

SEMINARI  
D'HISTÒRIA  
DE BARCELONA  
Barcelona  
Quaderns  
d'Història

Presència  
i lligams  
territorials  
de Barcelona.  
Vint segles  
de vida urbana

Ramon Grau  
Coordinador

BQH18

# Barcelona en las redes mercantiles marítimas y terrestres del gran comercio en la Baja Edad Media<sup>1</sup>

Damien Coulon

A pesar de haber aportado una obra fundamental e investigaciones muy innovadoras para su época, que todavía hoy influyen en los trabajos de los historiadores, Fernand Braudel utilizó muy poco el concepto de red al estudiar de manera especial mecanismos desarrollados sobre grandes espacios. Después de esa obra, la mayoría de los investigadores prefirieron durante muchos años situar sus estudios en el marco de extensos espacios dotados de una cierta coherencia y referirse más a la noción de economía-mundo que a la de redes, más fina.<sup>2</sup> No fue hasta la última década del siglo xx, y en buena parte gracias al impulso de geógrafos,<sup>3</sup> cuando los historiadores empezaron a centrar sus esfuerzos sobre este tipo de fenómeno relacional.<sup>4</sup>

A partir de ese momento y de manera muy rápida, el concepto de red se ha puesto de moda, también en virtud de la influencia del espectacular desarrollo de la informática, que invade esferas y territorios muy dispares. Y así, ahora el concepto es víctima de su éxito y es utilizado a diestro y siniestro, con razón o sin ella.

Por ello, parece imprescindible empezar por definir el concepto de red y explicar sus ventajas y también sus límites. Sólo después de esta primera parte teórica será posible presentar y analizar ejemplos de redes, marítimas y terrestres, creadas por barceloneses o que incluían Barcelona. Más allá de su diversidad, podremos destacar unas pautas de funcionamiento e intentar definir una tipología.

1. Una gran parte de esta ponencia es el resultado de investigaciones y reflexiones que fueron presentadas durante las jornadas de estudio organizadas en la Universidad de Estrasburgo durante los años 2005 a 2007 y que están en prensa (Damien COULON (ed.), *Réseaux de commerce et réseaux marchands. Concepts récents, réalités historiques du Moyen Âge au XIXe siècle*, Estrasburgo, Presses Universitaires de Strasbourg). Véase en particular Damien COULON, «Introduction», y «Des vallées pyrénéennes au cœur de l'Europe et au Levant: Barcelone, interface entre réseaux marchands à différentes échelles à la fin du Moyen Âge»; y también las publicaciones del seminario organizado por la Universidad de París-I: Damien COULON, Christophe PICARD y Dominique VALÉRIAN (ed.), *Espaces et réseaux en Méditerranée, vie-XVIIe siècle. I. La configuration des réseaux*, Paris, Bouchène, 2007, y II. *La formation des réseaux* (en prensa).
2. Véase la mayoría de las numerosas referencias dadas por Anthony MOLHO y Diogo Ramada CURTO, «Les réseaux marchands à l'époque moderne», *Annales Histoire Sciences Sociales*, 58e année-3 (mai-juin 2003), pág. 570, nota 3.
3. Por ejemplo, Philippe PINCHEMEL, *La face de la terre*, Paris, A. Colin, 1988, pág. 96-114; y Marie-Françoise DURAND, Jacques LÉVY y Denis RETAILLÉ, *Le monde. Espaces et systèmes*, Paris, Dalloz, 1992, pág. 112-119.
4. En particular, Denys LOMBARD y Jean AUBIN (ed.), *Marchands et hommes d'affaires dans l'Océan Indien et la mer de Chine, XIIIe-XIXe siècle*, Paris, Editions de l'EHESS, 1988; Sanjay SUBRAHMANYAM (ed.), *Merchant Networks in the Early Modern World*, Brookfield, Variorum, 1996. También el grupo de cinco artículos publicados por Anthony MOLHO, Diogo Ramada CURTO, Francesca TRIVELLATO, María FUSARO, Daviken STUDNICKI-GIZBERT y David J. HANCOCK, bajo el título «Réseaux marchands», *Annales HSS*, 58e année-3 (mai-juin 2003), pág. 569-673; y finalmente, el artículo de síntesis de Claire LEMERCIER, «Analyse de réseaux et histoire», *Revue d'Histoire Moderne et Contemporaine*, 52-2 (avril-juin 2005), pág. 87-112.

Debo añadir también que aquí presento el Mediterráneo como un espacio coherente, a pesar de su falta de unidad política, religiosa y cultural, porque lo abordo básicamente como un sistema organizado de relaciones mercantiles.<sup>5</sup>

## Definición y aportaciones del concepto de red para el estudio de las relaciones comerciales en la Baja Edad Media: las dimensiones sociales y culturales

Para obtener un primer esbozo de definición de las redes mercantiles, parece necesario referirse a tres componentes básicos: a) un conjunto de elementos distintos, a menudo numerosos, generalmente constituido por individuos, puntos en el espacio (puertos, centros de producción y de consumo, etc.) o incluso instituciones; b) una serie de vínculos económicos que unen estos elementos, principalmente a base de mecanismos sencillos de oferta y de demanda, pero también de circulación de informaciones comerciales (estos vínculos pueden ser más o menos numerosos, más o menos enmarañados, asimétricos o recíprocos); y c) en los casos de las redes más desarrolladas, una organización o incluso una jerarquía que estructuran finalmente esos elementos y vínculos en un verdadero sistema, situando algunos individuos, algunos centros económicos o ciertas instituciones en posición de mando, que intentan desplegar sus actividades en el espacio según una estrategia determinada, destinada a consolidar su cohesión y a controlar flujos de información para optimizar su funcionamiento.

De entrada, es necesario determinar, pues, si un grupo de individuos, una concentración de recursos financieros y materiales, corresponden de hecho a esos primeros elementos de definición de redes comerciales o mercantiles,<sup>6</sup> y así precisar de qué tipo se trata: red informal, estructurada o muy jerarquizada. De este modo, es posible determinar su influencia, proyección económica, social y espacial o, dicho de otra manera, considerar la medición de las formas de poder que pudo ejercer. Sin embargo, para entender mejor el funcionamiento de las redes, también resulta imprescindible identificar y analizar sus mecanismos de cohesión, que permiten determinar el peso respectivo de los elementos que las componen e interactúan.

Más allá de estos aspectos, el concepto de red permite entender también cómo el mundo mercantil se organizó de manera eficaz en un contexto económico como el medieval, caracterizado por la incertidumbre, y cómo pudo ir adaptándose con flexibilidad a los cambios de circunstancias que condicionaban el comercio

5. Sobre este tema, véanse las observaciones introductorias de MOLHO y CURTO, «Les réseaux marchands...», pág. 571-572: «Dans l'index de *La Méditerranée*, l'entrée [...] "réseau" n'apparaît pas. Il [Fernand Braudel] n'utilise ce concept que pour caractériser un petit groupe de banquiers italiens qui, contrôlant l'échange à travers l'Europe, domine par là le jeu de la spéculation marchande». Pero, como matizan, Fernand Braudel añadía en la misma obra: «Dans ce processus aux mille variantes, tout part évidemment d'une activité marchande, omniprésente, primordiale, organisatrice». Véase Fernand BRAUDEL, *La Méditerranée et le monde méditerranéen à l'époque de Philippe II*, Paris, A. Colin, 1966, vol. I, pág. 292.
6. Estos dos tipos de redes son distintos, ya que las redes comerciales se expanden a lo largo de los circuitos económicos de distribución utilizando el recurso a diferentes grupos de mercaderes, mientras que las redes de mercaderes están compuestas por grupos más limitados de individuos que actúan juntos únicamente en partes de circuitos de distribución.

y modificaban los circuitos. Además, la aproximación a partir del concepto de red atrae la atención sobre configuraciones más que sobre estructuras, sobre vínculos más que sobre categorías abstractas preestablecidas, y aprecia el lugar de las individualidades en unas cadenas de relaciones complejas.

