

# Nuevo Mundo Mundos Nuevos

Nouveaux mondes mondes nouveaux - Novo Mundo Mundos Novos - New world  
New worlds

Débats | 2019

La primera globalización desde América: comercio, agentes y bienes entre el mundo atlántico y pacífico, ss. XV-XVII – Coord. Alejandro García Montón et Bethany Aram

ALEJANDRO GARCÍA MONTÓN

---

## Comercio local en una encrucijada global: almonedas y mercados de segunda mano en la ciudad de Panamá (c. 1550-1650)

*Local Trade at a Global Crossroads: Auctions and Second-Hand Markets in Panama City (c. 1550-1650)*  
[08/10/2019]

---

### ***Résumés***

Español English

El istmo de Panamá fue un centro de tráfico comercial clave en la articulación de algunas de las cadenas de intercambios de mayor impacto a nivel global durante la edad moderna, como el tráfico de esclavos africanos hacia el Perú o el comercio de plata potosina hacia China vía la península ibérica. A pesar de ello, sabemos muy poco sobre las formas y las características que adoptaron los intercambios cotidianos en el istmo, no dirigidos al negocio de la reexportación sino a alimentar el consumo diario de sus habitantes. Este artículo interroga las almonedas vinculadas a los expedientes de “bienes de difuntos” de la ciudad de Panamá como una ventana documental privilegiada que nos permite acercarnos a la dimensión local y el funcionamiento de los mercados de segunda mano en un espacio caracterizado por su papel como “portal de globalización”.

The Isthmus of Panama was a nodal point articulating some of the most important trade routes established during the sixteenth and the seventeenth centuries, like the African slave trade to Peru or the silver trade connecting Potosí with China through Europe. However,

historians know little about how local trade took place on a daily basis in this region. To fill this lacuna, this article investigates the auctions of “goods of the deceased” taking place in Panama City between 1550 and 1650. These auctions offer a unique opportunity to shed light on how second-hand markets worked at a “portal of globalization” like the Isthmus of Panama.

---

## ***Entrées d'index***

**Keywords :** Panama, auctions, second-hand markets, local trade, global trade

**Palabras claves :** Panamá, almonedas, mercados de segunda mano, comercio local, comercio global

### **Notes de l'auteur**

El presente trabajo se ha realizado en el marco del proyecto de investigación “An ARtery of EMPIRE. Conquest, commerce, crisis, culture and the Panamanian Junction (1513-1671)” (ERG CoG 648535), financiado por el European Research Council (Horizonte 2020); en relación al proyecto HAR2014-52260, financiado por el Ministerio de Economía y Competitividad de España; y al grupo PAIDI HUM 1000 “Historia de la Globalización”.

---

## ***Texte intégral***

El autor quiere agradecer a Bethany Aram, Amelia Almorza Hidalgo y Jorge Díaz Ceballos los diferentes comentarios y sugerencias realizados sobre el texto durante su fase de elaboración. Buena parte del trabajo de archivo que sustenta esta investigación se ha realizado en cooperación con Amelia Almorza Hidalgo.

# **Introducción**

- 1 Durante el mes de noviembre de 1624, unas cuarenta personas acudieron a la plaza mayor de Panamá para comprar algún producto, en su mayoría usados, en la almoneda de Juan Pérez Villalobos, recientemente fallecido. El objetivo de la almoneda no era otro que el de transformar el patrimonio material del finado en numerario para ser enviado a sus herederos en Sevilla. Los compradores invirtieron unos 1.214 pesos, pudiendo adquirir productos tan variados como “un ferreruelo de jergueta viejo, verdoso y aceituní”, “dos cajetillas de Flandes” o 37 libras de pimienta (unos 17 kilos).<sup>1</sup> Quizás algunas de las personas que participaron en la almoneda también acudieron pocos meses antes, en junio, a la feria de Portobelo. Tal y como era habitual, frangotes, cajas y cajones, tinajas, baúles y todo tipo de bultos fueron desembarcados de manera estrepitosa. El valor de aquella flota ascendió con seguridad a los 9.340.422 pesos, si bien solo alrededor del 5 por ciento del valor de las mercancías era destinado para su consumo en el istmo, unos 467.021 pesos.<sup>2</sup>
- 2 El contraste entre la gran feria “global” de Portobelo y la limitada almoneda “local” en Panamá visibiliza la coexistencia en un mismo espacio geográfico de dos mercados que respondían a dinámicas comerciales muy distintas, pero también muy características de la primera edad moderna. Por un lado, las cadenas de intercambios de larga distancia, de vocación mundial y vehiculantes de productos de primera mano y, por otro, los circuitos locales por los que circulaban productos y bienes muchas veces ya usados.
- 3 El istmo de Panamá fue un centro de tráfico comercial clave en la articulación de algunas de las cadenas de intercambios de mayor impacto a nivel global durante la edad moderna, como el tráfico de esclavos desde África hacia el Perú o la salida de plata potosina hacia la península ibérica y desde allí en gran parte hasta el imperio chino.<sup>3</sup> Así pues, y siguiendo a Naumann y Middell, podríamos identificar al istmo de Panamá como un “portal de globalización”.<sup>4</sup> En este sentido, el remozado interés por el comercio a larga distancia ha incidido sobre los diferentes mecanismos que

soportaron la circulación de bienes a escala plantearía desde el siglo XVI.<sup>5</sup> A la luz de tales inquietudes, también se ha documentado la presencia de productos procedentes de las cuatro partes del mundo en Hispanoamérica, cuyo consumo resultó en muchas ocasiones pionero frente a Europa.<sup>6</sup> Sin embargo, esta atención no ha sido acompañada por un interés similar sobre las maneras en las que finalmente los consumidores hispanoamericanos accedieron a productos que, si bien eran transportados a lo largo del globo, debían engastarse en lo local y en la escala de lo cotidiano.<sup>7</sup>

