroño, 2004, p. 28.

<sup>5</sup> Así se reconoce en José Ángel SESMA MUÑOZ y Carlos LALIENA CORBERA, "Crecimiento económico y formación de los mercados en Aragón (1200-1350)", *Crecimiento económico y formación de los mercados en Aragón en la Edad Media (1200-1350)*, coord. José Ángel Sesma Muñoz y Carlos Laliena Corbera, Grupo de Excelencia de Investigación CEMA, Zaragoza, 2009, p. 11. También, de manera similar, en Mathieu ARNOUX, "Travail, redistribution et

Richard Britnell exponía el proceso de comercialización de la sociedad medieval inglesa, en su doble sentido de crecimiento absoluto de los intercambios en un período dado y de mayor presencia relativa de lo comercial en la vida de aquella etapa<sup>6</sup>. Sin embargo, convendría no olvidar los esfuerzos desplegados también en torno al asunto mercantil, con mayor o menor originalidad o como mera importación de debates originados fuera, por otras tradiciones historiográficas en Francia o en la misma España, sin ir más lejos.

En mi opinión, la trayectoria hasta los años más cercanos a 2012, instante de cierre del volumen que acoge este texto, no ha hecho más que confirmar y acentuar el “redescubrimiento” que anotaba Epstein hace alrededor de una década. En ese camino reciente, y contando por supuesto con los efectos citados de la crisis actual, los especialistas en el Medioevo no han estado solos: la evolución de otras áreas del conocimiento histórico y hasta de otras ciencias sociales corrobora la gran atención, mantenida o incrementada según los casos, que se presta aún a los factores mercantiles<sup>7</sup>. Sea como fuere, el desarrollo paulatino de los estudios ha posibilitado insistir en viejas problemáticas, abordar aspectos nuevos o repensar ciertos análisis. Y esto se ha venido articulando desde la perspectiva tanto de identificar los elementos y los mecanismos del mercado, como de plantear cuáles son las opciones teóricas y metodológicas que consienten captar mejor el fenómeno comercial. En esta línea, creo que justo las investigaciones llevadas a cabo últimamente sobre el reino medieval de Aragón constituyen un magnífico modelo.

En un balance que redacté en 2008 sobre la economía, el mercado y el comercio en la Península Ibérica de la Baja Edad Media, yo mismo reconocía el impacto que tenían ya las indagaciones sobre la realidad aragonesa. Estas conectaban, sobre todo cuando se referían a la fase posterior a la peste negra de 1348, con la reivindicación de la importancia de las sociedades interiores hispánicas y con la constatación del auge que muchas economías locales europeas experimentaron simultáneamente. Así, siguiendo las argumentaciones de José Ángel Sesma y Carlos Laliena, el desarrollo comercial aragonés sugería varias cuestiones: la jerarquización de focos urbanos y demográficos; la combinación, como motores del mercado, de la especialización agraria y de una buena posición geográfica del territorio entre el Mediterráneo, el noroeste de la península y el sur de Francia; el protagonismo de productos como los cereales, la lana, el aceite, el azafrán y los derivados de una industria básicamente textil; y la convergencia entre la expansión del propio mercado interno y la presión de la demanda externa. En este contexto, la comercialización campesina se vio incentivada y, como señala lo ocurrido en el sur de Aragón, ello se dio por ejemplo a través de las ferias (que garantizaban la distribución de artículos importados) o fuera de este sistema (como sucede con la lana y otros productos exportables)<sup>8</sup>.

Tales enfoques quedaron reforzados en 2009 con la publicación de la obra colectiva *Crecimiento económico y formación de los mercados en Aragón en la Edad Media (1200-1350)*, coordinada por los mencionados profesores Sesma y Laliena. El libro se insertaba en un proyecto de investigación financiado por el Ministerio de Educación y Cultura desde 2006, y buscaba examinar la formación y el desarrollo en Aragón de los mercados de bienes sometidos a intercambio comercial, con un doble acercamiento: explorar la organización comarcal de los mismos durante los siglos XIII y XIV, y observar la paralela y temprana especialización agraria que estuvo orientada incluso por el dinamismo creciente de los emporios mediterráneos. Para ello, entre otros principios, se partía de la necesidad de despojar a los mercados medievales tanto de las

---

construction des espaces économiques (XI<sup>e</sup>-XV<sup>e</sup> siècle)”, *Revue de synthèse*, 5<sup>e</sup> série, année 2006/2, p. 292.

<sup>6</sup> Richard H. BRITNELL, *The commercialisation of English society, 1000-1500*, Cambridge University Press, Cambridge, 1993, pp. 203 y 228, por ejemplo. Sobre el concepto de “comercialización” en este autor, véase asimismo el resumen que consta en Antoni FURIÓ, “Producción agraria, comercialización y mercados rurales en la Corona de Aragón”, *La Corona de Aragón en el centro de su historia, 1208-1458. Aspectos económicos y sociales*, coord. José Ángel Sesma Muñoz, Actas del Congreso (Zaragoza y Calatayud, 24 al 26 de noviembre de 2009), Grupo de Excelencia de Investigación CEMA, Zaragoza, 2010, p. 370.

<sup>7</sup> Para comprobar este extremo, basta revisar los autores y los títulos de las obras que citaré en nota a lo largo del trabajo (no siempre referidas al período medieval ni elaboradas por historiadores), y su cronología de edición. O también las diversas contribuciones aparecidas en *Dove va la storia economica?*, cur. F. Ammannati.

<sup>8</sup> David IGUAL LUIS, “Economía, mercado y comercio en la Península Ibérica (1350-1516)”, *eHumanista. Journal of Iberian Studies*, revista electrónica (<http://www.ehumanista.ucsb.edu/>), 10 (2008), pp. 178-182.

connotaciones de competencia libre entre oferta y demanda, como de aquellas percepciones que reducen las transacciones a una simple suma de actos individuales regidos por costumbres ancestrales. De ahí se pasaba a admitir un funcionamiento del mercado en la época que, también entre diversos elementos más, se caracterizaba por el acceso diferencial de sus participantes y por realizarse en lugares precisos de manera repetitiva, lo que facilitaba a sus intervinientes el aprendizaje de comportamientos y la comprensión de los hábitos de negocio<sup>9</sup>.

Desde luego, el presente volumen complementa a la perfección al que acabo de reseñar, en cronología y temática. Este es resultado del proyecto *Mercados y desarrollo en Aragón (1250-1500): vínculos mediterráneos, distribución, abastecimiento urbano y costes de transacción en una economía bajomedieval*, subvencionado desde 2010 por el Ministerio de Ciencia e Innovación, y a su forja progresiva he tenido la oportunidad de asistir a través de dos reuniones del equipo aragonés de medievalistas que lo han elaborado<sup>10</sup>. Las propuestas que enmarcan este segundo libro y su proyecto originario, aparte de trasladar el ciclo temporal de atención (centrado aquí en los siglos XIV y XV), han pretendido fijarse más en tres ejes de contenidos: el del abastecimiento de las ciudades, sobre todo en productos como el grano; el del crecimiento de los mercados rurales de Aragón, en especial los que pueden considerarse periféricos, es decir, más alejados (pero nunca totalmente) de la influencia urbana; y el del entramado institucional de múltiple signo que alentaba o disuadía en el reino el movimiento comercial<sup>11</sup>. Sin embargo, tanto en las nuevas iniciativas indicadas (el proyecto de 2010 y este volumen) como en las empezadas con el proyecto de 2006, sobresale en el citado equipo aragonés su voluntad explícita de vincularse a perspectivas historiográficas globales. Así se entiende, por ejemplo, el frecuente papel de referencia que han jugado en los trabajos del grupo autores como Epstein, Britnell, Douglass North y Jan de Vries y conceptos como los de “comercialización”, “costes de transacción” o “revolución industrial”<sup>12</sup>. De hecho, me parece innegable que dichos trabajos conectan también en efecto, total o parcialmente, con algunas de las orientaciones generales de los estudios sociales y económicos que he podido deducir como mínimo en los últimos tres años, gracias a distintas lecturas y a mi participación en varios encuentros científicos<sup>13</sup>.

## 2. Redes, consumo y elementos informales de la economía

Un objetivo de las recientes investigaciones sobre Aragón, declarado en las reuniones que he mencionado, era observar la implantación sobre el territorio de redes sociales de mercaderes. La apelación a las “redes” introduce una de las variables, la de los modelos de interpretación reticular, que está hoy en boga en los análisis (económicos o no, mercantiles o no) concernientes a períodos

---

<sup>9</sup> J. Á. SESMA MUÑOZ y C. LALIENA CORBERA, “Crecimiento económico”, pp. 7, 12 y 15-16.

<sup>10</sup> Las reuniones se celebraron en la Universidad de Zaragoza, el 2 de diciembre de 2010 y el 25 de noviembre de 2011, y fueron introducidas por sendos documentos de trabajo confeccionados por Carlos Laliena. A ambas se me convocó para tratar de brindar a los miembros del proyecto una visión contextual y comparativa de sus análisis sobre Aragón. Por descontento, quiero agradecer muy particularmente estas invitaciones por cuanto me permitieron, entre otras cosas, conocer de primera mano el proceso investigador que llevaban a cabo los compañeros y amigos de Zaragoza, proceso que ha encontrado su culminación en este libro.

<sup>11</sup> Los tres ejes señalados proceden del texto introductorio de la reunión de 2010 que cito en la nota anterior.

<sup>12</sup> Es lo que se aprecia en los documentos de las reuniones de 2010 y 2011 a los que he aludido en las notas previas y, también, en J. Á. SESMA MUÑOZ y C. LALIENA CORBERA, “Crecimiento económico”, pp. 11, 13, 15 y 18; Javier MEDRANO ADÁN, “Poblamiento, ferias y mercados en el Maestrazgo turolense, siglos XIII y XIV”, *Crecimiento económico*, coord. J. Á. Sesma Muñoz y C. Laliena Corbera, pp. 134-136; y Carlos LALIENA CORBERA, “El desarrollo de los mercados en una economía regional: el Bajo Aragón, 1250-1330”, *ibidem*, pp. 211-223. Justo para profundizar la conexión de las labores sobre Aragón con las ópticas internacionales, en las reuniones del proyecto que vengo indicando intervino asimismo Judicaël Petrowiste, que aportó sus experiencias fundamentalmente desde el contexto francés.

<sup>13</sup> Como la *XLII Settimana di Studi* del Instituto Datini de Prato (2010) y el curso de Balaguer *El mercat: un món de contactes i intercanvis* (2011), que ya he reseñado en las notas, u otros encuentros que también tuvieron lugar en 2011 y que todavía no se han publicado: la *3rd International Conference of Mediterranean Worlds: “Convergence of the Mediterranean: Commerce, Capital and Trade Routes in the History of a sea”* (Salerno, del 6 al 9 de septiembre); el *Col·loqui Internacional “Coneixement expert i valor de les coses. Peritatge tècnic i econòmic”* (Valencia, del 27 al 29 de octubre); y el *Seminario Internazionale di Studi “Lignaggi, fazioni e conflitti nelle città spagnole e italiane del tardo Medioevo”* (Florencia, del 7 al 8 noviembre).

como el final del Medioevo y la Modernidad. Estos modelos provienen de unos orígenes científicos que pueden asentarse en la antropología, la sociología o las modas promovidas por la expansión de la informática<sup>14</sup>. Como en tantas otras ocasiones, en particular en los campos de la sociedad y la economía, el empleo historiográfico actual de los esquemas en red no representa una novedad absoluta. Pero hay que advertir que, entre el tiempo que vienen esgrimiéndose esos esquemas y la cantidad y diversidad de realidades a las que se aplican, la propia palabra “red” ha acabado por usarse de un modo quizá indiscriminado y abusivo<sup>15</sup>.

