

MERCADOS MEDIEVALES Y ORDEN SOCIAL: UNA APROXIMACIÓN AUSTRIACA AL CASO INGLÉS

Medieval markets and social order: an austrian approach to the english case

ROQUE SAMPEDRO*

Fecha de recepción: 20 de febrero de 2018

Fecha de aceptación: 27 de septiembre de 2018

Resumen: En este artículo nos proponemos analizar, a partir de una perspectiva austríaca, los rasgos principales de la historia socioeconómica inglesa de la Edad Media, teniendo en cuenta especialmente el llamado «commercialisation model», una línea interpretativa que insiste en la importancia del comercio y los mercados en la economía medieval. Así, en primer lugar se explicarán las características fundamentales de este modelo, y a continuación, se presentarán algunos elementos teóricos (instituciones, orden espontáneo, espacio social) de la perspectiva austríaca. A partir de estas cuestiones, en segundo lugar, se pasará a explicar los orígenes y desarrollo de los mercados medievales, entendiéndolos como espacios sociales. A continuación, se analizarán los procesos de formación de precios en estos mercados y, finalmente, se estudiará la emergencia de un orden cataláctico y sus rasgos principales (cálculo económico y redes de mercados).

Palabras clave: mercados medievales, commercialisation model, espacio social, teoría austríaca de las instituciones, orden cataláctico medieval.

Clasificación JEL: N01, N93, P16, Z13

* Graduado en Historia por la Universidad de Santiago de Compostela, Master Universitario en Economía de la Escuela Austríaca por la Universidad Rey Juan Carlos y Máster en Estudios Medievales Europeos por la Universidad de Santiago de Compostela. Actualmente cursa estudios de doctorado en Estudios Medievales. Es miembro colaborador de la Asociación Xoán de Lugo.

Procesos de Mercado: Revista Europea de Economía Política
Vol. XV, n.º 2, Otoño 2018, pp. 189 a 228

Abstract: In this article we will attempt to analyze, from an austrian perspective, the main traits of late medieval English socioeconomic history, taking in account the so-called «commercialization model», which is an interpretative trend that highlights the importance of trade and markets in medieval economy. Thus, in the first place, we will explain the fundamental features of this model and, afterwards, some theoretical elements of the austrian perspective (institutions, spontaneous order, social space) will be presented. Starting from this, in the second place, the origins and development of medieval markets, understood as social spaces, will be explained. Afterwards, we will analyze the process of price-formation in these markets and, finally, we will study the emergence of a catallactic order and its main traits (economic calculation and market networks).

Keywords: medieval markets, commercialisation model, social space, Austrian theory of institutions, catallactic medieval order.

JEL Classification: N01, N93, P16, Z13

I INTRODUCCIÓN

El estudio de la historia preindustrial de Europa no ha sido un tema predominante dentro de la Escuela Austriaca. A pesar de que la mayoría de los autores de esta corriente da una gran importancia al capitalismo, no se cuenta con ninguna aportación que intente explicar el surgimiento de este orden social en términos históricos. Aunque el mercado sea ahora un fenómeno social muy presente en la vida de la mayoría de las personas, no siempre lo ha sido. El mercado, el capitalismo, y sus instituciones son el producto de un largo desarrollo social que se debe estudiar si se quiere comprender el mundo actual.

Por supuesto, dentro del ámbito de la Historia como disciplina académica, no faltan explicaciones e interpretaciones acerca del desarrollo de las instituciones del mercado en diferentes períodos. Los medievalistas han sido bastante prolíficos al respecto, estudiando estos fenómenos en prácticamente todos los países del Occidente medieval. Un caso destacado es Inglaterra, sobre la que, en las últimas décadas, se ha desarrollado toda una serie de

estudios que muestran la relevancia del comercio y los mercados para la vida de los hombres y mujeres medievales. Estos estudios, por supuesto, resultan de particular interés para la Escuela Austríaca, por cuanto tratan temas sobre los que los autores austríacos han reflexionado, tales como el desarrollo de instituciones, la dinámica de los intercambios, la regulación de precios o el papel del poder político en general. Parece claro que un diálogo entre ambas perspectivas, histórica y teórica, podría llegar a ser muy fructífero.

Este artículo pretende mostrar, aunque sólo sea tímidamente, la potencialidad de juntar ambos enfoques. Para ello se estudiará una institución fundamental del comercio medieval desde una perspectiva austríaca: el mercado. Entenderemos mercado como un espacio social, en el que se forman los precios y que permite el surgimiento de una suerte de economía de mercado u orden cataláctico, aun siendo este incipiente. Así, se recurrirá principalmente a la obra de F.A Hayek a la hora de fundamentar teóricamente esta perspectiva, y además, nos basaremos en los estudios de un conjunto de historiadores ingleses que han desarrollado el así llamado «commercialisation model», a la hora de entender la economía inglesa en la segunda mitad de la Edad Media (c.1000-1500). Así, en primer lugar, resumiremos primero la evolución de la historiografía inglesa en las últimas décadas y desarrollaremos los principales conceptos teóricos que vamos a aplicar. A continuación, interpretaremos el mercado como un espacio social, y describiremos, desde una perspectiva austríaca sus orígenes y desarrollo. El tercer apartado se dedicará a la formación de precios y su regulación, fundamentales para el funcionamiento dinámico de un orden cataláctico y para finalizar, se explicará cómo los agentes sociales de la Edad Media eran capaces de realizar cálculo económico, así como se interpretarán algunas de las principales características del comercio medieval a la luz de lo expuesto anteriormente.

II HISTORIOGRAFÍA Y MARCO TEÓRICO

La historia socioeconómica de Inglaterra estuvo dominada, durante los años 50 y 60, por interpretaciones que enfatizaban el

carácter rural y estático de la economía medieval. Para éstas, el comercio, aunque presente en la sociedad británica de la Edad Media, era un fenómeno epidérmico, poco relevante para explicar los cambios sociales y económicos. Por un lado, las interpretaciones malthusianas o neorricardianas destacaban la relación entre población y recursos, encontrando dos principales fases entre el siglo XI y XV: una primera fase de expansión, caracterizada por el crecimiento de la población y la expansión de la agricultura hacia suelos cada vez más marginales; y una de recesión, desde principios del siglo XIV, en la que los rendimientos cada vez más decrecientes de los *inputs* de tierra y trabajo no fueron capaces de sustentar la creciente población, provocando hambrunas, empobrecimiento y una situación favorable a la expansión de las epidemias. La historiografía marxista, por otro lado, caracterizaba la sociedad medieval como una sociedad de clases, en la que una de ellas, los señores feudales, eran propietarios de la tierra, el recurso más importante, y explotaban a los campesinos, obligando de forma coercitiva, a pagarles una renta por su trabajo.

Sin embargo, estas interpretaciones entraron en declive a partir de los años 80, cuando el elemento dinamizador del mercado se empieza a introducir con más fuerza en la historiografía. Asimismo, entre los 70 y los 80 tiene lugar el llamado *Debate Brenner* en la revista *Past & Present*, en el que ambos enfoques teóricos —el marxismo y el neo-malthusianismo— debatieron sus interpretaciones sobre la evolución económica pre-industrial¹. Posiblemente, la falta de conclusiones y acuerdo en este debate impulsaron la investigación con nuevos marcos para entender la economía medieval, principalmente destacando el papel del comercio, no sólo como un fenómeno reducido a las ciudades y a una parte minoritaria de la población, sino considerando los efectos del auge comercial en

¹ Las principales contribuciones al debate se recogen en Aston y Philpin (1987). Aunque para el período medieval el debate se centró sobre todo en la evolución de servidumbre y la crisis del siglo XIV especialmente en el ámbito rural, cabe destacar que, en su defensa del marxismo, Robert Brenner atacaba tanto al modelo malthusiano como a los modelos del primer tercio del siglo XX que destacaban el papel del comercio. Sin embargo, las relaciones comerciales no jugaron un papel importante en las contribuciones al debate.

todos los estratos de la población². Especialmente en los años 90, autores como Richard H. Britnell, Bruce Campbell, Mark Bailey, James Masschaele o Maryanne Kowalewski, entre otros, publican distintas monografías sobre la economía medieval, en las cuáles el comercio vuelve a estar presente o es el foco de atención principal. Quizás cabe destacar entre ellas la obra de R.H. Britnell, *The commercialisation of English society, 1000-1500*³, publicada en 1993, que propone una nueva interpretación sobre las dinámicas de la economía inglesa, destacando que en este período, se produce un auge de las relaciones comerciales, tanto a nivel cuantitativo como cualitativo. Es decir, la actividad comercial se introduce en multitud de ámbitos de la sociedad inglesa del período.

La interpretación de este grupo de historiadores acerca de la importancia del comercio en la sociedad inglesa toca varios temas⁴. Estos autores, destacan diversos aspectos de la sociedad inglesa de entre los siglos XI y XV que indican el papel fundamental que tenía el comercio en la economía inglesa de la época. Se trata de aspectos como la división del trabajo, la especialización regional de la producción, el crecimiento de la población urbana y de las instituciones comerciales —existiendo unos 1500 mercados hacia 1348—, y el aumento del uso del dinero y el crédito.

Desde luego, el pensamiento de estos autores no es monolítico, sino que ha habido debates sobre diversas cuestiones y, sin embargo, por parte de todos ellos se destaca la importancia de estudiar el comercio. La importancia social del mercado y sus instituciones, aún con muchas limitaciones, se expandió en Inglaterra entre los siglos XI y XV. Sin embargo, aun cuando se ha analizado una gran cantidad de evidencia empírica y se han realizado exposiciones y debates sobre distintos fenómenos económicos de este período —la crisis del siglo XIV, los cambios en los estándares de vida o el desarrollo de la red de mercados de la Baja Edad Media, entre otros—, estos autores no han generado o adoptado un

² Así, pueden verse críticas a la visión ricardiana de las tierras marginales en Bailey (1989, 1-17), quien explica, basándose en von Thünen, como la elección del suelo y del tipo de cultivo variaban dependiendo de la proximidad a mercados y ciudades.

³ Britnell (1993).