4 Las siguientes páginas analizan el mercado que constituyeron las almonedas vinculadas al tribunal de bienes de difuntos en la ciudad de Panamá, desde la fundación de la institución en 1550 hasta la destrucción del enclave urbano original con el asalto de Henry Morgan en 1671. De este modo se exploran las circulaciones de bienes y productos a escala local en un “portal de globalización”. En este sentido, el objetivo de este ensayo no pasa tanto por incidir en qué se ponía a la venta o qué se adquiriría. No es difícil encontrar en las almonedas panameñas productos de muy diverso origen provenientes de China, Calabria, Flandes, Portugal, Castilla, Rusia, Perú o México y de los que, además, la historiografía ya ha dado cuenta en cierta medida.<sup>8</sup> Se trata, en cambio, de dilucidar (i) las formas en las que dichos productos fueron distribuidos, es decir, cómo se vendían y cómo se compraban, y (ii) qué tipo de personas pudieron acceder a ellos a través de este mercado concreto.

5 Esto se hace desde una perspectiva que pone en valor la idea de que la economía preindustrial fue más una economía de la circulación, en cualquiera de sus múltiples escalas y modalidades, que de la producción. Todo ello permite reflexionar e indagar sobre los múltiples procesos por los que bienes y productos se filtraron y circularon en una sociedad cuyos canales de distribución no respondieron necesariamente a mecanismos de mercado sino a una economía de lo familiar, de la gracia o del regalo y en la que la aplastante realidad de los intercambios se enmarcó en las circulaciones de segunda mano. Las limitaciones productivas del entramado socioeconómico del Antiguo Régimen no solo coadyuvaron a ello sino también el hecho, crucial, de que la valorización de lo nuevo no fuera una de las claves principales a la hora de determinar las elecciones de los consumidores.<sup>9</sup>

6 Tal y como hace tiempo advirtió Vila Vilar, la falta de preservación de fuentes notariales panameñas hace que los registros de bienes de difuntos constituyan la única fuente documental conocida hasta el momento para acercarnos de manera sistemática a la dimensión local y el funcionamiento de los mercados de la ciudad de Panamá.<sup>10</sup> Por ende, estas páginas avanzan en la exploración de la riqueza de los expedientes de bienes de difuntos. Si bien estos han sido fundamentalmente explotados por otros trabajos desde la perspectiva de los inventarios que contienen, el análisis de las almonedas que también se recogen en los mismos expedientes ha pasado prácticamente inadvertido.

## Mercados, ferias y rutas comerciales en Panamá

7 Panamá fue la primera ciudad establecida por los europeos en las costas del Pacífico americano. El 15 de agosto de 1519, Pedrarias Dávila fundaba el enclave que, por su papel geoestratégico como paso terrestre entre el océano Atlántico y el Pacífico, estuvo llamado a jugar un papel insustituible en la articulación del imperio español. Solo a mediados del siglo XVIII el auge de la navegación por el cabo de Hornos consiguió relativizar la importancia de esta encrucijada de caminos.

8 El carácter conectivo del istmo de Panamá varió en función de los diferentes circuitos comerciales de los que formó parte. Mientras que el istmo jugó un papel central en los intercambios y la circulación de personas, tanto libres como esclavas,

y de bienes y productos entre la península ibérica y África con el Perú y viceversa, su papel en las rutas que conectaban el Perú con Acapulco y después Filipinas fue accesorio.<sup>11</sup> En cualquiera de los dos casos, el istmo operó más como un lugar de paso y no tanto una plaza de contratación. En el istmo, fueron los transportistas panameños -dueños de trenes de mulas, lanchas y canoas- y no los mercaderes locales quienes se erigieron como el principal grupo reconocible vinculado a la práctica del comercio y, sin duda, con mayor peso político frente a las autoridades locales, la Corona o corporaciones como el poderoso Consulado de Lima.<sup>12</sup> Por lo tanto, el “trajín” y no la “contratación” fue la nota dominante del papel jugado por el istmo en la articulación de los intercambios a larga distancia.

9 Arrieros panameños, mulas nicaragüenses y esclavos africanos fueron la columna vertebral que hizo posible las míticas ferias de Nombre de Dios y Portobelo. A estas ferias, que apenas duraban unas semanas, acudían mercaderes peruanos y españoles para proceder al intercambio de mercancías. Los escasos 80 kilómetros de montañas, ríos y selva tropical que separaban las rutas de navegación transatlánticas de aquellas del Pacífico sur fueron salvados gracias a la infraestructura ofertada a precio de oro por los transportistas locales.<sup>13</sup> La primera feria data de 1544. La instauración en 1561 del sistema de flotas y galeones entre Sevilla y el Caribe estabilizó la celebración de la feria que, tras la destrucción de Nombre de Dios por Francis Drake en 1596, fue trasladada a Portobelo, teniendo lugar su última edición en 1737. Entre 1544 y 1737 se celebraron 95 ferias -tal vez dos más (1665 y 1681). Castellero Calvo estima que entre 1531 y 1660 alrededor del 60 por ciento de los metales preciosos que llegaron a España cruzaron el istmo de Panamá, sumando un valor de unos 265 millones de pesos. Este mismo autor establece el valor del tránsito de mercancías durante este mismo periodo ascendió a más de 2.000.000.000 pesos. Sin embargo, las ferias de Nombre de Dios y Portobelo solo funcionaron como mercados de manera muy limitada. En 1645, el presidente de la Audiencia era claro al respecto: en Portobelo “nadie que trae mercaderías las quiere vender sino enviarlas a Lima”.<sup>14</sup> Tal y como ha explicado C. Álvarez Nogal, aquellos eventos fundamentalmente sirvieron para amparar la carga y descarga de mercancías que no eran compradas o vendidas, sino que cambiaban de manos entre consignatarios.<sup>15</sup>