De entrada, cabe anotar la ambivalencia con la que se ha manejado la noción, dotada corrientemente o de un significado muy genérico y hasta superficial, o de un sentido más profundo con el que se aspira a retratar, en principio, un conjunto de personas o elementos unido por un criterio de relación fijado de antemano<sup>16</sup>. Una situación diferente es que lo reticular se inserte en el universo del denominado *network analysis* o, mejor, *social network analysis* (“análisis de redes sociales”, en castellano). Tal aproximación sí resulta más pionera en estos momentos al menos en el ámbito del medievalismo, sobre todo el español. El *network analysis*, como método de amplia raíz sociológica que puede ser complementario a la prosopografía y a otros procedimientos tradicionales, parte de considerar a la sociedad como vertebrada por ciertas redes en las que se integran los individuos y los colectivos. Así, intenta explicar la conducta de los actores históricos a través del examen del medio al que pertenecían y de su posición con respecto a factores como el parentesco, la amistad, el patronazgo o los lazos de negocio, lo que ofrece sin duda argumentos valiosos para la comprensión de las épocas pretéritas<sup>17</sup>. En la práctica, este tipo de estudios suele buscar la explotación de series dilatadas de fuentes y nutrirse de una especie de énfasis tecnologista por el recurso a programas informáticos, cálculos matemáticos y elaboraciones gráficas<sup>18</sup>. En ello radicaría por ahora uno de los problemas del *social network analysis* para su aprovechamiento completo por los historiadores, la inmensa mayoría de los cuales no poseemos todavía la experiencia suficiente para conocer sus técnicas ni entender bien su vocabulario. Probablemente, es esta dificultad la que ha provocado que el mismo análisis de redes se haya mostrado ya tomando la plenitud de sus herramientas formales o, por el contrario, aceptándolas sólo por vías más pragmáticas y cualitativas<sup>19</sup>.

Fuera de esta óptica metodológica estricta, sin embargo, creo que una de las propuestas reticulares más interesantes para el terreno mercantil medieval ha sido la propugnada por los miembros de

---

<sup>14</sup> Paulino IRADIEL MURUGARREN, “Metrópolis y hombres de negocios (siglos XIV y XV)”, *Las sociedades urbanas en la España medieval*, XXIX Semana de Estudios Medievales (Estella, 15 a 19 de julio de 2002), Gobierno de Navarra, Pamplona, 2003, p. 278; Damien COULON y Dominique VALÉRIAN, “Introduction”, *Espaces et réseaux en Méditerranée, VI<sup>e</sup>-XVI<sup>e</sup> siècle. I: La configuration des réseaux*, dir. Damien Coulon y otros, Bouchène, Paris, 2007, p. 9; María Ángeles MARTÍN ROMERA, “Nuevas perspectivas para el estudio de las sociedades medievales: el análisis de redes sociales”, *Studia Historica. Historia Medieval*, 28 (2010), p. 220.

<sup>15</sup> Aunque partiendo de ópticas algo distintas a las que aduzco en el texto, a la misma conclusión sobre el uso de la idea de “red” se llega en M. Á. MARTÍN ROMERA, “Nuevas perspectivas”, pp. 219-220, y en *eadem*, “Redes medievales: oligarquías del siglo XV y análisis de redes sociales”, *Redes sociales y económicas en el mundo bajomedieval*, ed. David Carvajal de la Vega y otros, Castilla, Valladolid, 2011, p. 57.

<sup>16</sup> Francisco APELLÁNIZ, “Collaboration des réseaux marchands à Alexandrie (XIV<sup>e</sup>-XV<sup>e</sup> siècles)”, *From Florence to the Mediterranean and Beyond. Essays in Honour of Anthony Molho*, ed. Diogo Ramada Curto y otros, Leo S. Olschki, Florencia, 2009, vol. II, p. 583.

<sup>17</sup> M. Á. MARTÍN ROMERA, “Nuevas perspectivas”, p. 220; *eadem*, “Redes medievales”, pp. 57 y 58-59; Mark HÄBERLEIN, “Pre-Industrial Economic History in Germany: Trends, Problems and Prospects”, *Dove va la storia economica?*, cur. F. Ammannati, p. 147. En paralelo, consúltese Paul D. MCLEAN, *The Art of the Network. Strategic Interaction and Patronage in Renaissance Florence*, Duke University Press, Durham-Londres, 2007.

<sup>18</sup> Hay muestras concretas de esto, en investigaciones sobre la sociedad y la economía de fines del Medioevo, en F. APELLÁNIZ, “Collaboration des réseaux”, p. 595; en las contribuciones de *Redes sociales y económicas*, ed. D. Carvajal de la Vega y otros; y en trabajos de John F. Padgett, profesor de ciencia política en la Universidad de Chicago y uno de los precursores de la introducción en historia del *social network analysis* (por ejemplo, “Open Elite? Social Mobility, Marriage, and Family in Florence, 1282-1494”, *Renaissance Quarterly*, 63 (2010), pp. 357-411, versión electrónica en <http://home.uchicago.edu/~jpadgett/pub.html>, última consulta 21-3-2012).

<sup>19</sup> M. HÄBERLEIN, “Pre-Industrial Economic History in Germany”, pp. 148-149. También se observan distintas maneras de aplicar el análisis de redes en la obra colectiva *Redes sociales y económicas*, ed. D. Carvajal de la Vega y otros. Aparte, sobre las limitaciones actuales del método (pero asimismo sobre sus ventajas), véase más en extenso M. Á. MARTÍN ROMERA, “Nuevas perspectivas”, pp. 217-239.

un programa francés de investigación sobre los siglos VI-XVI<sup>20</sup>. Para ellos, hablar de “red” desde una vertiente histórica parece requerir la existencia como mínimo de tres componentes: un conjunto de elementos distintos, con frecuencia numerosos y generalmente constituido por sujetos, instituciones o puntos sobre el espacio; un haz de vínculos que conectaban dichos elementos, con mayor o menor grado de profusión, de enmarañamiento y de asimetría o reciprocidad; y una organización o una jerarquía que articulaban tales elementos y vínculos, dentro de un verdadero sistema en los prototipos de las redes más completas. Naciendo de estas bases, en la percepción del citado grupo francés las redes históricas podían adquirir fisonomías muy estructuradas o más informales. Pero, en cualquier circunstancia, solían manifestar una acusada permeabilidad a múltiples influencias internas y externas, lo que acababa por determinar su misma imagen y su evolución. Justamente, esta pluralidad de interacciones convierte a los acercamientos de esta clase en laboratorios privilegiados para evaluar el pasado, aunque los límites que incluso así continúan teniendo los modelos reticulares obligan a que no deban utilizarse como sustitutos exclusivos de otros mecanismos posibles de indagación<sup>21</sup>.

Con definiciones más o menos rigurosas como las expuestas, es indudable que en el curso de las centurias medievales quedaron establecidas redes en el panorama comercial. Cuadros de este género parecen concretarse con claridad en Europa después del siglo VII, y aún mejor tras el XII, si bien los movimientos mercantiles –transformadores y expansivos– que ocurrieron en el continente y el Mediterráneo desde 1300 o 1400 consolidaron los diseños reticulares, mediante dinámicas que llegaron a mantenerse a veces durante la etapa moderna<sup>22</sup>. De hecho, para los siglos XIV-XVI y desde la realidad ibérica, por ejemplo, se ha resaltado la instalación de redes a partir de ciertos polos de convergencia de actividades económicas, de algunos grupos de operadores comerciales, y de los artificios institucionales y empresariales que los acompañaban, con especial referencia a los procesos de dispersión mercantil extranjera en nuestra península y, a la inversa, de agentes peninsulares fuera de sus lugares natales<sup>23</sup>. Pero más globalmente, siempre para la última cronología mencionada, las pesquisas reticulares han ayudado a diferenciar las “redes de comercio” de las “redes de mercaderes”: en palabras de Damien Coulon, las primeras se desplegarían de un extremo al otro de los circuitos de distribución económica y recurrirían

---

<sup>20</sup> Me refiero al programa *Espaces et réseaux en Méditerranée médiévale (VI<sup>e</sup>-XVI<sup>e</sup> siècle)*, que integraba a personas de varias universidades francesas, y cuyos principios pueden leerse en D. COULON y D. VALÉRIAN, “Introduction”, pp. 9-18, y en *idem e idem*, “Introduction”, *Espaces et réseaux en Méditerranée, VI<sup>e</sup>-XVI<sup>e</sup> siècle. II: La formation des réseaux*, dir. Damien Coulon y otros, Bouchène, París, 2010, pp. 7-22.

<sup>21</sup> Nuevamente, sobre las ventajas y los inconvenientes que siguen teniendo las aplicaciones reticulares en historia, aun planteadas como en la investigación francesa citada, consúltense las referencias de la nota anterior y Damien COULON, “Introduction”, *Réseaux marchands et réseaux de commerce. Concepts récents, réalités historiques du Moyen Âge au XIX<sup>e</sup> siècle*, dir. Damien Coulon, Presses Universitaires de Strasbourg, Estrasburgo, 2010, pp. 7-15.

<sup>22</sup> Harald KLEINSCHMIDT, *Comprender la Edad Media. La transformación de ideas y actitudes en el mundo medieval*, Akal, Madrid, 2009, pp. 178, 182, 184 y 195; Hilario CASADO ALONSO, “El comercio burgalés y la estructuración del espacio económico español a fines de la Edad Media”, *Itinerarios medievales e identidad hispánica*, XXVII Semana de Estudios Medievales (Estella, 17 a 21 de julio de 2000), Gobierno de Navarra, Pamplona, 2001, p. 335; Anthony MOLHO y Diogo RAMADA CURTO, “Les réseaux marchands à l’époque moderne”, *Annales. Histoire, Sciences Sociales*, 58-3 (2003), pp. 569-579.

