



IKER
GAZTE
NAZIOARTEKO
IKERKETA EUSKARAZ

V. IKERGAZTE

NAZIOARTEKO IKERKETA EUSKARAZ

2023ko maiatzaren 17, 18 eta 19a
Donostia, Euskal Herria

ANTOLATZAILEA:
Udako Euskal Unibertsitatea (UEU)



Aitortu-PartekatuBerdin 3.0

GIZARTE ZIENTZIAK ETA ZUZENBIDEA

**Sevillan finkatutako euskal
merkatarien sare sozioekono-
mikoaren ikerketaren garrantzia
*lehen globalizazioan***

Amaia Rojo Sierra

73-80 or.

<https://dx.doi.org/10.26876/ikergazte.v.02.09>

ANTOLATZAILEA:



BABESLEAK:



LAGUNTZAILEAK:



Sevillan finkatutako euskal merkatarien sare sozioekonomikoen ikerketaren garrantzia *lehen globalizazioan*

Amaia Rojo Sierra

Euskal Herriko Unibertsitatea

Doktoregaia, amaia.rojo@ehu.eus

Laburpena:

Aurkezpen honetan, Sevillako testuinguruan modu jarraituan merkataritzan ibili ziren euskal merkatarien sarete mailak aztertuko dira, eta hori egiteko, Sare Sozialen Analisia (SSA) metodologiaren erabileraren onura eta eskaintzen dituen baliabideak aurkeztuko dira. Aitzitik, metodologia honen ahulguneak identifikatu eta hauek gainditzeko, etorkizuneko erronkei buruz hausnartuko da, merkatarien arteko harremanen jatorri eta intentsitatea antzemateko eta beraz, analisi zuzenagoak egiteko. Merkataria sare kohesionatu eta kooperatiboez baliatu ziren, eta horien bitartez, arrakastaz hazi ziren Sevillako merkataritza-gunearen baitan. Horregatik, elkarketa horiek nola osatzen ziren ikertuko dugu bertatik estrategia sozial komunak aztertuko.

Hitz gakoak: sare sozialak, euskal merkataria, kooperazioa, metodologia.

Abstract:

This paper aims to be an introduction to the analysis of the social and commercial relationships of Basque merchants using the Social Network Analysis (SNA) methodology and present the benefit and the weak points it has. These merchants, both bystander and resident, use the cohesive and cooperative networks to promoted their economic and social growth in the dynamic commercial centre of Seville in the Early Modern Period. For this reason, in this current exposition we are going to analyse the benefit of visualising trade networks through a SNA methodology, how and why these unions are formed and the creation of spaces of power, action and common survival strategies will be analysed.

Keywords: social network, Basque merchants, cooperation, methodology.

1. Sarrera eta motibazioak

Sevillan merkataritzan ibili ziren Gipuzkoako eta Bizkaiko probintzietako merkatarien harreman sozioekonomikoetara hurbilketa bat egiterakoan, funtsezkoa da jakitea pertsona hauen arteko elkar-laguntzak eta asoziazio mailak nabariak direla hautematen. Are gehiago, historiografian nahiko onartua dago euskaldunen izaera kolektibo hau, hots, jakina da euskaldunek talde trinko bat osatu zutela, Sevillako hiriaren dinamiken eta garapen ekonomiko-sozialaren babesean antolatu zirela eta elkarren artean eraikitako harreman sare horiez profitatu zirela (García, 2003; Otte, 1977). Harreman hauek zer ziren, nola jokatzeko zuten edo zeintzuek eraikitzen zituzten ordea, ikertu gabe dago oraindik.

Azken hamarkadetan gainera, sare sozialak hizpide izan dituzten lan akademiko historikoak ugaritu egin dira eta giza harremanak ardatz, fenomeno sozial, politiko eta ekonomikoak azaltzeko erabiltzen dira batik bat. Ostera, harreman sozialak erdigunera ekartzeak ez du berekin Sare Sozialen Analiaren (SSA) metodologiaren aplikazioa ekarri, ez behintzat, antropologia eta soziologiaren zientzietatik at. “Sare sozialak” kontzeptua garaikideak diren planteamendu akademikoetan etengabe erabiltzen bada ere, funtsean, gizarte historikoak interpretatzeko lentea da, Sare Sozialen Analiaren aplikazioa oso urria izaten ari den heinean. Hots, subjektuen arteko interkonexioak altuak direla azaltzeko kontzeptu metaforiko lauso eta testuingururik gabekoa

erabiltzeko joera nagusitu da, printzipioz, interpretazio hori haratago eraman eta behin-behinean frogatuko lukeen SSA metodologia aplikatua erabili beharrean (Martín, 2011). Horregatik, metodologia hau historiara eta are gehiago, gizarte modernora aplikatzea eta honek eskaintzen dizkigun baliabide eta analisi gaitasunak azaleratzea funtsezko lana da.