Las realidades estudiadas de este modo van más allá del estricto marco económico e invitan a explorar otros campos disciplinarios –la geografía, la antropología, o en términos más generales, las ciencias sociales– y a utilizar sus herramientas para completar las investigaciones. De ahí deriva una nueva aproximación a la historia material, del crédito, de los intercambios mercantiles y de la gama variadísima de los actores que organizaron y animaron aquellas redes. La posición de los individuos en su seno juega un papel decisivo que en este contexto conceptual se puede determinar según criterios de centralidad, de marginalidad o de “intermediaridad”.<sup>7</sup> Los aspectos culturales que condicionan las mentalidades de los miembros de una red tienen una importancia fundamental, y por eso es necesario incluir en el estudio valores claves, como la reciprocidad, la confianza, la reputación, la solidaridad e incluso la amistad.

Sin embargo, el hallazgo de esos esfuerzos de organización mercantil tan relevantes no deben ocultar que el concepto de red tiene también sus límites y sus desventajas. En algunos casos, puede ser difícil de demostrar la simple existencia de una red, en particular cuando se trata de formas de solidaridad laxas, como en el caso de redes informales de mercaderes que pertenecían a una misma nación o a un mismo puerto, como veremos después en el caso de los mercaderes catalanes. En estos casos, las lógicas de la cohesión sólo aparecen fuera, lejos de la región de origen y gracias a servicios o estructuras comunes, como los consulados, que no excluyen la competencia o los conflictos. Además, cuando los factores de cohesión son más fuertes, como en el caso de las compañías comerciales, la organización colectiva de la red implica obligaciones que pueden ser percibidas como coacciones, como puede ser el recurso en teoría exclusivo a sus miembros, que en casos determinados puede resultar más caro o menos provechoso que acudir a mercaderes exteriores a la red. Se trata de servicios en contrapartida de las ventajas que ofrece. Resulta necesario, pues, medir esas obligaciones y verificar si eran compensadas suficientemente por las diferentes formas de beneficio que brindaba la pertenencia a una red mercantil. En este ámbito, la dificultad radica en ir más allá de los datos exclusivamente económicos, para evaluar el peso de esas coacciones y de las ventajas sociales y culturales previas.

La cuestión de los límites de la operatividad del concepto de red se plantea igualmente en lo que respecta a las fuentes, porque poner de manifiesto una red mercantil y estudiarla en toda su complejidad exige, de hecho, largas y minuciosas consultas en archivos. Además, a menudo las fuentes son incompletas, cuando no han desaparecido totalmente, y aun en el primer caso ya no es posible reconstituir todo el entorno cultural o medir el nivel de confianza o de solidaridad entre los miembros de una red. En resumen, son necesarias fuentes numerosas, completas y ricas, lo que a menudo sólo es un ensueño de los medievalistas. También debe considerarse un último límite de tipo metodológico: a pesar de que

7. LEMERCIER, «Analyse de réseaux...», pág. 92-94.

la noción de red se puede aplicar a muchos tipos y a épocas distintas, no hay que presentarla como un modelo superior que permita suprimir los demás procedimientos de análisis. Hay que situarla en su justo nivel y, como dice Claire Lemerrier, entender que sólo se trata de un instrumento, complementario de otras técnicas y análisis cuantitativos.<sup>8</sup>

Sobre estas bases, podemos esbozar una tipología de redes mercantiles.

Algunas redes mercantiles tienen únicamente como principal factor de cohesión un origen geográfico común, y reúnen así un gran número de individuos (cuando se trata de un gran puerto, por ejemplo); comparten ciertos valores de solidaridad o una lengua común que les permite adaptar los acuerdos a situaciones diversas, pero no tienen los mismos niveles de fortuna, ni necesariamente objetivos comunes. Las podemos calificar de redes informales o laxas.

Otras redes se definen por criterios más precisos: la pertenencia a un grupo minoritario, religioso o lingüístico, a una misma familia o a una única compañía mercantil que puede reunir a mercaderes de orígenes diferentes. Son, así, a menudo, más reducidas en lo que respecta al número de individuos, pero no necesariamente a nivel espacial. Pero, sobre todo, son más coherentes, sus miembros comparten objetivos y valores básicos que consolidan sus vínculos.<sup>9</sup>

Naturalmente, entre ambos tipos existe toda una gama de redes más o menos coherentes.

Sobre estas bases abstractas podemos estudiar ahora ejemplos de diferentes tipos –redes de mercaderes que comparten un origen común o redes organizadas por una compañía– que se vinculan a un mismo puerto, el de Barcelona, al final de la Edad Media. Más allá de una rápida descripción de su organización interna, intentaremos examinar más precisamente cómo se relacionaban esas redes; es decir, tanto a un nivel concreto de contactos como de estrategia general de despliegue, entre lógicas de competencia, pero también de complementariedad.

## Barcelona y las redes marítimas: el ejemplo veneciano

Podemos empezar por un tipo de red bien conocido, el de los mercaderes catalanes que participaron en el comercio con el Levante mediterráneo. Al haber dedicado ya una importante investigación a este tema, me limitaré sólo a algunas observaciones formuladas en términos de redes.

De manera evidente, el negocio de los catalanes –y especialmente de los barceloneses– con el Oriente mediterráneo se desarrolló en el marco de una red que reunía a muchos mercaderes que compartían un origen común y una misma lengua y que les permitió firmar numerosos acuerdos mercantiles en

8. LEMERCIER, «Analyse de réseaux...», pág. 89.

9. Anthony Molho y Diogo Ramada Curto opinan que las redes basadas sobre una identidad única pertenecen a una forma de organización más sencilla y más antigua que los que reúnen grupos de orígenes étnicos y sociales diferentes. Formulan la hipótesis de que las redes que reúnen individuos que pertenecen a la misma familia, la misma religión o que se definen por un criterio ajeno a la economía se dedicaban a un comercio diversificado, mientras que las redes más complejas se interesarían en objetivos comerciales más exclusivos (MOLHO y CURTO, «Les réseaux marchands...», pág. 577).

Barcelona. Gozaban de alhóndigas propias a lo largo del recorrido que les permitían detenerse en numerosas escalas, firmar nuevos contratos con otros catalanes o con mercaderes locales o incluso con mercaderes extranjeros que viajaban como ellos (sobre todo, genoveses y venecianos). También disponían de consulados, generalmente en manos de barceloneses, que defendían sus intereses en lugares lejanos, lo que consolidaba, evidentemente, su cohesión.

Sin embargo, los acuerdos comerciales generalmente eran de poca duración, firmados en el marco de contratos de comandas que, como se sabe, estaban limitados a un único viaje y reunían a pocos mercaderes: un mercader viajante que firmaba numerosos acuerdos con varios hombres de negocios que en muchos casos no tenían relaciones entre ellos. Cuando se organizaban los viajes, algunas de estas personas otorgaban poderes, los que se marchaban a favor de los que se quedaban o viceversa, lo cual muestra que podían desarrollarse estrechas relaciones de confianza entre ellos. Pero también en ese caso la función de representación generalmente quedaba limitada sólo a una o a varias operaciones comerciales.

En resumen, pues, podemos calificar al grupo que participaba en aquel negocio oriental de red informal, porque, si bien pequeños grupos podían sostener estrechas relaciones, a menudo éstas estaban limitadas en el tiempo, y en otros casos podía desarrollarse entre ellos una dura competencia que a veces degeneraba en conflictos, como lo muestran los nombramientos de árbitros en los manuales notariales y también la existencia de procesos judiciales.