<sup>23</sup> Entre otras muchas citas posibles, es lo que se aprecia en Hilario CASADO ALONSO, “Las redes comerciales castellanas en Europa (siglos XV y XVI)”, *Comercio y hombres de negocios en Castilla y Europa en tiempos de Isabel la Católica*, ed. Hilario Casado Alonso y Antonio García-Baquero, Sociedad Estatal de Conmemoraciones Culturales, Madrid, 2007, pp. 279-307; Paulino IRADIEL MURUGARREN, “El comercio en el Mediterráneo catalano-aragonés: espacios y redes”, *ibidem*, pp. 123-150; Damien COULON, “Des vallées pyrénéennes au coeur de l’Europe et au Levant: Barcelone, interface entre réseaux marchands à différentes échelles à la fin du Moyen Âge”, *Réseaux marchands et réseaux de commerce*, dir. D. Coulon, pp. 19-41; David IGUAL LUIS, “La emigración genovesa hacia el Mediterráneo bajomedieval. Algunas reflexiones a partir del caso español”, *Genova, una “porta” del Mediterraneo*, cur. Luciano Gallinari, Consiglio Nazionale delle Ricerche, Génova, 2005, vol. I, pp. 295-328; Maria Elisa SOLDANI, “Tra reti internazionali e spazio urbano. Forme mercantili di comunicazione, solidarietà e gestione degli affari nel Mediterraneo occidentale bassomedievale”, *Espaces et réseaux en Méditerranée, VI<sup>e</sup>-XVI<sup>e</sup> siècle. I: La configuration*, dir. D. Coulon y otros, pp. 81-109; y en al menos dos de los artículos de *Redes sociales y económicas*, ed. D. Carvajal de la Vega y otros (los de David CARVAJAL DE LA VEGA, “Redes socioeconómicas y mercaderes castellanos a fines de la Edad Media e inicios de la Moderna”, y Javier QUINTEROS CORTÉS, “Redes socioeconómicas al servicio del mercado negro bajomedieval: el clan Rey de Murcia y los Reyes Católicos”).

sucesivamente a diversos tipos de negociantes, mientras las segundas se compondrían de grupos restringidos de individuos que operaban en común sobre segmentos de dichos circuitos<sup>24</sup>. En estos, la posición de cada persona podía lograr puestos centrales, marginales o intermediarios<sup>25</sup>, aunque, como ha demostrado Hilario Casado para la diáspora de mercaderes burgaleses por la Península Ibérica y Europa desde el XV, todo se ventilaba por medio de un intrincado juego de solidaridades e interdependencias (sociofamiliares, técnico-económicas y hasta culturales), que perseguían maximizar la eficiencia comercial y permitían evitar en gran medida la figura del mercader aislado o poco organizado<sup>26</sup>.

El profesor Casado ha acostumbrado a ubicar las acciones de estos agentes castellanos en un escenario marcado a escala continental, entre numerosos aspectos, por los cambios acaecidos en la demanda y en los patrones de consumo<sup>27</sup>. Es este punto, el del consumo, otro de los asuntos que ha preocupado a los proyectos sobre los mercados medievales aragoneses y que, también, está proliferando en general actualmente –y desde hace tiempo– en los análisis relativos de nuevo a las edades Media y Moderna. Al construir un balance contemporáneo sobre la historiografía económica que atendía al Renacimiento y, por tanto, trabajaba a caballo entre ambas fases, Franco Franceschi y Luca Molà estimaban ya en 2005 que dicha historiografía había pasado, sobre todo en Italia, de insistir en las “teorías de la crisis” a realzar el período como la “prehistoria del consumismo”, en el sentido de que en él pudieron concretarse claros antecedentes de la revolución del consumo que alcanzó su cima desde el siglo XVIII<sup>28</sup>. Además, confirmando este enfoque más allá del caso italiano, las actas tanto de un encuentro celebrado en Amberes en 2003 (sobre las prácticas de venta al detalle en la Europa del tránsito del Medieval a la Modernidad)<sup>29</sup> como de la reiterada *XLII Settimana di Studi* del Instituto Datini de Prato de 2010 permiten apreciar asimismo el creciente interés por el examen histórico del consumo<sup>30</sup>.

En muchas oportunidades, este interés se explica como la manera de compensar la desconsideración que ha sufrido habitualmente el tema, por el predominio clásico de las visiones centradas en la oferta y la producción<sup>31</sup>. Pero no deja de constatar, por un lado, lo relevante que es también el consumo a la hora de determinar los rasgos del desarrollo social y económico y, por el otro, cómo las aspiraciones de los consumidores tienen su propia historia y no se limitan a ser consecuencias de segundo orden de otras fuerzas más trascendentes ni actos autónomos de individualidad creativa. Con tales fundamentos, por ejemplo, Jan de Vries justifica la existencia de una “revolución industrial” durante un largo siglo XVIII extendido de 1650 a 1850, que constituiría el contexto amplio en el que se desarrollaron las iniciativas productivas de la revolución industrial. La “revolución industrial” comprendería nuevas formas de comportamiento económico doméstico que fueron cada vez más influyentes al crecer, de modo

---

<sup>24</sup> D. COULON, “Introduction”, p. 15.

<sup>25</sup> *Ibidem*, p. 10.

<sup>26</sup> H. CASADO ALONSO, “El comercio burgalés”, pp. 329-356; *idem*, “Las redes comerciales”, pp. 279-307; *idem*, “Genèse et fin des réseaux de commerce castillans dans l’Europe des XV<sup>e</sup> et XVI<sup>e</sup> siècles”, *Réseaux marchands et réseaux de commerce*, dir. D. Coulon, pp. 129-149.

<sup>27</sup> Así consta en las dos primeras citas de la nota anterior, y en Hilario CASADO ALONSO, “El comercio internacional castellano en tiempos de Isabel la Católica”, *Isabel la Católica y su época*, coord. Luis Ribot y otros, Actas del Congreso Internacional (Valladolid-Barcelona-Granada, 15 a 20 de noviembre de 2004), Universidad de Valladolid, Valladolid, 2007, vol. I, pp. 655-656.

<sup>28</sup> Franco FRANCESCHI y Luca MOLÀ, “L’economia del Rinascimento: dalle teorie della crisi alla ‘preistoria del consumismo’”, *Storia e storiografia*, cur. Marcello Fantoni, vol. I de *Il Rinascimento italiano e l’Europa*, dir. Giovanni Luigi Fontana y Luca Molà, Fondazione Cassamarca y Angelo Colla Ed., Treviso-Costabissara, 2005, en particular pp. 185-197.

<sup>29</sup> Bruno BLONDÉ y otros, ed., *Buyers and Sellers. Retail circuits and practices in medieval and early modern Europe*, Brepols, Turnhout, 2006.

<sup>30</sup> *Dove va la storia economica?*, cur. F. Ammannati, sobre todo los textos de Jan DE VRIES, “Old and New Insights: a Personal Perspective”, pp. 61-77; Paulino IRADIEL, “Fuentes de derecho privado: protocolos notariales e historia económica”, pp. 225-247; y Michael NORTH, “Economic History and Cultural History”, pp. 497-507.

<sup>31</sup> H. CASADO ALONSO, “El comercio burgalés”, p. 334; David IGUAL LUIS, “Operadores económicos y espacios de comercio en el Mediterráneo occidental (siglos XIII-XV)”, *Anales de la Universidad de Alicante. Historia Medieval*, 15 (2006-2008), p. 198; Jan DE VRIES, *La revolución industrial. Consumo y economía doméstica desde 1650 hasta el presente*, Crítica, Barcelona, 2009, p. 9.

simultáneo, la oferta de bienes destinados al mercado y la demanda de una gama vasta, aunque no indiscriminada, de artículos de consumo<sup>32</sup>. Distinta es la cuestión de si cabe localizar antes de estas fechas circunstancias que, como he escrito en el párrafo superior, precederían o irían en una línea similar a la del despegue consumista dieciochesco. De Vries afronta este problema con ojos críticos<sup>33</sup>, si bien la posibilidad de que las citadas circunstancias existieran otorgaría a la historia del consumo una perspectiva de más larga duración y podría ligarla incluso a elementos, verdaderos o hipotéticos, de una cierta identidad o territorialidad económica europea<sup>34</sup>. Sea como fuere, los hechos consumistas tanto del XVIII como los atestiguados previamente respondían a motivos precisos, no necesariamente coincidentes entre sí.

Volviendo a la Baja Edad Media, y a los estudios específicos de Aragón, las investigaciones recientes sobre este reino han recordado que José Ángel Sesma señaló, ya en 1982, que desde mediados del XIV se verificó aquí la aparición de un nutrido grupo consumidor de demanda constante, hasta entonces anclado en la autosubsistencia, que podía introducirse en los tráficó comerciales de gran radio, pues su producción también entraba en los canales mercantiles de media y larga distancia<sup>35</sup>. En realidad, sin embargo, florecimientos parangonables de tendencias consumistas ocurrieron casi por doquier en la misma época, extendieron socialmente el fenómeno y llegaron a contribuir a la transformación del propio estatuto social del consumo<sup>36</sup>. Y es que, por muchos obstáculos más o menos coyunturales o estructurales que atravesara la Europa bajomedieval, en su seno maduraron factores como el incremento de la productividad y los rendimientos en la economía, la mejora de la cultura material y el aumento de los niveles de bienestar individual. Ello favoreció la propagación de pautas de compra amplias y diversificadas, con efectos en la ciudad y el campo y en múltiples grupos, que facilitaron la circulación de tejidos, pieles y otras manufacturas, objetos domésticos, artículos ganaderos y lácteos y vituallas exóticas o de calidad como el vino, el aceite, los frutos secos y el azúcar<sup>37</sup>.

Son argumentos como estos los que ha robustecido la progresiva decantación de la mirada de los historiadores hacia el consumo. Una mirada también que, microanalíticamente, ha permitido concebir las tareas medievales de compraventa como actos de conducta social integral, porque la práctica de los consumidores para asignar valores, seleccionar bienes, negociar y finalmente pagar se aprendía básicamente a través de la experiencia cotidiana, no tanto por medio de formas de instrucción escrita o reflexión previa<sup>38</sup>. O que ha consentido dibujar mejor los lugares de consumo

---

<sup>32</sup> J. DE VRIES, *La revolución industrial*, pp. 9, 10 y 17-18.

<sup>33</sup> *Ibidem*, p. 18. El autor estima que el que los expertos hayan asegurado en repetidas ocasiones haber descubierto los orígenes del consumismo moderno en supuestas revoluciones del consumo, producidas como mínimo desde el Renacimiento, no ayuda en nada al relato del tema. Sólo ayuda a implantar una visión que hace “salir al hombre occidental, o a un subconjunto significativo de hombres occidentales, de un mundo edénico de pautas de consumo habituales y tradicionales, perfectamente engranadas con todos los demás aspectos de la vida, para narrar con una mezcla de fascinación y horror la entrada de los objetos de su interés en el *mundo feliz* del ‘consumismo’”.

<sup>34</sup> Como se ha interrogado Bartolomé YUN CASALILLA, “Consumi, società e mercati: verso uno spazio economico europeo?”, *Le radici storiche dell'Europa. L'età moderna*, cur. Maria Antonietta Visceglia, Viella, Roma, 2007, pp. 87-105. Aparte, sobre las orientaciones del consumo a lo largo de la época moderna, véase también Daniel MUÑOZ NAVARRO, ed., *Comprar, vender y consumir. Nuevas aportaciones a la historia del consumo en la España moderna*, Universitat de València, Valencia, 2011.

<sup>35</sup> En el documento de trabajo de la reunión de 2011 del proyecto zaragozano (véase *supra* la nota 10), Carlos Laliena reseñó las opiniones de Sesma, procedentes de José Ángel SESMA MUÑOZ, *Transformación social y revolución comercial en Aragón, durante la Baja Edad Media*, Fundación Juan March, Madrid, 1982, pp. 14-15.

<sup>36</sup> Mathieu ARNOUX, “L'Europe de la “grande transformation”. Le développement paradoxal d'une société en crise”, *Histoire du monde au XV<sup>e</sup> siècle*, dir. Patrick Boucheron, Fayard, París, 2009, pp. 743-746.