10 El istmo de Panamá sí operó como destino final de otros intercambios. La escasa producción agrícola del hinterland panameño, con excepción de la carne vacuna, y una discreta actividad manufacturera fomentaron el comercio interregional de provisiones y enseres desde Guayaquil, Lima, Realejo o Trujillo hasta Panamá por el Pacífico, y desde las islas de Barlovento, Cartagena o Tolú hacia Portobelo en el Caribe.<sup>16</sup> Entonces, si la ciudad de Panamá fue un centro de tránsito comercial por vocación y por necesidad y aun cuando en sí misma constituyó “un mercado diminuto”, ¿de qué manera podían acceder los habitantes de la ciudad de Panamá a los bienes de consumo de la primera edad global?<sup>17</sup>

11 Paradójicamente, aunque de manera tradicional se ha descrito a la sociedad panameña como una sociedad de mercaderes, donde comprar y vender era casi un *modus vivendi*, lo cierto es que nuestro conocimiento sobre cómo se podían producir dichos intercambios o el tipo de infraestructura física que los facilitaban resulta muy parco y fragmentario. Por un lado, conocemos la importante presencia de factores mercantiles en la ciudad de Panamá, enviados por la aristocracia mercantil sevillana y limeña y que no ha pasado desapercibida para autores que, como Vila Vilar y Lohmann Villena, nos han provisto de minuciosos estudios sobre las actividades de este tipo de actores.<sup>18</sup> La implicación de las principales autoridades políticas del istmo de Panamá y de los oficiales reales en el contrabando y el fraude también es conocida. Estos actores no solo facilitaron a los mercaderes el impago de impuestos y tasas, sino que también muchas veces actuaron como mercaderes y acreedores abriendo “tiendas de mercadería pública”, como en el caso

del gobernador de la provincia de Veragua Álvaro Velázquez de Camargo durante la década de 1630, o prestando dinero a daño.<sup>19</sup> Invirtieron, incluso, en infraestructura destinada al comercio y el tránsito de mercancías, como barcos y lanchas.<sup>20</sup> De nuevo, la ausencia de documentación notarial ha lastrado el conocimiento sobre las actividades que se desarrollaban en las diferentes tiendas enfocadas al comercio regional y local, si bien se tiene constancia de ellas.<sup>21</sup>

12 Ante la necesidad de comprar enseres y alimentos, los habitantes y personas en tránsito por Panamá pudieron recurrir al denso entramado de pulperías de la ciudad. Para 1633 se contaban 57 establecimientos, resultando en una pulpería por cada 132 habitantes mientras que en Lima la proporción era mucho menor, en concreto de 1 pulpería por cada 222.<sup>22</sup> Además de alimentos y vino, las pulperías panameñas posiblemente diversificaron su oferta vendiendo productos como herramientas, vajillas, muebles, telas y ropas, tal y como ocurría en Trujillo.<sup>23</sup> Es muy probable que algunos pulperos intermediaran entre grandes mercaderes y compradores, facilitando la dispersión de bienes y productos en la ciudad.<sup>24</sup> Estas pulperías también habrían operado como “lugares en los que se negociaba el consumo”, extendiendo crédito a los compradores, bien como préstamos o en forma de empeños; aspectos clave a la hora de lubricar los intercambios cotidianos en las sociedades preindustriales.<sup>25</sup> Por ejemplo, el pulpero Pedro Sánchez de Requena declaró en su testamento (1579) que se le adeudaban 9 pesos por la venta de una espada y otros 15 pesos por un préstamo que había extendido a un tal Cristóbal Gallardo.<sup>26</sup>

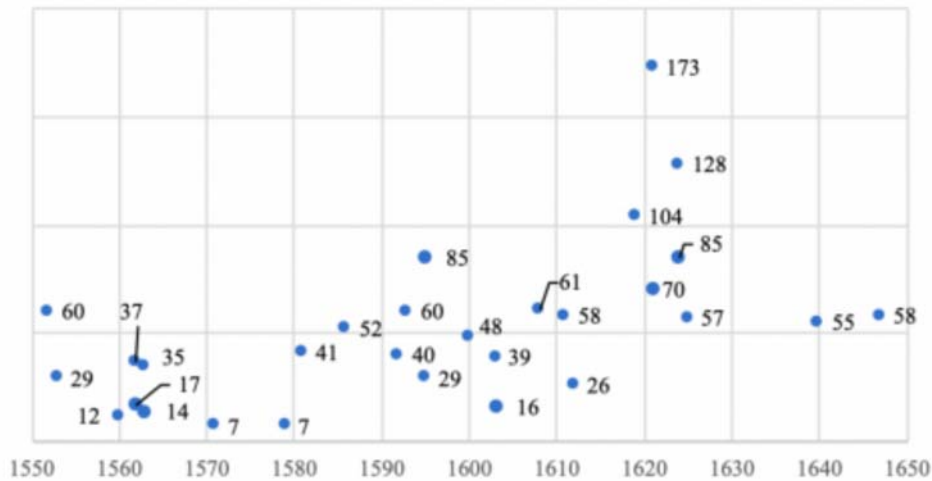
## Las almonedas

13 Las almonedas fueron otro mercado a través del cual se distribuyeron bienes de consumo en la ciudad de Panamá. La popularidad de estos eventos debió ser semejante a la ya alcanzada en Europa y en la península ibérica desde la Edad Media.<sup>27</sup> Hoy en día solo queda traza documental de las almonedas auspiciadas por las instituciones de gobierno y justicia del istmo de Panamá. Fundamentalmente son tres: (1) las realizadas para liquidar los comisos obtenidos en causas por contrabando, (2) las celebradas para obtener numerario y proceder al pago de multas, y (3) las vinculadas al tribunal de bienes de difuntos, en las que nos centraremos.