El recorrido que hacen hacia el Levante no dibuja tampoco una verdadera red de puertos (*Figura 1*), sino una sencilla línea de navegación que se articulaba sobre

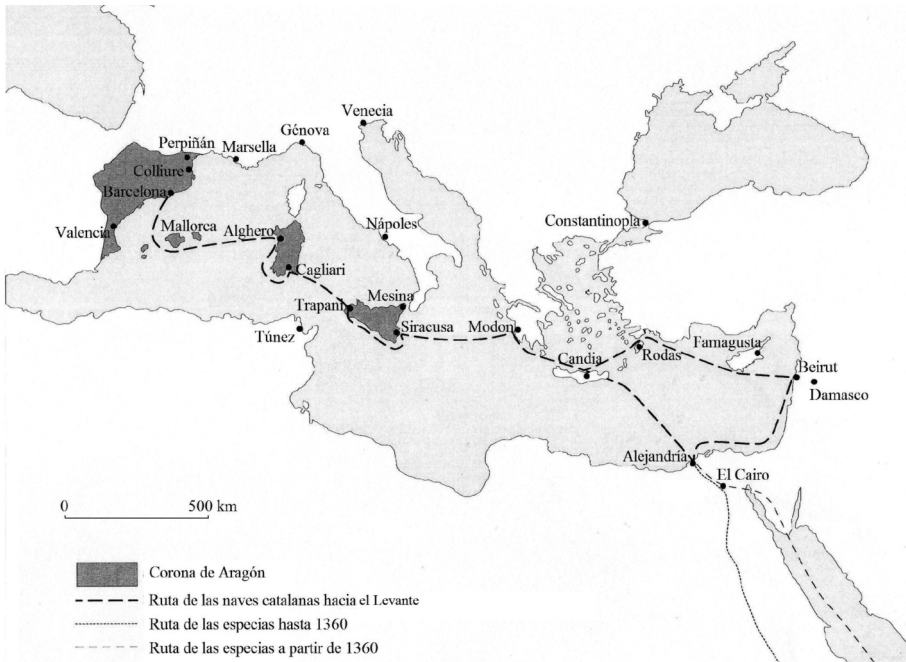


Figura 1. Ruta de las naves catalanas hacia Levante en los siglos XIV y XV

puertos generalmente insulares –Mallorca, Cerdeña, Sicilia, Peloponeso, Creta, Rodas y Chipre– a la ida y a la vuelta. Pero, naturalmente, si tenemos en cuenta el papel de redistribución de los productos orientales –generalmente especias–, a menudo por los mismos mercaderes que han invertido en contratos hacia el Levante, se dibuja una red de recorridos tanto hacia ciudades del resto de la Corona de Aragón como hacia centros económicos más importantes y lejanos, hasta Flandes, y se define claramente un papel básico de interfaz de Barcelona.

Podemos hacer ahora unas simples comparaciones con otra red comercial marítima que integraba Barcelona entre sus destinos regulares al final de la Edad Media: la de Venecia. No se trata de estudiar la red de los mercaderes venecianos, sino de tener un punto de referencia externo para las actividades económicas de la Ciudad Condal y de observar cómo se integraban en la red comercial de uno de los mayores puertos de ese período.

Es de sobras conocido que los venecianos desarrollaron todo un sistema de líneas de navegación a través del Mediterráneo que funcionaba gracias a galeras del Estado alquiladas en subasta cada año.<sup>10</sup> El puerto de Barcelona estaba integrado en la línea de navegación de Aiguesmortes, que se prolongaba hasta Valencia y Mallorca (*Figura 2*). Se trataba de una línea de navegación establecida tardíamente, a partir de 1412 (la línea de Alejandría se desarrolló a partir de 1344, por ejemplo), y que se prolongó hasta los puertos de la Corona de Aragón

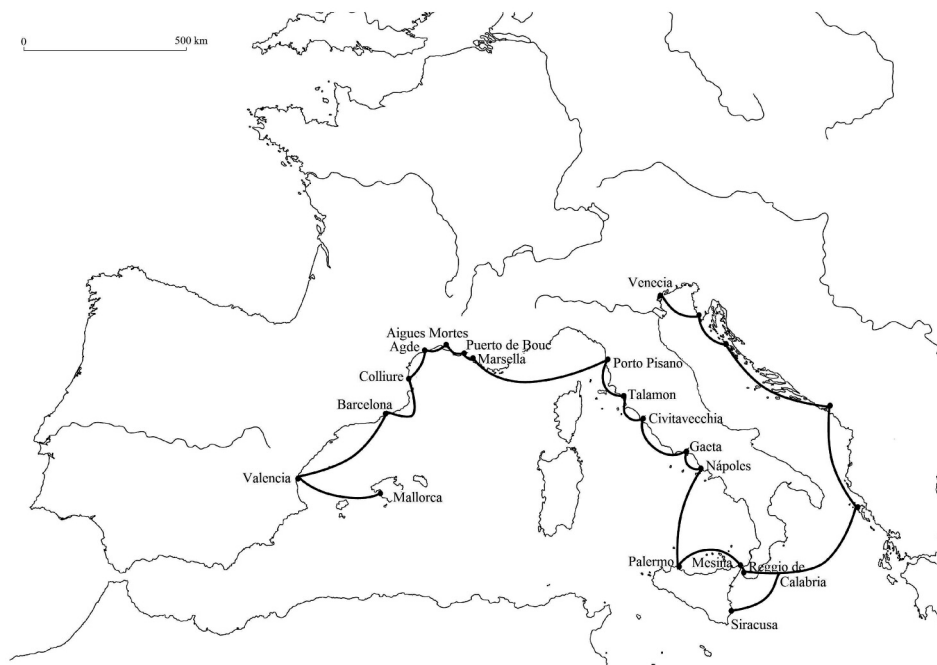


Figura 2. Ruta de la línea veneciana de Aigues Mortes

10. Ver Doris SROCKLY, *Le système de l'Incanto des galées du marché à Venise (fin XIIIe-milieu du XVe siècle)*, Leyden, Brill, 1995.

sólo a partir de 1425 (aunque, en realidad, las galeras de la Serenísima República sólo se detenían en ellos esporádicamente). Este relativo retraso se explica, en gran parte, por las relaciones mercantiles prioritarias de los venecianos con el Mediterráneo oriental –con el Levante para abastecerse en especias, y con Rumania, la zona del antiguo Imperio Bizantino, en gran parte bajo control veneciano desde 1204, a raíz de la Cuarta Cruzada. Los venecianos sostenían también relaciones privilegiadas con Flandes, otra región muy dinámica a nivel comercial y protoindustrial en la Baja Edad Media. Además, hay que añadir que las principales mercancías que el puerto de Barcelona podía ofrecer a los venecianos –paños de lana, principalmente, o también azafrán–, se podían encontrar igualmente en otros centros de producción o de comercialización más cercanos a Venecia: en la Italia central o septentrional, o en el caso de la lana en bruto, en Tortosa. Así se explica el papel bastante reducido de Barcelona en la red de navegación veneciana, limitado a una sencilla etapa irregular, muy lejos del papel de gran centro decisivo económico y de interfaz comercial.

Un mismo puerto podía tener, pues, funciones muy diversas según las redes de navegación y según fuera o no centro de una red. Y de acuerdo con eso, se pueden desarrollar infraestructuras e instrumentos que consolidan la red o quedar muy reducidas. En definitiva, el papel de interfaz puede ser muy dispar y en realidad muy adaptado según la red en el mismo lugar. Ahora bien, ¿se pueden sacar las mismas conclusiones en el marco de una red terrestre, también extranjera?

## Barcelona y las redes continentales: el ejemplo de los mercaderes alemanes

Tampoco en este caso se trata de estudiar de manera exhaustiva el desarrollo de las redes comerciales alemanas desplegadas en Cataluña y en la Corona de Aragón, sino de entender cómo integraron económicamente el puerto de Barcelona y qué papeles se repartieron alemanes y catalanes.

Los mercaderes alemanes sólo se interesaron tarde por la Ciudad Condal, probablemente porque los italianos –en particular los genoveses– debieron de desarrollar una función de intermediarios en el tráfico entre la parte germánica del Sacro Imperio y la península Ibérica. Sin embargo, a partir de finales del siglo XIV, aparecen en las fuentes referencias más numerosas a mercaderes alemanes en Barcelona que muestran el tipo de relaciones que se establecían aquí con ciudades de la Alta Alemania.<sup>11</sup>

11. Dos mercaderes de Constanza y de Nuremberg aparecieron en Barcelona en 1383, sucediendo a varios artesanos alemanes que ya estaban presentes en la ciudad desde hacía casi un siglo (Aloys SCHULTE, *Geschichte der grossen Ravensburger Handelsgesellschaft 1380-1530*, Stuttgart/Berlin, Deutsche Verlags-Anstalt, 1923, vol. I, pág. 318; Marina MITJA, «Dificultades de la industria y comercio alemanes para abrirse paso en Barcelona hasta 1410», en Johannes VINCKE (ed.), *Gesammelte Aufsätze zur Kulturgeschichte Spaniens*, Münster, 1958, vol. 13, pág. 188-228, concretamente, pág. 188; Nikolas JASPERT, «Ein Leben in der Fremde. Deutsche Handwerker und Kaufleute im Barcelona des 15. Jahrhunderts», en Franz J. FELTEN (ed.), *Ein gefüllter Willkomm: Festschrift für Knut Schulz zum 65. Geburtstag*, Aquisgrán, 2002, pág. 435-462, en concreto, pág. 437-442; y del mismo autor, «Corporativismo en un entorno extraño: las cofradías de alemanes en la Corona de Aragón», en Rafael NARBONA VIZCAINO (ed.), *XVIII Congrès Internacional d'Història de la Corona d'Aragó. La Mediterrània de la Corona d'Aragó*, (València, sept. 2004), València, Universitat de València, 2005, vol. II, pág. 1.785-1.805). Agradezco mucho a mis colegas y amigos Olivier Richard y Laurence Buchholzer-Remy sus acertados consejos bibliográficos.



