

Ibn Jaldún

El Mediterráneo en el siglo XIV

Auge y declive de los Imperios



Viajeros, comerciantes y mercancías

Virgilio Martínez Enamorado

Viaje y comercio son dos caras de una misma moneda. Una y otra faceta son partes ineludibles de un período, la Baja Edad Media, que, como ningún otro con anterioridad, supo integrar espacios geográficos tan distantes y distintos. Los mares habitualmente surcados por las naves en la Antigüedad, entre ellos el Mediterráneo, comenzaban a quedarse pequeños ante la vertiginosa ampliación de un mundo atravesado por nuevos periplos marítimos, como el atlántico, novedad que se viene anunciando, cada vez con menor timidez, desde el siglo XIII. El viaje y el comercio permiten integrar aspectos muy distintos: cartografía, hombres, ideas, moneda, productos... Sin todo ese intercambio basado en unas sólidas bases viajeras en civilizaciones como la musulmana que tiene en la peregrinación (el *hayy*) uno de sus pilares fundamentales, difícilmente se podrían haber forjado esos universos culturales a lo largo del Medioevo, conformados en una primera instancia como espacios económicos integrados, según demuestran para el mundo musulmán los documentos de la Genizah de El Cairo, y también en una segunda instancia a nivel global.

No es fortuito, por todo ello, que a lo largo de la centuria y media que va desde la segunda mitad del siglo XIII hasta el primer cuarto del siglo XV se sucedan los más grandes viajeros de tres de las grandes civilizaciones de la Humanidad. Primero, el veneciano Marco Polo (1254-1324) que abrió la remota China para el Occidente “latino”; después, el viajero del Islam, el magrebí Ibn Battuta (1304-1368), que recorrió como auténtico “trotamundos” todo el mundo conocido en ese siglo XIV, incluida China, el Índico y el Sahel; y, finalmente, Zheng He (1371-1435), el gran navegante chino que encabezó hasta siete expediciones épicas a las órdenes de los emperadores de la dinastía Ming por el Pacífico sur, el Océano Índico, el Golfo Pérsico y el Este de África y del que se dice que llegó a América 80 años antes de que lo hiciera Colón.

La apertura de nuevas vías comerciales obliga a un espectacular desarrollo de la cartografía, con la aparición de las primeras cartas náuticas o “*portulanos*”, y de unas técnicas para la navegación bastante más sofisticadas (la armadura en esqueleto y el forro a tope, el timón de codaste o una nueva vela que emplea lo mejor de la latina y la cuadrada), que permiten a los navíos adentrarse en mares más tenebrosos y surcar periplos más

largos. Con ser todo esto destacadísimo, sin duda, la principal innovación que permite hablar de una auténtica “*revolución náutica medieval*” con evidentes implicaciones comerciales es la aparición de un nuevo tipo de barco muy redondeado, la coca, que, procedente del Báltico, permite por su morfología incrementar la cantidad de mercancías transportadas.

El Mediterráneo sigue siendo en el siglo XIII el escenario náutico en el que se desenvuelven la mayor parte de esas maniobras transaccionales del Occidente cristiano latino y griego, así como del espacio económico musulmán. Es bien conocido que desde el siglo XI comenzaron a despuntar las repúblicas italianas en ese dominio del mar interior, situación que se consolida en el siglo XIII cuando Venecia, Génova y Pisa, además de la Corona de Aragón (Barcelona), exhiban sin tapujos una hegemonía no discutida a lo largo de esas centurias en el mar de siempre. La aparición de una aristocracia mercantil en estos lugares ilustra a la perfección lo que significa la ampliación de las expectativas de autonomía municipal al servicio de esos intereses comerciales.

Sin embargo, se alumbra, al mismo tiempo, la apertura hacia un nuevo escenario, el gran océano, el Atlántico, donde forzosamente confluirían los intereses enfrentados de las potencias emergentes ibéricas (sobre todo, portugueses y castellanos), como la “batalla del Estrecho de Gibraltar” hará presagiar. Con la conquista primero de Lisboa (1147) por los portugueses y después de Sevilla (1248) por los castellanos se sientan las bases de esa gran expansión atlántica, confirmándose algo más tarde Portugal como pionero con la captura de Ceuta (1415). La asunción por parte de Flandes de su condición de gran emporio textil, con su suministradora de materia prima (lana), Inglaterra, obliga a ese replanteamiento general de la situación que está virando con cierta rapidez desde el Oriente hacia el Occidente.

El incremento de esos intercambios comerciales motivó la afluencia de mercaderes de toda procedencia en el Occidente y en el Oriente: venecianos en el Maxriq y los Balcanes, genoveses en el sultanato nazarí, catalano-aragoneses en el Mediterráneo oriental, musulmanes en China o en el África subsahariana. La Europa feudal vio llegar productos que, procedentes de países musulmanes, venían a prestigiar a esas élites ciudadanas surgidas con la expansión comercial. La seda andalusí o la loza dorada malagueña representan ejemplos notables del significado de esos intercambios desiguales. Al-Andalus y los reinos cristianos de Hispania como paradigma de ese espacio de guerra y canje comercial se entrelazaron a través de un intenso comercio que debe ser valorado como lo que fue: la creación de un espacio económico en el que la riqueza fluía sobre todo desde el sur hacia el norte, trasvase alentado por lo guerreros feudales que basaban parte de su boyante economía, como se comprobó en la Península Ibérica y en las Cruzadas, en la rapiña de las lujosas estructuras de poder musulmanas.

Un mundo, por primera vez auténticamente globalizado, verá surgir pandemias apocalípticas que se extenderán con inusitada celeridad de la mano de ese comercio transnacional. La peste negra que se inicia en 1347 inundará el mundo como si de un virus informático se tratara, condicionando el ulterior desarrollo económico de las regiones más intensamente afectadas por la epidemia.