Gainera, ez dago soberan gogoraraztea gizakien ekintzak berak direla, azken finean, egitate historikoen funtsa. Historiaren bilakaera ez da banakako protagonisten ekintza metaketa baizik. Bidean irekitzen ari den historia berriak egunerokoaren errealitate berria azaleratzeko aukera ematen du, ulertu nahian nola bizi ziren, zer jaten zuten, zertan eta nola egiten zuten lan eta nola sufritu eta maitatu zuten aspaldiko gizon emakumeek, horien izate kolektiboak ulertzeko baliagarri diren irizpideak (Igual, 1993; Vila, 2012). Hori dela eta, gizakia bere komunitatearen baitan aztertu behar da, beste gizakiekin eta beste komunitateekin zituen harremanak kontuan hartuz, ageriko eta ez hain ageriko egituren aldakuntza mantsoa ulertzen saiatuz, pentsaeren eta gertaeren aldaketa geldoa antzemateko. Gizarte konplexu bat ezin daiteke irizpide sinpleekin aztertu, ez eta gizarte hori bakarka hartuta ere. Halako komunitateak osatzen dituzten gizarte taldeek harreman sakonak eduki ohi dituzte beste talde batzuekin, hauek modu globalago batean aztertzea baino ez litzateke modu osatuago batean ulertzeko bidea (Barros eta Navarro, 2002).

Hori dela eta, lan honen motibazioa, XV-XVI. mendeen trantsizioan merkataritzara zein itsasoko jardueretara dedikatzen ziren merkataritza horietara hurbiltzea da: haien jarduera eta ingurugiro sozialean garatu eta arrakasta lortzeko eraikitako harremanak objektu historikotzat hartuz. Horrela, merkataritza, merkataritza eta gizarte modernoa hobeto ulertuko ditugulakoan gaude. Aurkezpen honetan, labur, euskal merkatarien egoeraren hurbilpen bat egiteaz gain, hauek ikertzeko harreman sozialen garrantziaz hitz egin nahi da, aurrera ateratzen nagoen tesiaren muina direnak.

2. Ikerketa arloa eta helburuak

Aro Modernoko merkatarien figuraren inguruko historiografia nahiko zabala da, eta batez ere, Sevilla eta bere eskualdeko testuinguruan kokatu ziren merkataritza dinamikien eta horren parte ziren komunitateen ikerketa zehatzak nabarmenki ugariak dira. Burgoseko merkatariez gainera (Casado, 2008), bestelako taldeen ikerketak ikaragarritzko gorakada izan du azken urteetan, besteak beste, katalanen (Bello, 2010), galegoen (Pelenzuela, 2007) eta euskaldunen kasuek osatzen dituztenak, garaiko Sevillaren eta Monarkia Hispanikoaren protagonisten ikuspegi zabalago bat eskaintzen dutelarik. Sevillan euskaldunen presentzia aztertu dute, besteak beste, Garmendiak (1989), Garcíak (1991), Ronquillok (2004) eta azkenik, duela gutxi argitaratu den tesiarekin, Ortizek (2019).

Gainera, ikerketaren ildo hauek bat egiten dute azken urteetan euskal gizarteak bizi duen itsasoarekiko interesarekin. Izan ere, Euskal Herriko historian, azken hamarkadetan itsas historiak eta modu orokorrago batean, Erdi Aro eta Aro Berriko euskal historiak tradizio historiografiko zabalagoa eta sakonagoa duela esan dezakegu (Arízaga, 1988; Díaz de Durana eta Otazu, 2008). Egun ikerketa berrien oinarri diren eta Aro Berriko gizarte euskalduna hobeto ulertzen lagundu duten lanek historiografiak ahaztua edo bigarren mailara baztertua zegoen euskal potentzia itsastarra azalatu dute (Alberdi, 2006). Pixkanaka-pixkanaka, euskal itsas historiaren interes sozialaren gorakada ematen ari da azken urteetako museo, jarduera, lan akademiko (Itsas Memoria) eta nola ez, fundazioekin (Elkano Fundazioa) garbi ikusten dena.

Euskal testuinguru itsastar horretan, harreman sozialak kooperazio, solidaritate, kontrol eredu eta aliantza gisa ulertzearen premisatik abiatuta, harreman hauek Sevillako engranaje ekonomiko eta politikoan txertatu eta aztertuko ditugu, hots, hiriaren koiuntura dinamikoaren interesen baitan.

Sare hauek zeintzuek osatzen zituzten, nola garatzen zituzten eta nola indartzen ziren aztertu nahi da. Informazioa, kontrola, aliantzak, kooperazioa, posizio sozial, eta identitatea bezalako aspektuak kontutan izanik, bai eta biltzeko eta erronka komun batzuei aurre egiteko behararen ikuspegitik. Bai eta kapital sozialaren teoria kontutan harturik ere (Lamikiz, 2016).