El representante de la compañía Datini en Barcelona, Simone Bellandi, fino observador de las realidades económicas, lo notó al final del año 1396.<sup>12</sup> Aquellos primeros contactos, a pesar de las grandes distancias, reflejaban pues, claramente, el dinamismo mercantil de las dos regiones,<sup>13</sup> de manera que se desarrollaron relaciones estables durante todo el siglo xv que se extendieron a toda la Corona de Aragón, sobre todo hasta la guerra civil catalana de 1462-1472.

En el gran puerto catalán, los mercaderes alemanes venían fundamentalmente de tres zonas distintas (Figura 3): de los alrededores del lago de Constanza (prin-



Figura 3. Ciudades en contacto gracias a las redes terrestres de mercaderes alemanes al principio del siglo xv

12. Observó en diciembre que el precio de los azafranes se mantenía mucho mejor de lo previsto, «per molti alamani venuto ci, che n'anno levati assai» (citado por Claude CARRÈRE, *Barcelone, centre économique à l'époque des difficultés*, Paris, Mouton, 1967, pág. 568, nota 1).
13. El artículo pionero de Marina Mitjà («Dificultades...»), muy condicionado por la historiografía tradicional del declive catalán al final de la Edad Media, no permite en realidad entender aquella perspectiva de desarrollo, a pesar de las numerosas referencias documentales que contiene. Ese dinamismo económico queda confirmado por la progresión del comercio de Barcelona con el Levante, en particular entre mediados del siglo xiv y mediados del xv (Damien COULON, *Barcelone et le grand commerce d'Orient, un siècle de relations avec l'Égypte et la Syrie-Palestine (ca.1330 - ca.1430)*, Barcelona/Madrid, Institut Europeu de la Mediterrània/Casa de Velázquez, 2004, pág. 607-612), y por la rápida diversificación de los centros urbanos alemanes que se pusieron en contacto con Cataluña y luego con el resto de la Corona de Aragón.

principalmente de Ravensburg, Constanza y San Gall); de dos grandes ciudades más septentrionales, Nuremberg y Ratisbona; y finalmente, del valle del Rin, sobre todo de Colonia. El despliegue permanente de alemanes en el norte de la Península se apoyaba a menudo en potentes compañías mercantiles y bancarias, como la de los Runtinger de Ratisbona<sup>14</sup> o la de los Kraft-von Locheim-Stark-Tracht de Nuremberg,<sup>15</sup> que son casi desconocidas en la historiografía catalana. Sin embargo, la más potente y duradera de las establecidas era, sin duda, la Gran compañía mercantil de Ravensburg, la *Grosse Ravensburger Handelsgesellschaft*.<sup>16</sup> Su principal hombre de negocios, Jos Humpis, viajó personalmente a Barcelona en 1394 antes de nombrar diferentes procuradores sucesivos<sup>17</sup> que establecieron las bases de una representación permanente de la sociedad, permitiendo así una extensión organizada y duradera de su red. Aquellas zonas de origen, localizadas sobre todo en el sur y sudoeste de Alemania (por tanto, en regiones alejadas del mar), ya sugieren que las relaciones con Cataluña se establecían por viajes terrestres. Algunos documentos confirman esta característica básica de los contactos entre las dos regiones. En mayo de 1437, por ejemplo, un mercader barcelonés confió coral a la compañía de Jos Humpis para transportarlo a Brujas; ahora bien, fue llevado ahí por vía terrestre,<sup>18</sup> lo que era bastante inhabitual en las relaciones entre los dos puertos a pesar del largo periplo que impone el recorrido marítimo entre Cataluña y Flandes. En realidad, la red de la gran compañía de Ravensburg, como la de muchas otras del centro del Sacro Imperio, se desplegaba, sobre todo, a lo largo de itinerarios terrestres y sus relaciones con la Corona de Aragón dibujaban así una gran diagonal sobre el continente. Esa especificidad, que implicaba una complementariedad con las redes principalmente marítimas de los catalanes –y de los italianos–, explica en buena medida el éxito de la implantación de las compañías mercantiles alemanas en el nordeste de la Península. En esa situación, los efectos de la competencia aparecen minimizados en beneficio de un reparto del tráfico, separando recorridos terrestres y marítimos, lo que viene confirmado por

14. Franz BASTIAN, *Das Runtingerbuch 1383-1407*, Ratisbona, Gustav Bosse, 1935-1944 (*Dt Handelsakten des Mittelalters und der Neuzeit*, 6-8), vol. I, pág. 34, y vol. II, pág. 119-121. Erhard Lettel y Heinrich Taffersdorfer, agentes de la compañía, estuvieron presentes en Barcelona, por ejemplo, durante todo el verano de 1399. Véanse también Wiltrud EIKENBERG, *Das Handelshaus der Runtinger zu Regensburg*, Göttingen, Vandenhoeck & Ruprecht, 1976, en particular, pág. 143; y Klaus FISCHER, *Regensburger Hochfinanz. Die Krise einer europäischen Metropole an der Wende zur Neuzeit*, Ratisbona, Universitätsverlag Regensburg, 2003, en particular, pág. 180-181.

15. En 1400 tres de sus agentes trajeron al rey Martín el Humano la noticia de la elección del nuevo Rey de Romanos, Ruprecht, conde del Palatinado, que no llegó a ostentar el título imperial. Quince años más tarde, otro de sus representantes estaba probablemente entre los mercaderes de Nuremberg que lograron un privilegio real. Véanse Wolfgang von STROMER, *Oberdeutsche Hochfinanz*, Wiesbaden, Franz Steiner Verlag, 1970, vol. I, pág. 391-393; y Hermann KELLENBENZ, *Die Beziehungen Nürnbergs zur iberischen Halbinsel, besonders im 15. und in der ersten Hälfte des 16. Jahrhunderts*, Nuremberg, 1967 (*Beiträge zur Wirtschaftsgeschichte Nürnbergs*), pág. 456-493.

16. Estuvo activa entre 1380 y 1530 y desplegó sus redes en los principales centros económicos de Europa occidental: la parte germánica del Sacro Imperio, norte de Italia, Flandes, Inglaterra, el valle del Ródano y la Península Ibérica (SCHULTE, *Geschichte...*, vol. I, pág. 236-518).

17. Jos Humpis ejerció de hecho las funciones de *Regierer der Gesellschaft* (SCHULTE, *Geschichte...*, vol. I, pág. 175). Antes, su padre Johannes (o Hänggi) Humpis ya había visitado Barcelona durante el verano de 1394 (MITJA, «Dificultades...», doc. 11). A propósito de la presencia de Jos en Barcelona: MITJA, «Dificultades...», doc. 26 (1406), 28 (1407), 29 (1407), 32 (1408) y 36 (1412); CARRÈRE, *Barcelone, centre économique...*, pág. 569, nota 3; y AHPB (Arxiu Històric de Protocols de Barcelona), sig. 87/5, Bernat Sans, 1421, f. 19v. Sobre las actividades de los otros socios de la compañía en Barcelona, como los Mötteli y los Muntprat (de Constanza): MITJA, «Dificultades...», pág. 202-203; CARRÈRE, *Barcelone, centre économique...*, pág. 568, nota 1, y pág. 569, nota 3; y JASPERT, «Ein Leben...», pág. 448-450.

