

ENRIQUE CRUSELLES GÓMEZ*

*EL MERCADO DE TELAS Y «NUEVOS PAÑOS LIGEROS»
EN VALENCIA A FINALES DEL SIGLO XV***

RÉSUMÉ

Pendant les dernières décades du xv^e siècle, le marché textile de la ville de Valence fut progressivement fourni par des tissus originaires de l'Allemagne Méridionale, la France Orientale et la Flandre. D'abord il s'agissait de toiles de lin, chanvre et coton, mais aussi des articles de laine qui imitaient des draps de qualité supérieure et qui n'avaient rien à voir avec les types de draps élaborés par l'industrie locale valencienne. Dans une première période, les sociétés allemandes, comme la Humpis et la Ankenreute, surent profiter du succès de cette «nouvelle draperie légère», de prix plus abordable pour les groupes sociaux plus bas. Puis, durant la première décade du siècle suivant, elles seraient remplacées par les compagnies françaises de l'aire Iyonnaise. Malgré leurs structures financières et commerciales qui ne présentaient pas de différences notables avec les étrangères, les hommes d'affaires locaux, expérimentés marchands de la commercialisation des draps de qualités moyennes dans la Méditerranée occidentale, se conformèrent à une position secondaire dans l'approvisionnement textile par rapport aux compagnies allemandes et françaises. Tout au long de ces pages nous analysons le fonctionnement de ce marché, les différents niveaux impliqués dans la circulation des marchandises, ainsi que nous proposons et examinons les possibles causes qui peuvent expliquer cette indifférence du marchand et de l'artisan valenciens face à un marché émergent.

INTRODUCCIÓN

La creciente distribución de telas de lino, algodón y cañamazo y de paños de lana ligeros en el mercado de la ciudad de Valencia desde las décadas finales del siglo xv, se convirtió en uno de los principales negocios de las compañías mercantiles extranjeras. En especial, de aquellas que no disfrutaban ni de la sólida posición financiera ni de la tradicional presencia comercial características de las em-

*Departamento de Historia Medieval. Universidad de Valencia.

** (El presente trabajo ha sido realizado en el marco del proyecto de investigación *Élites locales e internacionales en áreas de convergencia de la Europa mediterránea medieval: Valencia 1350-1525*, dirigido por F.P. Iradiel Murugarren y financiado por el Ministerio de Educación y Ciencia (Ref. PB95-1102).

presas italianas. Los contratos notariales y las ordenanzas públicas demuestran el protagonismo de los factores y corresponsales de las sociedades alemanas y francesas, lo que no implica limitación alguna de este segmento del mercado textil; a pesar del reducido número de operadores implicados, circulaban mercancías por valor de varios miles de decenas de libras anuales. Además, las ganancias obtenidas se reinvertían en la comercialización de los excedentes agropecuarios producidos en las tierras del reino, integrando diferentes mercados en las estrategias comerciales de aquellas casas extranjeras. A primera vista puede pensarse que el nuevo mercado redundaba en beneficio de la consolidación de la ciudad como plaza comercial y financiera internacional. Sin embargo, la circulación de telas extranjeras, comercializadas en mayor grado por capital mercantil foráneo, venía a repercutir sobre ciertas deficiencias del sistema de intercambios y de la organización textil local cuyos efectos se dejarían sentir a lo largo del siglo siguiente.

OPERADORES MERCANTILES ALEMANES Y FRANCESES EN LA CIUDAD DE VALENCIA

Aunque no han sido numerosas las investigaciones llevadas a cabo hasta el presente, por lo menos una cantidad suficiente de ellas ha podido atestiguar la creciente presencia en la Valencia de finales del siglo XV de factores y comerciantes franceses y alemanes.¹ El grupo mejor estudiado ha sido este último, si bien la atención de los historiadores se ha centrado sobre una sola compañía, la «grossa companya» Ravensburg de los Humpis y sus socios, cuyo destino se identificó con el de la primera oleada de empresas centroeuropeas bajomedievales. Surgida en la década de 1420 a la sombra de la compañía Diesbach-Watt, radicada en Barcelona, la «grossa companya» vivió sus mejores años en el periodo final del reinado de Alfonso V, trasladando hacia finales de siglo su dirección a la sucursal de Valencia, donde seguiría prosperando durante unos años más hasta que la confirmación de otras compañías mercantiles alemanas (la «xiqua companya» de Ankenreute) y francesas acabaría con su primacía. Al final, desaparecería tras la emer-

1. H. KELLENBENZ, *Las relaciones económicas y culturales entre España y Alemania meridional alrededor de 1500*, en «Anuario de Estudios Medievales», 10 (1980), p. 543-554; J. HINOJOSA MONTALVO, *Sobre mercaderes extrapeninsulares en la Valencia del siglo XV*, en «Saitabi», XXVI (1976), p. 59-92; ID., *Mercaderes alemanes en la Valencia del siglo XV. La «gran compañía» de Ravensburg*, en «Anuario de Estudios Medievales», 17 (1987), p. 455-468; P. LOPEZ ELUM, *Las relaciones comerciales de la Corona de Aragón con los alemanes y saboyanos. Dret alemà y saboyà (1420-1649)*, en «Saitabi», XXVI (1976), p. 47-58; H. LAPEYRE, *Els mercaders estrangers al regne de València en els segles XV i XVI*, en A. FURIO (ed.), *València, un mercat medieval*, Diputació de València, València, 1985, p. 25-45; J. HADZHOSSIF-GUIRAL, *Les gens de passage, les étrangers et les exilés dans les états aragonais à la fin du Moyen Âge*, en *Les sociétés urbaines en France méridionale et en Péninsule Ibérique au Moyen Âge. Actes du Colloque de Pau, 21-23 septembre 1988*, C.N.R.S., Paris, 1991, p. 349-361; ID., *Valencia, puerto mediterráneo en el siglo XV (1410-1525)*, Ed. Alfons el Magnànim-I.V.E.I., València, 1989, p. 524-533.

gencia de una nueva generación de empresas comerciales alemanas (Welser, Fugger) mejor integradas en las redes clientelares y políticas que articulaban la España y la Europa de los Habsburgo. Por el contrario, la presencia de compañías mercantiles francesas estrictamente no mediterráneas es algo más tardía, pero también más atractiva si atendemos al mayor número y la amplia diversidad geográfica de los operadores presentes en la ciudad: además de comerciantes normandos, picardos, bretones, roselloneses o tolosanos, el grupo más activo estaba integrado por agentes mercantiles procedentes de Avignon y, en especial, de Lyon y Bourg-en-Bresse (principalmente, las compañías de Jacques Malivert e Imbert Rey, de Johan Gari y de Johan Joli).

Ambos grupos mercantiles presentan diferencias en la dimensión de sus estructuras empresariales. En el caso alemán, el despegue mercantil de los territorios meridionales se caracterizó por la internacionalización de grandes compañías que, a pesar de no haber superado sus lazos familiares, manifestaban una mayor continuidad en el tiempo y permitían una mejor cohesión del capital mercantil regional.² Por el contrario, comparado con los grandes grupos de comerciantes internacionales, el comerciante lionés ocupaba un lugar secundario en su mercado local y la mayoría de sus empresas no superaba el nivel familiar o mixto con unas características muy determinantes: dimensiones mediocres de la compañía, confusión entre ámbito doméstico y societario, duración de la compañía limitada a una operación comercial y, por tanto, compañías de corta duración, indistinción entre socios inversores y activos en la gestión diaria de la compañía, negocios de volúmenes mediocres, dificultades para intervenir en mercados internacionales y, en general, asociaciones mercantiles que seguían rememorando su herencia artesanal.³ Por tanto, y es un elemento que tendremos en cuenta con posterioridad, las empresas mercantiles francesas y alemanas que operaban en Valencia no presentaban caracteres muy diferentes de los que identificaban al entramado mercantil local, en cuyo seno destacaba un amplio registro de pequeñas empresas familiares o personales que lindaban con las estructuras organizativas y mentales del negocio artesanal, frente a un reducido grupo de sociedades altamente capitalizadas y presentes en numerosos mercados europeos a través de una organizada red de factores.

2. H. KELLENBENZ, op. cit., p. 548-550; W.V. STROMER, *Une clé du succès des maisons de commerce d'Allemagne du Sud: le grand commerce associé au Verlagssystem*, en «Revue Historique», 285/1 (1991), p. 29-49.

3. R. Gascon., *Lyon et ses marchands. Grand commerce et vie urbaine au XVI^e siècle (environs de 1520-environs de 1580)*, Mouton, París, 1971, pags. 205-206, y 284-288. Aunque Gascon caracteriza la empresa mercantil lionesa del siglo XVI, desde el inicio de la expansión hasta la crisis final de aquella plaza internacional, creemos que con mayor razón sus resultados se pueden extrapolar a estas compañías mercantiles de finales del XV. Más aun, cuando algunas de ellas ni siquiera eran de Lyon, sino de su territorio rural.

De todos modos, más que sus estructuras empresariales o el número de sociedades y hombres que actuaban en el mercado valenciano, por otra parte habituada desde el siglo XIV a la presencia permanente de numerosas colonias de comerciantes italianos, sorprende la actividad que desde finales del XV y, en especial, en la década de 1510, desarrollaron estas compañías alemanas y francesas.

A lo largo del siglo XV, Valencia consolidó su posición como mercado de aseguramiento marítimo internacional. En los libros especializados redactados por notarios como Jaume Salvador o Guillem Ramon Florença, a finales de esa centuria y principios de la siguiente, se refleja el movimiento de un tráfico naviero que unía mercantil y financieramente la ciudad y su reino con el resto de Europa, desde Inglaterra y Flandes hasta el Mediterráneo oriental. Este privilegiado punto de observación nos permite ahora calibrar la importancia económica de las empresas extranjeras aquí analizadas y de la circulación de la pañería ligera en el mercado valenciano.

A pesar de que la circulación de mercancías, hombres y naves entre Valencia y los puertos del sur de Francia, nunca abandonó un plano secundario respecto a otros tráficos, como el mantenido con las islas del Mediterráneo occidental, la contratación de seguros marítimos para cubrir el transporte de mercancías a lo largo de aquella primera ruta mantuvo un ritmo constante, que acabó significando su consolidación. Además, desde finales del siglo XV, la estructura del intercambio de este circuito experimentó una transformación significativa: el comercio de la producción agropecuaria valenciana iba a ser superado cuantitativamente por la importación de tejidos europeos.⁴ El movimiento de exportación continuaba basándose en el transporte de excedentes agrarios (azúcar, arroz, pasa, guisantes, higos y, en menor cantidad, aceite, anís, vino, azafrán, confituras, anchoa, sardina y salazón de pescado). Valencia continuaba cumpliendo su función de mercado agrario especializado de las ciudades del centro-sur de Francia. Además las abastecía con materias primas necesarias en la manufactura textil: grana, urchilla, alumbre, lana, añinos, cuero y otras pieles, baldés, zumaque y, sobre todo, seda, mucha seda, valenciana, granadina, en bruto, semielaborada, fina, tintada, etc. La distribución de esta mercancía implica no sólo una mayor cantidad de contratos, sino también las primas de aseguramiento más elevadas. Sin duda, su comercialización contribuyó al desarrollo de la manufactura sedera en ciudades como Avignon o Lyon. En un segundo plano, el circuito comercial abarcaba también el transporte

4. Respecto a la primera mitad del siglo XV, el análisis de esta ruta está en: E. CRUSELLES, *Jerarquización y especialización de los circuitos mercantiles valencianos (finales del XIV-primer mitad del XV)*, en «Anales de la Universidad de Alicante. Historia Medieval», 7 (1988-1989), p. 104. Para la época final del siglo, los datos proceden de cuatro libros de seguros marítimos redactados por Jaume Salvador y de dos salidos de la mesa de Guillem Ramon Florença. En total, hemos encontrado 169 contratos relacionados con esta ruta.

de tejidos de lana y seda valencianos, o de artículos de peletería. En este tráfico de exportación se observan menores diferencias en comparación con el mantenido en la primera mitad del siglo. Por el contrario, el movimiento de importación presenta cambios: el grano ya no tiene tanto peso en la estructura del intercambio como a principios del siglo. Progresivamente se imponía una gama de manufacturas textiles ligeras, confeccionadas con lino, algodón o cañamazo, procedente del norte o del centro de Europa. Junto a ellas también se aseguraba la importación de artículos de mercería, algún curtiente o colorante textil, y una amplia gama de artículos elaborados, desde productos metálicos hasta libros. De toda esta amplia gama de mercancías, telas y lienzo destacaban en primer lugar como el elemento esencial de la estructura del intercambio, tanto por su reiterada aparición en la documentación como por el mayor volumen de capitales que exigía su aseguramiento.