Horregatik, lan honen helburua Sevillan jardun zuten euskal merkatarari, nabigatzaile eta itsas gizonak aztertzeko Sare Sozialen Analiaren (SSA) erabileraren lehen hurbilketa bat egitea da 1480 eta 1540 bitartean. Periodizazio tradizionalaren baitan, Erdi Aroaren eta Aro Berriaren trantsizio garaia da aztergai, izan ere, aldi horretan, Sevillan presentzia zuten euskal merkatarien kopurua nabarmen hazi zen, bai eta haien eragin sozioekonomikoa ere, hau nolabait Sevillako hirian modu fisiko eta sinbolikoan finkatzeraino, hots, San Francisco konbentuko Bizkaitarren Kofradiaren sorrerarekin 1540an (Ronquillo, 2004).

Aurkezpen honetan, metodologia honek mota honetako giza-ikerketetarako eskaintzen duenari buruz hausnartu nahi dut ere, izan ere, euskaldunak haien artean harreman sare trinkoa osatu zutela esaten da, baina nola?

3. Ikerketaren muina: Euskal lobby saretua Sevillan

Esan bezala, lan akademiko historikoez ondo dokumentatua dute euskal merkatariek talde trinko bat osatu zutela, eta Sevillako hiriaren dinamiken eta garapen ekonomiko-sozialaren babesean antolatu zirela. Euskal merkatariek kopuruz talde txikia osatzen bazuten ere, arrakasta handia lortu zuten negozioen munduan. Era berean, euskaldunak (bizkaitar eta gipuzkoarrak) Sevillako gizartean nekez integratu zirela arrazoitzen zuten errelatoak ere aspaldi gainditu dira, eta ebidentzia nagusiz onartua dago, XVI. mendearen hasierarako euskaldunek lehen mailako *nazio* taldea osatzen zutela. Nazio terminoa Erdi Aroko kontestuaren baitan ulertuta, noski (Angulo, 2015).

Merkatarari hauek posizio oso faboragarriak okupatzen zituzten eta elkarrekin harremantzeko eta taldean jokatzeko ohitura zuten. Baina nola ikertuko dugu hori? Elkarrekin harremantzeko joera hori nola antzeman daiteke? Eta batez ere, zergatik da garrantzitsua harreman horiei erreparatzea merkataritzara dedikatu ziren pertsona horietan?

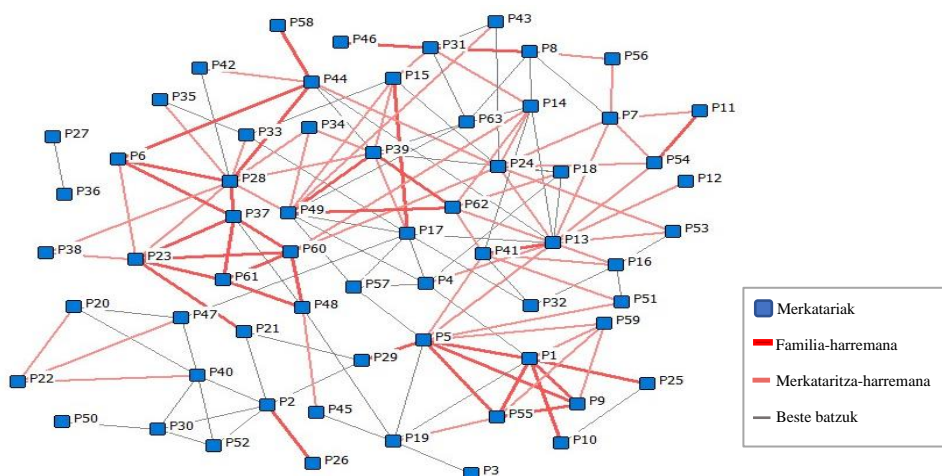
Arestian proposatutako metodologiaren bertuteak erakutsi nahian, jarraian, hainbat erlazio motaren azterketa bateratua aurkezten dugu datu multzo bakar batean, hau da, soziograma bakar batean. Grafo honetan, euskal *nazioko* gizabanakoen arteko elkartze-sare maila irudikatzen da. Horretarako, analisi beraren bidez bateratu ditugu familia-harremanak, merkataritza-harremanak (konpainiak, faktoreak, maileguak) eta bestelakoak (talde harremana, lankidetzeta eta elkartzea). Aurkezpen honetan ez ditugu soziograma honek erakusten dizkigun datu guztiak azalduko baina bai pare bat datu, nahiko esanguratsuak direnak eta merkatarari horien inguruan gehiago jakiteko baliagarriak direnak: familiaren garrantzia eta euskaldunen arteko merkataritza tratuen maiztasuna.