14 El tribunal de bienes de difuntos se estableció en 1550 para tutelar la integridad del patrimonio de personas finadas en Indias y velar por los derechos de aquellos herederos que se encontraban al otro lado del Atlántico. La función de estas almonedas fue la de convertir el patrimonio material de los fallecidos en numerario para su envío a los herederos, que serían contactados a través de la Casa de la Contratación en Sevilla.<sup>28</sup>

15 Desde la creación del tribunal de bienes de difuntos hasta la destrucción de Panamá de 1671, se conservan 29 almonedas que discurren entre 1552 y 1647.<sup>29</sup> Estas almonedas dieron pie a unas 1.500 transacciones, produciéndose unas 50 transacciones de media por almoneda. No obstante, la especificidad de las almonedas fue tan desigual como la del mundo material que rodeó a los finados. Por ejemplo, la almoneda de Miguel Vicente (1573), carpintero de ribera, dio como resultado tan solo 7 transacciones mientras que la de Felipe González Valdés (1621), mercader, produjo 173.<sup>30</sup> Estas almonedas pusieron en circulación unos 2000 artículos que fueron comprados por unas 750 personas.

Número de transacciones por almoneda y año de celebración



Fuente: véase nota nº 29

- 16 La plaza mayor de Panamá fue testigo de la celebración de las almonedas de bienes de difuntos. A finales del siglo XVI tenían lugar “debajo de los portales de la cárcel donde es el trato y comercio de la gente”.<sup>31</sup> A pocos metros se encontraban “los tribunales de provincia, de los alcaldes ordinarios, dos escribanos de provincia y tres públicos”.<sup>32</sup> Este punto se situaba en la esquina suroeste de la plaza, en la desembocadura de la calle de la Carrera o calle Real. Dicha calle corría paralela a la línea de costa y era transitada por aquellos que llegaban a la ciudad por el oeste, bien por el camino que se iniciaba en la costa caribeña del istmo, remontando el río Chagres y hasta la venta de Cruces, o aquel otro que partía desde Natá. La calle de la Carrera era el principal eje comercial de Panamá, donde se encontraba el mayor número de comerciantes y almacenes y el mercado de abastos y la carnicería.<sup>33</sup> No hay constancia de que estas almonedas se celebraran en otro lugar, ni de un posible carácter itinerante de las mismas, como ocurría en otras ciudades.<sup>34</sup> La celebración de estas almonedas se producía, por tanto, en un espacio clave del entramado económico de la ciudad. Sin embargo, hay que pensar que además de estas, otras almonedas tenían lugar en la ciudad, posiblemente en directa competición por ocupar el mismo espacio público y atraer así al mayor público posible.

## La puesta en marcha de las almonedas

- 17 Varios actores intervinieron en la puesta en marcha de las almonedas: los albaceas del finado que gestionaban la almoneda (en caso de no haber sido nombrados, el juez del tribunal de bienes de difuntos operaría como tal); el juez de bienes de difuntos, que supervisaba las acciones del albacea; una autoridad del cabildo, que concedía permiso para la celebración de la almoneda; el escribano que escrituraba el devenir de la misma; los testigos que daban fe de las transacciones y, finalmente, el pregonero que anunciaba la celebración del evento.
- 18 La asignación de precios a los bienes en venta, las formas de pago o las personas que podían concurrir a las almonedas apenas estuvieron legislados. Es cierto que el tribunal de bienes de difuntos fue dotado de manera progresiva de normas para el cometido de sus menesteres, en lo relativo a su funcionamiento interno, la administración de la caja o las competencias jurisdiccionales de sus jueces. En la recopilación de las Leyes de Indias se recogen hasta 70 disposiciones para ello.<sup>35</sup> Sin embargo, la organización y funcionamiento de las almonedas se solventó con dos directrices. Primero, la almoneda debía ser pública y contar con la presencia del juez general de bienes de difuntos. Y segundo, se exigía que los bienes en almoneda fueran siempre tasados por peritos para así evitar que el patrimonio del difunto



fuera socavado.<sup>36</sup>

19 El hecho de que apenas hubiera un marco formal o legislativo sobre cómo proceder en la celebración de las almonedas – o que este se haya perdido, pues posiblemente emanó del cabildo –, no significa que no se siguieran ciertas convenciones o que las almonedas no estuvieran estructuradas. El papel de los albaceas fue central en las pautas de comercialización de los bienes puestos a la venta. Además de correr con las diligencias administrativas para la celebración del evento – obtención del permiso del cabildo, gestión de gastos derivados de la misma como los salarios del pregonero y escribano, o la compra de papel para el último –, el albacea aceptaba o rechazaba las posturas de los compradores, decidía la manera en la que se vendían los bienes, la duración del evento, o los medios de pago. Estas estrategias de comercialización tuvieron un impacto considerable en la cantidad final recaudada por cada almoneda, algo que los habitantes de Panamá tuvieron muy en cuenta a la hora de designar a sus albaceas.

20 Varios indicios señalan hacia la especialización de ciertas personas en el papel de albacea. Por ejemplo, el italiano Julián Talciano se desempeñó como albacea de tres patrimonios que sacó en almoneda entre 1611 y 1613.<sup>37</sup> Talciano había recalado en Cartagena de Indias a finales del siglo XVI y durante sus primeros años en el istmo trabajó como enlace de las casas de negocios sevillanas que ponían sus mercancías en la Carrera de Indias con destino a Tierra Firme.<sup>38</sup> Pero a la vez que gestionaba el patrimonio de difuntos, Talciano se había ganado la confianza del presidente de la Audiencia para ocupar el cargo de contador de cuentas y resultas de manera interina.<sup>39</sup> El sevillano Blas Ibáñez de Soto pasó al istmo de Panamá solo unos años después de que Julián Talciano se instalara allí.<sup>40</sup> El prestigio que Ibáñez de Soto alcanzó como hombre de negocios también debió ser notable entre sus convecinos, llevándole a gestionar hasta cinco almonedas de bienes de difuntos en 1621, 1627-1629 y 1635.<sup>41</sup> Que los testadores valorizaran a estos “expertos de lo usado” frente a familiares o amigos para comercializar su patrimonio y obtener el máximo rendimiento de su legado material indica la importante dimensión de mercado que constituían estos eventos.<sup>42</sup>

21 Las decisiones del albacea a la hora de organizar las ventas fueron clave para determinar el grado de dispersión de los bienes entre diferentes compradores. En general las transacciones ocurridas en almoneda estuvieron protagonizadas por un solo bien, pero esto no fue siempre así. También es posible encontrar ventas que incluían varios bienes. Este tipo de agrupaciones revelarían percepciones y prácticas propias del ámbito mercantil y, en concreto, de la venta al por menor, así como sobre el tipo de racionalidad existente a la hora de dotar de un orden concreto a tales conjuntos de bienes.