Casi todas las importaciones de artículos textiles europeos tienen su punto de embarque en Narbona y Aigües-Mortes. Sobre todo, es esta última villa provenzal, situada en el vértice del triángulo formado con Port-le-Bouc y Arlés, área de penetración a través del valle del Ródano hacia Avignon y Lyon y, más al norte, Bourg-en-Bresse. Otros puertos, como Marsella o Niza, parecen centrar su función en la distribución de los excedentes agrarios valencianos.

Según se extrae del estudio del mercado de aseguramiento, comerciantes franceses y valencianos eran los principales impulsores de esta ruta. En general, en ambos grupos predominaba la figura del comerciante que contratava de manera esporádica o limitada el aseguramiento de cargamentos no excesivamente importantes, a juzgar por el valor de los riesgos acordados. En las décadas finales de siglo, entre ese variado y amplio grupo de operadores franceses, sólo destaca la actividad y los negocios de Bernat Maça, mercader de Aviñón.⁵ Entrados en el XVI, encontramos algunos de los contratos de seguros marítimos que mandaron redactar miembros y operadores de las principales compañías francesas de la época, como la Joli: aseguraban la importación de telas, lienzo de cañamazo, sayas y otras ropas cargadas en Aigües-Mortes por Johan Dambert Consell, corresponsal que debió trabajar para la mayor parte de las compañías que transportaban mercancías a lo largo de esa ruta. Operaciones que exigían contraer riesgos por valores aproximados a los 1000 o 1500

5. [En principio, comerciaba con sedas, azúcar, grana, arroz, pescado y pasa, destinados a Marsella y Aigües-Mortes por su cuenta o para Benedicto Pillot, hasta que, finalmente en 1499, se convirtió en ciudadano de Valencia, momento a partir del cual perdemos el rastro de sus negocios [1488, junio 9, julio 17 y octubre 25 (A.R.V., *Protocolos*, n° 4379, J. Salvador); 1492, noviembre 5 (*Ibid*, n° 2691, J. Salvador); 1495, enero 16 y octubre 14 (*Ibid*, n° 2695, J. Salvador); 1499, marzo 20, septiembre 4 y 10, y octubre 5 (*Ibid*, n° 2699, J. Salvador)].

ducados, alcanzándose en alguna ocasión casi los 7000 ducados.⁶ A pesar de que se trate de un número limitado de contratos, la actividad de una compañía como la Joli equivalía, si nos atenemos al valor total de las mercancías que transportaba en un año, a la actividad conjunta de un gran número de los pequeños operadores que abundaban en aquella ruta marítima.

Las compañías alemanas usaban con escasa frecuencia estos puertos de la Francia meridional. Encontramos algunas referencias dispersas, pero suelen hacer mayor relación a la exportación de excedentes agrarios valencianos.⁷ Esta supuesta ausencia se explica porque las compañías Humpis y Ankenreute comerciaban a menudo a través de los puertos ligures y flamencos.⁸ De hecho, en las décadas finales del siglo XV se atestigua la creciente intervención de las compañías alemanas en el mercado local de exportación de lana. Los destinos preferentes de sus cargamentos de lana valenciana, castellana y aragonesa fueron los puertos ligures antes que los toscanos. Además, los contratos de seguros marítimos evidencian, aunque en menor medida que en el caso francés, la importación de telas europeas a lo largo de esas rutas marítimas. En 1488 la compañía de Noffre Humpis estaba representada en el mercado de seguros marítimos por Jacobo Redolfo y Paulo Spich. A principios del año, el primero aseguró un transporte de lana, cuero y azúcar, junto a otras mercancías no especificadas, cargado en Valencia y Tortosa y con destino a Génova. Desde mediados de año, el encargado de asegurar las mercancías de la compañía, siempre del mismo tipo y siempre destinadas a Génova, fue Paulo Spich, que no sería sustituido por Johan Clot al frente de los negocios de la compañía en Valencia hasta finales de 1492. Clot continuaría embarcando lana, cuero y azúcar hacia el puerto ligure (en algún caso, cargamentos valorados en 1800 ducados). En 1495 la compañía realizaba la mayor contratación de seguros marítimos. Entonces la dirigía Conrat Humpis, que mantenía la distribución del mismo tipo de mercancías hacia el puerto de Génova y, en segundo lugar, Savona. Pero en ese momento proliferaban intercambios de mayor volumen, según revelan los valores globales de los riesgos alcanzados en los contratos, cuya suma ronda los 13000 ducados anuales. En este año hemos registrado el primer contrato de seguro marítimo sobre la importación de mercancías desde Génova y Savona. A partir de 1497 remitía la presencia de la compañía en el mercado de seguros marítimos. En

6. 1520, febrero 13, mayo 21, julio 9, septiembre 3, octubre 31 y diciembre 11 (A.P.V., *Protocolo* n° 286, G.R. Florencia).

7. 1488, enero 29, abril 21 y agosto 29 (A.R.V., *Protocolos*, n° 4379); 1492, junio 8 y noviembre 6 (*Ibid.*, n° 2691); 1499, septiembre 2 (*Ibid.*, n° 2699).

8. No se ha de olvidar que la ruta que unía Valencia con estos mercados fue frecuentada por las compañías ligures, grupo que queda al margen del presente estudio pero que negociaba con similar oferta de mercancías (D. IGUAL LUIS, *Valencia e Italia en el siglo XV. Rutas, mercados y hombres de negocios en el espacio económico del Mediterráneo occidental*, Tesis doctoral inédita, Valencia, 1996, t. II, p. 435-436).

1499, último año en que hemos podido recoger su comparecencia en el mercado de seguros marítimos valenciano, Paulo Spich volvía a ser el representante de la compañía: se continuaba enviando azúcar, lana y cuero a Génova. En menor medida, pero aún en cantidades no despreciables, a juzgar por los 8000 ducados en que fueron tasadas las mercancías transportadas durante ese año.⁹

La compañía Ankenreute también hizo de esta ruta y del mismo comercio el eje de su estrategia empresarial, si bien su actividad presentó menor intensidad. En 1488 la compañía de Clemens Ankenreute aparecía representada por Guillem Gauderich, que aseguraba el transporte de baldés a Génova. En 1492 Gauderich y otro corresponsal, Enrich Spora, representaban los intereses de Conrat Ankenreute: se aseguraba el transporte de lana, cuero y baldés a Génova. En 1494 Gauderich fletaba una embarcación para transportar lana a Niza y Génova. Al año siguiente, al igual que la compañía Humpis, la Ankenreute desarrolló una mayor actividad, acaparando ambas gran parte del tráfico lanero de ese año. Los factores de la compañía eran Enrich Spora y, durante el verano, Antonio Ankenreute. Ambos aseguraron varios transportes de lana, cuero, azúcar y baldés que no llegaron a alcanzar un riesgo global superior a los 6700 ducados. En 1499 se menciona por última vez la compañía: se trata de un seguro marítimo contratado por Jos Schedler (Jous Chellar) por valor de 1800 ducados que cubría el transporte de azúcar entre Valencia y Génova.¹⁰ Globalmente, y a pesar de su número reducido, las empresas alemanas preservaron junto a las compañías toscanas la densidad del tráfico lanero.

Las compañías alemanas recurrían asimismo a una segunda ruta para realizar sus negocios. Se trata de la que se puso en marcha en las décadas finales del siglo

9. Los seguros marítimos contratados por la compañía Humpis corresponden a las fechas: 1488, febrero 21, junio 19, agosto 5 y noviembre 24 (A.R.V., *Protocolos*, n° 4379); 1492, marzo 2 y septiembre 24 (*Ibid.*, n° 2691); 1495, febrero 11, marzo 6, mayo 2 y 7, junio 16, septiembre 1, octubre 22 (2), noviembre 7 y 14 y diciembre 22 (*Ibid.*, n° 2695); 1497, febrero 10 (*Ibid.*, n° 2015, J. Salvador); 1499, enero 21, abril 13, julio 15, agosto 21 y septiembre 12 (*Ibid.*, n° 2699). El rastro de la compañía se sigue en los protocolos notariales de los años siguientes. Por ejemplo, el fletamiento realizado en 1510 por Pere Valldman de una nave vasca para realizar el trayecto hasta Génova. A finales de ese año, Johan Conrat Humpis contrataba otra embarcación para realizar idéntica operación: cargar lana en Valencia y Tortosa y transportarla a Génova [1510, abril 15 y diciembre 19 (*Ibid.*, n° 2027, J. Salvador)]. Para la actividad importadora de la compañía entre 1503 y 1507 puede consultarse: J. HINOJOSA MONTALVO, *Mercaderes alemanes...*, p. 462 y 463.

10. Los seguros marítimos que identifican el transporte de mercancías por la sociedad Ankenreute son: 1488, junio 20 (A.R.V., *Protocolos*, n° 4379); 1492, marzo 17 y octubre 2 (*Ibid.*, n° 2691); 1495, marzo 6, abril 27, junio 2, agosto 17 y 31, noviembre 23 y diciembre 12 (*Ibid.*, n° 2695); 1499, julio 11 (*Ibid.*, n° 2699). El fletamiento mencionado tiene fecha 1494, marzo 10 (*Ibid.*, n° 2012, J. Salvador). De todos modos, la compañía seguiría apareciendo en las actas notariales en los años siguientes. Por ejemplo, disponemos de tres contratos de fletamiento redactados en 1503 que tenían un mismo objeto, el transporte de lana a Génova [1503, junio 17, julio 6 y agosto 22 (*Ibid.*, n° 2020, J. Salvador)].

xiv y conectaba Valencia con los puertos flamencos y zelandeses (Brujas-L'Ecluse, Middelburg) e ingleses (Londres, Bristol). En 1488 el factor de la compañía Humpis, Paulo Spich, aseguraba arroz, dátiles, almendruco y melaza por un riesgo global de 750 ducados. Estos negocios, de menor volumen que el lanero, se mantendrían en los años siguientes y girarían siempre en torno a la comercialización de la almendra, otros frutos secos y demás excedentes agrarios procedentes del sur del reino.¹¹ Además, desde otras fuentes archivísticas se ha podido atestiguar el abastecimiento de artículos integrados en la «nueva pañería ligera» realizado por la compañía Ravensburg en Flandes, en villas como Valenciennes, Arrás o Brujas, información que nos permite superar cierta parquedad de las fuentes notariales valencianas en este tema.¹² La actividad de la compañía Ankenreute era de naturaleza similar. A finales de 1487 Guillem Gauderich aseguraba el transporte de arroz. Un año más tarde volvería a realizar el mismo negocio bajo el mando de Conrat Ankenreute. De todos modos, la ruta atlántica no podía rivalizar con la ligur ni en los ritmos de contratación de seguros marítimos ni en el montante de los riesgos acordados.¹³

Si el negocio de lana tenía por centro asegurador y financiero a Valencia y operativo a Tortosa, en el caso de la ruta atlántica eran los puertos del sur del reino los centros operativos, los lugares donde las compañías valencianas y extranjerías destacaban a sus corresponsales y factores. Del mismo modo que otras antes y después, las compañías Humpis y Ankenreute tenían allí instalados a sus hombres y organizaban el transporte de las mercancías coordinando la actividad de todos sus operarios. Por ejemplo, en 1494 Enrich Spora, factor de los Ankenreute, fletó la nave La Trinidad bajo las siguientes condiciones: su patrón, un vasco, debía en el plazo de un mes presentarse en Denia y, a partir de ese momento, navegar durante diez días recorriendo las costas alicantinas entre Denia y Alicante, con el fin de cargar 220 barriles de melaza y 600 quintales de alazor, almendruco, pasa, aceite y jabón. Desde Alicante, con las bodegas ya ocupadas, la nave debía ir *directamente* hasta Zelanda o Flandes.¹⁴

Los datos recogidos en los libros de seguros marítimos valencianos vienen a coincidir con los expuestos por otros historiadores procedentes de otras fuentes, si

11. 1488, septiembre 24, octubre 24 y noviembre 15 (*Ibid.*, n° 4397); 1492, octubre 13 (*Ibid.*, n° 2691).