⁴ Exposiciones más extensas acerca del desarrollo de este modelo pueden encontrarse en Bailey (1998a, 297-311), y en el capítulo 4 de Bailey y Hatcher (2001, 121-173).

enfoque teórico en particular. Las principales referencias teóricas parecen haber sido Adam Smith, y en menor medida von Thünen, aunque no se ha desarrollado una conceptualización general de la economía medieval a partir de estos autores. Como indican J. Hatcher y M. Bailey:

[...] despite the antiquity of some of the intellectual pillars supporting the role of commercialization and the ambitious and abstract nature of some of the current modelling, the assessment and assimilation of the new evidence is still at a formative stage. In contrast with the maturity of the leading Marxist and population-resources models, which have been refined to a high level of exposition and coherence over many decades, most of the historians working on the significances of commerce and technology have so far operated within a looser conceptual framework and are far from producing comparably taut and rigorous models.⁵

Es precisamente el desafío propuesto por Bailey y Hatcher⁶, es decir, la necesidad de proporcionar un marco conceptual adecuado para explicar la creciente importancia del comercio en la Edad Media, lo que se pretende solventar de manera incipiente en este trabajo, utilizando las herramientas proporcionadas por los autores de la Escuela Austríaca. Sin embargo, existen ciertos problemas para ello, ya que la mayor parte de las teorías de esta Escuela se han desarrollado para explicar la dinámica del capitalismo, un tipo de orden social que no existió en la Edad Media. Algunas construcciones teóricas de los autores de esta Escuela, pese a todo, sí pueden servir como herramientas interpretativas a la hora de aproximarnos al comercio en la Plena y Baja Edad Media (s.XI-XV). Estamos hablando de la categoría social austríaca por excelencia: el concepto de 'orden espontáneo' desarrollado principalmente por

⁵ Bailey y Hatcher (2001, 123).

⁶ Hasta dónde sé, la única respuesta a esta crítica ha sido por parte de Masschele y Langdon (2006). Resulta interesante que uno de los conceptos destacados por J. Masschele y J. Langdon sea la función empresarial ('entrepreneurship') entendida como «that more narrowly human aspect of commercial activity in which individuals or groups identify and act upon specific commercial opportunities» (p. 39), siguiendo a continuación a Joseph Shumpeter al afirmar que la función empresarial tiene un carácter cíclico.

Friedrich A. Hayek. En este trabajo, se defenderá que los mercados medievales son un orden social espontáneo, caracterizados por un conjunto de relaciones que tienen lugar en un espacio social determinado, en el que los individuos adquieren el conocimiento necesario para la actividad comercial, y que da lugar a un orden cataláctico.

F.A. Hayek define el orden espontáneo como «a state of affairs in which a multiplicity of elements of various kinds are so related to each other that we may learn from our acquaintance with some spatial or temporal part of the whole to form correct expectations concerning the rest, or at least expectations which have a good chance of proving correct»⁷. Así, para la existencia de un orden espontáneo es necesario que las interacciones entre los individuos sigan una serie de regularidades, regularidades que permiten a los individuos formar expectativas relativamente adecuadas para planificar sus acciones. Cuando un campesino acude al mercado a vender los excedentes de su cosecha o cuando un comerciante en un mercado guarda sus mercancías para venderlas al final del día —cuando son más escasas y por tanto, con mayor precio— éstos están haciendo uso de su conocimiento particular sobre su entorno social⁸. Además, este conocimiento no es una información que viene dada, sino que se trata de una serie de creencias, pautas de comportamiento o valores que se aprende en el entorno social⁹. Una parte fundamental de este trabajo va a defender que la información que utilizan los campesinos, comerciantes, señores o clérigos dentro del comercio medieval, se aprende o se descubre en un espacio social determinado, los mercados, como se tratará en la segunda sección de este trabajo.

Por otra parte, los órdenes espontáneos son abstractos, por cuanto su existencia no está determinada por un individuo o un conjunto de actividades concretas, sino que estas pueden cambiar sin que se alteren las propiedades del orden social. Esto nos permite pensar el orden espontáneo como un proceso sin finalidad, en

⁷ Véase Hayek (1982, 36)

⁸ Sobre las características relevantes del conocimiento en la vida social, véase Hayek (1945, 519-530).

⁹ Sobre el aprendizaje véase también Hayek (1990, 54 y siguientes).

el que las relaciones entre los distintos individuos van cambiando sin que esto afecte a la existencia del orden¹⁰. Es decir, el orden espontáneo no es un fenómeno que se dé jerárquicamente, en el que un individuo o un grupo de individuos coordine la sociedad por medio de mandatos coactivos, sino que más bien, cada individuo muestra un comportamiento regular, basado en el conocimiento de sus circunstancias y en las acciones de los demás, dando lugar al orden social. Esto no quiere decir que el poder político no intervenga. En efecto, lo hace, a menudo causando distorsiones dentro del proceso social espontáneo.

El orden espontáneo que vamos a tratar en este trabajo es un tipo de orden particular, y muy relevante para la comprensión del mundo actual. Estamos hablando de la emergencia de lo que F.A. Hayek llamó orden cataláctico u orden de mercado¹¹, y que también se suele conocer como economía de mercado. La característica fundamental del orden cataláctico es la coordinación social por medio de unas señales, los diferentes precios relativos, que actúan como guía para los agentes sociales, indicando dónde los recursos son más escasos y más valorados. Se trata de un orden en el que, al ser los recursos escasos, prima la competencia, que permite que aquellos que sean más exitosos atendiendo las necesidades ajenas reciban mayores beneficios¹². Es especialmente dentro de este marco en el que se ubican las secciones 3 y 4 de este trabajo, en las que se estudiará la formación de precios en los mercados medievales y los efectos de las regulaciones, así como el comportamiento de acuerdo con el cálculo económico de las personas de la Edad Media.

Finalmente, cabe hacer un conjunto de consideraciones sobre la función empresarial y la eficiencia dinámica. El comportamiento de los agentes del orden social no es simplemente una respuesta a estímulos externos. Los mercaderes medievales, por ejemplo, no se

¹⁰ Hayek (1982, 39).

¹¹ Aunque normalmente se usan como sinónimos, por motivos expositivos en este trabajo vamos a distinguir entre orden cataláctico (u orden de mercado o economía de mercado) y mercado. Este último término se acota a los mercados y ferias que se difundieron durante toda la Edad Media, espacios en los que se desarrollaban instituciones comerciales.

¹² Hayek (1982, 115-120).

dedican a vender como autómatas los productos comprados a los campesinos siempre en la misma ciudad. Las personas concretas, a veces más que las instituciones o las circunstancias externas, son la parte más activa del cambio social. Esto es lo que se conoce como función empresarial. Básicamente, en un orden cataláctico, los agentes, guiándose por el sistema de precios, son capaces de descubrir oportunidades de ganancia, son capaces de lucrarse llevando los recursos, tanto espacial como intertemporalmente, a dónde más valorados están. La interpretación que aquí se presenta sobre el origen de los mercados medievales se basa en el concepto de función empresarial. Por otra parte, otro concepto fundamental en este trabajo será el de eficiencia dinámica, entendido como aquellas prácticas sociales que permiten de mejor manera el ejercicio de la función empresarial¹³.

En definitiva, en este trabajo vamos a explicar el comercio medieval partiendo de conceptos como orden espontáneo, orden cataláctico, función empresarial, eficiencia dinámica o espacio social —concepto que se verá a continuación—. En este sentido, se defenderá la importancia de los mercados medievales como espacios sociales de carácter espontáneo, espacios en los que se forma el conocimiento de los agentes sobre los precios y el comercio, y que permiten la emergencia de un orden cataláctico, aún muy limitado, en la Inglaterra de la Edad Media.

III

EL MERCADO MEDIEVAL COMO UN ESPACIO SOCIAL

La cuestión del espacio social no ha sido un tema muy tratado por los autores de la Escuela Austríaca. Sin embargo, debido a que los mercados y ferias medievales son fenómenos acotados a un espacio determinado, parece necesario exponer brevemente qué entendemos por espacio social. F.A. Hayek ha resaltado que los objetos que estudian las ciencias sociales no se definen —o al menos no

¹³ Sobre función empresarial y eficiencia dinámica, véase el capítulo 2 de Huerta de Soto (2010), así como Huerta de Soto (2004, 11-71).

únicamente—por sus características físicas¹⁴, sino que es la manera en la que las personas perciben ciertos objetos, y sus actitudes hacia ellos lo que importa para las ciencias sociales. De la misma forma que la moneda no es dinero por sus características físicas, sino por qué los agentes las perciben como medio de cambio, los espacios sociales no se definen por sus características físicas sino por cómo la gente los percibe y actúa en ellos. De hecho, toda acción tiene lugar en un espacio determinado, pero lo relevante para el actor no es cómo está formado dicho espacio, en términos físicos, sino cómo lo emplea subjetivamente al actuar en él.

Por otra parte, el espacio social no es simplemente el fruto de cómo percibe el espacio un único individuo, sino que es el producto de las interacciones, y los diferentes significados que los agentes atribuyen a dichas interacciones. En este sentido, una iglesia, por ejemplo, es un espacio que se considera apropiado para rezar y acudir a servicios religiosos. Asimismo, y precisamente debido a la condición intersubjetiva del espacio social, los atributos de este no son estáticos, sino que cambian conforme el significado atribuido a él por los agentes se modifica¹⁵. Es decir, los espacios sociales, y en especial los mercados medievales, son un caso de orden espontáneo, por cuánto surgen de la interacción voluntaria de los individuos en determinados lugares. Ahora bien, como se verá, esto no quiere decir que la acción del poder político no afectará a la formación de los mercados y ferias medievales.

Los mercados medievales eran espacios sociales en los que campesinos, señores, clérigos o comerciantes podían realizar transacciones. El lugar del mercado estaba a menudo marcado por una cruz de mercado, cuya estructura podía variar, desde un pilar de madera cruciforme a construcciones de piedra más elaboradas,

¹⁴ «Take such things as tools, food, medicine, weapons, words, sentences, communications, and acts of production-or anyone particular instance of any of these. I believe these to be fair samples of the kind of objects of human activity which constantly occur in the social sciences. It is easily seen that all these concepts (and the same is true of more concrete instances) refer not to some objective properties possessed by the things, or which the observer can find out about them, but to views which some other person holds about the things». Véase Hayek (1948, 59).

¹⁵ Algunos autores que han tratado este tema han sido Storr (2008, 135-150), Storr (2010, 181-193), Ikeda (2007, 213-220).

alrededor de las cuales se congregaban algunos asistentes al mercado, como campesinos que llevaban pequeños lotes de productos agrícolas para vender¹⁶. La cruz de mercado era un símbolo que indicaba el lugar de celebración del mercado, pero también existían otro tipo de señales que indicaban el momento de realización del mercado, usualmente una campana que sonaba para señalar la apertura y cierre del mercado¹⁷. Por otra parte, el mercado era considerado como un espacio público, en el que todas las acciones sociales debían estar a la vista de todos. Así, uno de los aspectos más llamativos debía ser los diversos instrumentos de humillación pública que se ponían en el mercado, como la picota. La noción de espacio abierto también llevaba a que ese fuera el lugar donde se hacía pública la información sobre regulaciones y noticias por parte de las autoridades políticas como el rey, el señor o el gobierno de la ciudad, ya que se trataba de un espacio en el que se congregaba una gran cantidad de gente¹⁸.