<sup>37</sup> Mathieu ARNOUX, “Nascita di un'economia del consumo?”, *Produzione e tecniche*, cur. Philippe Braunstein y Luca Molà, vol. III. de *Il Rinascimento italiano e l'Europa*, dir. Giovanni Luigi Fontana y Luca Molà, Fondazione Cassamarca y Angelo Colla Ed., Treviso-Costabissara, 2007, pp. 45-46; Stephan R. EPSTEIN, “L'economia italiana nel quadro europeo”, *Commercio e cultura mercantile*, cur. Franco Franceschi y otros, vol. IV de *Il Rinascimento italiano e l'Europa*, dir. Giovanni Luigi Fontana y Luca Molà, Fondazione Cassamarca y Angelo Colla Ed., Treviso-Costabissara, 2007, p. 11; H. CASADO ALONSO, “El comercio internacional”, pp. 655-656. Sobre el consumo bajomedieval en ámbitos rurales se celebró en 2008 el *Col·loqui Internacional “Pautes de consum i nivells de vida al món rural medieval”* (Valencia, del 18 al 20 de septiembre), a cuyos participantes y textos se puede acceder por medio de <http://www.uv.es/consum/index.htm> (última consulta 22-3-2012).

<sup>38</sup> Evelyn WELCH, *De compras en el Renacimiento. Culturas del consumo en Italia, 1400-1600*, Universitat de València

y su impronta en el paisaje de los núcleos poblados, incluso recuperando una *espacialidad* diferenciada que distinguía entre espacio público y espacio privado<sup>39</sup>. La importancia para la economía del conjunto indicado de variables queda así reafirmada, obviamente. No obstante, siguiendo la advertencia de Antoni Furió, habría que evitar el riesgo de que la historiografía se dejara llevar ahora por un típico movimiento pendular que convirtiera al consumo y sus elementos asociados en estrellas únicas de la configuración del mapa económico. Más bien convendría atribuir a la demanda y a la oferta un protagonismo compartido en esa configuración y, en su caso, deducir cuáles eran los papeles respectivos de cada una<sup>40</sup>.

Una buena porción de los estudios últimos sobre el consumo se ha caracterizado por adoptar acercamientos interdisciplinarios, sin reglas de jerarquía y en proceso de definición en el decir de Paulino Iradiel, en los que la historia y la economía se unen en ocasiones a nociones otra vez antropológicas y sociológicas o, más globalmente, vinculadas al giro culturalista que se ha impuesto asimismo actualmente en la labor general de los historiadores<sup>41</sup>. Precisamente, también en el contexto de este giro cabe entender otro de los propósitos que más atrae hoy a los investigadores: enfatizar los llamados “elementos informales” de la economía y los ítems que interactuaban con esta a partir de los múltiples ingredientes incluidos en la trilogía género-etnia-religión o en la suma de lo que, en coincidencia con el sociólogo Pierre Bourdieu, habría que denominar los capitales cultural, social y simbólico que poseen las sociedades<sup>42</sup>.

Dentro de los elementos y los capitales citados entrarían facetas como la reputación o el prestigio, la confianza, la reciprocidad, los lazos personales y familiares, o la acumulación de conocimientos e informaciones. Todas incumben a cada sujeto de la acción económica y, en paralelo, a las relaciones de diverso signo establecidas entre ellos<sup>43</sup>. En otras palabras, las reglas informales incorporan las normas culturales concretas, los modelos de conducta o las convenciones que existen en la sociedad y originan códigos de comportamiento. Por oposición, las reglas formales atañen a las leyes, cánones, contratos e instituciones que enmarcan las actividades humanas. Planteados así ambos conglomerados de pautas, parece cierto que la creciente complejidad de una sociedad incrementa la formalización de sus restricciones, aunque las variables informales continúen desempeñando un rol decisivo, a menudo subestimado. Además, es innegable que las propias normas formales facilitan la creación de distintos cuadros informales que llegan a modificarlas y a extenderlas sobre gran cantidad de realidades<sup>44</sup>.

Lo informal, presente en cualquier momento y en cualquier lugar, adquirió especial protagonismo en la Europa medieval y moderna, por la estrecha conexión que los intereses económicos, por ejemplo, mantuvieron entonces con las cuestiones religiosas, étnicas y de representación. De hecho, está claro que la Edad Media ignoraba la supremacía de lo económico sobre lo social y que la misma economía no era autónoma, no sólo porque se imbricaba con otros factores de las relaciones sociales, políticas, culturales e ideológicas, sino también porque no se había emancipado

---

cia, Valencia, 2009, p. 8.

<sup>39</sup> P. IRADIEL, “Fuentes de derecho privado”, p. 246.

<sup>40</sup> A. FURIÓ, “Producción agraria”, p. 371.

<sup>41</sup> P. IRADIEL, “Fuentes de derecho privado”, pp. 244-245. Dicho giro culturalista es evaluable también a través de Philippe POIRRIER, dir., *L'histoire culturelle: un “tournant mondial” dans l'historiographie?*, Éditions Universitaires de Dijon, Dijon, 2008, o de M. NORTH, “Economic History”, pp. 504-507.

<sup>42</sup> M. HÄBERLEIN, “Pre-Industrial Economic History in Germany”, p. 152; Bartolomé YUN CASALILLA, “Reading Sources throughout P. Bourdieu and Cyert and March. Aristocratic Patrimonies vs. Commercial Enterprises in Europe (c. 1550-1650)”, *Dove va la storia economica?*, cur. F. Ammannati, pp. 325, 329, 333 y 335; Pierre BOURDIEU, *Las estructuras sociales de la economía*, Anagrama, Barcelona, 2003, p. 14.

<sup>43</sup> En este tipo de circunstancias se insiste en Bruno BLONDÉ y otros, “Retail circuits and practices in medieval and early modern Europe: an introduction”, *Buyers and Sellers*, ed. B. Blondé y otros, pp. 19-20. Y a ellas se hizo asimismo alusión en el *Seminario Internacional “Migraciones y élites económicas en el Mediterráneo de la Baja Edad Media”* (Albacete, del 13 al 14 de febrero de 2009), sobre todo en la ponencia de Giampiero NIGRO, “Verso i mercati iberici: mentalità e cultura economica dei mercanti toscani tra XIV e XVI secolo”; y en la *3rd International Conference of Mediterranean Worlds* (mencionada *supra* en la nota 13), en la intervención de Angela ORLANDI, “Reti e modelli di penetrazione commerciale nel Mediterraneo tardo medievale. Una rilettura del caso datiniano”, que se adscribió a la sesión “Nel Mediterraneo basso medievale: aspetti e problemi”.

<sup>44</sup> M. NORTH, “Economic History”, pp. 504-505.



del sistema dominante de valores cristianos<sup>45</sup>. Así, en esta época, se hace particularmente necesario introducir determinados universos inmateriales a la hora de explorar terrenos que, como el de los propios intercambios, se encontraban insertos en abundantes y complejas cadenas de intervenciones no mensurables y que, por ello, quizá podrían considerarse en principio como intervenciones no estrictamente económicas<sup>46</sup>.

En el caso de los mercados de los siglos XIV y XV al menos, la confianza o *fiducia* que envolvía (o no) a los agentes de los tratos comerciales y financieros se ha convertido en uno de los aspectos informales tradicionalmente más observados. Ya lo apuntaba Federigo Melis para la Toscana y sus mercaderes<sup>47</sup>. Este tema afectaba lógicamente al plano mental y no dejaba de ligarse con asuntos de estructura jurídica e institucional, pero tuvo repercusiones prácticas evidentes. Si es verdad que la credibilidad de las partes gestoras de un negocio aumentaba la certidumbre de su menor riesgo, también lo es que, en un ambiente en el que los operadores más profesionalizados no eran numerosísimos, traicionar la confianza podía implicar ser excluido de los mencionados mercados. Además, junto a otras causas, la consolidación de la *fiducia* ayuda a esclarecer tanto algunas elaboraciones técnicas (como la letra de cambio), como el hecho de que, según las zonas, proliferara la escrituración privada de los actos económicos, a veces en perjuicio de su reflejo ante notario o ante la autoridad judicial y administrativa<sup>48</sup>.

Sin embargo, siempre en este ámbito de lo informal, tal vez destaca recientemente más la tendencia a analizar cómo los mercados del período quedaron asimismo condicionados por la imagen social y política de sus actores, por su fama pública en definitiva, sobre todo teniendo en cuenta la ambigüedad moral, legal y también social que impregnó a algunos de sus protagonistas esenciales<sup>49</sup>. En ocasiones, dicha imagen es relacionable con la construcción de una identidad grupal precisa que conllevaba, para cada individuo, la conciencia de pertenecer a un colectivo opuesto a otros y la voluntad de calificarse como su miembro. Incluso, cuando esto se asociaba al ejercicio de un determinado oficio, solía producirse un vínculo casi ineludible entre la percepción del propio trabajo, el reconocimiento externo y las representaciones de los contemporáneos sobre puntos como la riqueza, el estatus o la ética social<sup>50</sup>. De hecho, los mercaderes bajomedievales, por lo menos los situados en los escalafones medio-altos del mundo de las transacciones, acostumbraron a quedar rodeados de una visión que, aparte de identificarlos con tareas laborales compartidas y con una pretendida cohesión global, insistía en otros dos rasgos: en que la práctica del comercio era un “arte”, y en que ser buen mercader equivalía tanto a poseer un correcto bagaje técnico y profesional, como a vivir según unas máximas de comportamiento adaptadas a las pautas

---

<sup>45</sup> *Ibidem*, p. 507; D. IGUAL LUIS, “Economía, mercado y comercio”, p. 171; Jacques LE GOFF, *Le Moyen Age et l'argent. Essai d'anthropologie historique*, Perrin, París, 2010, pp. 195, 231-232 y 234.

<sup>46</sup> Laurent FELLER, “La circulation des richesses au Moyen Âge: formation des prix, connaissance de la valeur et constitution du lien social”, *Sources sérielles et prix au Moyen Âge. Travaux offerts à Maurice Berthe*, éd. Claude Denjean, CNRS y Université de Toulouse-Le Mirail, Toulouse, 2009, p. 405; *idem*, “Histoire du Moyen Âge et histoire économique (Xe-XVe siècle) en France”, *Dove va la storia economica?*, cur. F. Ammannati, pp. 50-52.

<sup>47</sup> Basta recordar alguna de las obras recopilatorias de sus trabajos, como Federigo MELIS, *L'economia fiorentina del Rinascimento*, cur. Bruno Dini, Istituto Internazionale di Storia Economica “F. Datini” di Prato, Florencia, 1984 (véase *sub indice* la entrada *fiducia*).

<sup>48</sup> Alfio CORTONESI y Luciano PALERMO, *La prima espansione economica europea. Secoli XI-XV*, Carocci, Roma, 2009, pp. 83-84; Francesco GUIDI-BRUSCOLI, “Le tecniche bancarie”, *Commercio e cultura*, cur. F. Franceschi y otros, p. 549; Luciano PALERMO, *La banca e il credito nel Medioevo*, Bruno Mondadori, Milán, 2008, pp. 19 y 33.

<sup>49</sup> Esta línea argumental, aplicada al mundo financiero medieval, se expone en L. PALERMO, *La banca*, pp. 25-26 y 88. También es una de las orientaciones que se sigue en el proyecto de investigación italiano iniciado en 2008 y dirigido por Giacomo Todeschini, titulado *Banca, credito e cittadinanza in Italia dal XIII al XVII secolo*. El proyecto cuenta con la participación de profesores de universidades de Trieste, Turín, Parma y Roma, y celebró hace poco el *Convegno di Studio “Banca, credito e principio di cittadinanza a Roma tra Medioevo e Rinascimento”* (Roma, del 24 al 26 de noviembre de 2011).