22 Se pueden encontrar agrupaciones de bienes cuyo principio rector podría haber sido su tipología. Por ejemplo, en algunos casos se vendieron pequeños lotes textiles en los que la fibra podría haber operado como principio organizativo. Bajo esta pauta se puede leer la venta de un conjunto de “seda negra de ojales y las varas de listones negros de seda de China blanca, un estuche, cintas de atar y tres pares de medias de seda y otras menudencias” por 40 pesos en 1640.<sup>43</sup> Las piezas textiles destinadas a ropa de cama y ropa interior fueron frecuentemente vendidas por grupos, partiendo quizás de un criterio utilitario. Lo mismo podría haber ocurrido con los juegos de herramientas y los utensilios de cocina. Sirva como ilustración la venta de “una caja de herramientas de barbero” en 1608, o de un conjunto de “tres platillos, un salero y una taza quebrada, todo en plata, por 8 patacones y medio” en 1612.<sup>44</sup> En segundo lugar, aparecen bienes menudos cuyo valor y/o funcionalidad unitaria es reducida. Pensemos en el caso de Juan Beltrán, carpintero, quien en 1571 compró en tres remates 900 clavos de “tilado”, 600 de “barrote” y 800 de “descora”.<sup>45</sup> Algo similar ocurre con la compra de 12 cintas de tudesco por 6 reales por el alguacil Juan de Vega en 1600 o la compra de 3 docenas de agujas por Miguel

Pérez de Azcárraga por 6 reales en 1624.<sup>46</sup>

23 La mediación del escribano entre lo que sucedió y la imagen que nos devuelven las fuentes sobre lo acaecido plantea algunas limitaciones a la hora de comprender mejor las prácticas económicas que rodearon a estas almonedas. Por ejemplo, no ha sido posible comparar una tasación de bienes con los precios que estos alcanzaron en almoneda. De esta manera, quedan en la sombra unos actores tan fundamentales como las personas encargadas del peritaje de los bienes.

24 Los documentos no permiten determinar el formato de las dinámicas de compraventa para la mayoría de los productos, pues solo registran una descripción de estos, el precio final de venta y el nombre del comprador. Por lo tanto, resulta opaco saber si se pujó o no en cada venta. Si se procedió de acuerdo a la ley, los bienes habrían sido tasados antes de salir en almoneda y los compradores habrían aceptado los precios estipulados y eventualmente pujando. Si la venta por pujas en almonedas no tuvo un papel tan importante como el que hasta ahora se le ha conferido, las almonedas de Panamá habrían sido, fundamentalmente, mercados del oportunismo donde conocer con antelación qué bienes saldrían a la venta habría supuesto una ventaja comparativa a la hora de competir entre los interesados. En muy menor medida, las fuentes sí registran pujas, pero siempre alrededor de bienes o productos que debieron ser especialmente codiciados. En esta nómina caben tinajas de vino, botijas de miel, librerías, hatos de ganado, lanchas, casas y, por supuesto, los esclavos, que fueron uno de los bienes más caros en las almonedas panameñas y, sin duda, también de los más apetecidos.<sup>47</sup>

25 El crédito jugó un papel fundamental en la articulación de las dinámicas de compraventa y remite, de nuevo, a la centralidad del albacea a la hora de dirimir las formas de comercialización de los bienes. Los albaceas optaron de manera abrumadora por vender al contado. Vender al fiado podía suscitar problemas a la hora de percibir los pagos, tal y como ocurrió con la almoneda del barbero Juan de Góngora en 1592.<sup>48</sup> La exigencia de pagos en moneda habría constituido una barrera de tipo informal a la hora de participar en este mercado, obligando a los potenciales compradores a situarse en el espectro de la economía monetizada y a depender de la disponibilidad de numerario, siempre escaso. Este hecho contrasta con las posibilidades para comprar a crédito que el entramado de pulperías debía ofrecer. Por lo tanto, cabría pensar que las almonedas constituyeran un mercado más elitista y restringido que aquel otro.

26 Cuando se vendió a crédito se trató de bienes y productos de alto valor. El albacea no fue el único actor que podía crear los marcos de relaciones en los que se insertarían las transacciones, forzando las compras al contado o facilitándolas al fiado; los pujadores también jugaron con las formas de pago para competir entre ellos y hacer así más atractivas sus ofertas. Por ejemplo, con un lote cerrado que decidió sacar a la venta el albacea de Juan de Bustillos el 22 de noviembre de 1625, ocurrió de la siguiente manera:

27 Tras haberse declarado la composición del lote y su precio de salida en 2.932 pesos, Miguel Pérez de Azcárraga, vecino de Panamá, ofreció un 3 por ciento sobre el precio inicial, pagándose la mitad al momento y en numerario y la otra mitad en 4 meses.<sup>49</sup> El segundo pujador, Sebastián Serrano, también vecino, ofreció un 4 por ciento más del precio de salida. Una tercera oferta por voz del alférez Matías de Herrera subió el precio a pagar hasta el 5 por ciento sobre el montante inicial, pero a desembolsar de manera inmediata y en numerario. Con la oferta de Herrera se estrechaba el círculo de posibles compradores pues se expulsaban a aquellas personas faltas de liquidez. Las siguientes pujas, que ofrecían pagos al contado, se dispararon. El mercader local Juan Sánchez Valverde subió el precio un 6 por ciento más del valor del lote. A continuación, otro mercader de la ciudad, Diego de Casillas, ofreció un 7 por ciento, a lo que le respondió Juan Sánchez de Valverde con otra subida hasta el 8 por ciento. Diego de Casillas terminó de ofertar un 9 por ciento,



que fue sobrepasado por la propuesta del alférez don Francisco de Hurtado Nieto, listo para desembolsar un 10 por ciento más del precio de salida del lote. Con todo, Francisco de Hurtado era una persona interpuesta. Como luego admitió, la postura “la ponía para el dicho para el dicho Diego de Casillas”. Diego de Casillas hizo honor a su oferta y el 3 de diciembre hizo efectivos los 2.932 pesos y 3 reales a 8 más un 10 por ciento de interés.<sup>50</sup> También, las compras mediante personas interpuestas fueron una práctica habitual en las almonedas panameñas.<sup>51</sup>