El hecho de que mercados y ferias fueran espacios abiertos, públicos, aunque era exigido a menudo por motivos morales, tenía también sus consecuencias económicas. Los individuos, para desempeñarse en sociedad, tienen que aprender ciertas normas y pautas de comportamiento. Con el mercado ocurre lo mismo. En efecto, las personas no conocen naturalmente cómo desempeñarse en el sistema de precios, sino que el uso del mismo es el producto de un conocimiento práctico que se adquiere mediante la observación y la interacción. En este sentido, los mercados medievales resultan ser espacios muy adecuados para ello, ya que como han indicado ciertos autores, la proximidad espacial facilita la transmisión de conocimiento tácito, así como la percepción de oportunidades¹⁹. Entonces, el hecho de que los mercados sean los lugares en los que se puede comerciar, llevaría a los hombres y mujeres de la Inglaterra medieval a aprender, de forma tácita la disciplina de los precios, a darse cuenta de las posibilidades del arbitraje o la especulación o a realizar cálculos económicos, aunque fuese de

¹⁶ Davis (2012, 3-4, 180)

¹⁷ Davis (2012, 176-177)

¹⁸ Masschaele (2002, 390-391, 400).

¹⁹ Andersson, (2005, 23-25).

manera incipiente. De hecho, una de las principales instituciones de la administración del mercado, las *leet courts*, se basaba en el hecho de que cualquier ciudadano mayor de 12 años pudiera denunciar las malas prácticas cometidas en el mercado²⁰.

Otro indicador de las posibilidades de la transmisión de información y conocimiento en el mercado es la organización de los espacios a partir del siglo XIII. Así, por ejemplo, hacia 1200, en Canterbury, cinco merceros llevaban a cabo su actividad en sus tiendas y talleres en una misma calle, Mercery Lane. Hacia 1300, en Norwich, los nombres de las calles indicaban qué tipo de comercio tenía lugar en ese espacio, existiendo una Fishergate, una Pottergate y una Cook Row²¹. Así, al existir ciertas zonas con un mayor número de vendedores de ciertos productos, los compradores tenían la posibilidad de comparar las distintas ofertas, por su parte, y los vendedores, de estar atentos a las diferentes prácticas llevadas a cabo por sus competidores.

El factor espacial está muy presente en los orígenes de los mercados medievales ingleses. Los mercados surgen en localizaciones determinadas, como se verá, y además, no son necesariamente el producto de la acción deliberada del poder político ni de un acuerdo a convención. Según Richard Britnell: «The grant of a market does not [...] signify the origins of regular trading in a village: it indicates that that trade had become or might become large enough to benefit from more formal organization»²². Ciertas aproximaciones al fenómeno, por parte, tanto de la historiografía británica de los últimos siglos como también de autores clásicos como Henri Pirenne, permiten acercarnos al surgimiento de estos mercados como espacios sociales percibidos intersubjetivamente por parte de los agentes económicos.

Aunque existiendo cierto volumen de transacciones comerciales —el *Domesday Book* (1086) recoge unos 139 mercados y pequeños burgos para toda Inglaterra²³— la sociedad británica del siglo XI parece haber sido poco favorable para el surgimiento de una

²⁰ Davis (2012, 147-148).

²¹ Britnell (2001, 3-4).

²² Britnell (1981, 212).

²³ Britnell (1993, 9).

densa red comercial. La población rondaba los 3 millones, normalmente repartidos en pequeñas aldeas en las que el uso del dinero y las relaciones comerciales eran escasas. Sin embargo, las relaciones comerciales comienzan a surgir en espacios alrededor de los cuáles se desarrollarán posteriormente mercados más formalizados.

Uno de los espacios más comunes para este desarrollo eran los alrededores de las iglesias. Las transacciones más informales en este sentido parecen estar relacionadas con cementerios y actividades religiosas como la vigilia²⁴, en las que la aglomeración de personas sería percibida por campesinos y mercaderes como un lugar en el que se podrían realizar transacciones —posiblemente, al principio, ventas—. Esto suponía un incentivo para la modificación del comportamiento de los asistentes a los servicios religiosos, pudiendo llevar otros productos (grano, sal, textiles u otras manufacturas) que quisieran intercambiar, e intensificándose las relaciones comerciales en el espacio religioso, así como en los momentos de actividad de la Iglesia. De hecho, la palabra *nundina* y *feria*, que originalmente designaba una festividad, eran términos asociados para designar las ferias comerciales, lo que probablemente indica que la gente se reunía para comerciar en las vigiliass de las ferias. Así, por ejemplo, de 19 licencias de mercado concedidas en el período anglo-normando, 9 de ellas eran para mercados celebrados los domingos: Battle, Romsey, Norton, Saffron Walden, Eynsham, Ledbury, Eccleshall, Lichfield, y Beaudeser²⁵.

La pregunta que surge, entonces, es acerca de qué llevó a los habitantes de la Inglaterra de los siglos XI y XII a modificar su comportamiento paulatinamente y comerciar de forma repetida en los alrededores de los templos y en los momentos de actos religiosos, hasta el punto de que son estos espacios los que son percibidos cada vez más como espacios de mercados. Ya se ha adelantado una explicación: la aglomeración de personas hace que ciertos individuos perciban las iglesias, durante las festividades, como lugares llenos de oportunidades de ganancia, comerciando con los

²⁴ Britnell (1981, 211-212)

²⁵ Britnell (1993, 14-15) y Britnell (1981, nota 17); Kowaleski (1995, 57-58) señala que las ferias de Exeter se celebraban durante tres días durante la vigilia, festividad y el día después de la festividad de un santo.

asistentes y coordinando su comportamiento. Sin embargo, también resulta interesante el hecho de que los alrededores, de las iglesias, especialmente los domingos, se percibieran como espacios donde no se podía ejercer la violencia física. Reyes anglosajones como Ethelred y Knut habían prohibido el ejercicio de la violencia los domingos²⁶. Esta protección del espacio y día sacros posiblemente llevó a que los comerciantes no sólo percibieran dicho espacio y momento como llenos de oportunidades, sino como seguros, en los que sus propiedades estaban especialmente protegidas a la hora de comerciar²⁷. Sin embargo, tampoco debe sobre-enfatizarse la relación entre mercados e iglesias, ya que los espacios comerciales surgieron también en torno a otros tipos de espacios, como fortificaciones, casas señoriales y abadías, que atraerían a artesanos, seguramente como resultado de la demanda de los habitantes de estos lugares²⁸.

Resulta tentador atribuir el origen de los mercados y ferias, así como el posterior despliegue comercial que indica la proliferación de los mismos, a una reducción de los costes de transacción²⁹. Sin embargo, esta explicación resultaría insatisfactoria. Los costes son fenómenos subjetivos, el segundo fin más valorado por el agente. Y si los costes de transacción, entendidos como los costes de usar el sistema de precios, son subjetivos, resulta plausible imaginar que en el siglo XI, para mucha gente, estos ni siquiera llegarían a existir, ya que muchas personas ni siquiera pensarían en tener que acudir a un mercado a realizar transacciones. Para algunos campesinos del siglo XI, sin un burgo o mercado cerca de su aldea, la

²⁶ Barthèlemy (2005, 597-601). Aunque los movimientos de la paz y tregua de Dios no llegaron a Inglaterra en su apogeo, resulta interesante destacar que en los concilios de Vic (1033) y Narbona (1043) se destaca de forma relevante la protección de comerciantes.

²⁷ El único autor que conozco que haya destacado explícitamente la posible relación entre el espacio religioso como un espacio protegido y la celebración de los mercados en las proximidades de las iglesias ha sido Fossier (1996, 22-23).

²⁸ Dyer (2002a, 59) y también Dyer (1992, 145-146). Esto viene a confirmar en cierta medida, la idea de Pirenne acerca de los orígenes de las ciudades, ya que el historiador belga argumentaba que las ciudades se habían formado en torno a las viviendas de los grandes señores, laicos o eclesiásticos. Véase Pirenne (1984, 92-96)

²⁹ Esta sería la famosa perspectiva neo-institucionalista, desarrollada especialmente por Douglass North. Véase Casson y Lee (2011, 24).

posibilidad de acudir a espacios comerciales no pasaría por su mente, realizando simplemente pequeñas transacciones, a menudo en especie, con otros miembros de la comunidad (como herreros o carpinteros), o con los mercaderes que pudieran acudir a vender mercancías como sal, textiles o pescado³⁰. El problema de los aldeanos y otros tipos sociales con relación al mercado no son los altos costes de transacción, es una cuestión de conocimiento práctico, de falta de percepción de un espacio cercano en el que se puedan realizar intercambios comerciales. Estos espacios comienzan a emerger debido a la creatividad de determinados agentes que, como se ha explicado, perciben las oportunidades de ganancia y las aprovechan exitosamente, lo que resulta en cambios en los comportamientos del resto de agente y en un proceso espontáneo de coordinación a través de los mecanismos propios del mercado.

Por supuesto, tampoco cabe pensar que el desarrollo de los mercados se diera sin la intervención del poder político de señores y reyes. Los señores jugaron a menudo un papel muy importante en el desarrollo de mercados, al darse pronto cuenta de las oportunidades de ganancia que estos suponían, en forma de cobros de tasas o peajes. Sin embargo, no hay que pensar en las acciones señoriales como simplemente acciones violentas, dirigidas únicamente a retraer recursos de los que se dirigían al mercado a comprar productos agrícolas y artesanales. Los señores son un elemento clave para entender la proliferación de mercados en el siglo XIII, seguramente la centuria en la que más mercados se fundaron³¹. A menudo, los señores conseguían licencias de mercado y edificaban casas en los espacios circundantes en las que se asentaban artesanos rurales —pagando una renta-, de los que se abastecerían de productos manufacturados. También habrían de edificar puestos en el mercado, en los que se instalarían comerciantes o artesanos —pagando también una renta— que acudieran al mercado, así como otro tipo de construcciones necesarias para el funcionamiento del mercado³². Sin embargo, esta actividad señorial parece

³⁰ Britnell (1993, 7).