12. (P. CHORLEY, *The 'Draperies légères' of Lille, Arras, Tournai, Valenciennes: New Materials for New Markets?*, en M. BOONE-W. PREVENIER (eds.), *La draperie ancienne des Pays-Bas: débouchés et stratégies de survie (14e-16e siècles)*. Actes du colloque tenu à Gand le 28 avril 1992, Garant, Leuven-Apeldoorn, 1993, p. 156-159).

13. 1487, diciembre 29; 1488, diciembre 14 (A.R.V., *Protocolos*, n° 4379); 1495, septiembre 24 (*Ibid.*, n° 2695).

14. 1494, agosto 9 (*Ibid.*, n° 2012). Otro fletamiento realizado por Spora en 1497, octubre 13 (*Ibid.*, n° 2014, J. Salvador).

bien la importancia de alguna mercancía cambie respecto al conjunto (por ejemplo, la lana).¹⁵ Pero, a pesar de esta gran heterogeneidad de negocios y mercancías, la presencia de las compañías alemanas se apuntalaba, al igual que la de los franceses, sobre el crecimiento y diversificación del mercado textil valenciano. La documentación notarial relativa a la actividad diaria del mercado local lo confirma. En todo caso, el hecho de que la documentación valenciana de seguros marítimos no recoja en mayor medida el comercio de tejidos realizado por las compañías alemanas debe comprenderse por la complementariedad de los mercados internacionales de aseguramiento que delegaba en Valencia principalmente la responsabilidad de parte del tráfico de aquellos circuitos, el de la exportación.

LA DIFUSION DE LA «NUEVA PAÑERÍA LIGERA»

De los diferentes negocios mantenidos por las compañías alemanas en los mercados catalanes, uno en concreto se convirtió en el eje estratégico de su organización: la venta de paños ligeros de lana, y de telas de algodón, cañamazo y lino o de tejidos donde se mezclaba lana con otra fibra, como los fustanes. En 1506, el comercio de artículos textiles procedentes de la Alemania meridional, Países Bajos y Milán suponía el 65 por ciento de la actividad de la compañía Ravensburg. En el caso de las compañías francesas de principios del XVI, la consulta de la documentación, aunque no cuantificada, permite inferir incluso una mayor dependencia de la venta de «nueva pañería ligera».¹⁶ La tipología de las mercancías textiles vendidas por estas compañías no deja lugar a dudas sobre su calidad: *fustanis, sayes, chamellots, ostedes, bordats, orlandes, teleria de drap de lli, canemasseries, lenç, cotonines, etc., artículos que con frecuencia se encubren en los contratos de venta bajo la denominación genérica de telerarium et canemasserie diversarum sortium o telerarium et rauparum.*

No es necesario ahora introducirnos en un tema ampliamente estudiado como fue la reconversión de la tradicional industria europea de paños de calidad desde finales del siglo XIII, reconversión marcada por la continua evolución hacia artículos cada vez más baratos ligados al surgimiento de las pañerías rurales. Recordemos sólo que a lo largo del XV la nueva pañería, representada por las villas menores del valle del Lys, padeció un progresivo estancamiento como resultado de la amplia concurrencia en los mercados internacionales de paños de calidades me-

15. H. KELLENBENZ, *op. cit.*, p. 550. J. HINOJOSA MONTALVO, *Mercaderes alemanes...*, p. 461-464.

16. H. KELLENBENZ, *op. cit.*, p. 551. En el caso lionés, R. Gascón no dudaba en afirmar que la prosperidad de Lyon, y sobre todo de los centros secundarios como Bourg-en-Bresse, se basaba en el comercio de tejidos (R. Gascon, *op. cit.*, p. 55).

dias o inferiores, que provocó la aparición de una pañería ligera o, si se prefiere, de una «nueva pañería ligera». Con ella irrumpió el trabajo de las fibras textiles vegetales, como el lino o el cáñamo, que en ciertos lugares supuso una válvula de escape a los fracasos de la pañería de lana y en otros la apertura de zonas rurales hasta entonces al margen de los circuitos internacionales.¹⁷ Además, aquella época también marcó la irrupción de la seda en los mercados textiles europeos. El éxito de los tejidos de seda difundidos desde Italia y su influencia sobre las transformaciones de la moda del vestido implicó una reconversión de industrias laneras que imitaron sateñes, tafetanes, terciopelos o chamellotes, imitaciones en lana de bajo precio que hallamos entre las telas vendidas por las compañías extranjeras en Valencia.¹⁸

El acceso al mercado de amplios sectores de los niveles inferiores de la sociedad, en unos núcleos urbanos cada vez más poblados, tuvo una importancia esencial en las transformaciones experimentadas.¹⁹ Asimismo, la concurrencia de nuevos centros industriales que se hacían sitio en los mercados internacionales mediante la imitación de los paños, obligó a adoptar las medidas de reconversión que estaban en la base de las transformaciones de la oferta textil: reducción de las calidades de las materias primas de los tejidos (utilización de fibras de lana cortas) e introducción de las fibras vegetales, reorganización de los procesos de producción bien a través de la penetración directa del capital mercantil en el mundo rural, allí donde había mano de obra más barata, bien a través de la cooperación entre los centros industriales y sus entornos rurales, mediante la división de funciones.²⁰

17. M. BOONE, *L'industrie textile à Gand au bas moyen âge ou les résurrections successives d'une activité réputée moribonde*, en M. BOONE- W. PREVENIER (eds.), *op. cit.*, p. 15-58; P. STABEL, *Décadence ou survie? Economies urbaines et industries textiles dans les petites villes drapières de la Flandre orientale (14e-16e s.)*, *Idem*, p. 63-82; A. Derville, *L'héritage des draperies médiévales*, en «*Revue du Nord*», LXIX (1987), p. 715-724; B. BENNASSAR, *¿Afirmación de la Europa industrial?*, en P. LEON, *Historia económica y social del mundo. 1: La apertura del mundo, siglos XIV-XVI*, Zero Zyx-Encuentro, Madrid, 1978, p. 530-535; R. GASCON, *op. cit.*, p. 74-79 y 320-322; J.H. MUNRO, *Industrial transformations in the north-west European textile trades, c. 1290-c.1340: economic progress or economic crisis?*, en *Textiles, towns and trade. Essays in the economic history of late-medieval England and the Low Countries*, Variorum, Londres, 1994; R. VAN UYTEN, *La draperie brabançonne et malinoise du XIIe au XVIIIe siècle: grandeur éphémère et décadence*, en M. SPALLANZANI, *Produzione, commercio e consumo dei panni di lana (nei secoli XII-XVIII)*, *Atti de la Seconda Settimana di Studio (10-16 aprile 1970)*, Leo S. Olschki, Florencia, 1976, p. 85-97; J. HEERS, *La mode et les marchés des draps de laine: Gênes et la montagne à la fin du Moyen Age*, en *Idem*, p. 199-220; P. KRIEDTE, *Feudalismo tardío y capital mercantil*, Crítica, Barcelona, 1982, p. 47-53; P. CHORLEY, *The cloth exports of Flanders and northern France during the thirteenth century: a luxury trade?*, en «*Economic History Review*», XL (1987), p. 349-379.

18. P. CHORLEY, *The Draperies...*, p. 151-165.

19. C. VERLINDEN, *Aspects de la production, du commerce et de la consommation des draps flamands au Moyen Age*, en M. SPALLANZANI, *M.*, *op. cit.*, p. 109; M. MALOWIST, *Quelques observations sur la structure de la production et du commerce du drap au cours du XIVe et du XVe siècle*, *Idem*, p. 595-600.

20. R. HOLBACH, *Some remarks on the role of ePutting-out in Flemish and Northwest European Cloth Production*, en M. BOONE- W. PREVENIER (eds.), *op. cit.*, p. 207-249; W.V. STROMER, *op. cit.*; D. CLEUZEL- S. CALONNE, *Artisanat rural et marché urbain: la draperie à Lille et dans ses campagnes à la fin du Moyen Age*, en «*Revue du Nord*», LXXII (1990), p. 531-573.

Tampoco debemos olvidar los efectos introducidos en la demanda por los cambios en la moda, a su vez respuesta de las transformaciones antes mencionadas. Desde la segunda mitad del siglo XIV, por influencia borgoñona e italiana, se fue abandonando el traje largo y suelto común a ambos sexos. En los hombres era sustituido por un traje corto y ajustado y en las mujeres, por otro largo y ajustado. Las calzas y el jubón, cubiertos primero por el sayo y encima por la ropa de cubrir, componían la vestimenta del hombre de finales de la Edad Media. Además, ese sayo podía reemplazarse por otras prendas cortas como el colete, la ropeta —o jaqueta, de influencia militar— o la ropilla. De influencia francesa era el sayo escotado, que dejaba ver la parte superior de la camisa, y el sayo sin mangas. Desde mercados alemanes se difundía el uso de calzas y jubones con largas cuchilladas, cada vez más exageradas, que dejaban ver la camisa blanca. Por eso, durante ese periodo, se extendió el uso de lencería, de vestidos interiores ligeros, de camisas. Las bragas, reducidas a su función de pieza interior empleada por limpieza, eran siempre de tela y cada vez más cortas y ajustadas (de manera tal que se adaptasen a la ropa exterior).²¹ Además, esta industria textil del lino y de otras fibras vegetales dependía de los cambios producidos en el uso más habitual de ropa de cama y de mesa, hábito cada vez más común en las ciudades tardomedievales.

En aquel mercado que crecía en todos los niveles de la sociedad, donde la uniformidad del corte de los vestidos difuminaba los símbolos de la posición social, la calidad de las telas era lo único que salvaba las distinciones entre los grupos sociales. Las mismas prendas se confeccionaban en seda, lana o lino y cañamazo. Un caso ejemplar puede ser el de aquella «nueva pañería ligera» flamenca que imitó los tejidos de seda: en el mismo mercado circulaba camelote de seda, de calidad, caro, y camelote de lana, de baja calidad y precio asequible.

