

JUAN A. BONACHÍA HERNANDO Y DIEGO CARVAJAL
DE LA VEGA (EDITS.), *LOS NEGOCIOS DEL HOMBRE.
COMERCIO Y RENTAS EN CASTILLA. SIGLOS XV Y XVI,*
VALLADOLID, 2012, 321 PÁGINAS.
ISBN: 9788496186798

MARÍA MARTÍNEZ MARTÍNEZ
Universidad de Murcia

Sugerente título para una oportuna monografía editada por dos buenos conocedores de la economía y sociedad urbana: el primero, integrante del Comité director de *Arca Communis*, una red de proyectos sobre hacienda y fiscalidad, y el segundo, coordinador de la reciente edición *Redes sociales y económicas en el mundo bajomedieval*, por citar dos referentes que muestran nuevas formas de vertebrar las relaciones económicas y sociales, en permanente diálogo y desde enfoques teóricos y sociológicos.

La apertura de la Europa occidental al comercio internacional y los mercaderes, banqueros y hombres de negocios que la hicieron posible, ha sido un tema clásico con rotundos precedentes desde los años 50 hasta los ochenta (Renouard, Saporì, Le Goff, Raymond de Roover, M. de la Roncière, Roberto Sabatino López, Mollat...), bien consolidados en los noventa (Robert-Henri Bautier y Marco Tangheroni). En la historiografía hispana, a las aportaciones pioneras en torno al comercio catalán (Jaime Vicens Vives, Pierre Vilar, Claude Carrères, Mario del Treppo) se fueron sumando otras investigaciones “regionales” de medievalistas que han generado en la actualidad una amplia producción de estudios conectados con el comercio (interior-exterior), sus áreas, rutas y agentes comerciales. En esta línea, para la Corona de Castilla, la historiografía de las tres últimas décadas se ha ocupado sólidamente del tema, como demuestran algunas obras de referencia (García de Cortázar, Caunedo del Potro, Ladero, T.F. Ruiz, Otte, Aznar Vallejo, Ferreira, Ruiz Martín...).

Esta monografía, que contiene once trabajos de investigación de base –y cuya edición coincide cuando en la actualidad se están cuestionando algunos negocios y finanzas de los hombres de nuestro tiempo y de la “perversión” del sistema capitalista occidental–, se articula en torno a la actividad de aquellos otros hombres de negocios castellanos que convergen en un tiempo expansivo que adelanta y enlaza con la modernidad.

La moral cristiana no aceptó bien las nuevas actividades (comercio y banca) que desde el siglo XII iban a sentar en el Medievo los fundamentos del mundo moderno o pre-capitalista. El mercader-banquero no placía a Dios –decían las voces de la Iglesia– porque su forma de vida era lucrativa y especulativa (crédito y préstamo con usura): comerciaban

con el tiempo y el tiempo sólo pertenecía al Creador. La visión moral negativa hacia estos nuevos hombres, los burgueses, dedicados a negocios, empresas, rentas fiscales y finanzas, fue transformándose en aceptación y colaboración, y produjo cambios bien visibles en las estructuras materiales y las mentalidades (nuevos valores, comportamientos, tiempo laico, nuevas medidas, instrumentos, leyes, asociaciones, compañías y consulados, exploración-explotación de nuevos mundos...). Las investigaciones de “Los negocios de los hombres” que se compendia en esta obra, abundan en esta línea, pero sobre todo muestran, en conjunto, el interés por el conocimiento individualizado de quienes destacadamente (también algunas mujeres) participaron en la interconexión del comercio, la actividad financiera y los grupos sociales que la sustentaba. Comercio, finanzas y fiscalidad conectados –en mayor o menor medida– en los espacios urbanos integrados en la Corona de Castilla (los de las dos mesetas castellanas, Galicia, Vizcaya, La Rioja y Granada), pero en los que se echa en falta algunos correspondientes a otras áreas andaluzas y al reino de Murcia.

Paralelos pero no convergentes, y por tanto diferenciados, fueron los nexos mercantiles y financieros que Hilario Casado propone en su análisis “Crecimiento económico, redes de comercio y fiscalidad en Castilla a fines de la Edad Media”. El aprendizaje de la profesión para convertirse en el “mercader perfecto” (y su articulación cultural) es la propuesta sobre la que ahonda Betsabé Caunedo en “Mercaderes castellanos: algunos aspectos de su formación teórica”. La financiación de las empresas mercantiles a través del dinero que no cesa explica la expansión comercial, como demuestra Carvajal de la Vega en “Crédito entre mercaderes castellanos a fines de la Edad Media”. Familias de mercaderes y profesionales de los negocios de Nájera, Santo Domingo de la Calzada o Logroño, son estudiadas por Francisco Javier Goicochea para configurar un prototipo social elitista, mientras que el documentado análisis prosopográfico de Ernesto García (“Hombres y mujeres de negocios del País Vasco en la Baja Edad Media”) individualiza en las ciudades vascas “el quién es quién” en las actividades comerciales y financieras, donde se incluyen a tres mujeres de negocios. La práctica de la mercadería es el tema que compendia Iago Irijoa (“Fuentes inéditas para el estudio de mercaderes guipuzcoanos a fines de la Edad Media: una aproximación al libro de registros de Juan Ibáñez de Hernani (1495-1503)” mediante el análisis del libro de contabilidad de un mercader guipuzcoano especializado en el comercio de productos de hierro. El comercio exterior vizcaíno y de los vizcaínos a través de los puertos y plazas financieras del Señorío de Vizcaya protagoniza el estudio de Eduardo Inclán (“El reconocimiento de la profesionalidad: la consolidación de la ría del Nervión como plataforma del comercio internacional y la puesta en marcha del consulado de Bilbao (1480-1525)”. El caso gallego estudiado por Amparo Rubio (“Mercaderes y financieros en el arrendamiento de rentas reales en la Galicia del siglo XV”) detalla las inversiones comerciales y fiscales realizadas por algunos linajes (Carballido y Cruu) para potenciar su protagonismo social y político. El ejemplo de Castilla La Nueva investigado por Pablo Ortego (“Estrategias financieras y especulación: en torno al arrendamiento “por mayor” de rentas regias ordinarias en Castilla: aproximación a partir del caso de Castilla La Nueva (1462-1504)”, profundiza

en la gestión y las estrategias utilizadas por los distintos agentes financieros en las beneficiosas inversiones fiscales. Ágatha Ortega (“Estrategia, dinero y poder. Compañías financieras castellanas a finales de la Edad Media: una primera propuesta metodológica”) plantea la convergencia institucional de compañías y compañeros de finanzas y mercados que comparten dinero, trabajo y negocio en el reino de Granada. Finalmente, Juan. A. Bonachía (“El encabezamiento de alcabalas de Valladolid (1496-1501). Los sistemas de recaudación”) analiza las negociaciones llevadas a cabo por el concejo vallisoletano para recaudar las alcabalas y fijar el valor del encabezamiento de las mismas con el acuerdo de arrendatarios, recaudadores y comerciantes sobre los que recaía el impuesto. Que sea enhorabuena.