18. CARRÈRE, *Barcelone, centre économique...*, pág. 400, nota 5.

la ausencia casi completa de mercaderes catalanes en la Alta Alemania en la misma época.<sup>19</sup>

En este contexto favorable, el 7 de enero de 1420 el rey Alfonso el Magnánimo otorgó un privilegio comercial a los mercaderes alemanes por el que reconocía la autoridad de un cónsul encargado de representarlos y defenderlos en la Corona de Aragón.<sup>20</sup> En contrapartida, aunque se trataba también de una de las consecuencias de su éxito, fue instituido un impuesto propio sobre sus operaciones a partir de 1425: el derecho «dels alamanys i dels saboyenchs».<sup>21</sup> Los numerosos registros de tasación conservados muestran perfectamente que las relaciones fueron persistentes y regulares entre las dos regiones por lo menos hasta la guerra civil catalana. Además, esta preciosa serie documental muestra que la Gran Compañía de Ravensburg tenía un papel preponderante en los intercambios con la Corona de Aragón,<sup>22</sup> mientras que otras fuentes completan la lista de sus agentes, sin duda permanentes en Barcelona, por lo menos entre 1418 y 1446.<sup>23</sup> Sin embargo, la posición dominante de aquella sociedad no impedía a las otras mencionadas seguir viniendo a Barcelona

19. Existe, sin embargo, una excepción muy reveladora: un documento de junio de 1445 indica que dos mercaderes catalanes habían sido injustamente acusados de exportar azafrán falsificado para impedir su negocio en Alemania, como evidencia su defensa por los magistrados de Frankfurt (Antoni DE CAPMANY I DE MONTPALAU, *Memorias históricas sobre la marina, comercio y artes de la antigua ciudad de Barcelona*, Barcelona, 1961-1963, vol. II-1, doc. 346; y CARRÈRE, *Barcelone, centre économique...*, pág. 349, nota 2).
20. El doctor en derecho García de Torres, comendador de la orden del Hospital, cumplió primero aquella función (CAPMANY, *Memorias históricas...*, vol. II-1, doc. 285). Era uno de los *promotores negotiorum* de la Real Audiencia y familiar del rey. Probablemente no tuvo ningún papel activo en aquel cargo consular, ya que acompañó a Alfonso el Magnánimo en su primera expedición en Italia entre 1420 y 1423 (Pierre BONNEAUD, *Le prieuré de Catalogne, le couvent de Rhodes et la couronne d'Aragon 1415-1447*, Millau, Études et Communication Editions, 2004, pág. 385). Le sucedió un mercader de Barcelona, Rafael Ferrer, a partir del 10 de agosto de 1424 (SCHULTE, *Geschichte...*, vol. I, pág. 320-321, y vol. III, pág. 502-504). Este mercader también es conocido por su colaboración con el poder real, ya que, con el título de embajador, negoció con otro –Lluís Sirvent– el tratado comercial de 1430 con los representantes del sultán mameluco del Cairo (COULON, *Barcelone...*, pág. 58). Como consigna además Nikolas Jaspert, el objetivo de la concesión de aquel privilegio consular era también contrapesar la importancia económica de los italianos, contra los cuales Alfonso el Magnánimo estaba entonces en conflicto (JASPERT, «Ein Leben...», pág. 445, nota 52).
21. ACA (Arxiu de la Corona d'Aragó), *Reial Patrimoni, Dret dels alamanys e saboyenchs, 1425-1480*, 12 vol.
22. SCHULTE, *Geschichte...*, vol. I, pág. 303-341, en particular los cuadros de pág. 303, 325, 327 y 340. Se puede advertir, por ejemplo, que los impuestos pagados por la compañía a Barcelona representaban 47,6 % del derecho de los alemanes y de los saboyanos en 1426 (o sea, 13.396 libras y 6 sueldos de Barcelona sobre un total de 28.139 libras y 5 sueldos).
23. Estos eran: 1) Johann Folch, llamado en las fuentes catalanas Johan Foch, en 1418, noviembre de 1423 (Marina MITJA, «El comercio y la industria de alemanes en Barcelona de 1410 a 1420», en *Homenaje a Johannes Vincke*, Madrid, CSIC, 1962, vol. I, pág. 318, doc. 37; CARRÈRE, *Barcelone, centre économique...*, pág. 569, nota 3) y julio de 1426; SCHULTE, *Geschichte...*, vol. I, pág. 161). Representaba también la sociedad en Perpiñán. 2) Jos Goldegger, en agosto de 1426 (AHPB, sig. 113/27, Bernat Pi, f. 9r y 10r). En este documento, Goldegger dice representar a la compañía en Barcelona en el marco de un caso de piratería. No obstante, no pertenecía directamente a su personal, pero no era tampoco desconocido, ya que estuvo brevemente al servicio de la sociedad en Zaragoza en 1429-1430 (SCHULTE, *Geschichte...*, vol. I, pág. 165, y vol. II, pág. 259). Recibió la ciudadanía en Valencia en 1433 para diez años (Leopoldo PILES ROS, *La población de Valencia a través dels "Llibres de avehinament": 1400-1449*, Valencia, Ayuntamiento de Valencia, 1978, pág. 239, doc. 1010). 3) Hans Frei, en 1428-1434, 1436, 1439-1440 (SCHULTE, *Geschichte...*, vol. I, pág. 162; y Hektor AMMANN, «Konstanzer Wirtschaft nach dem Konzil», *Schriften des Vereins für Geschichte des Bodensees*, 69 (1949-1950), pág. 155, doc. 644). Representaba también la sociedad en Perpiñán y en Zaragoza. 4) Peter Cristian, en 1430, 1432-1434, 1437-1440 (Konrad HÄBLER, «Das Zollbuch der Deutschen in Barcelona (1425-1440)», *Württembergische Vierteljahreshefte für Landesgeschichte*, N.F. 10 (1901), pág. 131-132 y 136; SCHULTE, *Geschichte...*, vol. I, pág. 157), y marzo de 1446 (CARRÈRE, *Barcelone, centre économique...*, pág. 353, nota 8). Llamado Petrus Chrestia en las fuentes catalanas, representaba también a la sociedad en Perpiñán y en Zaragoza. Agradezco a Nikolas Jaspert los complementos bibliográficos referentes a los agentes de la Gran Compañía de Ravensburg en Cataluña.

durante el mismo período, ni tampoco a otros mercaderes alemanes aparentemente aislados.<sup>24</sup>

Todas estas informaciones muestran claramente que la capital catalana estaba bien integrada en las redes de diferentes compañías mercantiles alemanas. Intentaban abastecerse aquí y en los países de la Corona de Aragón de coral y sobre todo de azafrán, mercancías de alto precio que intercambiaban básicamente por metales brutos o elaborados –en particular, cobre– y también por telas.<sup>25</sup> Luego redistribuían los productos comprados en Cataluña hasta los confines orientales del Sacro Imperio, en Praga e incluso hasta Breslau, en Silesia, por ejemplo.<sup>26</sup> Hay que destacar, finalmente, que ese recorrido de los mercaderes alemanes hacia el Mediterráneo por el valle del Ródano y luego a Cataluña, aunque fuese más largo que yendo directamente hacia los puertos del norte de Italia, era más fácil y permitía circular casi todo el año, ya que no imponía el paso por los altos puertos alpinos,<sup>27</sup> impracticables durante los largos meses invernales.

## Un caso particular: las relaciones entre Barcelona y París

Las relaciones entre Barcelona y París plantean otro tipo de problemática, ya que, si bien París se caracterizaba por ser un gran centro de consumo, desarrolló escasas actividades comerciales de larga distancia. Dicho de otra manera, los mercaderes parisinos, que no obstante dieron a la ciudad su blasón, nunca pudieron organizar redes extensas, básicamente porque sus actividades productivas fueron siempre limitadas. Esta circunstancia explica por qué no se encuentran mercaderes parisinos ni en Cataluña ni en otras regiones económicamente dinámicas y alejadas de la capital del reino de Francia.