La emergencia y el éxito de los centros de la nueva pañería centrada en torno al valle del Lys durante la segunda mitad del XIV, tuvo su repercusión en Valencia, probablemente por intermediación toscana.²² La industria textil de la lana valenciana parece sustituir en las décadas finales del siglo XIV la imitación de tejidos elaborados en las ciudades del mediodía francés, para adaptarse a los tipos de paños procedentes de Flandes. Desde 1385 se reiteran las ordenanzas

21. C. BERNIS, *Indumentaria española en tiempos de Carlos V*, Instituto Diego Velázquez-C.S.I.C., Madrid, 1962; ID., *Trajes y modas en la España de los Reyes Católicos*, 2 vols., Instituto Diego Velázquez-C.S.I.C., Madrid, 1979; F. BOUCHER, *Historia del traje en Occidente desde la antigüedad hasta nuestros días*, Montaner y Simón, Barcelona, 1967; J. HEERS, *La mode et les marchés des draps de laine: Gênes et la montagne à la fin du Moyen Age*, en M. SPALLANZANI, *op. cit.*, p. 169-197.

22. F. MELIS, *La diffusione nel Mediterraneo dei panni di Wervicq e delle altre città della Lys attorno al 1400*, en *I mercanti italiani nell'Europa medievale e rinascimentale*, Le Monnier, Florencia, 1990.

que regulaban la fabricación de paños a la manera Vervina o a la Bruxella.²³ Son paños de imitación producidos en buena medida para la exportación. De hecho, la industria valenciana conservaría cierto prestigio regional en la producción de berbíes: en un memorial castellano se argumentaba que el *principal obraje de Ynglaterra e de Flandes y de Valencia e de Aragón e de Perpiñán es pannos bervíes*.²⁴ Aunque, por lo que evidencian los contratos de seguros marítimos de finales del siglo XV y principios del XVI, el tejido que preservó el éxito del comercio exterior valenciano fue el cordellate, artículo representativo de la nueva pañería de calidades medias.²⁵

Además, Valencia, con un mercado interno y de exportación centrados en torno a la lana, aceptó en las décadas finales del XV la creación de una industria textil sedera, bajo influencia genovesa, que introdujera en la ciudad métodos de organización y financiación del trabajo artesano distintos de los que aún defendían las organizaciones corporativas laneras. Con la reorganización de la industria sédica en torno a un potente sistema corporativo, un creciente número de talleres urbanos ofertarían artículos adaptados a las últimas tendencias europeas. Estas dos transformaciones, la nueva pañería de lana a imitación de la flamenca y la renovación de la industria sédica bajo influencia genovesa, serían las dos grandes transformaciones que experimentó la industria textil valenciana hasta, por lo menos, las primeras décadas del siglo XVI. Por el contrario, hasta entonces, otros sectores del mundo artesanal textil, como el del lino o el del cáñamo, no habían ido más allá de su herencia musulmana y aún trabajaban en la producción de artículos tradicionales mediante métodos que nada habían asimilado de las transformaciones experimentadas por Europa.²⁶

23. Dichas menciones aparecen en: 1385, septiembre 28, noviembre 17 y 1386, noviembre 23 (A.M.V., *Manuale de Consells*, A-18, fols. 103v-105, 111v-112 y 176v-178); 1392, abril 5 (*Idem*, A-19, fols. 289v-290); 1399, septiembre 19 (*Idem*, A-21, fols. 290v-291v); 1403, enero 12 y 1405, febrero 20 (*Idem*, A-22, fols. 228v-229 y 336). *Furs e ordinations fetes per los gloriosos reyes de Aragón als regnicóls del regne de Valencia* (ed. de L. Palmart), Universidad de Valencia, Valencia, 1977, p. 469-470. En estas Cortes que acabaron en 1418, junto a paños valencianos de elevada calidad (21no o 24 no) se regulaba la fabricación de paños vervines 13^{no} y 14^{no}.

24. P. IRADIEL MURUGARREN, *Evolución de la industria textil castellana en los siglos XIII-XVI. Factores de desarrollo, organización y costes de la producción manufacturera en Cuenca*, Universidad de Salamanca, Salamanca, 1974, p. 390-391.

25. La primera mención que hemos hallado sobre la regulación de la elaboración de cordellates por artesanos valencianos es de 1370, mayo 25 (A.R.V., *Manuale de Consells*, A-15, fol. 70v).

26. G. NAVARRO ESPINACH, *El despegue de la industria sedera en la Valencia del siglo XV*, Valencia, 1992; ID., *Industria y artesanado en Valencia, 1450-1525. Las manufacturas de seda, lino, cáñamo y algodón*, Tesis Doctoral en microficha, Valencia, 1995.

LA COMERCIALIZACIÓN DE TELAS EN EL MERCADO LOCAL

La ausencia de una oferta de características similares a la nueva pañería ligera, motivada por el arcaísmo productivo de aquellas industrias tradicionales, facilitaba que la demanda de telas baratas fuera cubierta con la importación de mercancías extranjeras. La documentación notarial valenciana indica que el mercado de telas y lienzos estaba preferentemente en manos de compañías mercantiles alemanas y francesas. Los datos recogidos por J. Hinojosa Montalvo sobre las ventas de telas hechas por la compañía Humpis entre 1487 y 1492, reflejan ventas anuales que oscilan entre aproximadamente las 1400 (en 1491) y las 4500 libras (en 1493).²⁷ Los datos que hemos reunido para los años siguientes indican un progresivo descenso de los negocios: 1494 (1370 libras), 1497 (1903 lb.), 1503 (2336 lb.). A partir de esas fechas, las ventas de la compañía Humpis vuelven a recuperar la envergadura de tiempos pasados: 1506 (4804 libras), 1508 (3159 lb.) y 1510 (6990 lb.).²⁸ Por tanto, teniendo presente la posible desvirtuación producida por el sistema de información, la compañía mantendría una tendencia estable de ventas de telas hasta las primeras décadas del XVI. La compañía Ankenreute participaba en el mercado con un volumen de negocios similar: 1491 (4474 lb.), 1494 (1484 lb.), 1497 (4679 lb.), 1503 (2276 lb.), 1506 (5270) y 1508 (2143 lb.).²⁹

El asentamiento de las compañías francesas en el municipio valenciano y su dedicación a la distribución de telas extranjeras, coinciden con el declive de la presencia alemana. En la primera década del siglo XVI el volumen de negocios textiles franceses comenzaba a tomar auge. En 1503 Johan Gari mercader de Aviñón, vendía telas por valor de 843 libras.³⁰ En ese mismo año Gerart Rey, factor de la

27. J. HINOJOSA MONTALVO, *Mercaderes alemanes...*, p. 465-466.

28. 1494, febrero 1, marzo 26, abril 24 y 25, mayo 21, septiembre 27, octubre 20 y diciembre 23 (A.R.V., *Protocolos*, n° 2012, J. Salvador); 1497, marzo 7 (*Ibid.*, n° 2015), junio 8 (2) y septiembre 6 (*Ibid.*, n° 2014); 1503, febrero 13, mayo 18, junio 19 (2) y 30 (3), julio 3 (3) y 6, y agosto 12 (*Ibid.*, n° 2020, J. Salvador); 1506, mayo 6, 7, 8, 9 y 13, julio 13, 15, 16 y 31, agosto 8, 25 y 26 (2), noviembre 5, diciembre 4 y 18 (*Ibid.*, n° 2023, J. Salvador); 1508, enero 25 y 26, febrero 7 y 9, marzo 2 (*Ibid.*, n° 2768, J. Salvador), agosto 4 y 26, septiembre 5 (3) y 7 (2), noviembre 14 (3) y 18, diciembre 13 y 19 (*Ibid.*, n° 2025, J. Salvador); 1510, febrero 5 (3), 15 (2), 22 y 28, marzo 3 (2), abril 12 (2), 19, 20 y 22 (2), mayo 31 (2), junio 1, 3, 5, 21 (3) y 28, julio 8 (2), agosto 17, octubre 23, 26 y 31, noviembre 2, 20 y 29, y diciembre 7 y 16 (*Ibid.*, n° 2027, J. Salvador).

29. 1491, febrero 4, agosto 17 (6) y 18 (2) (*Ibid.*, n° 2007, J. Salvador); 1494, enero 18, marzo 1, junio 18 (3), julio 8, agosto 2, noviembre 29, diciembre 2 y 9 (*Ibid.*, n° 2012); 1497, febrero 15 (2) (*Ibid.*, n° 2015), mayo 17 (8) y 19, junio 3 y noviembre 23 (*Ibid.*, n° 2014); 1503, marzo 21, mayo 31, junio 2, 3, 10 (3) y 27 (*Ibid.*, n° 2020); 1506, enero 19 (3), 24 y 26, marzo 27, abril 21, 27 (2), 29 y 30 (3), mayo 5 (2), 7 y 26, junio 11, julio 15 y 16, y octubre 2 (*Ibid.*, n° 2023); 1508, noviembre 27 (*Ibid.*, n° 2025).

30. 1503, julio 18 y agosto 3 (*Ibid.*, n° 2020).

compañía aviñonesa de Imbert Rey, alcanzaba un volumen de ventas de 2271 libras.³¹ En 1506 se registra la presencia de Imbert Conet y Johan Gari, corresponsal de una compañía de Bourg-en-Bresse, en el mercado de telas con ventas por un valor superior a las 2163 libras. Esta compañía ampliaría sus negocios en 1508 (4049 lb.).³² En 1510 la compañía de Glaudo Miller, representada por Imbert Conet, que hasta entonces había trabajado para la compañía Joli, llegaba a despachar telas por valor de 6676 libras.³³ A partir de 1503 hemos recogido datos sobre la compañía Joli, originaria de Bour-en-Bresse y establecida en la ciudad desde finales de la centuria anterior.³⁴ Dirigían la factoría valenciana Imbert Conet y Johan Joli, que en ese año venderían telas por valor de 2345 libras. El volumen de sus negocios iría en aumento en los años siguientes: 1506 (1940 lb.), 1508 (5144 lb.), y prolongaría su crecimiento en la década posterior: 1510 (6047 lb.), 1515 (10263 lb.) y 1519 (4226 lb.).³⁵ Además de estas compañías de mayor envergadura, es frecuente encontrar a otros operadores procedentes de Lyon y sus proximidades que de manera más circunstancial participaban en la venta de telas y cañamazos.

Al contrario de lo que sucedía en otros sectores del mercado local, la comercialización de la nueva pañería ligera, a pesar de alcanzar volúmenes de facturación anuales muy elevados, prescindía de la función intermediaria del comerciante valenciano. Como ya apuntara J. Hinojosa, los tenderos urbanos componían la mayor parte de la clientela de la compañía Humpis. También de la Ankenreute y de las demás empresas francesas. Entre ambos grupos profesionales se había llegado a una *compenetración* de intereses: los operadores extranjeros se ocupaban de la importación de esas telas y manufacturas; los tenderos de su venta al consumo y de su distribución interna. Por ello, las decisiones sobre este tema del Consell municipal deberían ser interpretadas como impulsoras de esta articulación de negocios. En 1482 se prohibía a los extranjeros la venta al detalle de telas u otras mercancías en la ciudad y su contribución.³⁶ Sin embargo, en 1487, las autoridades adoptaron una postura intermedia, que ni debe ser interpretada como instauración de

31. 1503, junio 20 (3) y 30 (*Ibidem*).

32. 1506, julio 28, agosto 17 (2), septiembre 12 (*Ibid*, nº 2023); 1508, agosto 26 (2), septiembre 20 (2), 22 (2) y 28, octubre 9 y 26 (2) y noviembre 18 (*Ibid*, nº 2025).