Lehenik eta behin, familiaren garrantzia merkataritzan. Jarraian dagoen grafoan ikus daitekeen bezala, ahaide harremanengatik lotutako norbanakoen kopurua nahiko altua da, hau da, Sevillan merkataritzan jarduten zutenen artean, asko familia berekoak ziren, eta gainera, haien artean ezkontzen ziren. Izan ere, garai hauetan, interes ekonomikoak eta senitartekoak uztartzea eta familia enpresak eratzea oso ohikoa zen, eta horrenbestez, Sevillara iritsitako merkatarari asko senideak izaten zituzten hirian merkataritzan aritzen. Merkatariek normalean familia harremanak erabili zituzten euren influentzia sareak garatzeko, eta Sevillara senideak ekartzen zituzten (anai, seme, iloba) merkataritza edo bestelako jardueretan lehen hastapenak emateko eta gero euren konfiantza gizonak bihurtzeko (Caunedo del Potro, 2006). Familia-erakundea, Europako beste herri batzuetan bezala, funtsezko elementua izan zen gizarte-harremanen sistema konplexuan.

Hain zuzen ere, badirudi Sevillan ere ahaidetasuna izan zela harreman mota nagusietako bat: ahaideek elkarren artean zuten betebeharrak anitz eta bidirekzionalean oinarrituta. Merkataritzan familiak berebiziko garrantzia zuten, horregatik askotan senideak ziren gure pertsoniak merkataritzan sartzen zituztenak (Oliveri, 2009). Adibide pare bat ematearren, Anton de Novia merkataria bilbotarra koinatu batek sartu zuen merkataritzan «*biviendo en la dicha villa fasta que un cunnado suyo lo llevara a otras partes donde avía estado*»¹. Eta Nicolas eta Juan Sanchez de Aramburu azkoitiarren kasuan, aita semea negozioetan murgildu eta ofizioa irakatsi zion eta Juan gaztea zela, Sevillara bidali zuen, ziurrenik Nicolas beraren negozioak gertutik jarraitzeko².

Horregatik, familien eraketarako, ezkontzek berebiziko garrantzia zuten: ezkontzak loturak indartzeko baliabide oso ohikoak zirelako, familia-arte harremanak estutzeko edota interes ekonomikoetatik abiatutako sareei oinarri sendoago bat emateko. Ezkontzen eta familia erlazioek harreman sare trinkoak osatzen zituzten, etxe, familia edota merkatarien interesak defendatzeko beharrezkoak, eta merkatarientzako, askotan igoera sozialaren oinarri (Oliveri, 2009). Hori dela eta, merkataria hauek normalean euren senide politikoekin lotura sendoak izango zituzten eta askotan harreman horiek plano ekonomikora eraman zituzten ere, konfiantzazko pertsonak ziren heinean. Horregatik, ezkontzek berebiziko garrantzia zuten. Sevillan finkatutako merkatarien ezkontza joerei erreparatu gero, euskaldunak, burgostarrek ez bezala, ez zuten bertako noblezia edo elitearekin batzeko lehentasun edo nagusitasunik izan, eta normalean, joera endogamikoak garatu zituzten, eta jatorrizko botere instituzioetako elitearen artean elkartzen jarraitzen zuten. (Arbaiza, 1996).

1. irudia. Merkatarien harreman saren grafoa



Grafoan ikus dezakegun bezala, familia harremanez gain, euskaldunen artean negozioak egiteko joera handia zegoela ere ikusi daiteke. Grafoan negozioak behin baina gehiagotan eginiko pertsonen arteko loturak nabarmen ugariak dira, eta era berean, merkataria asko biltzen dira horien baitan, beraz, elkarrekin merkataritzan aritzeko joera ere ohikoa izango zela ondoriozta daiteke.

Merkataria hauen tratu ekonomikoak oso anitzak ziren eta testuinguru eta behararen arabera, negozioak pertsona desberdin askorekin egiten zituzten (burgostarrek, genovarrek, portugeseekin etab.). Hala ere, merkataritzarako leialtasun eta konfiantza hain garrantzitsua izanik, euskaldunak konpainiak eta epe luzeko tratuak egiteko elkarri lotzeko joera zuten (Azpiazu, 1990). Izan ere, merkataritzan harreman estuak garatzea oso ohikoa eta beharrezkoa zen eta merkataria askok denbora luzez sozio berberekin egin zuten lan, konpainietan, negozio-kideen arteko harremana sendoa zen, eta, beraz, bi aldean artean laguntza, leialtasuna eta elkarrekiko

¹ *Carta Executoria De La Hidalguía De Antón De Novia* (Fernández eta Ostos, 2003).