Sin embargo, esa gran ciudad, la más poblada de Occidente al final de la Edad Media, necesitaba de la actuación de redes dinámicas para abastecerla diariamente. Encontramos algunas huellas de actividades comerciales de catalanes en París, o mejor dicho, utilizando la capital francesa como etapa hacia

24. Véanse, entre los ejemplos no mencionados aún, los casos de Johann von Köln (de Colonia) y de la compañía Watt de San Gall (SCHULTE, *Geschichte...*, vol. I, pág. 321, 323-324, 326, 328, 331 y 358-359; CARRÈRE, *Barcelone, centre économique...*, pág. 32, 355, nota 3, 462, nota 2, 576 y 872; y JASPERS, «Ein Leben...», pág. 450 y 452-453).

25. Estas telas, generalmente de lino, eran vendidas luego otra vez por los mercaderes catalanes hasta los mercados de Levante (COULON, *Barcelone...*, pág. 345-346 (telas de Constanza), gráficos 1 y 3, pág. 170 y 300). Véanse también Mario DEL TREPPO, *I mercanti catalani e l'espansione della corona d'Aragona nel secolo XV*, Nápoles, L'arte tipografica, 1972, 2a ed., pág. 31; Eliyahu ASHTOR, «L'exportation des textiles occidentaux dans le Proche Orient musulman au Bas Moyen Âge (1370-1517)», en *Studi in memoria di Federigo Melis*, Nápoles, Giannini, 1978, vol. II, pág. 391-432 –publicado otra vez en la obra del mismo autor, *East-West Trade in the Medieval Mediterranean*, Londres, Variorum Reprints, 1986 (misma paginación)–, en particular, pág. 349-350 y 356.

26. En 1400, el coral, el azafrán y también el jengibre, traídos el año anterior de Barcelona por los dos agentes de la compañía Runtinger de Ratisbona, Erhard Lettel y Heinrich Taffersdorfer, fueron vendidos otra vez por el primero en Praga y en Breslau por otro agente, Heller. El azafrán vendido en Praga es llamado "Pellykir", es decir, "procedente de Balaguer", mientras que el jengibre es calificado de "weladyn", corrupción del término catalán "baladí", que viene del árabe "bilad", el nombre citado más a menudo en las fuentes catalanas (BASTIAN, *Das Runtingerbuch...*, pág. 140-141). Sobre el jengibre "baladí": COULON, *Barcelone...*, pág. 445-448.

27. Debemos recordar que el puerto más bajo a lo largo de aquel eje, el del Brennero, alcanza los 1.375 m, y el del San Gotardo más de 2.100, mientras que el del Pertús es sólo de 730 m.

Flandes,<sup>28</sup> pero se limitan a ejemplos aislados, seguramente porque en buena parte implicaban recorridos terrestres que no les atraían demasiado, como hemos visto.<sup>29</sup>

En esas circunstancias tan específicas, los mercaderes franceses y catalanes dejaron finalmente el campo libre a otros, ya que, como acabamos de notar, además de ser un gran centro de consumo, París constituía también una etapa cómoda en la ruta de Flandes y un lugar mayor de decisión. Además, ya se ha demostrado que el declive de las famosas ferias de Champaña lo había aprovechado París y su feria de Lendit, y que las funciones bancarias de la capital del reino de Francia se desarrollaron básicamente a partir de finales del siglo XIII. Así, lógicamente, los hombres de negocios más activos del final de la Edad Media, los italianos –más exactamente los toscanos y placentinos–, se instalaron en París y pudieron incluir sin dificultades en sus redes extensas y muy estructuradas los principales centros económicos del Mediterráneo y de Europa occidental, incluyendo París.<sup>30</sup>

Como el eje Barcelona-París ha parecido siempre muy secundario o incluso irrelevante, ha atraído muy poco la atención de los historiadores. Además, para los catalanes y los franceses, el estudio de las relaciones entre las dos ciudades exige la consulta de documentos ubicados en Italia y escritos en toscano. Sin embargo, éstos son bastante numerosos, especialmente en el Archivo Datini de Prato. Después de un largo trabajo de investigación, un especialista de aquel archivo, Jérôme Hayez, está ultimando precisamente la publicación integral de las cartas enviadas desde París y conservadas en el archivo pratense,<sup>31</sup> y ya ha podido deducir que, en realidad, el potente mercader de Prato, Francesco Datini, no había creado una sucursal en París –a diferencia de Barcelona–, sino

28. Josep Maria MADURELL I MARIMON, «Contabilidad de una compañía mercantil trecentista barcelonesa», *Anuario de Historia del Derecho Español*, 25 (1965), pág. 520 (paños de Flandes comprados en París por la potente compañía de Pere de Mitjavila entre 1334 y 1342); CARRÈRE, *Barcelone, centre économique...*, pág. 107 y 348 (cartas comerciales enviadas a Montpellier, París y Brujas por los mercaderes Miquel de Manresa y Joan de Lobera menor, en 1418, y venta de azafrán de Balaguer en París por Pere y su hijo Ramon Satria en 1402-1403). Carrère presenta precisamente este segundo documento como «une des rares mentions de Paris qui nous trouvions dans les archives barcelonaises» (pág. 348).
29. En caso de mercancías caras, también para llegar hasta Flandes desde Barcelona el recorrido terrestre era generalmente preferido al marítimo, y se encargaban de transportarlas compañías toscanas (Dolors PIFARRÉ TORRES, *El comerç internacional de Barcelona i el mar del nord (Bruges) al final del segle XIV*, Barcelona, Publicacions de l'Abadía de Montserrat, 2002, pág. 103-109).
30. Mathieu ARNOUX, Caroline BOURLET y Jérôme HAYEZ, «Les lettres parisiennes du carteggio Datini: première approche du dossier», *Mélanges de l'Ecole Française de Rome, Moyen Âge*, 117 (2005), pág. 193-195. Algunos toscanos se instalaron en París y en otros centros económicos de Occidente, al principio gracias en parte a su papel activo de banqueros al servicio del poder pontificio y de las ricas órdenes eclesiásticas. Un ejemplo es el mercader de Pistoia Andrea de Tici, que en 1378 prestó a la orden del Hospital 12.000 florines que debían ser devueltos a sus agentes en Londres, Brujas, París, Aviñón o Barcelona (Anthony LUTTRELL, «Actividades de los hospitalarios de Rodas en el Mediterráneo occidental durante el siglo XIV», *VI Congreso de Historia de la Corona de Aragón*, Madrid, 1959, pág. 180). Sobre otras compañías toscanas que extendieron sus redes a Barcelona y París: DEL TREPPO, *I mercanti catalani...*, pág. 292, 301 y 309 (compañía de Lorenzo Tecchini y de Raimondo Manelli en los años 1430-1440); y Elisa SOLDANI, «Tra reti internazionali e spazio urbano. Forme mercantili di comunicazione, solidarietà e gestione degli affari nel Mediterraneo occidentale bassomedievale», en COULON et al. (ed.), *Espaces et réseaux...*, vol. I, pág. 87 (compañías creadas por la familia Alberti en París y Barcelona en 1405).
31. Publicación de Jérôme Hayez prevista a finales de 2010 o 2011. Le agradezco la comunicación de los datos y la consulta de algunas cartas transcritas. Del mismo autor, entre los numerosos artículos dedicados al estudio de las cartas del Archivo Datini, véanse sobre todo los tres trabajos publicados en *Mélanges de l'Ecole Française de Rome, Moyen Âge*, 117 (2005): «L'Archivio Datini: de l'invention de 1870 à l'exploration d'un système d'écrits privés», pág. 121-191; con ARNOUX y BOURLET, «Les lettres parisiennes...», pág. 193-222; y «La voix des morts ou la mine de données: deux siècles et demi d'édition des correspondances privées des XIII<sup>e</sup>-XVII<sup>e</sup> siècles», pág. 257-304.

que se comunicaba con compañías aliadas florentinas y a veces luquesas instaladas en la capital francesa. Pero lo más interesante para nuestro tema de estudio es que de las 922 cartas recibidas de París entre 1384 y 1410 y conservadas en el Archivo Datini, 453, es decir, casi la mitad (un 49,13 %), iban dirigidas a la sucursal barcelonesa de la compañía Datini.<sup>32</sup> En realidad, las cartas enviadas a Barcelona fueron escritas a partir de 1395, o sea, un poco después de la apertura de dicha sucursal, que se convirtió, entonces, rápidamente en el principal destinatario de la correspondencia parisina. Se puede precisar también que las compañías toscanas instaladas en París no tuvieron ese papel simultáneo de interlocutor y de informador: esquemáticamente, primero empezaron los Ambrogi, luego los Mannini, los Orlandini y finalmente los Pazzi; mientras que otras compañías y algunos mercaderes a título individual enviaron también cartas a los agentes de Francesco di Marco en Barcelona.<sup>33</sup>

Sin poder entrar en detalles, de momento ya se puede deducir que se tejieron así unas relaciones económicas muy ricas y especializadas –sobre todo mucho más de lo que se podía pensar anteriormente– basadas, entre otros factores, en una larga experiencia en el extranjero y unas costumbres y una lengua comunes. También hay que situar aquellas vinculaciones dentro de la inmensa red del hombre de negocios de Prato, extendida a todos los principales centros económicos de Europa occidental y cuya base documental fue excepcionalmente bien conservada. Seguro que deberemos volver al tema de las redes mercantiles en la Barcelona bajomedieval a la luz de la publicación citada, tan esperada, de las cartas parisinas.