33. 1510, marzo 28, mayo 22 (3), junio 3 (2) y 14 (2), julio 10, 12, 18 y 20 (*Ibid*, nº 2027).

34. J. GUIRAL-HADZIOSSIF, Valencia, puerto..., p. 352.

35. 1503, junio 20 (2), julio 7 y 14 (A.R.V., *Protocolos*, nº 2020); 1506, julio 28 (2) y septiembre 25 (*Ibid*, nº 2023); 1508, agosto 14, 16 (2), 17 y 22, septiembre 1, 2 y 7 (2) (*Ibid*, nº 2025); 1510, enero 9, mayo 22, 23 (2), 25 (2) y 27, junio 6, 14, 15 y 28, julio 1, 8 y 31, y agosto 2 (*Ibid*, nº 2027); 1515, marzo 13 (2) y 15, mayo 12, junio 27 (2), 28 y 30 (3), julio 13, 16 y 20, agosto 18 (2), 22 y 23 (2), septiembre 25 y octubre 30 (A.P.V., *Protocolo* nº 12612, G.R. Florença); 1519, abril 11, junio 30, julio 2 (2) y 8, y octubre 21 (*Ibid*, nº 12614, G.R. Florença).

36. J. HINOJOSA MONTALVO, *Mercaderes alemanes...*, p. 465.

un monopolio en beneficio de las compañías alemanas, ni como un cambio de orientación política que permitiera a éstos la venta al detalle. Los jurados permitían a las compañías Humpis y Ankenreute vender telas de lino y cañamazo, fustanes y sayas, artículos de mercería y metálicos, pero a partir de determinadas cantidades: a piezas, media docena, de tres en tres, en millares, a partir de quince alnas, dependiendo del artículo.³⁷ Con esta postura se salvaguardaban los intereses fiscales de la ciudad y del rey, los financieros de los comerciantes locales, arrendatarios de los impuestos públicos y acaparadores de las materias primas producidas en el territorio rural del reino, y los negocios de los tenderos y de los pañeros de lino de la ciudad.

A partir de entonces, las compañías extranjeras distribuirían sus mercancías a través de tiendas. Sabemos que la compañía Humpis tenía una en la Porta Nova, puerta que no se debe identificar con la abierta en el área noroccidental del recinto amurallado construido a partir de las últimas décadas del siglo XIV, sino con la que se hendió en la antigua muralla árabe, junto a la *fusteria*, y que permitía el paso del mercado a la lonja; es decir, una tienda cercana a la *draperia* y las mesas de los cambistas y de los notarios especializados en negocios mercantiles y lo suficientemente alejada de la *draperia del Ili*, vecina a la Seu. Los comerciantes franceses adoptarían los mismos mecanismos de distribución. Contamos con el contrato de formación de una compañía firmado por los factores de la sociedad Joli que permite sopesar el nivel de integración entre estos comerciantes extranjeros y los tenderos locales.³⁸ Corría el año 1519. Para entonces hacía ya tiempo que la compañía Joli tenía una factoría en la ciudad. Los capítulos de la compañía recién formada, por un periodo de cuatro años, giraban en torno a la *tenuta de la botiga* que la sociedad francesa poseía en la calle Bolsería, adyacente a la plaza del mercado de la ciudad. Pierre Joli y Johan Fumat aportaban la tienda, situada en la planta baja de la casa del doctor en leyes Bertomeu Monfort, cuyo alquiler asumían, y aseguraban el suministro permanente de telas y tejidos franceses, alemanes y flamencos. Por su parte, los tenderos gestionarían la venta de aquellos artículos en régimen de comanda, apuntando las transacciones en *hun libre dit de jornades*, con el que cada semestre se realizaría el balance de los negocios. Además, se comprometían a guardar las llaves de la casa, de la tienda y de la caja del dinero, y a cerrar la tienda a las ocho de la noche.

Se trata de un caso peculiar, pues esos tenderos eran unos recién llegados, sin negocio propio ni apoyos profesionales, que se veían obligados a trabajar para una compañía extranjera. En el otro extremo del grupo profesional se encuentra una clientela fiel a las compañías francesas y alemanas, que disponía de medios finan-

37. 1487, enero 11 (A.M.V., *Manuals de Consells*, A-44, fols. 331v-333).

38. 1519, enero 10 (A.P.V., *Protocolo* n° 12614).

cieros más amplios y que se había asegurado una posición en el mercado local. Entre el elevado número de tenderos especializados en este mercado, cercano al medio centenar, destacan algunos como Lluís de Luna, Diego de Madrid, Lluís de Madrid, Bernat Ferrer o Lluís Nadal, capaces de invertir en un mismo año, entre compras hechas a franceses, alemanes e incluso mercaderes valencianos, capitales que variaban entre las 1500 y las 3000 libras. Este grupo selecto de tenderos obtenía de sus proveedores un trato de favor respecto a otros. Conseguía plazos de liquidación de las deudas, sin la obligación de aportar cantidades fijas mensuales, que oscilaban entre los seis y los dos meses pero que, con las compañías francesas, prontas a desplazar del mercado a las alemanas, podían ampliarse hasta los quince meses. La envergadura financiera alcanzada por este mercado de telas y tejidos ligeros puede explicar, en cierto modo, una progresiva especialización de este grupo de tenderos que posiblemente no intervendría en la distribución de paños de calidad (brocados, terciopelos, sedas, etc.) extranjeros y locales. Entre la clientela de los artículos textiles de cierto lujo vendidos por las compañías italianas prevalece la figura del consumidor directo y, en especial, del noble.³⁹ Hasta cierto punto, parece lógico deducir que tanto la empresa mercantil italiana, consolidada su posición en Valencia desde hacía un siglo, como la valenciana habían desarrollado sus propios canales de distribución, de venta al detalle, y orientado sus negocios hacia otros mercados. No necesitaban la intermediación de los tenderos que, sin embargo, era imprescindible para aquellas compañías comerciales que, como las francesas o las alemanas, tenían mayores dificultades para asegurar su participación en el mercado local. Sin duda, al atacar los negocios de éstas en 1483, los tenderos apoyados por el racional de la ciudad intentaban preservar sus estrategias de acumulación de capital. Medidas proteccionistas que, aunque no de manera coherente y continua, se reduplicarían en el futuro contra esos grupos extranjeros y sus aliados internos, pero que acabarían fracasando.⁴⁰

Pero la función económica del tendero no se reducía ni se podía sustentar sólo en el mercado urbano local. Junto a los contratos de venta de telas en grandes cantidades hechas por operadores franceses y alemanes, las actas notariales registran también pequeñas transacciones donde los tenderos, llamados ahora en ocasiones

39. En todo caso, cuando tenderos como Lluís de Luna o Bernat Ferrer compraban mercancías a compañías italianas, solían adquirir telas o tejidos de baja calidad como fustanes (1491, marzo 10. A.R.V., *Protocolos*, nº 2007; 1519, febrero 10. A.P.V., *Protocolo* nº 12614).

40. J. GUIRAL-HADZIOSSIF, *Valencia, puerto...*, p. 554; E. BELENGUER CEBRIA, *La pugna por el proteccionismo mercantil: puntualizaciones en torno a una obra póstuma*, «Los jurados de Valencia y Luis de Santángel», en Homenaje al Dr. D. Juan Reglà Campistol, Universidad de Valencia, Valencia, 1975, I, p. 189-199; S. CARRERES ZACARÉS, *Los jurados de Valencia y Luis de Santángel*, Valencia, 1963, p. 46-49. Entre los 53 artículos mencionados en el pregón público que prohibía a partir de 1484 a los extranjeros la venta al por menor se hallaban: *olandes, alamanyes, teles, bordats, canemaceries, fustanis, sayes, chamillots*, además de *draps de seda y de lana*.

mercaderes, se deshacían de pequeños lotes de telas, concediendo crédito por periodos que oscilaban entre los tres y los cuatro meses. En 1494 Jaume Miquel, sastre de Castellón, reconocía adeudar a Lluís de Luna cuarenta sueldos por la compra de unas mercancías. Otro sastre realizaría un contrato de reconocimiento similar unos meses después. En 1503 Luna, queriendo saldar su deuda con Conrat Ankenreute, cedería al mercader alemán la deuda contraída por un tendero de Játiva. Meses después un pelaire de Alcoy aparecía citado como comprador de telas de cañamazo propiedad de Luna.⁴¹ También en este año Lluís Ayora, tendero de Játiva, reconocía deber a Lluís Nadal casi 400 libras por las compra de telas y otras mercancías, deuda que Nadal cedería en parte a Conrat Ankenreute.⁴² A lo largo de 1506 Pere Sanchís, otro tendero de la ciudad, vendía ropas y telas. Entre su clientela encontramos a un mudéjar de Quart y algún artesano y mercader de la ciudad, pero la mayor parte está integrada por tenderos de las villas del reino: Lluís Garcia, tendero de Ayora, Joan March, de Concontaina, Francesc Lope, de Sant Mateu, Martí Març, de Andilla, o Lluís Ayora, de Játiva. En total tenemos referencias de ventas por un valor superior a las mil libras. Telas vendidas a unos clientes que obtenían créditos por un periodo cercano a los cuatro o cinco meses.⁴³ En 1510 nuevamente Lluís Ayora reconocía adeudar a Diego de Madrid 400 libras por la compra de telas, relación que se repetiría más veces durante ese año.⁴⁴ Durante ese periodo Joan Nunyes mantuvo una actividad similar. Entre sus clientes encontramos tenderos de Elche, un *velluter* de Cocentaina, la viuda de un mudéjar de Tavernes o el conde de Albaida.⁴⁵ Baltasar Fores, antes de promocionarse y de convertirse en banquero, negocio que condujo de manera fraudulenta arrastrando a una grave crisis al municipio de Valencia, ejerció también la profesión de tendero. En 1503, para cubrir una deuda superior a las 1600 libras contraída con Johan Gari, cedía al mercader de Bourg-en-Bresse deudas impagadas de sus clientes, entre los cuales, además de artesanos y comerciantes de la ciudad, había vecinos de El Forcall o de Sant Mateu.⁴⁶

Estos pocos ejemplos, representativos de la gran cantidad de pequeñas transacciones que salpican las actas notariales de la época, sirven para destacar la fun-

41. 1494, febrero 25, octubre 25 (A.R.V., *Protocolos*, nº 2012); 1503, agosto 18, noviembre 11 (*Ibid*, nº 2020).

42. 1503, noviembre 16 (*Ibidem*).

43. 1506, enero 7 y 22, febrero 5, 6 y 20, mayo 11, agosto 7 y 14, octubre 13, noviembre 18 y diciembre 14 (*Ibid*, nº 2023).

44. 1510, junio 17, abril 9 (2), julio 30 (2) y noviembre 4 (*Ibid*, nº 2027).

45. 1506, enero 24, octubre 20 y 26, y noviembre 10 (*Ibid*, nº 2023); 1510, mayo 10, abril 18, junio 4 y 14, y octubre 1 (*Ibid*, nº 2027).

46. 1503, julio 17 (*Ibid*, nº 2020).

ción intermediaria del tendero de la capital del reino.⁴⁷ Con un negocio organizado en torno a su casa-tienda, la distribución de telas parece afectar de manera predominante al ámbito local. Sin embargo, su función económica no debe ser reducida sólo a él: por medio de una dilatada red de relaciones profesionales y clientelas, los tenderos urbanos, muchos de los cuales procedían del medio rural o de centros urbanos secundarios, se convirtieron en el mecanismo básico de redistribución de las telas y paños ligeros por todo el reino.