28 Una lectura detenida de las fuentes todavía permite revelar aún más formas de orquestar la venta de los bienes en almoneda por los albaceas. Por ejemplo, en 1611, el albacea de Manuel Pérez de Rozas, el ya mencionado Juan Talciano, rechazó los dineros que se le ofrecían por un ható de vacas por “que no son convenientes a la hacienda, antes perjudiciales, y como tales las repudia y no acepta”.<sup>52</sup> Si los bienes de Manuel Pérez fueron tasados por otras personas, la postura de Talciano revelaría no solo su desacuerdo con la tasación realizada, sino también su capacidad para obviar uno de los pocos pasos que se recogían de manera firme en las ordenanzas emitidas para estructurar las almonedas. También es posible pensar que, simplemente, los bienes de Manuel Pérez nunca fueron tasados y que fue Talciano la persona que negoció directamente el precio de los bienes con los potenciales compradores. Vistos en conjunto, todos estos ejemplos revelan la multiplicidad de formas de compraventa que tenían lugar en el contexto de un mecanismo de mercado concreto como las almonedas.

## El espectro de los compradores

29 Comprar en almoneda fue algo recurrente entre algunos de los pobladores de Panamá y sin duda fue un acto mucho más cotidiano que asistir a la feria de Portobelo que, con suerte, se celebraba una vez al año. Resulta significativo que se encuentren diferentes personas comprando en varias almonedas, lo cual insiste en que el recurso a estos mercados era algo habitual. Podemos localizar a un tal Hernando de Dueñas en 2 almonedas celebradas en 1595,<sup>53</sup> y al chantre Alonso Pareja de Godoy en otras 2 de 1624 y 1625.<sup>54</sup> El caso del alférez Andrés Arias de Orduña, que acudió a 4 almonedas, es todavía más significativo. En enero de 1621 adquirió, entre otros objetos, un calzón y ropilla de jergueta, un jubón, 40 docenas de cintas de seda y 5 varas de olandilla, por 24 patacones y 5 reales.<sup>55</sup> En el mismo mes de noviembre de 1624 el alférez visitó dos almonedas distintas. En una pudo comprar una mesa por 2 patacones y en otra una escobilla para limpiar por 8 reales.<sup>56</sup> Un año más tarde, en 1625, de nuevo volvió a invertir en una almoneda. Esta otra vez, compró un sombrero viejo, 3 pares de medias de seda pequeñas, azules, blandas y verdes, y un taburete por 2, 13 y 4 patacones respectivamente.<sup>57</sup>

30 Más allá del papel que jugaron las almonedas a la hora de articular parte de los intercambios cotidianos en la ciudad de Panamá, estas también descubren de manera muy precisa la microcirculación social de productos y bienes a través de mecanismos de mercado. No es descabellado pensar que bienes comprados en almoneda volvieran a circular de nuevo mediante la celebración de otra almoneda tras el fallecimiento de su comprador. El caso de Juan de Bustillos así lo sugiere. Juan de Bustillos había nacido en Saña, Perú, siendo hijo del mercader Andrés de Bustillo, natural de Trebujena, Cádiz, y una india del lugar. A pesar de que no hubo enlace entre los progenitores, Juan de Bustillos fue reconocido como hijo natural por su padre. Juan y Andrés habían pasado al istmo alrededor de 1615. Aparentemente, Andrés dejó a su hijo 400 patacones antes de retornar a Trebujena, posiblemente con la intención de que Juan se estableciera en Panamá como correspondiente para las casas de comercio sevillanas y limeñas.<sup>58</sup> En su quehacer diario, Juan de Bustillos no desperdició las oportunidades de compra que le ofrecían las almonedas locales. Por ejemplo, en 1621 compró abundantemente en la

almoneda del mercader Felipe González Valdés y más tarde en la del oidor Hernando Ibáñez de Albendea en 1624.<sup>59</sup> A la muerte de Bustillos, sus bienes fueron puestos en almoneda en noviembre de 1625, incluyendo, tal vez, algunos de los que había comprado por ese mismo método.<sup>60</sup>

31 Si nos detenemos en los grupos sociales que acudían a comprar en estas almonedas, dos sectores destacan por su invisibilidad en los documentos: mujeres en general e indígenas en particular. La ausencia de mujeres entre los compradores es total, aunque no parece que su participación en las almonedas estuviera oficialmente restringida. Esto resulta llamativo si pensamos en los casos de mujeres que como Lucía Tenorio Palma, Inés Ordoñez o Ana Gómez se empeñaban en tratos y contratos en el istmo de Panamá entre finales del siglo XVI y comienzos del siglo XVII, independientemente de que su origen fuera europeo o africano.<sup>61</sup> Con todo, es posible que varias mujeres participaran en las almonedas como compradoras vicarias, seleccionando bienes y productos y dirigiendo la compra final que realizaría de manera interpuesta un hombre. No obstante, la ausencia de mujeres en el mercado de las almonedas solo ocurrió desde el lado de los compradores. Resulta innegable el hecho de que varias mujeres de origen africano fueron puestas a la venta como esclavas en dichos eventos.<sup>62</sup> El otro grupo ausente del registro de las almonedas, bien como compradores o como esclavos, es la población indígena, que resulta del todo indetectable en la documentación.<sup>63</sup>