## Los mecanismos de la interfaz

El análisis de las redes centradas en una ciudad o que la integran en su despliegue exige examinar con mucha precisión los mecanismos que les permiten relacionarse, o dicho de otro modo, examinar cómo funciona la interfaz en el caso de Barcelona.

En los principales puertos del Mediterráneo, un edificio concreto permitía a los mercaderes de las diferentes redes encontrarse y finalizar acuerdos entre ellos: la famosa *llotja*. Como es bien conocido, no es necesario describirlo en detalle. Baste recordar que se hallaba próximo a la zona portuaria, porque así los mercaderes podían intercambiar directamente las noticias importantes: la llegada de los barcos, los cargamentos pendientes o los ataques de los piratas. También se fijaban en la lonja los precios de las mercancías y de las monedas, y ahí residía el tribunal del Consulado del Mar.<sup>34</sup> Así, se puede presentar aquel edificio como un verdadero centro de decisión y neurálgico para todo el comercio y como un lugar donde se materializaba la interfaz entre las distintas redes mencionadas.

32. Otras 49 cartas fueron enviadas a Valencia y 67 a Mallorca. A título de comparación, la sucursal genovesa, segundo destino en número de cartas enviadas de París, “sólo” alcanza los 223 documentos.

33. Estos datos son presentados en el artículo de ARNOUX, BOURLET y HAYEZ, «Les lettres parisiennes...

34. Por ejemplo: CARRÈRE, *Barcelone, centre économique...*, pág. 50-51.

Pero, más allá de aquel edificio, fundamental por sus funciones, algunos hombres tenían un papel más determinante a la hora de establecer contactos e intercambiar informaciones básicas: los corredores. Ellos recogían un gran número de informaciones comerciales que luego se encargaban de distribuir de manera selectiva para poner en contacto a determinados mercaderes. Aunque su intermediación no fue sistemática, las informaciones que poseían permitían en un gran número de casos maximizar los beneficios.

Sin embargo, resulta bastante difícil determinar de qué manera recogían sus informaciones y luego contactaban con determinados mercaderes para divulgarlas a los que las necesitaban. De hecho, su gran discreción era una condición *sine qua non* de su trabajo, que expresa bien la expresión “corredor d’orella” con la que habitualmente se les identifica en las fuentes,<sup>35</sup> demostrando que estaban siempre listos para recoger informaciones, pero que las difundían sólo con parsimonia. En realidad, se trataba sobre todo de arreglos de conflictos entre mercaderes, lo que muestra su presencia o a veces su participación directa en las operaciones comerciales.

Precisamente, podemos notar que los mercaderes alemanes tuvieron contactos privilegiados con corredores, lo que, naturalmente, no era una casualidad. Un tal Pere Bonora, corredor de oreja y ciudadano de Barcelona, intervino directamente, por ejemplo, en un contrato de la compañía Kraft-von Locheim-Stark-Tracht de Nuremberg firmado en Barcelona en 1392; luego, en otros como procurador de un mercader de Ginebra –en 1397– y también como testigo en otros varios acuerdos firmados por mercaderes de Nuremberg, de Basilea y de la Gran Compañía de Ravensburg, lo que indica que habría podido tener un papel decisivo en aquellos contratos.<sup>36</sup> A menudo, los corredores que intervenían en esos contratos eran conversos. Sin embargo, esta particularidad parece más vinculada al perfil habitual de los corredores de Barcelona, entre los cuales se puede contar a numerosos judíos, y después de los pogroms de 1391, conversos.<sup>37</sup> De hecho, entre los mercaderes alemanes que llegaban a Barcelona, nada indica que no pueda tratarse también de judíos o conversos, al contrario.<sup>38</sup>

No obstante, la intermediación de un corredor para establecer contactos con mercaderes de otra red no era imprescindible. De hecho, esa relación podía ser la consecuencia del intento de diversificar las actividades bastante común entre los hombres de negocios, especialmente entre los más potentes. Así, no sólo

35. Fabienne PLAZOLLES-GUILLEN, «Les courtiers de commerce», *Mélanges de la Casa de Velázquez*, 29-1 (1993), pág. 129-130: «De l’oreille comme métaphore du secret: [...] il semble établi qu’il s’agit bien de *courtiers d’oreille* dont l’instrument de travail est cet organe».

36. MrtJA, «Dificultades...», doc. 7 (1392), 9 (1392), 16-17 (1397), 28-29 (1407) y 31 (1408). Un ejemplo más tardío de un corredor que firmó un contrato directamente con un mercader alemán en Barcelona: AHPB, sig. 106/5, Antoni Brocard, fol. 45v: el mercader de Constanza Ülrich con Jordi Camprodon, converso y corredor de oreja, en julio de 1418. También, actuaciones de corredores como testigos de acuerdos firmados por alemanes: AHPB, 106/4, Antoni Brocard, fol. 51v (6-III-1417); sig. 106/5, fol. 47r (14-I-1418) y sig. 87/5, Bernat Sans, fol. 14r-v (18-I-1421).

37. PLAZOLLES-GUILLEN, «Les courtiers de commerce...», pág. 129-133; y COULON, *Barcelone...*, pág. 538-539.

38. Algunos provenían claramente del patriciado urbano y cristiano, como por ejemplo Erhard Schürstab, consejero (*Ratsherr*) de la ciudad de Nuremberg (STROMER, *Oberdeutsche Hochfinanz...*, vol. III, pág. 594), que compró coral al mercader converso de Barcelona Bernat Ortal en 1421 (AHPB, sig. 87/5, Bernat Sans, fol. 14r-v); el documento no indica que Bernat Ortal sea converso, pero lo era (COULON, *Barcelone...*, pág. 378). Otro miembro de la misma familia –Sebald Schürstab– ya estaba presente en la Corona de Aragón en 1415 (STROMER, *Oberdeutsche Hochfinanz...*, vol. I, pág. 88, nota 133).

invertían en varias operaciones simultáneas hacia diferentes destinos, sino que, además, intentaban controlar varios asuntos complementarios a nivel de intercambios, de banca, de inversiones navales, de percepción de rentas y de seguros, por ejemplo.<sup>39</sup> Como ya precisó Fernand Braudel, esa estrategia no respondía únicamente a simples objetivos de prudencia, para limitar los riesgos, sino que en realidad los hombres de negocios actuaban así porque ninguna ocupación podía absorber sola toda su actividad:

Le marchand de haut vol n'est pour ainsi dire jamais limité à une seule activité.<sup>40</sup>

Para nuestro tema, estas explicaciones significan que los mercaderes más potentes y dinámicos deseaban establecer contactos con redes varias y no especializarse sólo en las actividades de una sola, de manera que contribuían también así a la interconexión de las diferentes redes.