EL MERCADER VALENCIANO ANTE LAS TRANSFORMACIONES DEL MERCADO TEXTIL

Según se desprende de los libros de seguros marítimos analizados los comerciantes valencianos participaron en las tres rutas marítimas antes mencionadas como vías de penetración de las telas europeas en la ciudad. Aunque esa concurrencia presenta limitaciones impuestas por el tamaño de la empresa mercantil local. En la ruta comercial que llevaba hasta los puertos de la Francia meridional predominaban las empresas de pequeña y mediana envergadura que participaban irregularmente en los tráficós, limitándose en la mayor parte de los casos a la exportación de los excedentes agrícolas del reino. Sólo un reducido número de comerciantes (como Domènec Perandreu, Ferran Garcia, Joan Escolano, Joan de l'Anyell, Joan Roger o Pere Simó) extendía sus negocios a la importación marítima de telas desde los puertos de la Francia meridional. La escasa frecuencia de esta última actividad y el valor reducido de los riesgos de las mercancías, avala las sospechas sobre las limitaciones de sus negocios.⁴⁸ Algo similar se intuye en la ruta atlántica: consolidados desde finales del siglo XIV, los operadores mercantiles valencianos mantenían una presencia permanente en los barcos que navegaban con destino a Brujas y Middelburg. Sin embargo, globalmente, se negociaba con escasa frecuencia —como máximo una vez al año— y con un escaso volumen de mercancías. Eso sí, volvemos a encontrar comerciantes ya mencionados en la ruta marítima francesa (Pere Simó, Domènec Perandreu, Joan de l'Anyell), junto a otros como Joan Parent, Joan Saragossa u Onofre Pelleja. Como resultado probable de una ma-

47. Aunque sea una inferencia aún no confirmada, también en el caso mallorquín se intuye la importancia asumida por la figura del tendero en las mismas décadas finales del siglo XV, cuando el mercado isleño experimentó asimismo la inundación de tejidos flamencos, alemanes, franceses o genoveses (O. VAQUER BENNASAR, *Les manufactures mallorquines de teixits i de pell a la segona meitat del segle XV: Importacions i exportacions*, en M^a BARCELO CRESPI (ed.), *IX Jornades d'Estudis Històrics Locals. La manufactura urbana i els menestrals*, Institut d'Estudis Baleàrics, Palma de Mallorca, 1991, p. 441).

48. Un caso especial sería el de Pere Simó que aseguró un transporte de telas, lienzos de cañamazo y sayas desde Aigües-Mortes a Valencia por 1360 ducados (1520, agosto 27. A.P.V., *Protocolo* n^o 286).

yor tradición en la red de intercambios valenciana, las empresas comerciales de la ciudad disfrutaban de una mayor penetración en los mercados flamencos. Onofre Pelleja disponía de los operadores de *la casa de Johan de l'Anyell*, mercader pisano avecindado en Valencia. Domènec Perandreu permaneció en Flandes durante un tiempo trabajando para sus intereses y los de otras empresas valencianas, como más tarde haría por él Joan Perandreu. Pere Simó contaba en Brujas con la colaboración de Bernat y Joan Simó. Además, todos ellos ejercían al mismo tiempo como corresponsales de otras compañías. A pesar de que, como en otras rutas, en la actividad de estas empresas predominaba la exportación de excedentes agrarios, se encuentran claros indicios de que importaban tejidos europeos.⁴⁹ Por el contrario, los comerciantes valencianos no solían intervenir en la ruta lanera, donde se registran en mayor medida las importaciones de las compañías alemanas. La exportación de la lana era un negocio que había ido quedando en manos italianas, por lo que arriesgar en una operación imbricada con ese tráfico lanero no tenía sentido. A modo de resumen podemos concluir que, con los datos de que disponemos en la actualidad, el menor número de referencias encontradas sobre la importación marítima realizada por las compañías valencianas puede implicar que, aunque participaran en la distribución de telas en el mercado local, sus negocios iban a la zaga de los de las compañías francesas y alemanas.

La variedad de telas y paños ligeros europeos introducidos por los comerciantes locales, iba dirigida a la misma clientela. Comerciantes internacionales de telas como Jeroni Gual, Domènec y Joan Perandreu o Joan de l'Anyell, vendían telas a conocidos tenderos como Lluís de Luna o Joan Nunyes u otros como Gabriel de Santjust, que constituían al mismo tiempo la clientela de las empresas extranjeras, como hemos mencionado con anterioridad.⁵⁰ El menor número de contratos de venta hallados y los valores más reducidos de sus facturaciones, invitan a pensar que este sector del mercado textil estaba fuertemente determinado por los negocios de la empresa franco-alemana. A partir de las primeras décadas del XVI, los comerciantes locales intervienen con mayor frecuencia en la distribución de telas europeas, aunque la empresa local nunca llegaría a adquirir la envergadura económica de las empresas foráneas. Entre los vendedores de tejidos ligeros destaca Joan Escolano que en el año 1510 había realizado ocho ventas por un valor global superior a las dos mil libras.⁵¹ Si comparamos con las empresas extranjeras, no sólo

49. 1488, julio 19, agosto 12 (A.R.V., *Protocolos*, n° 4379); 1495, septiembre 15 (2) (*Ibid.*, n° 2695); 1499, abril 15 (*Ibid.*, n° 2699); 1520, junio 13 (A.P.V., *Protocolo* n° 286). En estos dos últimos, Domènec Perandreu y Pere Martínez aseguraban mercancías importadas desde Flandes por un valor de 1105 y 1000 ducados, respectivamente.

50. 1491, febrero 17, marzo 9, abril 1, agosto 8, noviembre 24 (A.R.V., *Protocolos*, n° 2007); 1519, enero 12 y 21 (A.P.V., *Protocolo* n° 12614).

51. 1510, enero 8, marzo 21 (2), mayo 11, 23 y 25, y septiembre 10 y 14 (A.R.V., *Protocolos*, n° 2027).

el volumen de facturación es menor, sino que además los plazos de los créditos concedidos, de 6 a 9 meses, poco podían competir con los períodos de 12 a 15 meses que solía conceder la compañía Joli a sus clientes para que amortizaran los precios de las mercancías compradas.

Un ejemplo similar es el de Tomàs Ribot que, al contrario de Escolano, no aparece relacionado en los libros de seguros marítimos con la importación de tejidos europeos. En 1506 Ribot facturó telas por valor superior a las 2500 libras, teniendo por clientes a los mismos tenderos que compraban ese año a las compañías francesas, las cuales lograban un nivel de facturación inferior al de Ribot. Aunque los tenderos conseguían de Ribot plazos temporales más cortos para cubrir las deudas: en ningún caso se excedían los seis meses. En los contratos de ventas de telas hallados con posterioridad mantendría estos plazos.⁵² Pere Simó aparece registrado en los libros de seguros marítimos como uno de los principales importadores locales de telas extranjeras, mercancías que vendía en la ciudad en alguna ocasión en cantidades elevadas (como en 1519, cuando la facturación alcanza la cifra de 3528 libras). Entre sus clientes predominan *los botiguers de teles* de la ciudad, incluyendo entre ellos a la compañía franco-valenciana integrada por los factores de la compañía Joli e incluso algún tendero del reino, como el ya mencionado Lluís Ayora, de Játiva.⁵³ Clientes que gozaban de períodos de liquidación de la deuda más amplios, entre 8 meses y el año. En estas fechas, cuando la red de intercambios con el sur de Francia parece experimentar un renovado auge, los comerciantes más activos en ella, como Jeroni Gual o Jaume Roger de Lilla, participaron también como distribuidores de telas entre los tenderos locales.⁵⁴

Por tanto, además de que ciertos datos evidencian la posición secundaria de la empresa mercantil local respecto a compañías extranjeras más sólidas, lo cierto es que globalmente Valencia se veía inundada cada año por remesas de telas y paños ligeros europeos, remesas que podían significar la facturación de decenas de miles de libras y que llegaban a distribuirse no sólo en la ciudad, sino en todas las poblaciones rurales del reino. No es un fenómeno exclusivamente valenciano: en otras poblaciones castellanas del arco meridional mediterráneo, se ha percibido la penetración de tejidos de lino y lienzos angostos europeos, irrupción que provocaba problemas en la renovación y el crecimiento de las industrias textiles locales.⁵⁵ En el caso valenciano las industrias textiles del lino, del algodón o del ca-

52. 1506, abril 30 (3), octubre 7, diciembre 19 (2) (*Ibid.*, n° 2007); 1508, agosto 25 y septiembre 2 (*Ibid.*, n° 2025); 1510, junio 10 (*Ibid.*, n° 2027).

53. 1515, enero 24, y abril 12 (A.P.V., *Protocolo* n° 12612); 1519, enero 11, mayo 11, 17 (2), 18 y 25, noviembre 8, diciembre 1 (*Ibid.*, n° 12614).

54. 1519, julio 9 (2), octubre 21 y noviembre 17 (*Ibidem*).

55. M. MARTINEZ MARTINEZ, *La industria del vestido en Murcia (ss. XII-XV)*, Academia Alfonso X el Sabio, Murcia, 1988, p. 137; J.D. GONZALEZ ARCE, *La industria de Chinchilla en el siglo XV*, Instituto de Estudios Albacetenses, Albacete, 1993, p. 47-50; R. CORDOBA DE LA LLAVE, *La industria medieval de Córdoba*, Caja Provincial de Ahorros de Córdoba, Córdoba, 1990, p. 98-99.

ñamazo no superaban en estas fechas las estructuras organizativas tradicionales y, desde luego, no podían compararse en el volumen de mano de obra que movilizaban y en su capacidad de producción, ni con la tradicional industria textil de la lana, que había contribuido al despegue mercantil de la ciudad a lo largo del siglo XV, ni con la novedosa industria textil de la seda, cuyo auge se cifra en el último cuarto del siglo XV.⁵⁶

EL PROGRESO DE LOS CIRCUITOS COMERCIALES Y LA EMERGENCIA DEL NUEVO MERCADO TEXTIL

El auge de la demanda de estas telas incentivó un mercado que hasta entonces no había sido explotado. Valencia no producía pañería ligera, si exceptuamos los paños de lana —la nueva pañería— que desde finales del siglo XIV imitaban los modelos de la Europa atlántica. No se producían telas y lienzos o, por lo menos, no rastreamos su venta en el mercado local. Principalmente se vendían telas extranjeras. Las implicaciones de este cambio van más allá del hecho evidente de que los comerciantes extranjeros concentraran la distribución marítima de esta nueva pañería ligera. En Ausburgo, Ulm, Bourg-en-Bresse o Brabante, el auge de la nueva pañería ligera había supuesto la necesaria reconversión de industrias tradicionales en crisis, el reequilibrio de espacios económicos y la penetración del capital mercantil en el ámbito rural, donde la organización gremial no podía interponerse en la explotación de grupos de trabajadores cada vez peor pagados. Básicamente se infieren dos argumentos que pueden explicar por qué Valencia no desarrolló contemporáneamente esas industrias textiles y no supo dar pronta respuesta a la transformación del mercado. En primer lugar, porque el capital mercantil seguía encontrando todavía buenas posibilidades de reproducción en la industria tradicional de la lana. En este sentido, existiría un desinterés por financiar o estimular una industria textil de fibras vegetales anticuada. En segundo lugar, porque este capital mercantil no tenía capacidad financiera o, expresado de otro modo, un proyecto empresarial de reacción ante la penetración extranjera. Ambos argumentos no son excluyentes.