³¹ Sobre la problemática de la proliferación de mercados, especialmente entre 1250 y 1275, véase, Masschaele (1994, 255-271)

³² Britnell (1981, 212-213, 216).

haber sido más bien parte de la formación espontánea de los espacios comerciales, por cuanto no hacían más que ofrecer una serie de infraestructuras que facilitaban la actividad comercial.

Quizás el caso más extremo de la actividad señorial es la fundación de nuevas ciudades. Un caso paradigmático entre las ciudades 'planeadas', es Stratford-upon-Avon, que fue construida a gran escala, con una planta reticular que incorporaba caminos y carreteras principales anteriores, así como unas 6 intersecciones entre la calle principal y sus perpendiculares. Aunque Stratford parece haber sido edificada sin haber existido un núcleo previo, otras *novas villas* si las emplearon, a menudo desarrollándose por etapas, como son los casos de Ludlow, Bewdley y Burton-on-Trent, indicando que los señores desarrollaban o abandonaban estos asentamientos según sus expectativas de éxito de los mismos³³. Así, no cabe pensar en este tipo de núcleos urbanos como el producto voluntarista de la acción señorial. Más bien, como indica Chris Dyer, se trataba de una suerte de proceso de prueba y error en la que intervenían multitud de agentes sociales. El señor veía una oportunidad en una encrucijada o cerca de una iglesia, por ejemplo, y fundaría (en términos legales) un mercado, concedería privilegios e intentaría atraer a la población, personas que se establecían en las parcelas pagando una renta. El éxito de una ciudad de nueva creación dependía tanto de las acciones del señor como de sus habitantes, por lo que cabe seguir pensando en las ciudades planeadas como espacios comerciales formados espontáneamente³⁴.

El proceso de formación de burgos y ciudades planeadas, así como la actividad señorial en la fundación de mercados es un signo del desarrollo comercial que estaba teniendo lugar en los siglos XII y XIII en Inglaterra. Este desarrollo y complejización del comercio se plasma también en los cambios en el espacio dedicado a los mercados semanales. Por una parte, destaca el aumento de este espacio del mercado, que a menudo pasa a ser el eje vertebrador de las

³³ Debe resaltarse que las acciones señoriales parecen haberse caracterizado en este caso por una suerte de función empresarial, en el estilo destacado por la Escuela Austríaca. Así, el error, tanto como el éxito, forma parte del proceso de fundación de nuevas ciudades y del desarrollo de la red de mercados en la Edad Media.

³⁴ Dyer (2003, 93-98).

ciudades. El mercado se estaba convirtiendo en una parte de la vida diaria de la gente medieval, en un espacio de su vida cotidiana³⁵. El tamaño físico de los espacios de mercado, no fue el único cambio que experimentaron estos espacios durante este período. Conforme se vuelve más compleja la actividad comercial, también lo hace el mercado entendido como espacio significativo. Así, en grandes ciudades como Lincoln y Oxford, el mercado se fue dividiendo en diferentes espacios, dedicando calles a diferentes tipos de comercio, facilitando, seguramente, la transmisión de información entre los comerciantes³⁶. Por otra parte, la venta de ganado así como el comercio al por mayor tenían sus propios espacios, normalmente alejados del mercado principal³⁷. Esto indica que las ciudades, tuvieran cierta capacidad de auto-gobierno o estuvieran bajo el mando de un señor, tenían competencia para estructurar las zonas públicas del mercado como vieran conveniente. Es posible que la articulación de los espacios comerciales en las ciudades, como el ya mencionado caso de Mercery Lane en Canterbury, ayudara a potenciar la transmisión de información, percepción de oportunidades y el cálculo económico. No cabe pensar que esto fuera intencionado por las instituciones de gobernanza de las ciudades, sino que se trata, más bien, del producto involuntario de la acción de estas instituciones.

Cabe insistir en que esto no perjudica a la visión de mercados y ferias como un espacio social formado espontáneamente, ya que no son las características físicas las que definen este espacio. Es la interacción social, que produce significados intersubjetivos —en este caso, la asociación entre ciertos espacios y las transacciones comerciales—, y los gobiernos y administraciones de estas ciudades no son más que otro agente en esta interacción social, que producían ciertos servicios. Por otra parte, el distintivo uso del espacio urbano seguramente hacía fácilmente reconocible para la sociedad medieval los diferentes tipos de asentamientos y mercados a los

³⁵ Masschaele (2001, 389-390).

³⁶ Davis (2012, 179-180).

³⁷ Britnell (1981, 85).

que podían acudir. Por ejemplo, en las llamadas *small towns*³⁸ destacaba el trazado de una calle principal —en la que se celebraba el mercado— rodeada de hileras de edificios, relativamente estrechos, de dos plantas, con un aspecto visual muy distintivo, que hacía totalmente perceptible la separación entre la ciudad y el campo³⁹. Este tipo de asentamientos urbanos eran posiblemente percibidos por la sociedad medieval como espacios en los que se podían realizar transacciones periódicamente, estando seguramente diferenciados de las grandes ciudades de la comarca, que tenían murallas como elemento distintivo. Este era el caso de Warwick, que mantenía una distinción legal entre el Warwick ‘dentro de las murallas’ y el Warwick ‘sin’ murallas⁴⁰. Siendo muy distinguibles estos espacios, debido al elemento característico de las murallas, todo comerciante sabría que en este tipo de ciudades los mercados que encontraría serían mucho más variados, con una mayor diversidad de bienes, mayor número de compradores y vendedores y, seguramente, una legislación diferente. Estos elementos físicos distintivos eran percibidos por la sociedad medieval de manera diferenciada, de forma que planificarían sus actividades comerciales tomando en cuenta los diferentes espacios en los que podían comerciar.

Con todo esto, no se quiere decir que las ciudades y otros espacios de mercados formales, confirmados legalmente por el rey, se volvieran durante los siglos XIII, XIV y XV los únicos espacios en los que era posible comerciar. El comercio informal se mantiene, y a menudo se regulariza en ciertos lugares, como por ejemplo en los márgenes de parroquias o grandes propiedades. Un pequeño asentamiento podía beneficiarse de una ruta y mantener un mercado, aun pequeño e informal⁴¹. Otros espacios podían ser las posadas

³⁸ Chris Dyer define este tipo de asentamientos urbanos mediante cinco características: cierta variedad ocupacional, una topografía distintiva, una estratificación social característicamente urbana, cierta capacidad de autogobierno, y unas actividades culturales propias. Para una discusión sobre las características urbanas de diferentes asentamientos en la Edad Media. Véase Dyer (2002b, 1-24).

³⁹ Dyer (2002b, 8-9).

⁴⁰ Slater (2005, 23-42).

⁴¹ Dyer (1992, 147) y Bailey (1993, 351-371).

rurales, donde, alejados de la regulación urbana se podían negociar transacciones de grandes cantidades de productos⁴².

El surgimiento y proliferación de mercados es un factor fundamental para entender la emergencia de un orden cataláctico en la Edad Media, ya que proporcionaba una serie de prácticas por las cuales los agentes sociales (señores, agentes señoriales, monjes, campesinos y comerciantes), podían establecer expectativas adecuadas acerca de dónde comprar y qué tipo de bienes podían esperar, así como la distribución del espacio dentro de los propios mercados. No sólo eso, sino que los comerciantes, con un mayor conocimiento sobre los diferentes tipos de espacios comerciales, podían ir a comprar al por mayor en circunstancias más ventajosas en aldeas o posadas rurales para después distribuir el producto adquirido en núcleos urbanos. Un aspecto fundamental del orden social, decía Hayek, es la capacidad de establecer expectativas adecuadas sobre el comportamiento de los demás, para poder planificar sus acciones adecuadamente. Los mercados y ferias, entendidos como espacios sociales, permitían establecer dichos planes comerciales.

IV

LA ADMINISTRACIÓN DEL MERCADO: REGULACIONES Y PRECIOS

En la sección anterior se ha argumentado que los mercados medievales son espacios sociales que permiten el aprendizaje en la disciplina de los precios y la actividad comercial, dando lugar a la emergencia de un orden social cataláctico. Sin embargo, para ello es fundamental que el mercado sea el producto espontáneo de un conjunto de relaciones sociales, en el que los precios reflejen, por lo menos hasta cierto punto, las valoraciones subjetivas de los distintos agentes. Ahora bien, no hay duda de que los mercados medievales estaban regulados por un conjunto de organizaciones, desde el señorío (*manor*) a otras instituciones de gobernanza de las ciudades. En esta sección se va a mostrar que, aunque la regulación era

⁴² Dyer (1992, 150).

muy importante en los mercados medievales, aun así se seguían formando precios que indicaban suficientemente las valoraciones de los agentes. Con que esto queremos decir que los mercados medievales tenían la eficiencia necesaria en términos dinámicos como para permitir que los agentes fueran capaces de crear nuevas oportunidades al emplear el sistema de precios relativos.

Un elemento fundamental para entender por qué los precios medievales, aún regulados, podían resultar un sistema eficiente, es la descentralización. Las autoridades locales tenían un rol muy importante a la hora de determinar los precios durante el día del mercado. Aunque las prácticas variaban dependiendo del mercado o ciudad, lo más común era que los oficiales municipales se encargaran de negociar los precios para ese día con los vendedores más importantes, siendo usualmente el precio aceptable el menor al que los comerciantes estaban dispuestos a vender⁴³. Así, el precio para diferentes productos en los mercados periódicos o diarios se formaba a partir de una negociación, no entre consumidores y vendedores, sino entre las autoridades locales y los principales comerciantes. En Londres el precio del vino en 1367 y 1368, y el del pescado, en la década de los 1380, se fijaba por una negociación con vinateros y pescaderos. En ocasiones, el precio se fijaba unilateralmente por parte de las autoridades durante una temporada, como en Great Yarmouth en 1357, que estableció los precios del arenque. Sin embargo, cabe destacar que hacia 1360, las autoridades desistieron de dicha práctica, pasando simplemente a aceptar que el precio podía ser acordado entre las partes, siempre y cuando se acordara en el mercado público, no en secreto⁴⁴. Aunque estas regulaciones fueran perjudiciales para muchos vendedores y consumidores, estas prácticas dejaban al menos ciertos márgenes que permitían que los precios cambiaran dependiendo de la escasez relativa de los diversos bienes.

⁴³ Britnell (1996, 5-6).