<sup>50</sup> Jaume AURELL, “Reading Renaissance Merchants’ Handbooks: Confronting Professional Ethics and Social Identity”, *The Idea of Work in Europe from Antiquity to Modern Times*, ed. Josef Ehmer y Catharina Lis, Ashgate, Farnham, 2010, pp. 72-73 y 83; Wim BLOCKMANS y Antheun JANSE, ed., *Showing Status. Representation of Social Positions in the Late Middle Ages*, Brepols, Turnhout, 1999. Véase asimismo el texto introductorio del *Colloqui Internazionale “Coneixement expert”*, citado *supra* en la nota 13 (<http://expertis.blogs.uv.es/>, última consulta 27-3-2012).

y las relaciones sociales de aquel tiempo<sup>51</sup>.

Entre esas máximas, sin duda, eran muy relevantes las derivadas de la preservación de ciertas reglas de familia, amistad y hasta vecindad, o del mantenimiento de un genérico “honor” personal y social. Justamente en torno a este tipo de cuestiones, por ejemplo, John F. Padgett y Paul D. McLean han llegado a examinar la economía crediticia y bancaria de la Florencia cuatrocentista. Esta aproximación ha servido a ambos autores para sugerir, por un lado, que tal economía funcionaba considerando la identidad de los individuos que participaban en ella y, por el otro, que determinados artificios técnicos como la contabilidad por partida doble o el sistema de empresas sólo condujeron a la formalización del intercambio social personalizado, no a su sustitución. De ahí concluyen, más en general, la posibilidad de avalar una teoría de los *personalistic markets*, como alternativa a la historia económica de corte neoclásico que ha asumido como norma la existencia de unos *impersonal markets*, basados estos únicamente en las elecciones humanas que dependían de los bienes materiales en circulación y sus precios. Muy al contrario, Padgett y McLean recalcan que el intercambio económico en el mercado crecía sobre el entramado de otras redes sociales que le proporcionaban el contexto adecuado<sup>52</sup>.

### 3. El debate sobre el concepto y la función del mercado

A la hora de enunciar sus propuestas, estos dos mismos investigadores no pueden evitar aludir a Karl Polanyi y a las posiciones histórico-antropológicas que abogan por considerar las relaciones económicas en el mercado como insertas en, y por tanto reflejo de, la malla de vínculos sociopolíticos de cada época<sup>53</sup>. En realidad, la referencia más o menos laudatoria o crítica a las ideas polanyianas prolifera en distintos especialistas, atentos a distintas etapas cronológicas, que abordan los problemas del comercio y la economía y de la interconexión de esta con las restantes instancias de la sociedad<sup>54</sup>. Particular importancia adquiere el debate sobre una de las nociones principales de Polanyi: el concepto de *embeddedness* o incrustación (también engarce, inclusión o encaje) de lo económico en el laberinto de lo social. Una discusión que, en general y según algunas opiniones, ha conducido a modular mejor las prácticas y las representaciones del mercado y a vertebrar su interpretación en torno a perspectivas culturales, informales y de consumo similares a las que he señalado en el apartado precedente<sup>55</sup>.

Probablemente, en este marco se entienden bien aquellas posturas que, como recoge Rebecca Jean Emigh desde la sociología histórica, contemplan los mercados como elementos que son inherentemente económicos, culturales y políticos. Es decir, que no observan esos mercados como meras instituciones económicas constreñidas o amplificadas por la cultura y la política, o que no se limitan a mostrar cómo se relacionan a su alrededor lo económico y lo cultural como universos analíticamente diferentes<sup>56</sup>. En el fondo, con esta clase de argumentos se penetra en el terreno de las propias definiciones del mercado. La cuestión ha diseñado ya un larguísimo recorrido entre los

<sup>51</sup> J. AURELL, “Reading”, pp. 75-80 y 85; David IGUAL LUIS, “La formación de los mercaderes en el espacio económico mediterráneo”, *Col-loqui Internacional “Coneixement expert”*, en prensa; Germán NAVARRO ESPINACH, “Los protagonistas del comercio: oficios e identidades sociales en la España bajomedieval”, *El comercio en la Edad Media*, coord. José Ignacio de la Iglesia Duarte, XVI Semana de Estudios Medievales (Nájera y Tricio, del 1 al 5 de agosto de 2005), Instituto de Estudios Riojanos, Logroño, 2006, pp. 147-187.

<sup>52</sup> John F. PADGETT y Paul D. MCLEAN, “Economic Credit in Renaissance Florence”, *The Journal of Modern History*, 83-1 (2011), pp. 1-47, especialmente 46-47 (versión electrónica en <http://home.uchicago.edu/~jpadgett/pub.html>, última consulta 27-3-2012).

<sup>53</sup> *Ibidem*, p. 2.

<sup>54</sup> Desde varias disciplinas sociales, con ámbitos temporales que van de la Antigüedad a la era contemporánea y con perspectivas diferentes de las teorías polanyianas, valgan los ejemplos de P. BOURDIEU, *Las estructuras sociales*, p. 13; Jack GOODY, *El robo de la historia*, Akal, Madrid, 2011, pp. 46-57; J. LE GOFF, *Le Moyen Age et l'argent*, p. 231; y Dominique MARGAIRAZ y Philippe MINARD, “Le marché dans son histoire”, *Revue de Synthèse*, 5<sup>e</sup> série, année 2006/2, pp. 245-246. También sirve la ponencia de Jean Pierre DEVROEY, “Le marché carolingien est-il moral?”, presentada al curso *El mercat: un món de contactes i intercanvis* (citado *supra* en la nota 2). Dos de las publicaciones más relevantes de Karl Polanyi sobre lo que estoy comentando son *The Great Transformation* (1944) y, con otros autores, *Trade and Markets in the Early Empires* (1957).

<sup>55</sup> D. MARGAIRAZ y Ph. MINARD, “Le marché”, p. 247.

<sup>56</sup> Rebecca Jean EMIGH, *The Undevelopment of Capitalism: Sectors and Markets in Fifteenth-Century Tuscany*, Temple University Press, Filadelfia, 2009, pp. 31-36.

científicos sociales, obviamente, por cuanto para ellos la emergencia, la maduración, el refuerzo, la erosión y la crisis de las instituciones mercantiles han constituido desde hace décadas interrogantes muy trascendentes<sup>57</sup>. Pero la verdad es que dicha cuestión promueve aún abundantes reflexiones. No hay más que recordar lo que he escrito al comienzo sobre los fundamentos con que han trabajado los proyectos sobre Aragón medieval para apreciar que, por ejemplo, también los historiadores siguen sintiéndose interpelados por la necesidad de aclarar qué es el mercado y cómo funcionaba en el pasado.

El tema no es sencillo. Las dudas que se han vertido sobre si determinados planteamientos al respecto facilitan o entorpecen el examen histórico<sup>58</sup> prueban las fuertes discrepancias que, en ocasiones, han germinado entre los estudiosos. No obstante, parece inevitable tener que afrontar la problemática, sobre todo si aceptamos de inicio tres postulados como mínimo: uno, que la misma noción de mercado está cargada ideológicamente y, a la vez, resulta ambigua porque puede identificar el espacio físico de las transacciones, el encuentro teórico entre una oferta y una demanda o, incluso, el contenido global de una cierta forma económica (la “economía de mercado”)<sup>59</sup>; dos, que en este cosmos equívoco la percepción dominante, pero no por ello obligatoriamente atinada, ha acostumbrado a tomar de nuevo su esencia de la economía neoclásica, a llenar el significado del mercado con varios mitos que se demuestran cada vez más ilusorios e incorrectos (como la eficiencia, la perfección y la autorregulación con las que actúan los tráficos), y a juzgar en consecuencia como “imperfectos” los mercados no ajustados a tales mitos<sup>60</sup>; y tres, que en cualquier caso los fenómenos comerciales no se configurarían como simple eco de la propensión natural de las personas al intercambio, sino que son una construcción que acompaña a la especialización humana y que nace tanto de la dialéctica entre grupos sociales y medios de subsistencia, como de la superación de una serie de trabas vinculadas en su mayoría a las características normativas e institucionales<sup>61</sup>.

A partir de aquí, una complicación añadida en la controversia sobre el asunto atañe a factores que osaría calificar como de quehacer científico o de oficio de historiador. Y es que, al final, es bien cierto que sigue siendo difícil converger en un lenguaje común para indagar hacia el pasado el conjunto socioeconómico de Europa occidental. En ello llega a influir el peso de las distintas tradiciones historiográficas nacionales<sup>62</sup>. Pero tampoco son baladíes las separaciones que, aunque aplicadas con intersecciones múltiples, se producen: por un lado, entre quienes emplean en sus sondeos teorías económicas que son externas a la realidad observada, quienes seleccionan prácticas o comportamientos de los agentes históricos, y quienes se fijan en los discursos y las representaciones a los que remiten dichas prácticas<sup>63</sup>; por el otro, entre quienes adoptan en sus acercamientos al mercado enfoques descriptivos (para retratar los mecanismos y los componentes de los intercambios), antropológicos (para referirse a la conducta de los operadores sociales) o sistémicos (para integrar lo mercantil en las estructuras generales de cada época con el fin de descubrir la dinámica inferencial que animaba sus conexiones mutuas)<sup>64</sup>.

---

<sup>57</sup> Robert BOYER, “Historiens et économistes face à l’émergence des institutions du marché”, *Annales. Histoire, Sciences Sociales*, 64-3 (2009), p. 665.

<sup>58</sup> D. MARGAIRAZ y Ph. MINARD, “Le marché”, p. 241; Chris WICKHAM, “Conclusions”, *Le marché de la terre au Moyen Âge*, dir. Laurent Feller y Chris Wickham, École Française de Rome, Roma, 2005, p. 630.

<sup>59</sup> Florence WEBER, “De l’anthropologie économique à l’ethnographie des transactions”, *Le marché de la terre*, dir. L. Feller y Ch. Wickham, pp. 29 y 39.

<sup>60</sup> A. HATCHUEL y otros, “Introduction-résumé”, pp. 12 y 23; D. MARGAIRAZ y Ph. MINARD, “Le marché”, pp. 241 y 245.

<sup>61</sup> Jaume TORRAS, “La construcció del mercat”, *Els espais del mercat*, II Col·loqui Internacional d’Història Local (València, 23, 24, 25 i 26, abril, 1991), Diputació de València, Valencia, 1993, pp. 11-12; S. R. EPSTEIN, “Nuovi sviluppi”, p. 37; P. IRADIEL MURUGARREN, “La crisis bajomedieval”, pp. 28-29.

<sup>62</sup> Tal peso, diferenciando en especial los enfoques anglosajón y francés, se apunta en J. LE GOFF, *Le Moyen Âge et l’argent*, pp. 194-195, y en Ch. WICKHAM, “Conclusions”, p. 625.

<sup>63</sup> Tomo estas distinciones anteriores de las ideas surgidas en las conferencias y los debates del curso *El mercat: un món de contactes i intercanvis* (citado *supra* en la nota 2) y, también, de los argumentos de F. WEBER, “De l’anthropologie économique”, p. 41. Sobre el papel de la teoría económica en la historia económica, véase como complemento Paolo MALANIMA, “Storia economica e teoria economica”, *Dove va la storia economica?*, cur. F. Ammannati, pp. 419-427.