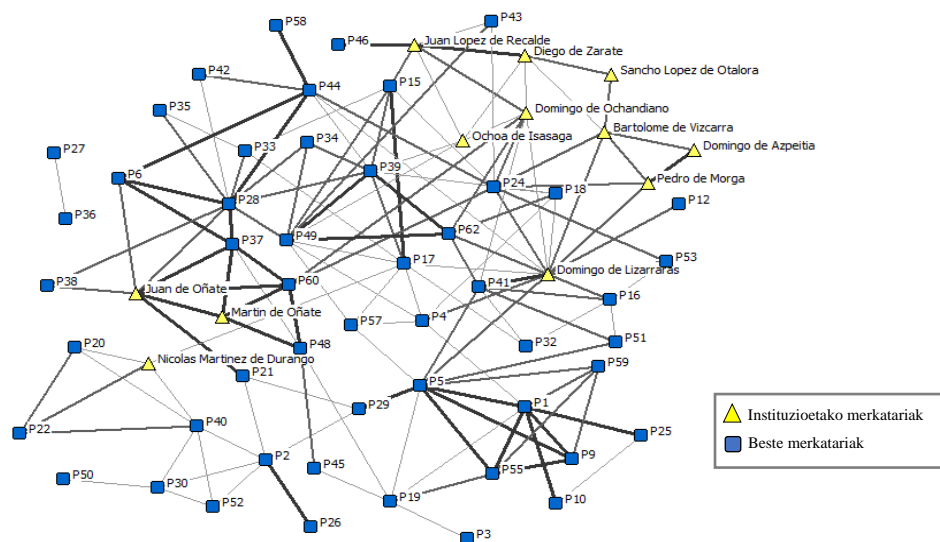
² AGG-GAO JDIM4/9/1, Ejecutoria de Hidalguía de Juan Sánchez de Aramburu.

konfiantza ziren nagusi (Caunedo del Potro, 2006). Logikoa den bezala, konfiantza eta leialtasunak paper funtsezkoa jokatzen zuten merkatarien artean, ez bakarrik itsasoaz haraindiko merkataritza jardueretan, jarduera lokaletan negozioetan konfidentzialtasunak berebiziko garrantzia baitzuen (Lamikiz, 2016). Hori dela eta, kasu askotan negozioetatik eraikitako harremanak oso modu estu eta jarraituan ematen ziren eta horregatik izan ditugu aztergai. Negozioen munduan haien arteko merkataritza-harremanak oso anitzak izan ziren, bai negozio puntualak eginez, bai konpainiak sortuz, faktore gisa, kargatzaile bezala, botereak emanez «*para todos sus asuntos*» eta baita dirua mailegatuz ere (Ronquillo, 2004).

Adibide berbera erabiltzearen, Nicolas eta Juan Sanchez de Aramburu azkoitiarrak ekarriko ditugu berriro ere gogora. Izan ere, Sevillan presentzia eta arrakasta handiko bi merkataria izan ziren. Familian jardutera ohituta, Gipuzkoako negozio-kideekin osatu zituzten konpainia asko, hauek ere familiengatik ordezkaturak, hala nola, Oñatiko Ibañez de Hernani eta Lazarraga familiako kideak; Bergarako Martinez Jauregitarrak eta Mallea-Eguino familiakoekin besteak beste. Familia hauetako kideak oso modu estuan harremanetan ziren eta negozio eta sozioak ere errepikatzen zituzten (Sardone, 2015).

Bukatzeko, Sare Sozialen Analiak merkataria hauen jatorri eta posizioa ere kontestuan aztertzeo ere balio du. Grafoari atributuak gehituz gero, adibidez, Sevillako instituzioetan postu nabarmenak okupatu zituztenak, besteak beste, Kontratazio Etxean, banku publikoetan, katedralean eta Inkisizioan merkataria hauek zein posizio, maiztasun eta norekin harremanetan ziren aztertu dezakegu. Bereziki garrantzitsuak izan ziren Kontratazio Etxean izan zituzten postuak, azken batean, Koroaren Amerikako merkataritzaren monopolioa egituratzen zuen erakundea zen eta honen gorpuzte prozesua euskal eta burgostar interes ekonomiko-politikoak ordezkatzeko zituzten pertsonen osatua zegoen (Franco, 2005). Era berean, Sevillako Inkisizio Santuaren postu laikoak ere euskal jatorriko pertsonengatik ordezkatuak izan ziren eta Sevillako hiriko bankari garrantzitsuen artean, genovarrez gain, Pedro de Morga eta Domingo de Lizarraras euskaldunak nagusitu ziren (Igual, 2007). Gainera, garai horretan eginiko Ameriketako espedizioen atzean euskaldunen eragina nabarmen handia zen. Espedizio hauen antolaketa aurrera eramanez zuten merkatal azpiegiturretan, zeinak, monarkiari baliabide eta errekurtsio nahikorik ez zuten garai horietan, funtsezko bihurtzen ziren, are gehiago, espedizioaren planteamendua, prestaketa, finantzazioa eta armamentua merkataria, itsas gizon batzuen gain gelditzen zen, koroari estuki lotuak zeudenak, interes pertsonalak uztartzen zituztenak eta euren artean ere, harreman sare sendoak zituztenak (Mena, 2012).

