

Mesoamérica. Finalmente, ¿acaso la práctica del desollamiento no apunta hacia un saber ancestral de cazadores?

Guilhem Olivier

*Universidad Nacional Autónoma de México*

NIKOLAUS BÖTTCHER, BERND HAUSBERGER y ANTONIO IBARRA (coords.), *Redes y negocios globales en el mundo ibérico, siglos XVI-XVIII*, México, El Colegio de México, Iberoamericana-Veruert, 2011, 309 pp. ISBN 978-607-462-208-9

Este libro colectivo propone una reflexión relativa al funcionamiento de los sistemas comerciales dentro de los imperios ibéricos con base en un análisis en términos de redes sociales. Como lo remarcan los autores, en el contexto considerado, el comercio desempeñó una función crucial para el funcionamiento de los sistemas imperiales de la época moderna. De hecho, los estudios sobre comercios y comerciantes en el espacio atlántico han venido a ser una línea de investigación de muy larga trayectoria cuya traducción se mide en términos de abundancia bibliográfica. Basta recordar los trabajos fundamentados en el concepto de *économie-monde*, a la elaboración del cual tanto aportó Fernand Braudel y que desarrollaron de manera decisiva tanto P. Chaunu como I. Wallerstein. La reflexión propuesta por dicha fecunda línea de investigación se acercaba a esta temática relativa al comercio colonial en términos de historia global y subrayaba la importancia de las “conexiones” establecidas, tanto por los comerciantes como por sus agentes de negocios, entre y dentro de los espacios imperiales –y por ende comerciales– considerados. En este sentido, reconstruir sistemas comerciales tomando en cuenta las relaciones mantenidas entre sus actores no tiene en sí un carác-

ter marcadamente novedoso. Es cierto que dichos trabajos de los años cincuenta y hasta los setenta u ochenta no recurrían al concepto de red social. Sin embargo, lo que reconstruían eran “estructuras relacionales” superpuestas a “estructuras comerciales” capaces de permitir la circulación de mercaderías entre ambas riberas del Atlántico.

Poner en evidencia dicha tradición historiográfica es subrayar el aspecto “natural” que llevó, a partir de los años noventa, a los historiadores del campo social interesados en recurrir al instrumento de la red social, a aplicarlo al mundo del comercio: de por sí, considerando el modo de funcionamiento del comercio transatlántico, los comerciantes insertos dentro de los imperios de la época moderna vinieron a ser un objeto privilegiado para este tipo de análisis ya que comerciar antes de que existieran instrumentos modernos de comunicación se basaba sobre la posibilidad de tener contactos –o sea relaciones– en espacios diversos y alejados. De hecho, los trabajos de Z. Moutoukias sobre comerciantes de Buenos Aires al final del siglo XVIII o los de J. P. Priotti acerca del papel de los comerciantes vascos dentro del imperio español desde el siglo XVI, fueron de los primeros en aplicar dicho enfoque al mundo del comercio. Desde entonces, se han ido multiplicando los estudios de esta índole. Este libro es uno de los numerosos frutos de una colaboración nacida entre Guillermina del Valle Pavón, Antonio Ibarra y Bernd Hausberger. Se inserta en la abundante producción bibliográfica coordinada por dichos investigadores: desde su primera publicación colectiva, concretada en 2003, son un total de 5 volúmenes y 52 ensayos los que han salido publicados.

Las contribuciones de este reciente volumen se reparten geográficamente de la manera siguiente: tres se relacionan con la Nueva España, dos con Brasil, una con la feria de Portobelo, una más con la isla de Cuba, mientras que las dos últimas ofrecen un acercamiento más global sobre el comercio transatlántico colonial.

Si tomamos en cuenta la distribución de los trabajos en términos cronológicos, la repartición se establece entonces así: uno sobre el siglo XVI, dos sobre el XVII, dos sobre los siglos XVII y XVIII y cuatro sobre el XVIII. De modo que, tanto desde la geografía atlántica como desde la cronología, el libro propone una visión realmente amplia, completa y bastante equilibrada del objeto estudiado, lo cual merece ser subrayado ya que no es la regla.

La mayor parte de los textos aquí reunidos propone estudios de casos enfocados a partir de la noción de red social. Se puede por lo tanto considerar que el conjunto de las contribuciones propuestas constituyen estudios empíricos que desarrollan, aunque desigualmente, una reflexión sobre la pertinencia del instrumento “red social” para analizar el funcionamiento del sistema comercial transatlántico en el periodo colonial. Con el riesgo de simplificar lo que sin duda es más profundo y complejo, se puede considerar que todos estos trabajos explican el mismo tipo de reflexión que se puede resumir de la manera siguiente. El hecho de desarrollar una actividad comercial en espacios lejanos y de cierta envergadura en términos económicos supone la necesidad de tener socios capaces de llevar la mercancía a sitios lejanos. El comercio internacional dibuja por lo tanto una “red comercial” que cubre un amplio espacio en términos geográficos dentro del cual circulan las mercancías más variadas, lo cual supone también la circulación de capitales, ya sea en efectivo o mediante cartas de pago. La reflexión propuesta, desarrollada aquí en los diversos estudios de caso, consiste en plantearse hasta qué punto la estructura comercial es anterior al establecimiento de lazos personales entre actores o si son los lazos los que preparan y permiten el surgimiento de la red comercial.