<sup>64</sup> Guy BOIS, “Un assaig sobre el naixement i el desenvolupament de l’economia de mercat al si de la societat feudal”,

Otras dificultades de la polémica son más profundas y afectan ya a sus contenidos. En este aspecto no se trata sólo de que hayan entrado en juego definiciones más abiertas o más cerradas de lo que puede ser el mercado o de que, a mayor restricción de los conceptos, más se haya tendido a proclamar su hipotética exclusividad con respecto al resto de opciones del debate<sup>65</sup>. Se trata también del problema que supone introducirse por un camino que es lógicamente ineludible para los historiadores: el de *historiciser* la categoría “mercado”, por encima de cualquier abstracción intemporal o de cualquier esquema absoluto preconstruido. La tarea exige por descontado varias precauciones, como las de distinguir en las sociedades pretéritas la concreción de transacciones que funcionaban según unos instrumentos del mercado que no son forzosamente siempre iguales, y el hecho de que la forma mercantil del intercambio se haya convertido en un momento dado en el paradigma imperante de la organización social<sup>66</sup>.

Entre los medievalistas, la trayectoria de la investigación ha permitido alcanzar una presentación de los mercados que, en palabras de Mathieu Arnoux, sería ya menos anacrónica que la que había prevalecido hasta hace un tiempo<sup>67</sup>. Entre otras razones, pienso que esto podría ser el efecto de haberse planteado de manera paulatina para la Edad Media tres grupos de preguntas: el de saber los resortes que favorecieron entonces la difusión del mercado; el de establecer los espacios donde penetró ese mercado y cómo repercutió en las relaciones sociales y de producción, sobre todo en ámbitos que consienten incorporar a las ciudades como protagonistas destacadas del proceso; y el de detallar, en la medida de lo posible, el grado de transformación que implicaron para la economía del período los impulsos de especialización e intensificación también del trabajo rural, de cara precisamente a su acceso al mercado<sup>68</sup>.

Las respuestas brindadas a estas inquietudes han venido remarcando las peculiaridades de unos mercados medievales, compartidas muchas veces con los mercados de la Edad Moderna, que se caracterizaban por su ubicuidad y por su incardinación en un sistema feudal más propenso a la segmentación que a la homogeneización. También que se definían por su condición visible y claramente delimitada y, desde luego, por resultar ajenos a cualquier desarrollo libre, autónomo o autorregulado<sup>69</sup>. No en balde, de nuevo Mathieu Arnoux califica estos mercados como “lugares de un orden” impuesto a todos<sup>70</sup>, lo que es un modo de volver a subrayar el papel determinante que lo político (pero asimismo lo social) desempeñaban en el levantamiento y el acotamiento de los fenómenos mercantiles. Surgieron así, siempre antes del XVIII, unos mercados complejos y que, como espacios sociales, fueron la creación de redes de actores históricos a través de diferentes formas institucionales, de acuerdo con las necesidades y los instrumentos estimulados por los organizadores y los participantes en cada mercado<sup>71</sup>.

La existencia de estos mercados no evita que sea legítimo interrogarse sobre el sentido global de los intercambios en el mundo medieval. Mucho más si, como quiere una línea de estudios muy asentada en Francia (aunque no sólo aquí), cabe establecer entonces simultáneamente una distinción entre las transacciones mercantiles y las no mercantiles<sup>72</sup>. Si aceptamos lo que anota

---

*Els espais del mercat*, p. 77.

<sup>65</sup> D. MARGAIRAZ y Ph. MINARD, “Le marché”, pp. 241 y 245; J. GOODY, *El robo de la historia*, pp. 49-50.

<sup>66</sup> D. MARGAIRAZ y Ph. MINARD, “Le marché”, pp. 245-247.

<sup>67</sup> Mathieu ARNOUX, “Vérité et questions des marchés médiévaux”, *L'activité marchande*, dir. A. Hatchuel y otros, p. 30.

<sup>68</sup> María ASENJO GONZÁLEZ, “El comercio. Actividad económica y dinámica social en las plazas y mercados de Castilla. Siglos XIII-XV”, *Cuadernos del CEMyR*, 9 (2001), pp. 99-100.

<sup>69</sup> Sobre la ubicuidad de los mercados, véase Stephan R. EPSTEIN, “Introduction to part II”, *Labour and labour markets between town and countryside (Middle Ages – 19th century)*, ed. Bruno Blondé y otros, Brepols, Turnhout, 2001, p. 79. Sobre los factores de segmentación o de falta de libertad, autonomía y autorregulación, Alain GUERREAU, “Avant le marché, les marchés: en Europe, XIII<sup>e</sup>-XVIII<sup>e</sup> siècle (note critique)”, *Annales. Histoire, Sciences Sociales*, 56-6 (2001), pp. 1161 y 1165; M. ARNOUX, “Travail, redistribution”, pp. 292-293; y D. MARGAIRAZ y Ph. MINARD, “Le marché”, pp. 245, 247-248 y 251. Y sobre la visibilidad, A. HATCHUEL y otros, “Introduction-résumé”, p. 12, y E. WELCH, *De compras*, pp. 94 y 96-98.

<sup>70</sup> M. ARNOUX, “Travail, redistribution”, p. 293; *idem*, “Vérité et questions”, p. 33.

<sup>71</sup> M. HÄBERLEIN, “Pre-Industrial Economic History in Germany”, pp. 151-152.

<sup>72</sup> Laurent FELLER, “Enrichissement, accumulation et circulation des biens. Quelques problèmes liés au marché de la terre”, *Le marché de la terre*, dir. L. Feller y Ch. Wickham, pp. 3-4; *idem*, “La circulation”, p. 399.

Florence Weber al respecto, por transacción mercantil habría que entender aquella en la que los bienes intercambiados se evalúan con independencia de las personas que los intercambian y son objetos estrictamente equivalentes o, más bien, que se equiparan con un elemento monetario o material equivalente. Mientras, las transacciones no mercantiles serían las que, lejos de neutralizar el factor personal, lo hacen intervenir en primer plano gracias al despliegue de los intercambios a través de relaciones de solidaridad, reciprocidad o dominación<sup>73</sup>.

Estos estudios vuelven a atribuirse netas raíces antropológicas y, al menos parcialmente, a inspirarse en ideas polanyianas<sup>74</sup>. Además, normalmente, algunas de sus versiones tienden también a desligar la Edad Media de cualquier lógica mercantil y de oferta-demanda y a enfatizar la prevalencia en la época no de las obligaciones económicas, sino de los lazos personales. Así, por ejemplo, se resalta la clara importancia para el Medievo de las formas de interacción social que conjugaban la circulación de bienes y la creación de determinados vínculos entre los individuos. Y ello, por medio de dinámicas como las de la reciprocidad y la redistribución y, en consonancia, de unos mecanismos que se pueden titular “del don y el contra-don”<sup>75</sup>.

Es palpable el contraste de estas posturas con las de quienes no ven obstáculos para referirse a los siglos medievales, sobre todo desde el año mil, como caracterizados por una “sociedad de mercado”<sup>76</sup>. Y no digamos ya con las de los expertos que, aludiendo en particular a la vertiente financiera de las etapas posteriores al XI o al XIII, la consideran típica de una “economía monetaria de producción” y hasta de un capitalismo *avant-la-lettre*<sup>77</sup>. Las discrepancias de esta clase dependen a veces de las perspectivas de fuentes, territorios, temas y fechas escogidas por cada historiador. Pero, aparte de tales circunstancias, dichas discrepancias se sitúan en una disputa más amplia –y ya clásica– sobre el grado de modernidad que adornaba a la economía de las últimas centurias medievales. Recuerdo que la discusión se mueve entre dos alternativas: la posibilidad de aproximar el período al capitalismo y los mercados que han seguido desarrollándose hasta la contemporaneidad o, por el contrario, la creencia en que aquella era una etapa “exótica” por comparación con la nuestra<sup>78</sup> y distante por completo del predominio de las variables comerciales. Entre ambos extremos se interponen numerosos matices (y diversas posiciones menos radicales), pero es también usual que se crucen acusaciones que, según la dirección en que vayan, son o de excesiva primitivización de la sociedad medieval o de anacronismo e incapacidad para admitir las diferencias del pasado<sup>79</sup>.

---

<sup>73</sup> F. WEBER, “De l’anthropologie économique”, pp. 30 y 40.

<sup>74</sup> Pero sobre la lectura de Polanyi hecha por algunos de los medievalistas franceses que apuestan por esta línea interpretativa, véase la crítica de M. ARNOUX, “Vérité et questions”, p. 28.

<sup>75</sup> Esto se aprecia en Lucien FAGGION y Laure VERDON, dir., *Le don et le contre-don. Usages et ambiguïtés d’un paradigme anthropologique aux époques médiévale et moderne*, Publications de l’Université de Provence, Aix-en-Provence, 2010. Y fuera del ámbito francés, en Reyna PASTOR y otros, “Introduction: Transactions, Social Relations, and Monasticism in the Rural Medieval World”, *eadem* y otros, *Beyond the Market. Transactions, Property and Social Networks in Monastic Galicia. 1200-1300*, Brill, Leiden-Boston-Colonia, 2002, pp. 3-9; o Ana RODRÍGUEZ LÓPEZ, “La reciprocidad como vínculo social. Nuevas perspectivas desde la historia”, *Hispania. Revista Española de Historia*, LX/1, núm. 204 (2000), pp. 9-10. También J. F. Padgett y P. D. McLean (“Economic Credit”, p. 46) parecen aceptar los principios señalados cuando afirman que el intercambio social y la reciprocidad eran los micromecanismos del intercambio económico.

<sup>76</sup> M. ARNOUX, “Vérité et questions”, p. 293. De manera comparable, y en una reciente investigación de base, Judicaël Petrowiste considera en su tesis que los siglos finales del Medievo observaron en la región de Toulouse el advenimiento de una auténtica “economía de los mercados”, cuyo instrumento fundamental lo constituyó la floración de burgos (Judicaël PETROWISTE, *Naissance et essor d’un espace d’échanges au Moyen Âge: le réseau des bourgs marchands du Midi toulousain (XI<sup>e</sup>-milieu du XIV<sup>e</sup> siècle)*, Université de Toulouse-Le Mirail, Toulouse, 2007, vol. II, p. 728). Agradezco al autor que me permitiera acceder al texto completo de esta tesis.

<sup>77</sup> He recogido algunas de estas segundas posturas en David IGUAL LUIS, “La circulación de capitales. El mundo financiero europeo en la Baja Edad Media”, *El mercat: un món de contactes i intercanvis*, coord. F. Sabaté y J. Farré, en prensa. La fórmula “economía monetaria de producción” aplicada al Medievo pertenece a Guy Bois.

<sup>78</sup> Del “exotismo” de la Edad Media se habla en J. LE GOFF, *Le Moyen Age et l’argent*, p. 232. Pero el mismo Le Goff (como reproduce Alain GUERREAU, *El futuro de un pasado. La Edad Media en el siglo XXI*, Crítica, Barcelona, 2002, pp. 51-52) no dudó en su día de la posibilidad de acercar la sociedad feudal (del Occidente medieval) a las “sociedades primitivas” y, por tanto, de la legitimidad que tenía recurrir para ello a las que según él eran “las ciencias especializadas en el estudio de estas sociedades”, como la antropología y la etnología.

<sup>79</sup> He detallado parcialmente esta discusión de nuevo en D. IGUAL LUIS, “La circulación de capitales”.