2. irudia. Karguak dituzten merkataria



Ikusi bezala, garai honetan lehen mailan dauden euskaldunen presentzia oso adierazgarria da eta hori sarean identifikatzea ere garrantzitsua da haien arteko harremanak testuinguratzeko. Grafoan antzeman daiteke instituzio eta erakundeetan postuak zituztenen arteko sarete maila altua zela, eta batez ere nabarmena da, ia denak elkarri loturik daudela, Kontratazio Etxeko ofizialen, bankarien eta Ofizio Santuko karguen artea bereziki (grafoaren goialdean).

Horregatik, pentsatzekoa da talde bezala onurak izango zituztela. Izan ere, merkatarien onura edo arrakasta ekonomiko pertsonalak hainbat faktoreen baitan eman daitezke: negozioetarako jarduna, zoria eta gure kasuan aztertuko duguna, ondo inguratua egotea eta ingurugiro faboragarria izatea. Arestian jarritako adibidera bueltatuz, Nicolas Sanchez de Aranbururi buruz badakigu itsas kredituen eragiketetan ere parte hartu zuela Indietako Karreraren lehen urteetan, beraz, zalantzarik gabe, Aranburu *burdingintzaren merkataritzan aritzen zen euskal merkatari soil* bat izatetik oso urrun zegoen (Bernal, 1993); eta, euskaldunekin, eta bertako Kontratazio Etxeko ofizial euskaldunekin, harreman estuak izan zituen, beraz, harreman horien onura jaso zuela pentsatzekoa da, 1513an berriro ere, armada ofizialen prestaketa eta hornikuntzan izandako parte hartzea nabaria izan baitzen, beste euskaldun batzuekin batera, besteak beste, Domingo de Ochandiano eta Domingo Lizarraras bankariarekin Pedrarias agindutako flota handiaren horniduran (Mena, 2012). Era berean, Pedro de Morga bankariaren igoera meteorikoa Sevillako merkataritzan eta Ofizio Santuko hierarkiaren baitan ezin uler daiteke harreman sareek emandako babesik gabe. Izan ere, igoera hau Bartolome de Vizcarra bizkaitar eta batez ere bere koinatu, Domingo de Azpeitiari lotuta egon zen (Ortiz, 2019). Eta azken honetatik herentzian jaso zuen Konfiskatutako Ondasunen Hartzaile kargua 1560an (Gil, 2001). Esan dezakegu, kasu hauetan hain modu garbian ikusten den kontaktu- eta banaketa-sare konplexu hori erabakigarria izan zela pertsona jakin batek negozioen munduan eta Sevillako igoera sozialean zuen ibilbidea ulertzeko.

4. Ikerketaren ondorioak

Metodologia honi esker euskal sare egituratu eta trinko baten inguruan hitz egitea posible dela uste dugu, eta sare kohesionatu hau egotea ezinbestekoa izan zela Sevillako merkataritzan-gune dinamikoaren barruan hauen hazkunde ekonomiko eta soziala sustatzeko. Sevillan zeuden probintzietako pertsona hauek ez zuten talde homogeneorik osatu, baina esan dezakegu beraien arteko elkar-laguntzak eta asoziazio mailak kapital sozialaren, Sevillako testuinguruko igoera sozial eta arrakasta ekonomikaren ikuspuntutik bereziki garrantzitsuak izan zirela.

Era berean, honek guztiak, ondorio honetara garamatza, garaiko gizartea ulertzeko tresna baliagarriak ditugu harreman sareak, ikuspegi antropologiko eta soziologiko batetik aztertuz, giza harremanak historikoki ikertzea posible egiten dutelako. Esandakoaren haritik, uste dut badaudela Sare Sozialen Analiaren esparruan lanean jarraitzeko alderdiak, metodo konplexuagoak eta osatuagoak oraindik ere, baina hauek moldatu eta etorkizunari begira hobetzeko beharra lan honen eta harremanen analisiaren funtsa bera da: tesian zehar egiten jarraituko duguna.

5. Etorkizunera planteatutako norabidea

Kasu honetan topatuko dugun ahultasun metodologiko handiena hau da: harreman maila estuenak negozioen kidetasun eta familia harremanen baitan eratzen direla eta beraz, askotan horiek uztartu egiten direla. Hortaz, horiek batera ematen direnez, elkarrekin adieraztea ezinezkoa da, baita horiek elkar banatzea ere. Zer da garrantzitsuagoa bi merkatarien arteko ahaidetasun harremana koinatuak direlako, ala harreman ekonomikoa konpainia bereko sozioak direlako?

Ahultasun horrek ordea, mamitzen du ikerketa, eta hau, harremanak askotarikoak eta sozioekonomikoak direla konturatzea da; soziala eta ekonomikoa batera, batak bestetik behar duelako. Izan ere, ekintzaile izateak bere arriskuak zituen, baina instituzio politikoaren, familia edo antolaketa sozial eta erlazio sare ondo egituratuekin jarduteak, zeinak, informatzeko eta

laguntzeko ahalmena zutenak, merkatal jardueraren arriskuak minimizatzen zituen (García, 2012). Merkatari hauek askotan merkataritza familia enpresak sortuko dituzte eta beraz, familia eta negozio harremanak bereiztea zaila da.