Aún en esas décadas finales del XV, el comercio pañero valenciano gozaba de buena salud. La ruta marítima más asegurada en Valencia era la que llevaba a los mercados del Mediterráneo central, mercados tradicionales de consumo de la pañería valenciana. Industria que se había centrado en la producción de paños de lana de mediana o baja calidad, entre los que, en esta época de finales del XV y

56. Estas conclusiones han sido extraídas de G. NAVARRO ESPINACH, *Industria y artesanado...*, p. 84, 311, y 330-331.

principios del XVI, dominaba el *cordellat*, un claro exponente de aquellos paños de lana angostos⁵⁷. De los seis libros de seguros marítimos escriturados entre los años 1488 y 1520, tenemos registrados 438 contratos de aseguramiento en esta ruta, de los cuales en más del 40 por ciento prevalece el transporte de paños valencianos. Es con diferencia la ruta marítima más activa. Además, al contrario de lo que sucedía con otras rutas marítimas internacionales, en ésta sí que el operador mercantil valenciano dominaba el mercado de seguros marítimos. Expresado en otro términos queremos decir que los principales exportadores de paños eran comerciantes valencianos. Por otro lado, en esas décadas finales del siglo XV, el manifiesto declive de los mercados norteafricanos, consumidores tradicionales de la pañería valenciana, era contrarrestado por la exportación creciente de paños de lana a los mercados sevillano, gaditano y canario. Por tanto, todavía entonces, la industria textil urbana valenciana gozaba de una buena situación y conservaba la mayor parte de sus mercados exteriores.⁵⁸

La industria pañera valenciana había crecido a la sombra de la demanda exterior.⁵⁹ La connivencia de intereses entre mercaderes exportadores y maestros artesanos se plasmaba en la especialización de tareas: el comerciante abastecedor de materias primas de procedencia rural, cuyo mercado acabaría por dominar; el comerciante exportador de paños que determinaba la calidad y tipos de paños a producir; y el artesano organizado en torno a las instituciones corporativas que defendían la estructura minimalista del taller artesano e impulsaban la solidaridad en los cuadros superiores del grupo profesional. Pero también esta identificación de intereses se traducía en ciertos rasgos identificativos de la trayectoria social de estos grupos a lo largo del XV. En primer lugar, la consolidación de la empresa mercantil como estrategia económica dominante de promoción que asegurara el prestigio social del grupo de comerciantes, al tiempo que la realidad de esas expectativas se limitaba sólo a ciertos niveles superiores de la profesión. En segundo lugar, el progresivo control del mundo artesanal, en especial el textil, por un grupo

57. P. IRADIEL MURUGARREN, *op. cit.*, p. 217. *La distribución del cordellat*, especialidad de la industria mallorquina y valenciana, se generaliza en Sicilia desde el segundo cuarto del siglo XV (H. BRESCH, *La draperie catalane au miroir sicilien (1300-1460)*, en «Acta Medievaleia», 4 (1983), p. 107.

58. Quizás en esas fechas se inicie una crisis de comercialización tal y como se registra en la documentación siciliana (A. GIUFFRIDA, *Aspetti del commercio internazionale dei panni in Sicilia nella prima metà del sec. XVI*, en M. SPALLANZANI, *op. cit.*, p. 169-197), indicio de una fase depresiva de la economía mercantil valenciana (E. SALVADOR, *La economía valenciana en el siglo XVI (comercio de importación)*, Valencia, 1972, p. 328-329.

59. Seguimos encontrando a finales del XV como en el pasado, contratos de elaboración de paños en los que claramente se demuestra que la demanda mercantil define las calidades de los paños: la compra de 20 paños 14nos. hecha por Lluís Montós a tres pelaires de la ciudad venía marcada por la entrega de una muestra hecha por el mercader para que los artesanos imitaran la calidad del paño (1497, julio 24. A.R.V., *Protocolos*, nº 2014).

reducido de profesiones.⁶⁰ Y, finalmente, la identificación de la sociedad política local con los intereses compartidos por estos niveles profesionales eminentes. La orientación de la industria artesana pañera hacia la exportación de artículos de lana de mediana o baja calidad de cierta tradición, se manifiesta en la documentación notarial de finales del siglo XV en el escaso número de contratos de venta de paños por comerciantes que afectasen en exclusiva al mercado local. Es cierto que los mismos artesanos, como los tenderos o los comerciantes, podían vender al detalle en sus obradores esos artículos y que, por tanto, su actividad se escape a nuestra observación. Sin embargo, la escasa circulación de grandes cargamentos de paños permite deducir que el grueso de la producción urbana se canalizaba hacia el exterior, negocio sobre el que se asentaban las fortunas mercantiles del medio urbano.

De la integración de los destinos del capital mercantil y de la industria textil de lana locales, se coligen varios rasgos que ahora sólo podemos apuntar. En primer lugar, el abastecimiento de los talleres artesanos ocupaba un elevado número de empresas mercantiles, sin duda como consecuencia de la limitada envergadura de la estructura empresarial valenciana.⁶¹ En segundo lugar, y en consecuencia, las redes marítimas de distribución de la pañería de lana satisfacían ampliamente las necesidades de reproducción del capital mercantil. En tercer lugar, los talleres urbanos continuaron siendo los principales abastecedores de aquellas redes, a pesar de la lenta penetración en la circulación internacional de centros rurales secundarios, como Sant Mateu, Cocentaina o Alcoy. Y en último lugar, las dimensiones reducidas de la empresa mercantil local y su efectividad como mecanismo de reproducción social explican también que el comerciante valenciano tendiera más a limitarse a la aplicación de estrategias de imitación y fuera reacio a la introducción de innovaciones novedosas tanto en el ámbito de la financiación empresarial como de la organización productiva. Dicho de otro modo, por lo menos, el mercado de

60. Al igual que en el caso de Barcelona (A. RIERA i MELIS-G. FELIU i MONFORT, *Activitats econòmiques*, en J. SOBREQÜÉS i CALLICO, *Història de Barcelona. 3. La ciutat consolidada (segles XIV i XV)*, Enciclopèdia catalana-Ajuntament de Barcelona, Barcelona, 1992, p. 167, 168 y 172; V. VAZQUEZ DE PRADA-P. MOLAS RIBALTA, *La industria lanera en Barcelona (s. XIV-XVIII)*, en M. SPALLANZANI, *op. cit.*, p. 554) o Teruel (M. I. FALCON PÉREZ, *La industria textil en Teruel a finales de la Edad Media*, en «Aragón en la Edad Media», X-XI (1993), p. 237), el ámbito textil valenciano sería progresivamente dominado por el oficio de pelaires y tintoreros (A. NUÑEZ ESCOBAR, *Ordenación de la actividad textil en Valencia. 1400-1450*, Tesis de licenciatura, Valencia, 1986).

61. Respecto a este último factor esencial podemos avanzar que, según se desprende de la confrontación de las actas notariales, los listados de mercaderes abastecedores de materias primas y de exportadores de artículos elaborados no coinciden salvo en un escaso número de nombres identificados como propietarios de empresas de mayores dimensiones (Domènec Perandreu, Lluís Vives, Alfonso Sánchez, Gaspar Valentí, Joan Escolano o Pere Espina) y, por lo tanto, no parece factible pensar que se produjera una complementariedad de diferentes circulaciones como estrategia común del grupo mercantil.

tejidos de lana, mientras continuara siendo rentable –y la documentación de finales del XV así lo demuestra– seguiría siendo fiel a la organización productiva y distributiva generada un siglo antes.

Un argumento clave para comprender la problemática aquí analizada es el acaparamiento del mercado interregional de materias primas en beneficio de la empresa mercantil urbana, que encumbraba a las élites del grupo mercantil a la cima de un sistema triangular de endeudamiento que tenía a la lana como el otro vértice esencial de la circulación.

Entre las diversas comunidades extranjeras afincadas en la ciudad, la documentación notarial de finales del siglo XV prima la imagen de las compañías alemanas como las principales compradoras directas de materias primas locales. Tanto la compañía Humpis como la Ankenreute adquirirían cuero directamente a productores, propietarios y artesanos. Sin embargo, en el caso de la lana, la intermediación del comerciante local, implantada con éxito en las primeras décadas del siglo con los italianos, seguía siendo esencial en esta época.⁶² La documentación destaca el papel jugado por algunos comerciantes locales en las regiones laneras valenciana, castellana y aragonesa. Por ejemplo, Lluís Vives, menor, que solía comprar en el entorno rural de la ciudad;⁶³ Joan Vicent, que compraba en las comunidades del sur y del centro del reino;⁶⁴ Pere Espina o Llorens Domènec que, como otros, compraban lana castellana⁶⁵ o aragonesa.⁶⁶ Tras un siglo de disputar el monopolio de la comercialización de materias primas a los operadores extranjeros, los intermediarios locales se habían asegurado la circu-

62. No es infrecuente hallar algún contrato donde las compañías Humpis o Ankenreute compraban directamente lana, azúcar o aceite sin la intervención de mercader local alguno (por ejemplo, en 1491, mayo 14, julio 13 [A.R.V., *Protocolos*, n° 2007]; 1494 [*Ibid.*, n° 2012]; 1497, octubre 25 [*Ibid.*, n° 2014]; 1503, mayo 17 [*Ibid.*, n° 2020]; 1508, febrero 17 y 23 [*Ibid.*, n° 2768]). Otros ejemplos relativos a la adquisición de lana por parte de las compañías Ankenreute y Humpis, en 1499 y 1500, aparecen citados en J. GUIRAL-HADZIHOSSIF, *Valencia, puerto...*, p. 109-110. Sin embargo, lo normal es que participaran los intermediarios locales. Por el contrario, en el caso de los operadores económicos italianos, la constitución de una clientela de elevado poder adquisitivo, la nobleza consumidora de sus paños de alta calidad y un restringido grupo artesano interesado en su redistribución, les permitía esquivar en mayor grado esa intermediación.

63. 1494, octubre 9 y 14, noviembre 7 y 13 (A.R.V., *Protocolos*, n° 2012); 1497, enero 14 (2) (*Ibid.*, n° 2015), junio 16, octubre 20 (2) y 23 (4) (*Ibid.*, n° 2014); 1503, febrero 7 (*Ibid.*, n° 2020); 1506, octubre 6 y 20, y diciembre 1 (*Ibid.*, n° 2025).

64. 1494, septiembre 17, octubre 24 y noviembre 21 (*Ibid.*, n° 2012); 1497, julio 8, 13 y 21, agosto 1, 2, 7 y 29, septiembre 7, 9 y 11, octubre 13 y 30, y noviembre 24 (*Ibid.*, n° 2014); 1503, octubre 21 (*Ibid.*, n° 2020).

65. 1497, marzo 21 (*Ibid.*, n° 2015); 1503, enero 31, marzo 21, agosto 31 y septiembre 16 (*Ibid.*, n° 2020); 1506, febrero 17 y abril 6 (*Ibid.*, n° 2023).

66. 1494, abril 8 (*Ibid.*, n° 2012); 1497, febrero 8 y mayo 28 (*Ibid.*, n° 2015); 1503, septiembre 19 y noviembre 11 (*Ibid.*, n° 2020); 1506, julio 23 (*Ibid.*, n° 2023); 1510, septiembre 28 (*Ibid.*, n° 2027).

lación interna. ¿Qué consecuencias inmediatas se desprenden de esta superioridad?

En primer lugar, el mercader no sólo acaparaba las principales materias primas agrarias que canalizaba hacia la capital del reino, sino que encontraba en los centros rurales del reino buena parte de la demanda de las mercancías que importaba por mar. Además de la nobleza, todos los hombres, vecinos de aldeas, pastores, artesanos de comunidades rurales o mudéjares recurrían a los intermediarios locales para adquirir artículos llegados de las redes marítimas. En especial, en esta época, la documentación también resalta la compra de telas.⁶⁷ Telas que, junto a otras mercancías, eran vendidas por comerciantes especializados en los circuitos internacionales (por ejemplo, Alfonso Sánchez, Pere Garcia, Lluís Monrós, Joan Escolano, Miquel Joan Valentí, Pere de Perandreu, etc.) y no tanto por mercachifles locales. Los otros protagonistas eran, ya lo hemos avanzado, los tenderos de la capital, que tenían en sus compañeros de las comunidades del reino, su principal clientela de telas.