Sea como fuere, retomando la distinción entre lo mercantil y lo no mercantil, convendría reconocer algo que me da la impresión que se olvida con demasiada frecuencia en el debate: que muchas transacciones medievales mezclaban, en el interior de una única operación, síntomas de los dos signos (mercantiles y no mercantiles); y que, aunque ambos se concretaran por separado, las formas de reciprocidad personal y de intercambio económico pudieron coexistir y superponerse en la misma época<sup>80</sup>. Es decir, que pudo haber entonces múltiples “mercados” con reglas diversas y múltiples finalidades de las transacciones<sup>81</sup>. La afirmación es especialmente adecuada para algunas fases históricas que, como la de los siglos XIV y XV, gozaron de una suma amplia de realidades sociales y económicas en que se combinaron, también en los hechos comerciales y financieros, instrumentos más tradicionales y más novedosos<sup>82</sup>. Al final parece cierto lo que el antropólogo Jack Goody ha corroborado más en general, fuera de la Edad media: que en la práctica no hay oposición excluyente entre lógicas redistributivas y de mercado, ya que distintas modalidades simultáneas se dieron (y se dan) cita en distintos contextos sociales. Otra cuestión relacionada, argumentada por Goody, es que además cuesta imaginar la existencia de mercados reales que estén aislados de determinados principios abstractos de intercambio mercantil y de las presiones de oferta y demanda, incluso aunque esos lugares de comercio no funcionen al estilo contemporáneo (como ocurriría con los medievales)<sup>83</sup>.

Con todo, creo que lo que late en la base de las polémicas expuestas, al igual que en la proyección sociocultural de muchas recientes investigaciones, no es tanto el dilema sobre el significado puntual de los mercados en la Edad Media como sobre el papel global que correspondía entonces a la economía ... siempre y cuando, claro, aceptemos que esta economía (más o menos subordinada a, o encajada en, otras instancias de la sociedad) constituye un concepto válido para analizar en el pasado la posesión, explotación, circulación y reproducción de recursos materiales<sup>84</sup>. Acerca de dicho papel, y teniendo en cuenta los escenarios historiográficos que he dibujado, no faltan hoy los pronunciamientos que parecen buscar la prudencia y el equilibrio interpretativos. Así se comprende que John F. Padgett y Paul D. McLean sugieran que, a la hora de proporcionar disciplina a los mercados cuatrocentistas, tan importantes eran los precios como las consideraciones sobre la reputación. O que Evelyn Welch estime que el consumo en el Renacimiento dependía tanto del tiempo, la confianza, las relaciones sociales y los contactos, como de cuestiones aparentemente impersonales como el precio, la producción y la demanda<sup>85</sup>. Una óptica diferente ofrecen las opiniones que concluyen que el poder y el estatus social de los individuos conectaba más estrechamente en el Medievo con la densidad y la variedad de sus relaciones sociales que con los recursos materiales<sup>86</sup>. O que piensan que, para encuadrarse por ejemplo en el grupo socioprofesional de los mercaderes bajomedievales, desarrollar un oficio común (el comercio) era más trascendente que gozar de cierto nivel adquisitivo y, en esa línea, que el capital simbólico tenía mayor peso que el capital material<sup>87</sup>.

No es extraño que valoraciones como estas puedan apoyar la sensación de que existe un creciente

---

<sup>80</sup> L. FELLER, “La circulation”, pp. 407 y 413; F. WEBER, “De l’anthropologie économique”, p. 45.

<sup>81</sup> L. FELLER, “Histoire du Moyen Âge”, p. 53.

<sup>82</sup> G. BOIS, “Un assaig”, pp. 77-90; Eric MIELANTS, “The role of medieval cities and the origins of merchant capitalism”, *Labour and labour markets*, ed. B. Blondé y otros, pp. 111-139.

<sup>83</sup> J. GOODY, *El robo de la historia*, pp. 49, 50-51, 53 y 56-57.

<sup>84</sup> Al introducir esta acotación me refiero a la percepción de Alain Guerreau (*El futuro de un pasado*, por ejemplo en pp. 26, 194 o 214), cuando argumenta que la división entre las nociones “política”, “religión” y “economía” es una invención del siglo XVIII y sólo permite pensar empíricamente las sociedades contemporáneas. Por eso, si se utilizan estos términos a propósito de la Edad Media, en su opinión se disloca *a priori* el objeto estudiado, lo aprehendemos en falso y nos encerramos en una aporía insuperable. Una orientación prácticamente similar, pero para la Edad Moderna, consta en Bartolomé CLAVERO, *Antidora. Antropología católica de la economía moderna*, Giuffrè, Milán, 1991, sobre todo pp. 30, 194, 202 y 211. Entiendo estas apreciaciones como un aviso, serio, para que los historiadores no nos deslicemos por la pendiente del anacronismo y procuremos comprender las cosmovisiones medieval y moderna por sí mismas. Pero, por causas que evito detallar, no considero que invaliden la posibilidad de emplear para aquellas épocas el concepto “economía”, aunque sea –eso sí– con los ajustes precisos.

<sup>85</sup> J. F. PADGETT y P. D. MCLEAN, “Economic Credit”, p. 46; E. WELCH, *De compras*, p. 303.

<sup>86</sup> R. PASTOR y otros, “Introduction”, p. 14.

<sup>87</sup> J. AURELL, “Reading”, pp. 85 y 88.

abandono universitario y social, si es que no es una auténtica subestimación, de la historia propiamente económica. Yo mismo reseñé el desinterés por esta área científica ya en 2008, en relación con el medievalismo español y partiendo de una trayectoria que arrancaba al menos de mediados de la década de 1990<sup>88</sup>. Pero en ello insistieron en 2010 bastantes contribuciones de la *XLII Settimana di Studi* del Instituto Datini de Prato, a escala europea y tanto para el medievalismo como para el modernismo posteriores también a los años noventa del siglo XX. Pérdida de audiencia de la disciplina, exclusión progresiva de la economía de algunos grandes debates historiográficos y declinar de las investigaciones fueron tres de las afirmaciones que se vertieron al respecto entre los ponentes de la *Settimana*<sup>89</sup>. En ocasiones, los balances de este género han focalizado su atención en la reducción del número de publicaciones y de trabajos de campo. Sin embargo, es probable que la cuestión no deba centrarse tanto en un tema de cantidades. Los propios estudios sobre Aragón y el elenco de obras recientes que he venido citando demuestran que los sectores del mercado y el comercio, por lo menos, continúan siendo tratados con relativa asiduidad por los especialistas de las edades Media y Moderna. Quizá el problema radique más en un asunto cualitativo: aunque se sigan abordando aspectos tradicionales en la historia económica, estos son examinados cada vez más a través de perspectivas nuevas o renovadas (socioculturales, antropológicas, sociológicas), distintas desde luego a las de la economía neoclásica y, en todo caso, diferentes asimismo a muchos de los horizontes que habían marcado durante decenios a la mencionada historia económica<sup>90</sup>.

Sin duda, este ajuste de los prismas de observación resulta útil para corregir los abusos economicistas en que esta historia ha podido incurrir y, de paso, para estar alerta ante el peligro potencial de repetir dicho economicismo. También es aprovechable, recapitulando algunas nociones que he desarrollado en el artículo, para evitar anacronismos, evocar el fundamento personal y social de toda realidad material y remarcar la imbricación compleja que poseen las diversas facetas de cualquier sociedad. No obstante, la insistencia actual en las variables que no serían específicamente económicas parece bordear a veces eso que, páginas atrás, he llamado “un típico movimiento pendular” de la historiografía (recuerdo que cojo la expresión de Antoni Furió), que aquí se verificaría mediante la casi eliminación de lo económico en muchos discursos donde probablemente merecería no quedar relegado. En este contexto se explica que empiecen a menudear los llamamientos más o menos reivindicativos que, según los casos, juzgan que es un error minimizar la parte que correspondía a los comportamientos económicos en la evolución social medieval (Arnoux); aprecian las oportunidades que todavía conserva la historia económica para ascender a una posición más central en la comunidad científica (De Vries); o, a la postre, defienden que las tendencias últimas de las investigaciones no deben conducir a la deslegitimación de la misma historia económica ni a la negación o dilución de su objeto (la economía), sino que tienen que estimular la exploración de vías e instrumentos pertinentes para captar en la historia los hechos económicos y sus dinámicas (Margairaz y Minard)<sup>91</sup>.

---

<sup>88</sup> D. IGUAL LUIS, “Economía, mercado y comercio”, p. 171.

<sup>89</sup> Consúltense en *Dove va la storia economica?*, cur. F. Ammannati, las aportaciones de Alberto GROHMANN, “Vecchie e nuove sensibilità nella storiografia economica italiana: le tematiche”, p. 36; L. FELLER, “Histoire du Moyen Âge”, pp. 41-44; J. DE VRIES, “Old and New Insights”, pp. 62-63; Miguel Ángel LADERO QUESADA, “La historia económica medieval hispánica”, pp. 135-136; Hilario CASADO ALONSO, “The Economic History of Spain in the Early Modern Ages”, pp. 173-189; y L. FONTAINE, “La crise”, pp. 537-540.

<sup>90</sup> En estas últimas ideas sigo sugerencias entresacadas de L. FELLER, “Histoire du Moyen Âge”, pp. 42-43 (cuando escribe, por ejemplo, que entre los medievalistas franceses pocos se definen como historiadores económicos, lo que no impide que haya una práctica economista en su seno), y otra vez de las discusiones del curso *El mercat: un món de contactes i intercanvis* (citado *supra* en la nota 2). En dicho curso, la ponencia de Germán NAVARRO, “Estudios recientes y proyectos actuales sobre los mercados medievales en Aragón y Valencia en pos de una historia comparada”, valoró también las investigaciones que reseña su título.

<sup>91</sup> M. ARNOUX, “Vérité et questions”, pp. 39-40; J. DE VRIES, “Old and New Insights”, pp. 63 y 77; D. MARGAIRAZ y Ph. MINARD, “Le marché”, p. 249. También interesa L. FONTAINE, “La crise”, pp. 540-541, porque propone vías para la recuperación de la historia económica y, a la par, critica ciertos olvidos interpretativos de la historia cultural. Aparte, Jan de Vries ha sentido la necesidad de recalcar en *La revolución industrial*, pp. 10 y 19-20, que él realiza aquí un análisis de historia económica respecto al consumo. Y ello, frente a otras visiones muy boyantes en la actualidad que conciben tal consumo como un fenómeno sólo cultural, con funciones comunicativas y expresivas y casi incluso independiente de fuerzas sociales y económicas restrictivas. En otro sentido, y asimismo significativamente, los

#### 4. De vuelta a Aragón para concluir

Cerrar el recorrido que he efectuado de la manera como lo hago en el párrafo anterior no deja de suponer, para mí, una cierta ironía del destino. El año 2000 expuse una ponencia en la *XXXII Settimana di Studi* que el Instituto Datini de Prato consagró a las ferias y los mercados europeos de los siglos XIII-XVIII. Y acabé entonces el texto con palabras prestadas de Alberto Grohmann, con las que manifesté la necesidad de recuperar el componente social de toda historia económica y de volver a situar en el centro del análisis al hombre o, mejor, a las colectividades humanas<sup>92</sup>. Hoy, más de diez años después, juzgo sin embargo adecuado encaminarme hacia el final del presente artículo con las apelaciones que he reproducido, relativas a la conveniencia de no marginar ahora en exceso los ingredientes económicos de la propia historia.