Horren ildo beretik, eta etorkizunari begira, harremanei heltzeko beste esparru bat ere arakatu behar dugu: laguntasunarena alegia. Hau da, pertsonak, eta kasu honetan merkataria elkarri harremantzeko beste faktore bat afektu eta laguntasuna izango zen. Hori ezinbestean leialtasun eta konfiantzari ere loturik dagoena. Nahiko harrigarria da azken hamarkadetako penintsulako historiografian nola ez den ia adiskidetasunaren historiari buruzko ikerketarik egin, eta oro har, emozioei lotutako beste gai batzuei buruzkoak nagusitu diren, hala nola maitasuna, beldurra, eromena, pribatutasuna, sexualitatea, sentiberatasunaren formak, imajinarioa, etab. (Villa, 2016). Laguntasunari buruzko ikerketak oso urriak dira garaiko merkataritza-pentsamoldeak lankidetzat, kooperazioa, senidetzea eta adiskidetasuna sustatzen zituela kontutan izanik. Batez ere negozioetan, kontuan izan merkataritzarako adiskidetasunaren zentzua, non konfiantza eta elkarrekikotasunak dena suposatzen zuen, baita ohorearen zentzua, gainerakoek haiengatik espero zutenaren arabera jokatzera bultzatzen zuena (Etxeberria, 2017). Adiskidetasuna maila ekonomiko hutsean sortu zitekeen, baina, aldi berean, plano ekonomikoa gainditzen zuen, adiskidetasun-lotura askoz ere biziagoak sortzeko. Adibidez, testamentuak afektuaren erakusle handiak dira, albazeen aukeraketa, lekukoak, oinordekoak edo testamentu-mandatuak norentzat ziren ere erabakitzen zelako. Era berean, hartzekodun edo zordunak zehazten ziren (ez zen mailegurik ematen edo lortzen nolabaiteko konfiantza-mailarik gabe) eta inplizituki harreman estuen adierazle ere baziren (Rubio, 2016).

Horregatik, emozioen historiaren garrantzia azpimarragarria da, analisi antzu eta desitxuratuak saihesteko funtsezkoa baita, harremanen intentsitate eta jatorriari buruz ere hitz egiteko, eta kategoria presentista zurrunak ez errepikatzeko. Horregatik, ezinbestean etorkizuneko nire ikerketaren ildoak markatuko du.

6. Erreferentziak

- Alberdi, X. (2006). *Conflictos de intereses en la economía marítima guipuzcoana. Siglos XVI-XVIII*, Universidad del País Vasco, Donostia.
- Angulo, A. (2015). Criaderos de agentes económicos. Las colonias mercantiles vascas en los inicios de la Edad Moderna (1450-1550), in Rubio Martínez, A. Vitores Casado, I. & Goicolea Julián, J. (arg.), *Hacienda, fiscalidad y agentes económicos en la Cornisa Cantábrica y su entorno (1450-1550)*, Euskal Herriko Unibertsitatea, Bilbao, 139-176.
- Arbaiza, M. (1996). Estrategias matrimoniales y reproducción social en el País Vasco Holohúmedo, *Vasconia: Cuadernos de historia-geografía*, 24, 33-57.
- Arízaga, B. (1986). La figura del mercader vizcaíno en la Baja Edad Media, *Congreso de Estudios Históricos Vizcaya en la Edad Media*, Eusko Ikaskuntza, Donostia, 319-327.
- Azpiazu, J. A. (1990). *Sociedad y vida social vasca en el siglo XVI. Mercaderes guipuzcoanos*, Fundación Cultural Caja de Guipúzcoa, Donostia.
- Barros, C. & Navarro G. (2002). El manifiesto Historia a Debate: una nueva tendencia historiográfica abierta y global, *Anales de la Universidad de Alicante: Historia medieval*, 13, 365-378.
- Bello, J. M. (2010). La presencia catalana en Andalucía a finales de la Edad Media, *Anuario de Estudios Medievales*, 40/1, 93-127.
- Bernal, A. M. (1993). *La financiación de la Carrera de Indias (1492-1824) : Dinero y crédito en el comercio colonial español con América*, Tabapress D. L., Sevilla.
- Casado, H. (2008). *Comercio y hombres de negocios en Castilla y en Europa en tiempos de Isabel la Católica*, Sociedad Estatal de Conmemoraciones Culturales. Madrid.