⁴⁴ Sweabourne (2003, 87-88). Por otra parte, acerca de la delegación del establecimiento de los precios a ciertas corporaciones de mercaderes, Sweabourne afirma lo siguiente: «This delegation or negotiation suggests increasing consciousness that economic fluctuations would be likely to occur in the future, as well, perhaps, as a lack of confidence in the legislator's ability to devise a pricing formula to cover future eventualities» (2003, 88).

Otra prueba de que los precios podían reflejar, al menos hasta cierto punto, la escasez relativa de los bienes son las fluctuaciones del precio del grano en función de las cosechas. En efecto, los precios tendían a bajar en la época de la cosecha, cuando más grano había en el mercado, y a ir creciendo durante todo el año. Además, es especialmente destacable que durante las malas cosechas el precio del grano, especialmente del trigo, aumentara muy notablemente, reflejando la escasez de dicho producto⁴⁵. Así, los precios variaban, al menos durante diferentes épocas del año, comunicando de forma eficiente información a aquellos que intercambiaban grano. Incluso en un mismo día los precios podían cambiar reflejando los cambios en la oferta y la demanda, aunque no por ello dejaban de estar controlados por el poder político de la ciudad⁴⁶.

Otra circunstancia, especialmente en las ciudades más grandes, es que éstas podían estar rodeadas de asentamientos suburbanos, que no se encontraban bajo la jurisdicción de las autoridades urbanas⁴⁷. Otros espacios en los que los precios se podrían formar más libremente eran las tiendas, tabernas, posadas o incluso casas privadas. Unas ordenanzas del siglo XIV en Bristol, se quejaban de la venta de tela en casas privadas, evitando las tasas y las regulaciones locales. Aun así, los burgueses a menudo tenían el privilegio de poder comerciar en sus tiendas y tabernas, excepto los días de mercados, cuando debían exponer en el mercado público sus mercancías⁴⁸. Así, existían formas por las que los comerciantes podían evitar el marco regulatorio y cerrar tratos mediante un libre acuerdo entre las partes.

Las regulaciones de precios no sólo provenían de las autoridades locales, sino que también eran impuestas por la Corona. La más conocida es el *Assisa Panis et Cervesie*, una regulación del siglo XIII que regulaba el precio y medida del pan, la cerveza y el vino⁴⁹. Esta consistía, en lo que se refiere al pan, en fijar el precio de una

⁴⁵ Farmer (1957, 218).

⁴⁶ Véase el caso de John Cancellor en Britnell (1996, 7).

⁴⁷ Dyer (1992, 149) y Davis y Stabel (2015, 17).

⁴⁸ Davis y Stabel (2015, 17-18).

⁴⁹ Davis (2012, 231-232).

hogaza de pan en medio penique. Ahora bien, el peso de la hogaza de pan fijada a medio penique podía variar dependiendo de las variaciones en el precio del grano, de forma que se intentaba evitar que los costes fueran demasiado grandes para que los panaderos pudieran producir⁵⁰. Así, las autoridades locales seguían jugando un papel importante, al tener que determinar, dependiendo de los precios locales del grano, cuál había de ser el peso de la hogaza de pan que se vendía a medio penique. Y por supuesto, esto a menudo producía problemas de escasez, especialmente cuando los cálculos se hacían mal, y el precio del pan quedaba artificialmente por debajo del del grano. Además, esto daba lugar a conflictos entre los panaderos y las autoridades municipales, como pasó en Exeter, en el siglo XIV, o en Coventry en 1484⁵¹. De todas formas, los panaderos intentaban sacar mayores beneficios alegando que tenían que pagar a empleados y otros materiales a parte del grano. Por otro lado, esta regulación estaba montada de tal manera que se esperaba que los panaderos vendieran un número dado de hogazas de pan. Sin embargo, estos podían conseguir vender más, logrando mayores beneficios⁵².

Sin embargo, las autoridades locales pronto se dieron cuenta que la aplicación estricta de estas regulaciones perjudicaba al comercio y economía locales. A menudo, las multas aplicadas para los transgresores de estas normas se volvieron más una suerte de pago de licencia, que un castigo que intentaba evitar dicha actividad. Así, en Exeter, durante el siglo XIV, las multas no eran demasiado altas, entre 3 y 6 d., aunque si algunos de los comerciantes intentaban subir los precios o comerciaban en aquellas actividades monopolizadas por la oligarquía, la multa podía ascender a entre 20 y 40 d.⁵³. Incluso en ciudades más grandes como Londres y Norwich, los tribunales normalmente mostraban cierta «piedad» a la hora de multar a las personas con menos recursos o a aquellos que se no se saltaban la legislación regularmente⁵⁴.

⁵⁰ Davis (2004, 466).

⁵¹ Davis (2004, 472).

⁵² Davis (2004, 472-473 y 486-487).

⁵³ Kowalewski (1995, 186).

⁵⁴ Casson (2012, 93).

En general, se suele considerar que las multas por romper la regulación de precios establecidas por la Corona se habían convertido en una suerte de sistema de licencias, por el cual todos los ocupados en la panadería o en la venta de vino pasaban a pagar una suerte de tasa encubierta, aunque a cambio podían ser relativamente flexibles con los precios y medidas que empleaban en la venta. En las dos ciudades mencionadas anteriormente, Newmarket y Clare, los panaderos pagaban 4'2 y 4'6 d. respectivamente, dos veces al año. Un panadero regular, podía ganar unos 4 d. al día, y comerciando unos 300 días al año, estas sanciones supondrían un 1 por ciento de sus ingresos anuales⁵⁵. Aunque este sistema de licencias encubierto aumentaba los costes de producción, seguramente sería más beneficioso para el comercio local y la formación de precios que reflejasen las valoraciones, por cuanto se evitaba una política urbana dirigida a evitar por completo ciertas transacciones. Es decir, al estar la administración del mercado descentralizada en los órganos de gobierno municipales, se desarrollaron prácticas que atenuaban las regulaciones impuestas por la Corona. De hecho, James Davis afirma que los mercados locales, al menos en el caso de Newmarket y Clare, podían ser muy eficientes y dinámicos a pesar de las regulaciones, existiendo un amplio uso del crédito, expansión de tiendas y negocios y acumulación de propiedades⁵⁶.

Más problemática eran las regulaciones en contra del *forestalling*, una práctica que consistía en interceptar a los vendedores que iban al mercado y en comprar sus mercancías para venderlas posteriormente en el mercado. Se veía como una actividad colusiva, y se prohibía para evitar beneficios demasiado altos⁵⁷. Seguramente, la prohibición del *forestalling* se extendió debido a la Corona, cuando Enrique III pintó a los *forestallers* como opresores de los pobres, y en 1309, una comisión real fue encargada de investigar las regulaciones de Londres a este respecto, y probablemente las

⁵⁵ Davis (2004, 489).

⁵⁶ Davis (2012, 371-377). Otro punto importante a destacar es que los asentamientos urbanos más pequeños solían estar menos regulados y ser más dinámicos, lo que apunta a la relación entre mayor centralización y mayor regulación. Véase también Britnell (1993, 177-178).

⁵⁷ Britnell (1987, 89).

extendió a todo el reino⁵⁸. El problema de la prohibición del *forestalling*, es que evitaba la formación de nuevos mercados de camino a ciudades más importantes, perjudicando el avance de la comercialización y la integración de precios.

De todas formas, lo normal era que no existieran muchas discrepancias entre los precios en el ámbito rural y el urbano, aun estando más regulados en este último. Algunos comerciantes acostumbrados a negociar en el ámbito rural podían tomar los precios de mercados urbanos como referencia⁵⁹. Si esto era posible, es porque las prácticas de formación de precio en los mercados urbanos, incluso los más regulados, eran relativamente flexibles, de manera que permitían variar el precio de manera que, en cierto sentido, reflejara los cambios en la oferta y la demanda. Aunque este tipo de instituciones no fueran las más adecuadas para reflejar las diferencias entre los precios relativos, permitían que el mercado medieval fuera relativamente eficiente. Así, cuando entre 1438 y 1440 se dio una hambruna en el norte de Inglaterra, aparecen panaderos de York comprando grandes cantidades de grano en Hedon, ciudad en la que el grano sería seguramente más barato⁶⁰. Esto quiere decir que los panaderos de York eran capaces de comparar los diferentes precios del grano en York, más caro debido a la escasez, y en Hedon, más barato, y de darse cuenta de que les resultaba más rentable comprar el grano en Hedon.

Seguramente, uno de los aspectos más importantes era que, debido a la importante proliferación de mercados en la Baja Edad Media, los campesinos y agentes señoriales podían elegir cuales eran los lugares en los que más le convenía vender sus productos agrícolas. Según Richard Britnell «[the] rural sellers [...] had considerable freedom of choice about where to sell their produce to best advantage, and [...] were not in any way constrained by the foibles of those managing any particular urban market in their vicinity»⁶¹.

⁵⁸ Braid (2013, 7).

⁵⁹ Britnell (1996, 13).

⁶⁰ Dyer (1996, 32-33).

⁶¹ Britnell (1996, 15).

V
REDES DE MERCADOS, COMPORTAMIENTO ECONÓMICO Y
ORDEN CATALÁCTICO

El orden cataláctico o economía de mercado necesita que los agentes que lo forman valoren, en la medida de lo posible, los precios relativos de las diferentes mercancías, para salir lo más favorecidos en sus acciones dentro de dicho orden. El comportamiento comercial en el mundo medieval, tal como se expone, al menos implícitamente, en el «commercialisation model», estaba en buena medida guiado por los costes y beneficios, por cálculo económico. Ahora bien, esto no quiere decir que los ingleses de la Edad Media fueran una suerte de *homo oeconomicus* preocupados sólo de la maximización de sus ingresos, sino que estaban inmersos en una serie de relaciones sociales, valoraciones morales y normas culturales que también afectaban a su comportamiento⁶².

Si bien pocos académicos negarían la existencia de cierto cálculo económico entre los mercaderes medievales, sí se asume a menudo que otros estratos sociales no se guiaban por este tipo de criterios a la hora entrar en transacciones comerciales. Los grandes señores, tanto eclesiásticos como laicos, parecerían los indicados para entrar dentro de esta categoría. Al fin y al cabo, eran individuos con un gran poder coercitivo, capaces de extraer rentas de campesinos y sirvientes⁶³, y con un conjunto de valores que normalmente se interpretan como opuestos a la 'racionalidad económica'. Sin embargo, existe evidencia que apunta en contra de dicha interpretación. Por una parte, la práctica contable de la Inglaterra medieval proviene, en gran medida, de la gestión de los grandes

⁶² Este aspecto afecta directamente al debate entre formalistas y sustantivistas, en el que estos últimos defienden que los conceptos de la ciencia económica actual no son aplicables a las economías pre-industriales. Ahora bien, la mayor parte de estas críticas están dirigidas a presupuestos propios de la economía neoclásica, por lo que la Escuela Austríaca puede solventar muchas de las críticas efectuadas por los sustantivistas. Sobre el individualismo metodológico de la Escuela Austríaca, véase Boettke y Storr (2002, 161-191).