Es evidente que en mis afirmaciones, tanto las actuales como las pasadas, traslado (y trasladé) visiones de la trayectoria historiográfica que nacen (y nacían) de intereses absolutamente personales. Por eso son visiones algo simplificadoras y que no agotan la enorme pluralidad de inquietudes, argumentales y metodológicas, que continúan alimentando hasta nuestros días los estudios sobre la economía y los mercados medievales. De hecho, y por no mencionar otras publicaciones, la comparación de estas páginas que estoy terminando con las de otros trabajos que he editado últimamente<sup>93</sup> ofrece, por ejemplo, un balance más completo y exhaustivo del estado reciente de tales estudios. En cualquier caso, lo que sí creo que reflejan mis palabras en la *Settimana* pratense de 2000 y las apelaciones a las que he aludido hace un instante es la insatisfacción en que caemos los historiadores, cada cierto tiempo, ante el transcurrir de nuestra disciplina. Una insatisfacción que brotaría entre diversos motivos del contraste periódico que suele producirse entre, por un lado, la lucidez y la consistencia explicativas que aportan determinados modelos y formas de interpretación histórica y, por el otro, el nivel de simplificación y artificiosidad que dichos modelos y formas implican. Mucho más cuando, en circunstancias y épocas delimitadas como las del comercio en los siglos XIV-XV, está cada día más claro que sus realidades se movieron en ambientes de relativa complejidad y sofisticación. Ello debería obligarnos a huir de cualquier respuesta sencilla a los interrogantes que se formulen, para intentar incorporar la multitud de variables existentes al respecto<sup>94</sup>.

A pesar de todo hay que admitir que, como he tratado de mostrar en ocasiones aquí, algunas bases de las evoluciones historiográficas se nutren del replanteamiento de viejos asuntos o del cambio en los modos de observar, y hasta de nombrar, aspectos más o menos abordados ya de antiguo. Aparte, y parafraseando lo que ha escrito Flocel Sabaté para otro tema que es asimismo problemático en el medievalismo<sup>95</sup>, también me parece que en los campos del comercio y los mercados los especialistas nos encerramos a veces en entelequias de difícil contrastación por quedar atrapadas en el marasmo de las teorías interpretativas. Así, la propia discusión científica – de “salón versallesco” la denomina Sabaté– sobre facetas como estas llega a concentrar en demasía los retos a que se someten los expertos, en perjuicio del análisis de puntos más específicos del pasado que ayuden a seguir descifrando qué sucedió en los estadios cronológicos y las áreas

---

editores de la obra Lorenzo TANZINI y Sergio TOGNETTI, cur., *“Mercatura è arte”. Uomini d'affari toscani in Europa e nel Mediterraneo tardomedievale*, Viella, Roma, 2012, creen oportuno aclarar en la presentación (p. 9) que en el volumen ni se anula ni se disuelve el relieve económico de los temas tratados en beneficio de otros planteamientos sociológicos o institucionalistas.

<sup>92</sup> David IGUAL LUIS, “La difusión de productos en el Mediterráneo y en Europa occidental en el tránsito de la Edad Media a la Moderna”, *Fiere e mercati nella integrazione delle economie europee. Secc. XIII-XVIII*, cur. Simonetta Cavaciocchi, Atti della “Trentaduesima Settimana di Studi” dell’Istituto Internazionale di Storia Economica “F. Datini” (Prato, 8-12 maggio 2000), Le Monnier, Florencia, 2001, pp. 493-494.

<sup>93</sup> D. IGUAL LUIS, “Economía, mercado y comercio”, pp. 170-200; *idem*, “Operadores económicos”, pp. 189-214; *idem*, “¿Crisis? ¿Qué crisis? El comercio internacional en los reinos hispánicos de la Baja Edad Media”, *Edad Media. Revista de Historia*, 8 (2007), pp. 203-223.

<sup>94</sup> Opiniones que van en una dirección semejante a la que acabo de proponer, aunque referidas en general a la economía de los siglos XI al XV, figuraban ya en John HATCHER y Mark BAILEY, *Modelling the Middle Ages. The History and Theory of England's Economic Development*, Oxford University Press, Oxford, 2001, en particular pp. 15, 20, 208-209 y 240.

<sup>95</sup> Flocel SABATÉ, *La feudalización de la sociedad catalana*, Universidad de Granada, Granada, 2007, p. 1.



territoriales que, de una manera u otra, constituyen los fundamentos del presente. Por eso, la aparición de trabajos concretos como los recopilados en este volumen sobre Aragón siempre resulta saludable, y seguro que suministrará nueva savia para el conocimiento y la explicación del funcionamiento de los mercados medievales en general.

Estos trabajos, junto a los de la obra del mismo equipo investigador que salió a la luz en 2009, refuerzan una perspectiva de acercamiento regional que es de gran relieve para entender el desarrollo socioeconómico europeo tanto a largo plazo como en la corta duración de la Edad Media<sup>96</sup>. En esa línea, revalidan la condición del reino aragonés hasta el siglo XV como espacio pertinente para inspeccionar las características particulares de las actividades económicas y, en consecuencia, lo muestran como un caso que puede interactuar comparativamente con otras regiones hispánicas o continentales. Obviamente, siempre dentro de ambos libros citados sobre Aragón (el de 2009 y este), los elementos susceptibles de entrar en la comparación apuntada son cuantiosos. Sin embargo, hay por lo menos dos que considero atrayentes y que me limito a enunciar. Uno concierne a la progresión comercial de 1200 a 1500 y a los efectos, mayores o menores sobre ella, de esa “crisis bajomedieval” tan famosa pero a la vez tan revisada en los últimos tiempos. El mantenimiento, la reducción o el aumento de las ferias y los mercados celebrados en el territorio, y el comportamiento a su alrededor de los agentes sociales, son algunos de los indicios de tales efectos apreciados en otras partes<sup>97</sup> y sobre los que la experiencia aragonesa exhibe huellas importantes. El otro elemento incumbe a la relación del mundo rural y el mundo urbano en la vertebración mercantil de una región dada, en conexión con las estrategias de centralización y/o dispersión de los intercambios y con el proceso urbanizador del movimiento comercial que cabe detectar en distintos momentos y lugares del Medievo<sup>98</sup>.

En este segundo tema, el panorama aragonés que brinda la eventualidad de ser cotejado tiene que ver con el papel que desempeñaron las diferentes ciudades, villas y aldeas del reino, encabezadas por Zaragoza, su capital. Algo ya bastante conocido, pero que se ve sin duda completado y profundizado con las aportaciones de este volumen y del anterior. Como es sabido, en ese papel se ventilaban cuestiones de supremacía político-institucional, acumulación demográfica, ordenación espacial y explotación económica, que poco a poco fueron pautando la organización y la jerarquización regionales. Y de ello dieron testimonio parcial ciertos visitantes extranjeros que anduvieron por la zona en las postrimerías de la Edad Media.

Ya hacia 1465, en el diario de viaje del aristócrata bohemio León de Rosmithal se registró que Zaragoza era una ciudad grande y poderosa, donde hacían negocios mercaderes de todos los países. En las mismas ideas insistió a mediados de la década de 1480 el noble polaco Nicolás von Poplaw (o de Popielovo), al reseñar que Zaragoza era una gran ciudad en la que existía un gran comercio. Pero mucho más célebre es el relato del alemán Jerónimo Münzer, de 1495. Tras describir que también Calatayud era grande y estaba llena de mercaderes, Münzer focalizó su atención en Zaragoza, cómo no, a la que calificaba como “ilustre ciudad capital del reino de Aragón”. De ella destacaba su naturaleza de núcleo populoso, frecuentado asimismo por muchos mercaderes debido a la abundancia de los artículos que se producían o negociaban allí: azafrán,

---

<sup>96</sup> Es lo que se ha vuelto a resaltar también recientemente en Bas VAN BAVEL, *Manors and Markets: Economy and Society in the Low Countries, 500-1600*, Oxford University Press, Oxford, 2010, p. 6; y Mathieu ARNOUX y Anne-Marie FLAMBARD HÉRICHER, dir., *La Normandie dans l'économie européenne (XI<sup>e</sup>-XVII<sup>e</sup> siècle)*, Colloque de Cerisy-la-Salle (4-8 octobre 2006), Publications du CRAHM, Caen, 2010, en particular en la introducción y la conclusión a cargo de Mathieu Arnoux y Jacques Bottin, respectivamente.

<sup>97</sup> Según lo observado, por ejemplo, en R. H. BRITNELL, *The commercialisation*, p. 160, y en A. FURIÓ, “Producción agraria”, pp. 418-419. Sobre la revisión de los principios de la “crisis bajomedieval”, véase D. IGUAL LUIS, “¿Crisis? ¿Qué crisis?”, y Antoni FURIÓ DIEGO, “La crisis de la Baja Edad Media: una revisión”, *idem* y otros, *Las crisis a lo largo de la historia*, Universidad de Valladolid, Valladolid, 2010, pp. 13-46.

<sup>98</sup> De entre la ingente bibliografía disponible sobre esto último, sirvan sólo las citas de J. PETROWISTE, *Naissance et essor*, 3 vols.; *idem* y Jack THOMAS, “Des bourgs et des marchés: approche du réseau des places marchandes en Midi toulousain du XI<sup>e</sup> au XX<sup>e</sup> siècle”, *Fires, mercats i món rural*, cur. Enric Vicedo, Quartes Jornades sobre sistemes agraris, organització social i poder local als Països Catalans, Diputació de Lleida, Lérida, 2004, pp. 614-615; y Pascual MARTÍNEZ SOPENA, “El mercado en la España cristiana de los siglos XI y XII”, *La Península Ibérica y el Mediterráneo durante los siglos XI y XII*, Actas del Curso (Aguilar de Campoo, 27-30 de julio de 1996), publicado en *Codex Aquilarensis. Cuadernos de Investigación del Monasterio de Santa María la Real*, 13 (1998), pp. 121-142.

trigo, lana de la mejor calidad, gualda, ganado, miel, cera y otros frutos, además del cuero para zapatos y toda clase de calzado. Aunque el alemán indicaba que la tierra del entorno de Zaragoza era árida y estéril, menos donde podía regarse, no escondía la fertilidad de los valles fluviales del reino que, como los del Ebro y el Jalón, eran ricos en rebaños, vino, aceite y trigo. De hecho, muy a inicios del XVI, el flamenco Antoine de Lalaing todavía reconocía la condición comercial de Calatayud y Zaragoza y definía el país donde se ubicaba esta última como muy fértil en tierras de labor, viñedos y praderíos. Mientras, a los ojos de este viajero, Teruel únicamente merecía el título de “pueblecillo bastante bueno”<sup>99</sup>. Sin duda, con el lenguaje propio de la época y de este tipo de fuentes, los observadores foráneos mencionados daban cuenta ya sobre Aragón de unos rasgos internos de diferenciación del territorio y de convergencia de oportunidades económicas que el medievalismo contemporáneo ha confirmado extensamente, disponiendo incluso en los tiempos más recientes del contexto de algunas variables historiográficas como las que he pretendido exponer en el presente trabajo.

---

<sup>99</sup> José GARCÍA MERCADAL, *Viajes de extranjeros por España y Portugal desde los tiempos más remotos hasta fines del siglo XVI*, Aguilar, Madrid, 1952, pp. 304, 322, 480, 492 y 496 (relatos de Rosmihal, Von Poplaw y Lalaing); Jerónimo MÜNZER, *Viaje por España y Portugal (1494-1495)*, Polifemo, Madrid, 1991, pp. 287-291.