- Caunedo Del Potro, B. (2006). La formación y educación del mercader, in García De Cortázar, J. A., De La Iglesia, J. I., Casado, B. & García, F. J. (koor.), *El comercio en la Edad Media: XVI Semana de Estudios Medievales*, Instituto de Estudios Riojanos, Logroño, 443-454.
- Etxeberria, I. (2017). *La Plata embustera emociones y divorcio en la Guipúzcoa del siglo XVIII*, Euskal Herriko Unibertsitatea, Bilbao.
- Fernández, M. & Ostos, P. (2003). *El Tombo de los Reyes Católicos del Concejo de Sevilla, Tomo XI 1502-1503*, Fundacion Ramón Areces, Madrid.
- Franco, A. (2005). Las Inversiones en Lebrija de Juan López de Recalde, Contador Mayor de la Casa de la Contratación, *Cuadernos de Historia de España*, 79, 115-166.
- García, E. (2012). Los negocios del hombre Comercio y rentas en Castilla siglos XV y XVI, in Bonachía Hernando, J. A. & Carvajal De La Vega, D. (arg.), *Hombres y Mujeres de negocios del País Vasco en la Baja Edad media*, Castilla Ediciones, Valladolid, 107-145.
- García, L. (1991). *Sevilla, los vascos y América: las exportaciones de hierro y manufacturas metálicas en los siglos XVI, XVII y XVIII*, Laida D.L., Madrid
- Garmendia, J. (1989). Diccionario biográfico vasco: méritos, servicios y bienes de los vascos en el Archivo General de Indias, *Vasconia: cuadernos de historia-geografía*, 12, 9-332.
- Gil, J. (2001). *Los conversos y la Inquisición sevillana*, Universidad de Sevilla, Sevilla.
- Igual, D. (1993). Valencia y Sevilla en el sistema económico genovés a finales del siglo XV. *Revista d'Història Medieval*, 3, 79-110.
- (2007). Banqueros y comerciantes italianos en España en tiempos de los Reyes Católicos, in Casado Alonso, H. & García Vaquero, A. (arg.), *Comercio y hombres de negocios en Castilla y Europa en tiempos de Isabel la Católica*, Congreso Internacional, Sociedad Estatal de Conmemoraciones Culturales, Madrid, 151-179.
- Lamikiz, X. (2016). ¿Qué tipo de capital social generaron los gremios de comerciantes? Reflexiones a partir del ejemplo del Consulado de Bilbao, 1511- 1829, in Angulo Morales, A. & Aragón Ruano, A. (koor.), *Recuperando el Norte: empresas, capitales y proyectos atlánticos en la economía imperial hispánica*, Euskal Herriko Unibertsitatea, Bilbao, 103-128.
- Martín, M. A. (2011). Redes medievales: oligarquías del siglo XV y análisis de redes sociales, in Carvajal, D. Añíbarro, J. eta Vitores, I. (arg.), *Redes sociales y económicas en el mundo bajomedieval*, Castilla Ediciones, Valladolid, 55-75.
- Mena, C. (2012). Preparativos del viaje de Diego de Nicuesa para poblar la Tierra Firme. Sevilla y los mercaderes del comercio atlántico (1509), *Revista De Indias*, 72(256), 617-650.
- Oliveri, O. (2009). *Mujer, casa y estamento en la Gipuzkoa del siglo XVI*, Gipuzkoako foro Aldundia, Donostia.
- Ortiz, J. (2019). *La comunidad vasca de Sevilla y la trata de esclavos (s. XVI)*, Universidad del País Vasco, Sevilla.
- Otazu, A. & Díaz de Durana J. R. (2008). *El espíritu emprendedor de los vascos*, Sílex, Madrid.
- Otte, E. (1977). *Sevilla y sus mercaderes a fines de la Edad Media*, Universidad de Sevilla. Sevilla
- Palenzuela, N. (2007). Los gallegos en Sevilla en el siglo XV, *Medievalismo*, 17, 151-186.
- Ronquillo, M. (2004). *Los vascos en Sevilla y su Tierra, Fundamentos de su éxito y permanencia*, Diputación Foral de Bizkaia, Bilbao.
- Rubio, J. (2016). Solidaridad estudiantil y actitudes ante la vida y la muerte en la Universidad de Salamanca del siglo XVI: la nación de Extremadura, *Tiempos Modernos* 32(1), 178-203.
- Sardone, S. (2015). El ocaso de un gran mercader de Oñate. Martín Ibáñez de Hernani y la requisa de su tesoro novohispano en 1545, in Álvarez Gila, O. & Bosco Amores, J. (arg.), *Del espacio cantábrico al mundo americano: perspectivas sobre migración, etnicidad y retorno*, Euskal Herriko Unibertsitatea, Bilbao, 71-112.
- Vila, E. (2012), Redes mercantiles y sociales entra Sevilla y Lima, [in] Vila Vilar, E. eta Lacueva Muñoz, J. (arg.), *Mirando las dos orillas: intercambios mercantiles, sociales y culturales entre Andalucía y América*, Fundación Buenas Letras, Sevilla, 183-209.
- Villa, J. (2016). La amistad en la mentalidad medieval: análisis de los tratados morales de la Península Ibérica, *Lemir*, 20, 191-210.