Dentro de este marco general, los autores analizan las relaciones dialécticas que existen entre ambas estructuras, contribuyendo una y otra a reforzarse con vistas a garantizar una actividad económica por definición inestable, incierta y arriesgada. Lo que

ponen entonces en evidencia los textos aquí reunidos son algunas de las reglas específicas del funcionamiento del comercio transatlántico colonial y sus fundamentos relacionales. Su lectura expone la necesidad de la presencia de algunas variables que condicionan toda actividad comercial ultramarina. La primera es sin duda la necesidad de la “confianza”. Si ésta no existe, la posibilidad de comercio a larga distancia se vuelve casi imposible. De allí que, como casi todos los autores lo afirman, llega a ser importante en estas redes comerciales la cercanía personal. Los miembros de una “red comercial” son, en primera instancia, miembros de un sistema relacional que surge de la cercanía. De hecho, los textos exhiben la dimensión “familiar” de estos sistemas relacionales, en un sentido amplio de la palabra, así como la pertenencia a grupos sociales o de identidad que favorecen o garantizan cierta cercanía sobre la cual se construye una afinidad: paisanaje, amistad, eventualmente compadrazgo, así como el hecho de sufrir una misma marginación, tanto social, como cultural o religiosa. Dicho de otro modo, el imperativo de la confianza incita a buscar en el entorno al más cercano de los comerciantes, en quien se va a depositar la confianza.

Otra de las variables que contribuyen a construir estas redes comerciales y relacionales es la búsqueda de información. Comerciar implica siempre obtener, antes que sus competidores, toda información que permita orientar con menos riesgo y más rentabilidad las actividades económicas contempladas. En este sentido, una red comercial y de relaciones es fundamentalmente una red de información. De allí la importancia decisiva de la correspondencia comercial, la que ofrece, dicho sea de paso, una riqueza de información incomparable para el trabajo del historiador. La última variable que surge de los estudios aquí reunidos es la capacidad de adaptación a las realidades locales que demuestran los comerciantes, sobre todo cuando éstos son extranjeros. Se trate de Sevilla, de Cádiz, de Cuba o de Brasil, los casos aquí estudia-

dos revelan la necesaria integración, y hasta cierto punto la aculturación, a la realidad local de estos comerciantes venidos de fuera para lograr mantenerse como comerciantes en un lugar donde son forasteros. Sin embargo, y muy especialmente los extranjeros, se preocupan al mismo tiempo por mantener relaciones de solidaridad –y por lo tanto de “identidad”– con su grupo de origen, así como con aquellos comerciantes que se encuentran en la misma situación, asumiendo por lo tanto una cierta discriminación frente a la sociedad local.

La dimensión empírica de los trabajos reunidos en este libro se completa con una fuerte inquietud de teorización. Varios autores desarrollan una interesante reflexión al respecto, como es el caso de Montserrat Cachero Vinuesa, quien fundamenta su trabajo sobre una compañía mercantil surgida en Sevilla en 1520 en un análisis de las diversas relaciones que permitieron su establecimiento. Pone en evidencia que, dentro de un grupo social de características bien marcadas y establecidas, surgieron redes más o menos estables que no necesariamente obedecían, ni siempre ni sistemáticamente, a la ley interna del grupo. Dicho de otro modo, grupo y red social cumplen con dos lógicas que no siempre se corresponden una con otra poniendo en evidencia los márgenes de maniobra del actor individual. También es interesante la reflexión llevada a cabo por Bernd Hausberger, quien, en una perspectiva plenamente microhistórica, demuestra la pertinencia y utilidad de la categoría de red social para analizar y comprender las estrategias individuales. Lo mismo ocurre con las consideraciones finales de E. van Young. Su mirada crítica del uso, a veces indiscriminado, del concepto de red social viene a recordarnos que su utilización es con frecuencia más metafórica que instrumental. De allí lo muy acertado de sus comentarios y observaciones acerca de algunas de las contribuciones y sobre todo su esfuerzo para identificar, *in fine*, un conjunto de nueve criterios que, según él, definen una red social desde la perspectiva del historiador.

No cabe entonces la menor duda de que este libro presenta un interés científico real en el contexto historiográfico actual. Por una parte ofrece una serie de estudios de caso que ejemplifican lo que la categoría “red social” puede aportar para la comprensión de las sociedades del pasado. Es cierto que, al limitar la aplicación de dicha herramienta al mundo de los comerciantes, cuyas características son muy específicas, inevitablemente se reduce la validez y sobre todo la posible exportación del modelo aquí dibujado. Sin embargo, la solida dimensión teórica incluida en varios de los trabajos reunidos en esta obra aumenta de manera significativa su interés y sobre todo el provecho de su lectura.

Michel Bertrand

*Université de Toulouse-Le Mirail*

JEAN-PIERRE BERTHE y THOMAS CALVO (eds.), *Administración e Imperio: el peso de la Monarquía hispana en sus Indias, 1631-1648*, Zamora, El Colegio de Michoacán, Fideicomiso Teixidor, 2011, 401 pp. ISBN 978-6077-7647-284

Los dos documentos históricos publicados con sus análisis preliminares por Jean-Pierre Berthe y Thomas Calvo constituyen una importante contribución a la historia política de la Monarquía hispánica. Al fin es posible conocer el número y la condición de los servidores de la corona empleados en las Indias occidentales a mediados del siglo XVII o, en palabras de los autores, saber “¿con qué medios funciona la máquina colonial hispánica?” (p. 30). Mientras que hasta ahora las cifras al respecto eran vagas o inexistentes, en esta obra son precisas y se basan en fuentes confiables, se presentan de manera crítica y son puestas en perspectiva con ayuda de otros documentos. Las publicaciones, investigaciones y sín-