En segundo lugar, una destacada parte de los excedentes agropecuarios, y en especial la lana retenida por los intermediarios locales, acababa en manos de los operadores de empresas extranjeras.⁶⁸ Además, la documentación demuestra con claridad que la compra de materias primas por éstos se cubría con el traspaso de las deudas contraídas por los tenderos locales. En 1494 Conrat Humpis cedía a Joan Esteve, mercader valenciano, las deudas contraídas por Lluís de Luna y Lluís Nadal (superaban las 242 libras) para pagarle parte de lo que le debía por una compra de lana. Andrea Nidech, factor de Onofre Humpis, compraba polvo de grana a Pere Boil, comerciante, pagándole por medio de la transferencia de las deudas de Lluís Nadal, su hijo y Lluís de Luna, en total 444 libras. En 1494 Guillem Gauderich, factor de la compañía Ankenreute, reconociendo deber a Jaume Garcia, mercader de Valencia, una cantidad de dinero por la compra de lana, le cedía sus derechos contra una serie de deudores, todos ellos tenderos: Guerau Guart (645 lb.), Lluís de luna (250 lb.), Lluís Nadal (137 lb.). Otro operador alemán, Enrich Spora, factor de Conrat Ankenreute, compraba al valenciano Bertomeu del Vayo lañas por un precio que rondaba las mil libras, pagando mediante el mismo sistema.⁶⁹

67. Por ejemplo: 1491, junio 14 (*Ibid*, nº 2007); 1494, febrero 26 (*Ibid*, nº 2012); 1503, julio 13 (*Ibid*, nº 2020); 1519, mayo 25 y octubre 31 (A.P.V., *Protocolos*, nº 12614).

68. Entre el amplio espectro de clientes que en 1494 compraban azúcar a Lluís Garcia, destacan factores de las compañías alemanas, el comerciante francés Guinor Rascas, el florentino Bernardo di Rabata o el genovés Vicenzo Gavoto [1494, enero 8, marzo 14 (4), 18 y 26, abril 7, 8, 16 y 19, septiembre 10, octubre 30, noviembre 8 y 13 (A.R.V., *Protocolos*, nº 2012)].

69. Respectivamente: 1494, octubre 27 (*Ibid*, nº 2012); 1497, agosto 22 (*Ibid*, nº 2014); y 1494, marzo 14 (*Ibid*, nº 2012); 1497, octubre 24 (*Ibid*, nº 2014).

En 1503 Joan Miquel, mercader especializado en la compra de lana del reino, vendía a la compañía Ankenreute 16 sacos de lana, cobrando mediante el traspaso de la deuda contraída por Lluís Nadal con la sociedad extranjera. La otra compañía alemana, la Humpis, pagaba parte de las lanas que le había vendido Diego Martínez, mercader valenciano, con el endoso de la deuda de Diego de Madrid, tendero, que ascendía a 107 libras. Johan Tibot Humpis recurría también a una *ditta* para pagar a Berenguer Martí, mercader, la compra de lana. Los deudores eran casi todos tenderos: Lluís Nadal, Pascasi Boch, Miquel Argent, Diego de Madrid y Joan Huguet. El conjunto de las deudas ascendía a más de 870 libras. Lluís Nadal, Lluís de Luna, Galceran de Eslava y Joan Huguet vieron también como su deuda pasaba de los libros de la compañía Humpis a los de Joan Batista Aymar, mercader valenciano, que había vendido lana al alemán por un valor mínimo de casi mil libras.⁷⁰ En los años siguientes los diversos corresponsales de la compañía Humpis continuarían pagando a los mercaderes valencianos las compras de lana o de seda con el traspaso de deudas contraídas en su mayor parte por tenderos: Lluís de Luna, Lluís Nadal, Galcerán de Eslava, Joan Huguet, Enric Buch, Diego de Madrid, Francesc Teixidor, Joan Nunyes, Francesc Palau, Gabriel Noil, Bernat Ferrer, Sancho Cota, Lluís y Jeroni Serra.⁷¹

En las décadas siguientes se pueden identificar las mismas relaciones financieras, con la única incógnita del grado de participación en este sistema de las empresas francesas, que progresivamente habían ido desplazando a las alemanas del mercado de telas, y del papel jugado en la circulación de mercancías y créditos por el pastel tolosano.⁷² En 1510 Pere Valdman, factor de la sociedad Humpis, para saldar la deuda contraída con Lluís Vives por la compra de 34 sacas de lana, le cedía las deudas que con él tenían los tenderos Joan Nunyes y Sancho Cota. Un mes más tarde cedía el resto de la deuda de Diego de Madrid a Diego Martínez para satisfacer parte del precio de 28 sacas de lana. A este mercader valenciano volvería a cederle a mediados de año otras deudas, las de Diego de Madrid y Bernat Ferrer, para poder afrontar la compra de lana, ahora de 23 sacas. A finales de año, Huguet Ferrer reconocía deber dinero a Gaspar de Ribes, mercader, por la adquisición de lana e intentaba pagarle a través de la cesión de la deuda que había contraído el tendero Sancho Cota por la compra de seis piezas de saya.⁷³

La circulación de mercancías y la transferencia de deudas colocaba al mercader valenciano en la cúspide del sistema de distribución local. Por un lado, la exis-

70. 1503, marzo 29, junio 22, agosto 11 y octubre 19 (*Ibid.*, n° 2020).

71. 1503, agosto 5 y septiembre 3 (*Ibidem*); 1506, septiembre 3 y noviembre 7 (*Ibid.*, n° 2023); 1508, octubre 13 (*Ibid.*, n° 2025); 1510, enero 11 y marzo 19 (*Ibid.*, n° 2027). También hacía lo propio la compañía Ankenreute (1506, enero 22. *Ibid.*, n° 2023).

72. J. GUIRAL-HADZIOSSIF, *Valencia, puerto...*, p. 111.

73. 1510, enero 16, febrero 23, mayo 10 y noviembre 12 (*Ibid.*, n° 2027).

tencia de un mercado abierto y desprotegido —como era el de tejidos ligeros y telas— permitía la financiación de las compras de materias primas por parte de las empresas extranjeras. Por otro lado, el resto de operadores de ámbito local quedaba supeditado a la mayor capacidad financiera y al peso político que apoyaba a la empresa mercantil local. La mayor parte de los capitales que circulaban acababa en manos de los comerciantes de la capital. Los campesinos cerraban por adelantado los contratos con ellos. Y les debían dinero por comprar mercancías del mercado urbano; los artesanos se endeudaban por adquirir artículos procedentes del campo o de las redes marítimas, además de que su trabajo dependía del suministro permanente. Los tenderos y demás pequeños agentes del mercado se hallaban mediatizados por un endeudamiento que asfixiaba cada vez más a los niveles inferiores del grupo. En esta situación de superioridad social y económica, ¿qué podía empujar a las empresas mercantiles urbanas a abandonar el mercado local para arriesgar sus capitales, cuando los beneficios del sistema eran ya de por sí suficientemente lucrativos?

Es cierto que el grupo mercantil urbano no era un grupo homogéneo. Las actas notariales invitan, en primera instancia, a diferenciar entre los comerciantes que operaban en las redes locales o regionales y el comerciante que mantenía intereses y factores en mercados muy alejados, que acaparaba los beneficios del comercio internacional. Pero es una heterogeneidad impuesta por los determinantes de la estructura de la empresa mercantil, que no implica conflicto alguno. Ambos grupos habían sido protegidos a lo largo del siglo por la política municipal. La complementariedad de sus funciones y estrategias económicas y las de los maestros artesanos de la ciudad, estaban en la base de la reproducción del sistema urbano.

En definitiva, la identificación de intereses entre capital mercantil, local y extranjero, y corporación textil, hizo inviable una mayor reforma del mercado textil local. De hecho, las ordenanzas de tejedores de 1519, haciéndose eco de la masiva penetración de telas extranjeras, ofrecían una singular salida a los artesanos del lino: la fabricación de paños de calidad superior como las estameñas o los cordellates,⁷⁴ tejidos con fibras largas peinadas, introducidos quizás por influencia del *worsted* inglés, que quizás como en Cuenca también en Valencia acabarían desplazando a los paños berbíes de inferior calidad.⁷⁵ ¿Se trataba de acallar el descontento entre las filas de estos tejedores que veían cómo la desprotección política y la descapitalización no les permitía intervenir en un provechoso negocio? Puede ser. Probablemente la asunción por parte de la industria de la lana —aún en una situación próspera— de los desequilibrios que en otros sectores provocaba la concentración del capital mercantil en la producción y comercialización de paños

74. G. NAVARRO ESPINACH, *Industria y artesanado...*, p. 320.

75. P. IRADIEL MURUGARREN, *op. cit.*, p. 198.

de lana, fuera una estrategia a corto plazo de superación de los desajustes. En este sentido, la tardía creación del gremio de tejedores de lino (1531) evidencia la supeditación de estos artesanos a los intereses de otras corporaciones locales.

Bajo estas coordenadas, las perspectivas de la industria textil de la ciudad de Valencia y de la participación en ella del capital mercantil avanza un incierto futuro. Poco sabemos de la situación económica de la ciudad y del reino a mediados del siglo XVI. Si nos atenemos a los datos proporcionados por la circulación de embarcaciones que suministra el impuesto del peaje de mar, los circuitos comerciales bajomedievales fueron quebrando: aproximadamente entre las décadas de 1520 y 1570, el número de embarcaciones llegadas desde los puertos del Mediterráneo central, los mercados de consumo de los paños valencianos, del norte de la península italiana, del sur de Francia o de la Europa atlántica, los mercados exportadores de aquella nueva pañería ligera, alcanzó unos mínimos históricos.⁷⁶ Tampoco la industria sedera parecía haber alcanzado la competitividad que pudiera cubrir el fracaso de la industria lanera: la mayor parte de los mercados de consumo de los tejidos de seda de calidad se hallaban en la península.⁷⁷ El progresivo descenso del número de agremiados en las corporaciones de la seda y de la lana, los continuos fraudes, la progresiva especialización del mercado valenciano en el aprovisionamiento internacional de materias primas, la arrolladora competencia de otros centros textiles castellanos o la anquilosada estructura de la industria urbana valenciana, son algunos de los factores esgrimidos por diversos historiadores para explicar el fracaso de las industrias textiles de la ciudad de Valencia a lo largo del siglo XVI.⁷⁸ De todos modos, carecemos todavía de estudios detallados que permitan establecer interpretaciones sólidas; sin embargo, por ahora, estas aproximaciones al tema siguen planteando la cuestión definitiva de la retracción del capital mercantil, identificado con el destino de una industria textil urbana determinada y replegado ante el aumento de la concurrencia externa, la aversión al riesgo inherente a los canales exteriores de comercialización y la definitiva reconversión a formas de reproducción del capital más acomodaticias, protegidas directamente por los intereses económicos del patriciado local.

76. E. SALVADOR, *op. cit.*, p. 172-173 y 338.

77. G. NAVARRO ESPINACH, *Industria y artesanado...*, p. 528-529.

78. G. NAVARRO ESPINACH, *El col.legi de l'art major de la seda de València*, València, 1996, p. 56-61.