32 A diferencia de los varones indígenas, sí es posible encontrar a hombres de origen africano actuando como compradores, pero también puestos a la venta como esclavos. Tanto el istmo como la ciudad de Panamá estuvieron poblados mayoritariamente por personas de origen africano. En 1575 se estimaba que la audiencia albergaba cerca de 6.000 esclavos africanos de los cuales 2.500 se localizaban en la ciudad de Panamá. Para 1607 la población esclava de la ciudad había aumentado hasta casi las 3.700 personas y, junto a los negros libres – alrededor de 750 –, sumaban casi el 80 por ciento del total de los habitantes.<sup>64</sup> De acuerdo a las informaciones remitidas a Roma por el colegio de los jesuitas de Panamá, durante la década de 1640 se contaban en la ciudad “12.000 morenos y mulatos entre esclavos y libres”.<sup>65</sup> A pesar del peso preponderante de esta población y su importancia en el tejido económico del istmo, tanto como fuerza de trabajo forzado como personas libres, su presencia en las almonedas como compradores resulta muy limitada aunque documentable en los siguientes casos.

33 De nuevo, las decisiones del escribano a la hora de describir a los compradores son clave para visibilizar u ocultar la diversidad del paisaje humano panameño. En ocasiones, podemos advertir a actores como Cosme de Urrea, descrito como “negro horro”, que compró unos zaragüelles de “terciopelo pardo acuchillados y raídos” por 6 pesos en 1593; a Antonio López, mulato, que compró una “camisa vieja” por 3 pesos en 1586; o a un tal Pedro Gallardo, también mulato y vecino de Natá, que compró “un calzón, ropilla y ferreruero de paño azul raído con mangas” por 27 reales en 1603.<sup>66</sup> En otros casos, los etnónimos, que operaban como apellidos al tiempo que señalaban filiaciones étnicas concretas, permiten identificar de manera más nítida a compradores de origen africano. Por ejemplo, Juan Bran invirtió 12 reales en la compra de “una carpeta de Flandes” en 1621 y Francisco de Guinea invirtió 4 reales en otra almoneda en 1626.<sup>67</sup> Los pregoneros de las almonedas, muchas veces negros o mulatos, aprovecharon su posición para satisfacer sus necesidades materiales. En 1640, Pedro Mulato realizó 5 compras en almoneda por las que pagó 3 pesos. Compró unas medias viejas, unas ligas pardas y otras negras ya muy desgastadas, ropilla suelta y una madeja de seda negra.<sup>68</sup>

34 Las almonedas, en definitiva, resultaban un repositorio de objetos, entre lo básico, lo conspicuo y lo devocional que apelaban a una multitud de compradores de diferentes orígenes y rangos sociales. La presencia del clero secular y regular panameño, relativamente escaso en la ciudad, generalmente poco cultivado y de

carácter tumultuoso, también se hizo visible en las almonedas.<sup>69</sup> Varios de sus miembros aprovecharon para abastecerse de objetos a los que podían dar un uso espiritual. En 1595, el bachiller Juan de Menenbuique compró “un divino y otros cuatro o cinco libritos de diferentes autores” por 3 pesos, un rosario fue a parar a manos de fray Juan de Figueroa en 1624 por 12 reales, y el presbítero don Diego Estacio se hizo con una “hechura de Nuestra Señora de la Concepción” en una almoneda celebrada en 1640 por 5 pesos.<sup>70</sup> Sin embargo, en la mayoría de los casos, el clero panameño se sirvió de las almonedas para satisfacer necesidades más vinculadas con el mundo material, especialmente adquiriendo ropa de vestir y de cama. Por ejemplo, en 1625, el padre Francisco Pérez de Araya compró “unas ligas de tafetán negro con puntas” mientras que fray Juan de Figueroa optó por llevarse de la misma almoneda “dos sábanas de ruan raídas”.<sup>71</sup> Espadas, escopetas, cucharas de estaño o cajas con cerradura y llave también colmaron el gusto y las necesidades de estos personajes.<sup>72</sup>

35 A partir del anterior ejemplo, resulta evidente que la mayoría de las compras realizadas en las almonedas no estuvieron vinculadas con el oficio que desempeñase el comprador de turno. Sin embargo, en varias ocasiones las almonedas ofrecieron un recurso clave a diferentes profesionales para abastecerse de instrumentos y recursos básicos para el desempeño de sus labores.<sup>73</sup> Francisco Martínez, sastre, compró “unas tijeras de sastre” por 14 reales en 1560.<sup>74</sup> Un tal Ilitón y un Juan Francisco registrados como barberos, compraron en 1608 un escalfador de hierro cada uno y respectivamente una “bolsa de cuero con hierros de sacar muelas” y una “caja de herramientas de barbero”.<sup>75</sup> En la misma almoneda, el boticario Simón Torres adquirió una colección de libros, “muy rotos y muy maltratados”, de la que tal vez pudo hacer un uso profesional.<sup>76</sup>

36 El ejemplo más significativo de este tipo de compras lo ofrecen los pulperos, roperos y comerciantes, cuyos oficios hacían de ellos compradores profesionales que recurrían a estos mercados para abastecerse de bienes que luego volverían a poner a en circulación. En 1603 un par de pulperos y un ropero acudieron a la almoneda del marino genovés Pedro Juan. El pulpero Mateo de la Peña hizo una compra variopinta que incluía ropilla de paño pardo vieja, dos talabartes, una pretina de cuero vieja, varios aparejos para pescar de diferentes tamaños, un punzón o un mondadientes de plata quebrado por 14 reales.<sup>77</sup> Varias personas también registradas como “pulperos” hicieron acto de presencia en la almoneda de Bartolomé García de Paradas, ocurrida en junio de 1621. Entre ellas, Nuño de Saavedra, que compró varias botijas de manteca, miel y vino; Juan Yáñez Largo que hizo lo propio con 18 arrobas y 500 libras netas de pasas, y Francisco de Jerez, quien adquirió 17 botijas de arroz, 5 botijas y media de aceitunas.<sup>78</sup>