⁶³ Con todo, Bruce Campbell ha defendido que las rentas extraídas a los campesinos representaban un porcentaje relativamente reducido de los ingresos señoriales. Véase Campbell (2005, 17).

latifundios señoriales, a menudo eclesiásticos. La preocupación por los gastos e ingresos se muestra especialmente en aquellos latifundios eclesiásticos con registros contables. Así, en 1434-5 el abad William Curteys, de los monjes de Bury, empleó los propios archivos del monasterio para calcular las pérdidas que habían tenido durante el siglo anterior, que oscilaban en torno a 5.822 libras (una media de 58 anuales). Pero también fue capaz de demostrar que los impuestos extraídos por la Corona habían sobrepasado en 6.000 libras la cifra que debía haber sido abonada⁶⁴. El abad mostraba una gran capacidad contable y una preocupación por el estado de la economía del monasterio.

La capacidad de cálculo económico no se mostraba únicamente en la capacidad de llevar las cuentas de las economías, sino también en relación con el mercado, especialmente con los bienes de consumo. En el estrato más alto de la aristocracia inglesa, destacan personajes como Richard Mitford, el obispo de Salisbury que, exceptuando el grano y la carne, compraba la mayor parte de los productos en mercados como el de Londres, Southampton o Bristol, productos como joyas, cera o especias, hacia 1406-1407⁶⁵. Aunque el mercado de Londres era un mercado relativamente alejado para él, el hecho de que acudiera al mismo parece deberse a sus capacidades de cálculo económico, o las de sus agentes. La capacidad de la aristocracia para realizar el cálculo económico se evidenciaba también en que se tenían en cuenta los costes del transporte. Sin embargo, al reducirse estos durante la Baja Edad Media⁶⁶, los grandes terratenientes fueron cada vez más capaces de aprovecharse de mercados que resultaban más convenientes en términos económicos. La alta nobleza muestra una gran capacidad para razonar en términos económicos a la hora de involucrarse en las transacciones comerciales. No sólo la imagen del noble derrochador y poco preocupado por las cuentas es falsa, sino que se trata de una mala caricatura en vista de la capacidad de estos personajes de aprovecharse de las oportunidades en el mercado.

⁶⁴ Dyer (1989a, 98).

⁶⁵ Dyer (1989b, 306-308).

⁶⁶ Masschaele (1993, 266-279).

Más complicado es el estudio del acercamiento de los campesinos al mercado. Queda lejos la imagen del campesinado medieval como un estrato social autárquico, que no se implicaba en transacciones comerciales. Sin embargo, resulta problemático afirmar que todos los intercambios comerciales llevados a cabo por los campesinos eran el producto de una planificación comercial guiada por un correcto cálculo económico. Por una parte, las relaciones coercitivas entre señores y campesinos, van cambiando a partir del siglo XII. Mientras que antes el campesino estaba obligado a trabajar en las tierras del señor durante ciertos días, estas obligaciones se van conmutando durante el siglo XIII por el pago de una renta monetaria, que el campesino únicamente podía conseguir vendiendo sus productos agrícolas en el mercado local⁶⁷. Así, las transacciones de los campesinos en el mercado no eran siempre el fruto de una decisión voluntaria personal, sino que en gran medida estaban condicionadas por factores político-institucionales: el *status* jurídico del campesino y la capacidad coercitiva que el señor pudiera tener sobre él. También hay que tener en cuenta un conjunto de factores económicos ya que el menor grado de movilidad del campesino, lo llevaba a tener mayores problemas de información en lo tocante a la situación de precios relativos en diferentes mercados. Este problema se manifiesta especialmente en el mercado del grano, el principal producto de la economía campesina medieval, que en el período entre 1280 y 1350, resultó ser especialmente volátil⁶⁸. Esta volatilidad de los precios dificultaría mucho el cálculo económico al campesino que, incapaz de comparar precios entre distintos mercados, a menudo se vería obligado a vender por menos de lo esperado, únicamente para poder pagar las exigencias señoriales.

Con todo, el campesinado medieval no era una masa homogénea. Ciertos campesinos eran capaces de aprovecharse de diferentes circunstancias comerciales, lo cual llevaba a cierta estratificación dentro de las comunidades, especialmente en la tenencia y comercialización de ganado⁶⁹. Hacia el siglo XV, el comercio de ternera

⁶⁷ Para la evolución de la servidumbre en Inglaterra, véase Postan (1973, 89-106).

⁶⁸ Bailey (1998b, 235). Existen también registros de cambios mensuales en el precio del grano, debidos a las diferentes etapas de la producción agrícola.

⁶⁹ Biddick (1987, 287). Véase también Biddick (1985, 823-831).

resultaba especialmente relevante como una forma de enriquecimiento para los campesinos, especialmente cuando existía acceso a mercados urbanos, algo que se puede relacionar con la mayor capacidad de decisión de los pequeños productores⁷⁰. Esta capacidad de detectar las demandas de los habitantes de núcleos urbanos, y de aprovechar las circunstancias del mercado parece indicar que los campesinos podían comportarse siguiendo la disciplina del cálculo económico y que, si no lo hacían, se debía más a factores externos (presión señorial, volatilidad de los precios) que a algo inherente en las actitudes, valores o moralidad campesina.

El cálculo económico es una característica fundamental del comportamiento de los agentes sociales en un orden cataláctico. Los precios son la principal señal del mercado que indica a los diversos agentes cómo comportarse, contribuyendo a la coordinación de la sociedad, de manera que, de no existir esta racionalidad económica en el comportamiento de campesinos, monjes o señores medievales, sería imposible hablar de un orden cataláctico, por reducido que este fuera. Con todo, sí parece que los ingleses de la Edad Media eran capaces de adecuar sus acciones e intercambios a los diferentes precios y coyunturas económicas. Esto resalta especialmente en las grandes casas señoriales, capaces de movilizar un mayor número de recursos y de obtener una mayor cantidad de información acerca de diferentes circunstancias de la economía medieval. De todas formas, tampoco cabe desdeñar las capacidades de estratos menos pudientes de dicha sociedad que, ante la necesidad de recurrir al mercado, sí parecen haber sido capaces de aprovecharse de las diversas circunstancias que podían encontrarse.

La capacidad de los participantes en el mercado de calcular en términos económicos, teniendo en cuenta los precios de diferentes productos, es lo que da lugar a un cierto orden de mercado en la Edad Media, especialmente a partir del siglo XIII. Sin embargo, no hay que pensar en este orden cataláctico medieval como un orden

⁷⁰ Britnell (1993, 201). Según Britnell, «[...] we may be confident that there was a significant change in the locus of commercial decision-taking in late medieval society. Fewer decisions were taken by large landlords and their agents and more were taken by comparatively small producers».

capitalista o similar a lo que existe hoy en día, ya que las diferencias son muy grandes. Esta economía de mercado, aún reducida sobre todo a bienes de consumo y de etapas muy próximas al consumo, con procesos de producción relativamente cortos, sí puede ser descrita como un orden cataláctico, por cuanto se trata de un orden integrado por un gran número de relaciones e instituciones comerciales y, especialmente, sin una finalidad particular. En este orden cataláctico, como se verá, juegan un papel fundamental los pequeños asentamientos urbanos y sus *hinterlands*, la competencia entre mercados y ciudades, así como el papel del poder político a la hora de establecer la localización geográfica de los espacios de mercado.

La economía medieval no estaba formada únicamente por grandes mercaderes y grandes fortunas. Como ya se ha visto, en este orden social participaban individuos de todos los estratos sociales. Y para ello, especialmente en relación a la participación de los campesinos, jugaban papel muy importante las *small towns* o *market towns*, pequeños núcleos urbanos, con una población de varios cientos de personas y cierta diversidad ocupacional, cuya importancia ha sido especialmente destacada por Chris Dyer⁷¹. Estos centros actuaban como un foco al que los campesinos y comerciantes acudían a vender el excedente de productos rurales, que, en buena parte, sería trasladado a centros urbanos de más envergadura. Esta pauta de las relaciones comerciales en las *small towns* no venía impuesta desde arriba sino que emerge espontáneamente de las relaciones sociales que tienen lugar en el mercado. De hecho, las *small towns* no se caracterizaban necesariamente por un *status* legal, sino que un núcleo de habitantes podía desarrollarse de esta forma sin necesidad del apoyo legal del señor, es decir, sin la concesión de privilegios⁷². Esto quiere decir que aún con los inconvenientes que pudieran poner los señores, las *small towns* podían articular el intercambio entre campesinos, artesanos, comerciantes y pequeños señores, dando lugar a una exitosa estructura comercial para la distribución de mercancías por la sociedad inglesa.

⁷¹ Aunque un historiador marxista ha sido pionero en reconocer la relevancia de las *small towns*. Véase Hilton (1985, 3-23).

⁷² Dyer (1996, 19).

Tanto las *small towns* como las ciudades más grandes eran centros de comercio para una determinada *hinterland*, un área alrededor del centro urbano cuyos habitantes acudían a realizar transacciones a la ciudad. Esta área podía estar distribuida de una manera relativamente homogénea alrededor de la ciudad, como es el caso de Shipston, en la que comerciaban campesinos de un radio de 6 millas⁷³, especialmente grano y ovejas, o podía estar afectada por otros condicionantes topográficos y humanos, como el caso de Alcester. Por este núcleo urbano pasaba una carretera en dirección norte-sur, lo que daba lugar a que pudieran acudir allí personas desde más distancia, tanto por el sur como por el norte. Las zonas de influencia también dependían de otras ciudades en la zona. Por ejemplo, la influencia de Stratford-upon-Avon resultaba ser de un patrón alargado del norte al sur, debido a la presencia de Alcester y Evensham al oeste de Stratford y de Warwick al este, las tres ciudades bastante exitosas⁷⁴. Pero tampoco cabe pensar que la presencia de una ciudad era el único determinante en los centros a los que se acudía a comprar, sino que dependería de la información y preferencias de cada individuo. Así, por ejemplo, oficiales urbanos de Bidford, cerca de Alcester, y Radbourn, entre Warwick y Banbury, preferían comprar y vender en Stratford que en centros comerciales más cercanos⁷⁵. Esto nos indica que las diferentes preferencias de los consumidores iban transformando las pautas en el orden social cataláctico de la Edad Media.