Lo vemos muy bien a través del ejemplo –entre muchos otros, naturalmente– del mercader de Barcelona Felip Prestador, que se apoyó precisamente en las diferentes redes mencionadas para desarrollar sus actividades comerciales. En enero de 1404 era beneficiario de un cambio de 1.000 escudos girados por la compañía Orlandini de Brujas para la compañía Orlandini de París sobre la compañía Datini de Barcelona.<sup>41</sup> Le vemos así directamente relacionado con las redes toscanas desplegadas en París, Flandes y Barcelona. Poco tiempo después, en septiembre del mismo año, invirtió una suma importantísima de 1.118 libras de Barcelona principalmente en 11 balas de paños de Irlanda, en una comanda para Chipre y Beirut. Pero ya en junio de 1397 había invertido 841 libras en otra comanda de 340 piezas de saya de Irlanda para los mismos destinos.<sup>42</sup> Seguramente, Felip Prestador había podido abastecerse de grandes cantidades de tejidos de Irlanda gracias a sus relaciones con los mercaderes toscanos instalados en Flandes, París o Inglaterra. Aprovechaba así una mercancía bastante barata por unidad, muy bien adaptada a los mercados de Levante.<sup>43</sup> Pero naturalmente no limitó sus actividades mercantiles a estos dos destinos extremos, ni tampoco al comercio: sabemos también, por ejemplo, que en julio de 1415 aseguró 66 sacos de lana y 7 “feixos de boldrons” para un viaje de Tortosa a Venecia en una nave de Sant Feliu de Guíxols.<sup>44</sup> Haciendo malabarismos con los destinos y las operaciones gracias a relaciones con varias redes, extranjeras o no, Felip Prestador, como muchos hombres de negocios de Barcelona, maximizaba en realidad sus ganancias.

39. COULON, *Barcelone...*, pág. 515.

40. Fernand BRAUDEL, *La dynamique du capitalisme*, París, Flammarion, 1985, pág. 62-64.

41. ASP (Archivio di Stato di Prato), D. 904, 118.260 (agradezco a Jérôme Hayez esta referencia). El documento será publicado con el número 744 en su publicación de cartas enviadas de París.

42. Respectivamente: AHPB, sig. 79/36, Tomás de Bellmunt, fol. 60r y sig. 58/169, Bernat Nadal, fol. 171r. El primer contrato fue también invertido en 4 balas de paños “de la terra” adornados en Perpiñán, 46 libras y 9 onzas de azafrán y una bala de una mercancía que resulta ilegible.

43. COULON, *Barcelone...*, pág. 346. Felip Prestador era conocido también por su dinamismo en el comercio del Levante (AHPB, sig. 58/170, Bernat Nadal, fol. 86v y 94r; 58/171, fol. 26v y 64r; sig. 79/36, Tomàs de Bellmunt, fol. 15r y 60r).

44. María Teresa FERRER I MALLOL y Arcadi GARCIA I SANZ, *Assegurances i canvis marítims medievals a Barcelona*, Barcelona, Institut d'Estudis Catalans, 1983, vol. II, doc. 128.



Para acabar, no hay que olvidar que las técnicas comerciales utilizadas por los mercaderes de Barcelona estaban particularmente bien adaptadas a una situación de actividades múltiples y variadas. Gracias a su flexibilidad, en el marco de las comandas y el uso frecuente de procuras, los mercaderes más activos podían establecer contactos y mantener relaciones comerciales eficaces con diferentes redes y hacia direcciones variadas.

## Conclusiones

En primer lugar, se puede advertir que la ciudad de Barcelona constituye un buen ejemplo de interfaz entre redes comerciales a larga distancia ya desde el final de la Edad Media, sobre todo entre las redes catalanas y unas redes extranjeras tal vez no tan diferenciadas como en nuestra presentación, que por mor de la claridad expositiva las ha separado y enumerado por ámbitos geográficos. En cualquier caso, las diferentes redes se relacionaban en la Ciudad Condal y entraban aquí en sinergia. Se puede hablar de una conectividad marítima, como en la obra de Peregrine Horden y de Nicholas Purcell,<sup>45</sup> pero también continental, ya que ciertas redes penetraban profundamente tierra adentro, más allá de los valles cuyos ríos desembocan en el Mediterráneo. De esta situación de interrelación, los mercaderes barceloneses sacaban un gran provecho gracias a la complementariedad que se ofrecían mutuamente las redes: cada una de ellas se enriquecía gracias a las mercancías proporcionadas por las otras, por lo menos hasta que los efectos de la competencia aparecieron. Resulta, pues, una partición del espacio entre redes, una segmentación de los recorridos –por ejemplo, los marítimos desarrollados por los catalanes y los terrestres por los alemanes– que no excluye la competencia ni los conflictos.<sup>46</sup>

En segundo lugar, hay que destacar que la constitución de redes atestigua esfuerzos cada vez más pensados para sacar provecho de una mejor organización mercantil, llegando así a soluciones cercanas a ciertas formas de “racionalidad”<sup>47</sup> económica en un mundo lleno de incertidumbres, lo cual no era, en definitiva, demasiado extraño por parte de un grupo social que perseguía objetivos muy materiales. Sin embargo, hemos podido encontrar tipos de redes bastante diferentes: básicamente, por un lado, redes informales, extensas, que se constituían sobre la base de un origen común y que se afirmaban frecuentemente fuera de este lugar de origen; y por el otro, redes centradas en una compañía, a menudo más estructuradas o incluso más jerarquizadas, que parecen más

45. Peregrine HORDEN y Nicholas PURCELL, *The Corrupting Sea: a Study of Mediterranean History*, Oxford, Blackwell Publishers, 2000.

46. La cerrazón de las historiografías nacionales tradicionales se ha amoldado fácilmente a los límites de esta segmentación de las redes. Los historiadores catalanes se han interesado sobre todo por el espacio catalán y mediterráneo, a menudo han dejado de lado el estudio de las vinculaciones con el resto de Europa, y en particular en su parte más continental. Por su lado, los historiadores alemanes todavía han utilizado poco las fuentes notariales barcelonesas (donde los documentos interesantes están, por cierto, muy dispersos) para completar el estudio de las grandes compañías comerciales alemanas.

47. Evidentemente, el término debe ser discutido, ya que, como hemos visto en la primera parte, las redes tienen también sus límites.

coherentes aunque puedan reunir a mercaderes de orígenes diferentes. Pero estas últimas redes tenían también sus fragilidades: cuando fallecían quienes las dirigían podían desaparecer si no tenían sucesor. Es lo que sucedió en el caso de la potentísima compañía de Francesco Datini, que no sobrevivió a su fundador. Una prueba de que la vinculación social y personal tenía también un papel básico en la cohesión de las redes de mercaderes.

La cuestión fundamental de la concepción previa de la red separa también esos dos tipos. Sin embargo, sí parece seguro que el despliegue de una red informal de mercaderes de un mismo origen no era realmente premeditado, sino que era sobre todo espontáneo. En realidad resulta muy difícil demostrar lo contrario para las redes estructuradas por una misma compañía, a pesar de su organización. Sólo se puede sospechar una mejor preparación, ya que los documentos nos informan poco sobre este aspecto, y por lo que sabemos también las redes constituidas por una compañía estaban muy atentas a su entorno y escogían a menudo soluciones empíricas. En definitiva, la cuestión tiene que ser objeto de más investigación.

Además, entre las redes constituidas por compañías notamos también diferencias importantes. Sabemos, por ejemplo, que los mercaderes alemanes recurrían a menudo a los servicios de corredores como intermediarios, mientras que las compañías toscanas tenían muchos contactos directos con los catalanes gracias a sus agentes instalados en Barcelona. Esta diferencia se puede explicar seguramente por la fecha de los primeros contactos comerciales con los barceloneses: mientras que las compañías alemanas sólo enviaron a sus primeros agentes a finales del siglo XIV, las toscanas en la misma época ya estaban sólidamente instaladas en la Ciudad Condal.

Finalmente, podemos notar una superposición de las redes a diferentes escalas, geográficas y sociales: por un lado, redes de individuos o grupos de individuos –por intermedio de las comandas, por ejemplo– entre mercaderes que partían de un mismo origen o dentro de una misma compañía, y por el otro, redes de compañías que desarrollaban contactos entre ellas a nivel europeo, como las toscanas. En ese caso, se trataba de redes altamente cualificadas, muy especializadas, no en una mercancía o una tarea particular, sino en técnicas comerciales y financieras.

A pesar de esta imagen tan diversificada y compleja que resulta, las redes de mercaderes presentes en Barcelona constituyen, al fin y al cabo, un tipo de organización y de despliegue válido para entender mejor y analizar ciertos modos de proyección comercial que se desarrollaron de manera pionera y original ya a partir de finales del siglo XIV y principios del XV.

