



Mercados y mercaderes en el occidente medieval

Lucía Beraldi

En los amoxtli de la semana pasada Elena Mazzeto y Alejandra Dávila Montoya nos introdujeron en las características y particularidades del Mercado de Tlatelolco. Por su parte, cuando Bernal Díaz del Castillo hizo su entrada en dicho recinto le resultó inevitable compararlo con experiencia conocida más próxima: el mercado de Medina del Campo y describió la experiencia de la siguiente manera: “*y desta manera estaban cuantos géneros de mercaderías hay en toda la Nueva-España, puesto que por su concierto, de la manera que hay en mi tierra, que es Medina del Campo, donde se hacen las ferias, que en cada calle están sus mercaderías por sí, así estaban en esta gran plaza*” (Díaz del Castillo, 1983, p.256). En consecuencia, el cronista nos regala una magnífica oportunidad para realizar una primera aproximación a los mercados y los mercaderes en el occidente medieval.

Desde el segundo tercio del siglo XI la región de Europa occidental atravesó un proceso de crecimiento demográfico sostenido, a la vez que asistió a la formación de estructuras políticas consolidadas, esto trajo como consecuencia un aumento considerable de la producción, consumo y circulación de bienes y monedas, por tierra y por mar, entre las principales ciudades de la época. En este contexto, los mercaderes se yerguen como los grandes intermediarios que proporcionan bienes y noticias (Le Goff y Schmidt, 1999, p.538). Si bien su origen como grupo social está sujeto a largos debates historiográficos, es necesario destacar que su rasgo distintivo era -en una sociedad que se define en relación con la tierra- la libertad de tránsito.

Según Pierre Monnet -autor de la entrada “Mercaderes” en el *Diccionario del Occidente Medieval*-, pese a la necesidad de introducir matices regionales y cronológicos para describir la figura del mercader, se pueden distinguir en el perfil de nuestro personaje en cuestión 8 características que resultan recurrentes:

1. Un particular **gusto por el riesgo o la percepción del peligro** que implica en la conservación, traslado y venta de bienes. De entre ellos se distinguen los asaltos, pillajes y guerras, así como los riesgos propios de las transacciones monetarias como el cambio de las divisas o las quiebras, entre otros.

©Lucía Beraldi © Noticonquista

Autorizada la reproducción y distribución sin fines de lucro de este texto íntegro y con sus créditos. No se permite la modificación.

2. **Conocimientos prácticos elementales** para el desarrollo de la actividad. Ellos van desde el conocimiento de los calendarios de ferias y mercados, nociones de contabilidad, hasta la conformación de una red epistolar que los mantiene al tanto de los acontecimientos exteriores.
3. Cuestión de la **legitimidad del lucro** y el uso de los beneficios del comercio.
4. El mercader no realiza su actividad en soledad, sino que lo hace en el ámbito de una **organización mayor** que puede ser la propia familia, una casa de negocios o una compañía – la mayoría de las veces integrada por miembros vinculados por lazos de sangre. Es oportuno recordar aquí a la familia florentina de los Médicis o los hermanos Veckinchusen de Lübeck.
5. El mercader se encuentra relacionado a las nociones de **confianza y reputación**.
6. Por su parte, los mercaderes intentan transformar el acto de la compra/venta en un acto de **elección** y no de contingencia.
7. El **ascenso social** dado por un enriquecimiento rápido es el atractivo que pone en marcha la actividad mercantil.
8. La evolución de todos estos elementos se proyecta en dos direcciones: la **búsqueda del lucro** y la **dificultad de los propios negocios**, quedando en un segundo lugar -hecho cuestionado por los estudios historiográficos- el espíritu de empresa.

Cabe señalar que, aunque muchas veces se interpreta la figura del mercader y sus prácticas como una evolución *líneal-ascendente* -desde el itinerante del s. XII hasta el banquero del s. XV-, en la realidad histórica retratada en los documentos, se solapan y conviven diversas formas de comercio, de tráfico, de monedas, y los mercaderes se encuentran insertos en diversos espacios con variados rangos y especialización.

Los mercados, por su parte, nacen de la necesidad de intercambiar los excedentes de la producción de los latifundios medievales, por ende, se configuran, en sus inicios, como mercados rurales. Con el crecimiento de las ciudades – hacia los siglos. XI-XII – estos eventos modificaron sus características originales y ganaron importancia en la medida en que se celebraban estacionalmente, contaban con la presencia de forasteros, aumentaba su tráfico comercial y el señor de la ciudad concedía más privilegios a los mercaderes, por ejemplo: salvoconductos para su desplazamiento hasta el lugar del mercado, seguridad en su viaje, no aplicación del derecho de

©Lucía Beraldi © Noticonquista

Autorizada la reproducción y distribución sin fines de lucro de este texto íntegro y con sus créditos. No se permite la modificación.



represalia, entre otros. Así, dichos eventos de carácter rural adquirieron un matiz urbano, e incluso, muchos de ellos se transformaron en importantes ferias.

Uno de los ejemplos más representativos es el de las Ferias de Champaña; éstas iniciaron como simples mercados agrícolas, pero su excelente posición geográfica, el crecimiento poblacional y productivo y el atento ojo de los Condes de Champaña las transformaron en un magnífico ciclo de 6 ferias donde fluía la mayor cantidad de mercancías, de época: tejidos franceses y flamencos, sedas, ceras, vino, especias, y animales, entre otras tantas cosas más. Asimismo, era un gran centro de intercambio cultural dado que en los tiempos de feria convergían en la ciudad diversas lenguas, usos, costumbres y hasta técnicas y conocimientos variados. Es incluso, en este contexto donde nace el sistema de créditos y débitos o incluso la posibilidad de diferir el pago hasta la feria siguiente.

Para saber más:

- MONNET, P., “Mercaderes” en LE GOFF, J. Y SCHMIDT, JC (dirs.), *Diccionario del occidente medieval*, Madrid, Akal, 1993.
- ECO, U (COORD.), *La Edad Media. II. Catedrales, caballeros y ciudades*, México, Fondo de Cultura Económica, 2018.

©Lucía Beraldi © Noticonquista

Autorizada la reproducción y distribución sin fines de lucro de este texto íntegro y con sus créditos. No se permite la modificación.