Incluso en las ciudades más grandes, su influencia dependía de muchos factores, y no siempre salía triunfante. A principios del siglo XIV, la influencia de Norwich era muy reducida al este de dicha ciudad, apenas llegando a las áreas más próximas de la misma, como Forehoe⁷⁶. Otro caso interesante, es Colchester, en Essex, que aun siendo una de las ciudades más importantes de la zona, apenas podía dominar su propio *hinterland*, con quejas acerca

⁷³ Por supuesto, no todas las ciudades tenía en el mismo rango de influencia. Por ejemplo, Ipswich y Bury, en Suffolk, tendrían unas *hinterland* de unas 15 millas, de las que se proveían de productos agrícolas y textiles. Bailey (2009, 129).

⁷⁴ Dyer (2002b, 13).

⁷⁵ Dyer (1996, 29).

⁷⁶ Nightingale (2000, 87).

de mercados perjudiciales en su entorno⁷⁷. Esto nos indica que ninguna ciudad o mercado tenía un lugar fijo dentro de la economía medieval, sino que conforme las circunstancias, las preferencias de los agentes cambiaban, las pautas comerciales cambiaban. Así, puertos comerciales como Grimsby, Boston y Hull, de gran éxito durante los siglos XII y XIII, decaen durante la Baja Edad Media, así como ciudades textiles como York, Colchester y Coventry, que entran en decadencia durante el siglo XV. Algunas aproximaciones a la relación de las veinte ciudades más importantes en 1334 y 1524, indican que la mayoría de ellas habían cambiado puestos, la mitad de las mismas casi diez, e incluso Boston y Lincoln ya no se incluyen en 1524⁷⁸.

Los centros comerciales ingleses de la Edad Media no tenían un puesto determinado dentro del orden cataláctico. Más bien, este orden era un proceso dinámico, construido por las diferentes decisiones de campesinos, señores, mercaderes o reyes, afectado por supuesto por diferentes intervenciones del poder político, como se verá más adelante. Así, como indica Chris Dyer⁷⁹, a la hora de hablar de las pautas comerciales entre los mercados medievales, quizá resulta más adecuado el término 'red' que el de 'jerarquía', por cuanto este último indica una capacidad de emitir mandatos y dirigir a los demás por parte de los que se sitúan en los lugares más altos de la jerarquía. El orden social formado por estas redes de intercambios está por supuesto, estratificado, lo que refleja las diversas valoraciones de los agentes sociales, así como seguramente la intervención del poder político. Londres y los principales puestos estarían en la cima de dicha estratificación, seguidas por capitales regionales, un conjunto de *market towns* con diversas variaciones en tamaño y actividad comercial, y finalmente los mercados locales y otros lugares de comercio no formales, dominados por pequeños comerciantes que vendían productos al por menor⁸⁰. Pero, como decíamos, los 'puestos', en esta estratificación dependían de diversos factores sociales que cambiaban con el tiempo.

⁷⁷ Britnell (2000, 7-9).

⁷⁸ Britnell (2000, 9-10).

⁷⁹ Dyer (1996, 30).

⁸⁰ Dyer (1996, 31).

Aunque el éxito o fracaso de un mercado dependiera de un gran número de factores, como la situación geográfica, parece que la competencia entre mercados sea un aspecto fundamental para entender las dinámicas del comercio inglés medieval. En diferentes regiones, los mercados crecían a expensas de otros⁸¹. Por otra parte, los responsables de los mercados a menudo elegían el día en el que se celebraba el mercado para evitar la competencia de otros mercados, como en el caso de Exeter, en dónde los mercados se celebraban los lunes, miércoles y sábados, mientras que los mercados locales vecinos tenían lugar los martes y los jueves⁸². Incluso hacia el siglo XIII, una ciudad tan asentada como Londres conseguía atraer provisiones de lana y vino que antes se vendía en pueblitos provinciales⁸³. La competencia, ya fuera entre mercaderes, o entre mercados y ciudades, resultaba un aspecto fundamental del orden cataláctico medieval.

De hecho, las instituciones de gobernanza de ciudades y mercados podían actuar para promover lo mejor posible las transacciones en sus diferentes mercados. En los núcleos urbanos señoriales, es decir, aquellos que eran propiedad de un señor y los burgueses no tenían privilegios, era habitual que los señores arrendaran a los burgueses ciertos derechos, como por ejemplo el cobro de las tasas del mercado. Incluso en ciudades más grandes, como Exeter, se realizaba este tipo de prácticas a partir del siglo XIV, al arrendar el cobro de tasas a miembros de la oligarquía urbana⁸⁴. La gestión de las tasas de mercados se podía emplear para promover el mercado local, ya fuera bajándolas o eliminándolas⁸⁵. Así, la descentralización de diferentes instituciones de gobernanza y administración comercial permitía a los mercados competir buscando la fórmula que más impulsara las transacciones, favoreciendo la actividad comercial.

Otro indicador de la importancia de la competencia entre mercados son los pleitos y querellas que se daban entre mercados

⁸¹ Britnell (1993, 84).

⁸² Masschaele (1994, 258-260).

⁸³ Britnell (1993, 87).

⁸⁴ Bailey (2011, 107-128) y Kowalewski (1995, 192).

⁸⁵ Masschaele (2007, 173).

cercanos. En el siglo XIII, el derecho de celebrar un mercado se consideraba exclusivo de la Corona, que podía concedérselo a otras personas. Sin embargo, la concesión de una franquicia para celebrar un mercado no podía resultar perjudicial para la actividad comercial de otros mercados⁸⁶. Aunque normalmente se consideraba una distancia de 6 millas entre los mercados como una regla para esto, como indica el tratado legal de Henry Bracton, en la práctica, podía haber disputas entre mercados que se encontraban a más de 15 millas el uno del otro así como mercados situados a menos de una milla que no entraban en conflicto. Así, la problemática se centraría más en torno a la orientación económica del mercado (los tipos de productos, la clientela, etc), por lo que la competencia era el problema fundamental en estos casos⁸⁷.

Y es que como ha destacado James Masschaele, el poder político, y otros factores institucionales, jugaban un papel importante en la distribución espacial de los mercados y, por tanto, en las diferentes pautas de comportamiento de los agentes dentro del orden cataláctico de la Inglaterra medieval. Por otra parte, la concesión de mercados era además una forma de establecer redes de patronazgo por parte del rey, lo que daba lugar a que consideraciones de carácter estratégico y político afectaran a la creación de mercados⁸⁸. Los señores también podían intentar dirigir el tráfico mercantil, negociando, por ejemplo, la exención del pago de peajes, como hizo el priorato de Worcester con Stratford-upon-Avon para sus siervos, o también ordenando la venta de productos en ciertos mercados, como es también el caso de la Catedral de Worcester, al intentar obligar a sus súbditos vender el ganado en el mercado de Shipston, que pertenecía a la catedral⁸⁹. Estos ejemplos no indican que no existiera un orden espontáneo, o que toda actividad comercial estuviera dirigida, sino que apuntan a la capacidad del poder político de modificar ciertas pautas del comportamiento de los participantes medievales en los mercados.

⁸⁶ Masschaele (1992, 79-90).

⁸⁷ Kowalewski (1995, 54-55).

⁸⁸ Mate (1996, 66).

⁸⁹ Dyer (1996, 29-30).

De todas formas, la existencia de distintos tipos de mercados dio lugar a un orden social cataláctico, como ya se ha dicho, formado por relaciones comerciales que permitían una distribución de los productos bastante considerable tanto en su cantidad como en términos de distancia. En este sentido, destacaba especialmente el ganado, debido a la facilidad de su transporte. El grano también alcanzaba un alto grado de comercialización. Se trata de una sociedad en la que entre el 30 y el 40 por ciento del grano se comercializaba y el ganado podía recorrer largas distancias con fines comerciales⁹⁰. En definitiva, el orden cataláctico en Inglaterra durante la Baja Edad Media, debió seguramente su existencia a los mercados, entendidos como espacios sociales de carácter espontáneo. Asimismo, se trataba de un orden complejo, integrado por diferentes relaciones de intercambio, mercados rurales y urbanos con características diversas e individuos procedentes de estratos sociales variados.

VI CONCLUSIONES

A lo largo de este trabajo, hemos visto la relevancia del mercado en la sociedad inglesa de la Edad Media. Este mercado, entendido como un espacio social, era fundamental en el conocimiento de los hombres y mujeres medievales a la hora de embarcarse en transacciones comerciales. Es en este espacio social dónde se adoptaba un conocimiento tácito relacionado con las prácticas comerciales. Así, es en los mercados donde se forman los precios que, aunque pesando sobre ellos diversas regulaciones, siguen reflejando la situación de la oferta y la demanda. Esto permite que se realice cálculo económico por parte de señores o campesinos que, aunque influenciados por otras circunstancias, siguen actuando conforme a cierta 'racionalidad' económica. Este comportamiento por parte de los agentes acabaría dando lugar a un cierto orden cataláctico, en el que juegan un papel fundamental las *market towns* o la

⁹⁰ Britnell (2000, 4-6).

competencia entre mercados, aunque también el poder político, que afecta a la localización de los mercados.

Como se ha visto, estas consideraciones pueden sustentar la idea de que la Escuela Austríaca proporciona un marco teórico para el conjunto de historiadores que, durante las últimas décadas, han venido destacando el importante rol del comercio en la sociedad inglesa. Ahora bien, como han destacado estos autores, el comercio medieval no estaba exento de limitaciones. Por ejemplo, los mercados de factores de producción se ven muy frenados en su desarrollo por parte de diversas instituciones, derechos compartidos sobre la tierra, regulaciones de la usura o las cargas coactivas impuestas a los campesinos⁹¹. Asimismo, la comercialización y los estándares de vida estaban a menudo afectados por factores exógenos, como enfermedades o malas cosechas, que tendían a provocar hambres generalizadas y falta de grano. Pese a todo, la economía de mercado experimentó en Inglaterra un importante desarrollo durante la Edad Media.

Y es que autores como Richard Britnell o Chris Dyer han venido destacando la importancia del estudio de la Edad Media para entender el desarrollo del mercado —lo que hemos llamado aquí orden cataláctico— y la posterior emergencia del capitalismo⁹². Así, para una corriente de pensamiento como la Escuela Austríaca, que concede una importancia fundamental al capitalismo como fenómeno social, parece fundamental el estudio histórico del mercado, tanto en los siglos XVII y XVIII, como en la Edad Media, para la que, según se ha argumentado en este trabajo, resultan fundamentales las aportaciones de la historiografía inglesa en los últimos veinte años.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Andersson, D.E. (2005): «The spatial nature of entrepreneurship», *Quarterly Journal of Austrian Economics*, vol. 8, n.º. 2, pp. 21-34.

⁹¹ Véase Campbell (2009, 79-106).

⁹² Dyer (1998, 7-19).

- Aston, T.H., y Philpin, C.H.E., eds. (1987): *The Brenner Debate: agrarian class structure and economic development in preindustrial Europe*, Cambridge, Cambridge University Press.
- Bailey, M. (1989): «The concept of margin in the medieval English economy», *Economic History Review*, vol. 42, n° 1, pp. 1-17.
- (1993): «A tale of two towns: Buntingford and Standon in the later Middle Ages», *Journal of Medieval History*, vol. 19, pp. 351-271.
- (1998a): «Historiographical essay: the commercialisation of the English economy, 1086-1500», *Journal of Medieval History*, vol. 24, n° 3, pp. 297-311.
- (1998b): «Peasant welfare in England, 1290-1348», *Economic History Review*, vol. 51, n° 2, pp. 223-251.
- (2009): *Medieval Suffolk: an economic and social history*, Boydell & Brewer, Woodbridge.
- (2011): «Self-government in the small towns of late medieval England» en B. Dodds y C. Liddy (eds.): *Commercial activity, markets and entrepreneurs in the Middle Ages*, Woodbridge, Boydell & Brewer, pp. 107-128.
- Bailey, M., y Hatcher, J. (2011): *Modelling the Middle Ages. The history and theory of England's economic development*, Oxford, Oxford University Press.
- Barthélemy, D. (2005): *El año mil y la paz de Dios. La Iglesia y la sociedad feudal*, Granada, Universidad de Granada; Universitat de València.
- Biddick, K. (1985): «Medieval english peasants and market involvement», *Economic History Review*, vol. 45, n° 4, pp. 823-831.
- (1987): «Missing links: taxable wealth, markets, and stratification among medieval English Peasants», *Journal of Interdisciplinary History*, vol. 28, n° 2, pp. 277-298.
- Boettke, P., y Storr, V.H. (2002): «Post-classical political economy: polity, society and economy in Weber, Mises and Hayek», *American Journal of Economics and Sociology*, vol. 61, n° 1, pp. 161-191.
- Braid, R. (2013): «Behind the *Ordinance of Labourers*: economic regulation and market control in London before the Black Death», *Journal of Legal History*, vol. 34, n° 1, pp. 3-30.
- Britnell, R.H. (1978): «English markets and royal administration before 1200», *The Economic History Review*, vol. 31, n° 2, pp. 183-196.

- (1981): «The proliferation of markets in England, 1200-1349», *Economic History Review*, vol. 34, n° 2, pp. 209-221
- (1987): «Forstall, forestalling and the *Statute of Forestallers*», *English Historical Review*, vol. 102, n° 402, pp. 89-102.
- (1993): *The commercialisation of English society, 1000-1500*, Manchester, Manchester University Press.
- (1996): «Price setting in English Borough Markets, 1349-1500», *Canadian Journal of History*, vol. 31, pp. 1-15.
- (2000): «Urban demand in the English economy, 1300-1600», en J. A. Galloway (ed.): *Trade, urban hinterlands and market integration, 1300-1600* Centre for Metropolitan History Working Paper Series, n. 3; Institute of Historical Research, pp. 1-22.
- (2001): «Specialization of work in England, 1100-1300», *Economic History Review*, vol. 54, n° 1, pp. 1-16.
- Campbell, B.M.S. (2005): «The agrarian problem in the early fourteenth century», *Past & Present*, n. 188, pp. 3-70.
- (2009): «Factor markets in England before the Black Death», *Continuity and Change*, vol. 24, n. 1, pp. 79-106.
- Casson, M., y LEE, J.S. (2011): «The origin and development of markets: a business history perspective», *Business History Review*, vol. 85, pp. 9-37.
- Casson, C. (2012): «Reputation and responsibility in medieval English towns: civic concerns with the regulation of trade», *Urban History*, vol. 39, n° 3, pp. 387-408.
- Davis, J. (2004): «Baking for the common good: a reassessment of the Assize of Bread in Medieval England», *Economic History Review*, vol. 57, n. 3, pp. 465-502.
- (2012): *Medieval Market Morality: Life, Law and Ethics in the English Marketplace, 1200-1500*, Cambridge, Cambridge University Press.
- Davis, J. y Stabel, P. (2015): «Formal and informal trade in the Late Middle Ages. The Islamic world and Northwest Europe compared» en G. Nigro (ed.): *Il commercio al minuto. Domanda e offerta tra economia formale e informale. Secc XIII-XVIII*, Firenze, Firenze University Press, pp. 15-38.
- Dyer, C. (1989a): *Standards of living in the later Middle Ages. Social change in England, c.1200-1520*, Cambridge, Cambridge University Press.

- (1989b), «The consumer and the market in the Late Middle Ages», *Economic History Review*, vol. 42, n° 3, pp. 305-327.
- (1992), «The hidden trade of the Middle Ages: evidence from the West Midlands of England», *Journal of Historical Geography*, vol. 18, n° 2, pp. 141-147.
- (1996): «Market towns and the countryside in late medieval England», *Canadian Journal of History*, vol. 31, n° 1, pp. 17-35.
- (1998): «Los orígenes del capitalismo en la Inglaterra medieval», *Brocar*, vol. 22, pp. 7-19.
- (2002a): «Small places with large consequences: the importance of small towns in England, 1000-1540», *Historical Research*, vol. 75, n° 187, pp. 1-24.
- (2002b): *Making a living in the Middle Ages. The people of Britain, 850-1520*, New Haven, Yale University Press, New Haven.
- (2003): «The archeology of medieval small towns», *Medieval Archeology*, vol. 47, pp. 85-114.
- Farmer, D.L. (1957): «Some grain price movements in thirteenth-century England», *Economic History Review*, vol. 10, n° 2, pp. 207-220.
- Fossier, R. (1996): «Le problème des marchés locaux en Picardie aux XI^e et XII^e siècles» en C. Desplat (ed.), *Foires et marchés dans les campagnes de l'Europe médiévale et moderne. Actes des XIV^{es} Journées Internationales d'Histoire de l'Abbaye de Flaran, Septembre, 1992*, Toulouse, Presses universitaires du Mirail, pp. 15-26.
- Galloway, J.A. (2000): «One market or many? London and the grain trade of England» en J. A. Galloway (ed.), *Trade, urban hinterlands and market integration, 1300-1600*, Centre for Metropolitan History Working Paper Series, n. 3; Institute of Historical Research, pp. 23-42.
- Hayek, F.A. (1982): *Law, legislation and liberty*. Vol I. *Rules and order* y vol. II. *The mirage of social Justice*, Londres, Routledge.
- (1990): *La fatal arrogancia. Los errores del socialismo*, Madrid, Unión Editorial.
- (1945): «The use of knowledge in society», *American Economic Review*, vol. 35, n° 4, pp. 519-530.
- (1948): «The facts of social sciences», en F.A. Hayek, *Individualism and economic order*, Chicago, University of Chicago Press, pp. 57-76.

- Hilton, R.H. (1985): «Medieval market towns and simple commodity production», *Past & Present*, vol. 109, pp. 3-23.
- Huerta de Soto, J. (2004): «La teoría de la eficiencia dinámica», *Procesos de Mercado. Revista europea de economía política*, vol. 1, n° 1, págs. 11-71.
- (2010): *Socialismo, cálculo económico y función empresarial*, Madrid, Unión Editorial.
- Ikeda, S. (2007): «Urbanizing economics», *Review of Austrian Economics*, vol. 20, pp. 213-220.
- Kowaleski, M. (1995): *Local markets and regional trade in medieval Exeter*, Cambridge, Cambridge University Press.
- Masschaele, J. (1992): «Market rights in thirteenth-century England», *English Historical Review*, vol. 107, n° 422, pp. 78-89.
- (1993): «Transport costs in medieval England», *Economic History Review*, vol. 46, n° 2, pp. 266-279.
- (1994): «The multiplicity of markets reconsidered», *Journal of Historical Geography*, vol. 20, n° 3, pp. 255-271.
- (2002): «The public space of the marketplace in medieval England», *Speculum*, vol. 77, n° 2, pp. 383-421.
- (2007): «Tolls and trade in medieval England» en L. Armstrong, I. Elbl y M.M. Elbl, *Money, markets and trade in Late Medieval Europe. Essays in honour of John H. Munro*, Leiden, Brill, pp. 146-186.
- Masschaele, J., y Langdon, J. (2006): «Commercial activity and population growth in medieval England», *Past & Present*, n° 190, pp. 35-82.
- Mate, M. (1996): «The rise and fall of markets in Southeast England», *Canadian Journal of History*, vol. 31, pp. 59-86.
- Nightingale, P. (2000): «Norwich, London and the regional integration of Norfolk's economy in the first half of the fourteenth century», en J. Galloway (ed.), *Trade, urban hinterlands and market integration, c.1300-1600*, Centre for Metropolitan History Working Paper Series, n. 3; Institute of Historical Research, pp. 83-101.
- Pirenne, H.(1984): *Las ciudades de la Edad Media*, Madrid, Alianza Editorial 1984.
- Postan, M. M. (1973): «The chronology of labour services», en M. M. Postan, *Essays on medieval agriculture and general problems of the*

medieval economy, Cambridge, Cambridge University Press, pp. 89-106.

- Slater, T. (2005): «Plan characteristics of small boroughs and market settlements: evidence from the Midlands», en C. Dyer y K. Giles, *Town and Country: contracts, contacts and interconnections*, Leeds, Society for Medieval Archeology, pp. 23-42.
- Storr, V.H. (2008): «The market as a social space: on the meaningful extraeconomic conversations that can occur in markets», *Review of Austrian Economics*, vol. 21, pp. 135-150.
- (2010): «Hayek and Lefebvre on market space and extracatalytic relationships» en R. Garnett, E.K. Olsen y M. Starr, *Economic Pluralism*, New York, Routledge, pp. 181-193.
- Sweabourne, G. (2003): *Royal regulation of loans and sales in medieval England*, Woodbridge, Boydell & Brewer.