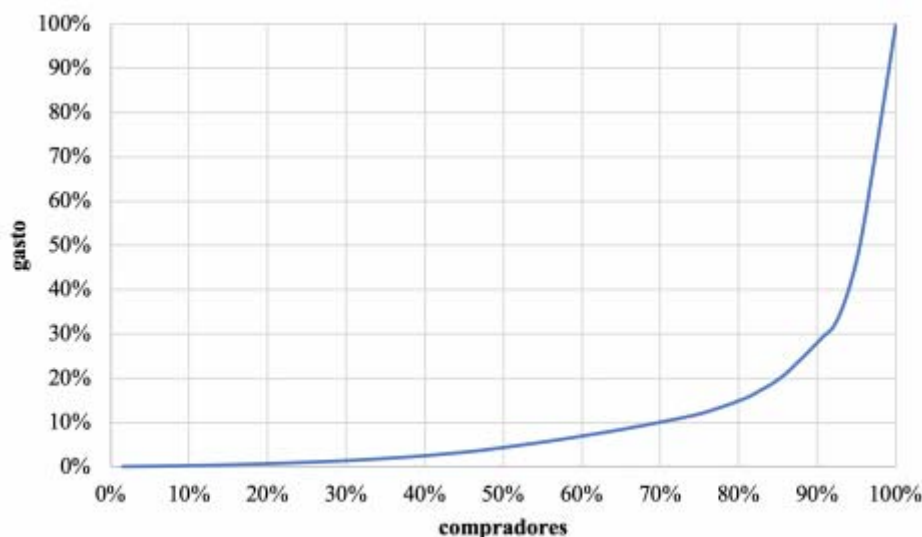
37 En ocasiones, los albaceas trataron a este público de compradores profesionales de manera diferenciada. Blas Ibáñez de Soto, como gestor de la herencia del mercader Juan de Bustillos, decidió crear un lote de bienes entre las pertenencias que gestionaba para vender en almoneda. Este lote se componía principalmente de unas 1.896 varas de telas, destacando las de tafetán además de crea, melinje, jergueta, perpetúan, arpillera o ruan (¡más de 16.000 metros!), unas 57 libras de hilos, cuerdas y seda provenientes de Calabria, Sevilla, Portugal, Flandes o Santa Marta (unos 26 kilos), algunas manufacturas como sombreros de Castilla, medias, botones, rosarios, o resmas de papel, candados y 23 libras de pimienta (unos 10 kilos y medio).<sup>79</sup> Es posible que la salida en almoneda de un lote de este tipo tuviera que ver con el hecho de que se trataba de productos cuya venta se orientaría hacia un público que no haría tanto un uso de los bienes como consumibles sino para especular con ellos en tanto que mercancía, es decir, los mercaderes profesionales.

38 La capacidad de compra desplegada por los participantes en las almonedas fue muy diferente. Si descendemos a la especificidad de cada una de ellas, este aspecto se revela de manera nítida. Veamos el ejemplo en torno a la de Hernando Ibáñez de

Albendea, una persona que por su estatus y trayectoria social dio lugar a una conspicua almoneda. Ibáñez, natural de Salamanca, había salido de España en 1618 para desempeñarse como oidor de la Audiencia de Santo Domingo, pasando dos años más tarde con el mismo cargo a la de Panamá. Desde su llegada al istmo, la voz de Ibáñez representó los intereses locales frente a la Corona y rápidamente se insertó en las estructuras de poder panameñas.<sup>80</sup>

39 La almoneda de los bienes de Ibáñez de Albendea se celebró en noviembre de 1624 y dio pie a 144 ventas por las que se recaudaron 4.723 pesos de a ocho (cfr. Gráfico 1). Así se transaccionaron alrededor de 500 bienes entre ropas de vestir y de casa, mobiliario, menaje y herramientas, libros, pinturas y algún objeto devocional junto a algo más de 160 varas de tela, 12 varas de hierro y 9 esclavos. Estas propiedades se dispersaron entre las manos de 63 personas, pero se repartieron de manera muy desigual pues un 20 por ciento de todos los compradores acaparó más de la mitad de todas las transacciones. El gasto realizado por los participantes también muy disímil. Alrededor del 10 por ciento de los compradores desembolsaron casi el 70 % de todo lo recaudado.

**Gráfico 1 – Almoneda de Ibáñez de Albendea (1624) : distribución de gasto por compradores**



Fuente: AGI, Contratación 375, nº 1, ramo 5

40 Con todo, la cantidad de dinero invertida por los compradores solo es indicativa de su poder adquisitivo en cierta medida, pues, en puridad, las compras reflejan la disposición para desembolsar una determinada cantidad de dinero por un bien concreto. Por ejemplo, el capitán Martín de Aguirre destinó dinero tanto a compras de escaso valor, como una “mesa grande y vieja y quebrada” por 16 reales, como a las más caras de toda la almoneda como fueron dos esclavas llamadas ambas María Bran, una de ellas de 18 años y la otra de edad desconocida, por las que pagó 5.360 reales.<sup>81</sup>

41 Entre las personas que adquirieron los bienes más caros de la almoneda de Ibáñez de Albendea se encuentran miembros de la elite local como el veinticuatro Bartolomé Tristán, el capitán Diego Chumacero Laso de la Vega, el alferez Pedro de Mejía, Martín de Aguirre, Bartolomé Hernández, el secretario don Pedro González Rángel o el capitán Lorenzo de Roa.<sup>82</sup> Pedro Mejía, en concreto, era un comprador habitual en las almonedas panameñas.<sup>83</sup> En total, de los 63 compradores que participaron en la almoneda, 35 de ellos fueron escriturados con algún calificativo distintivo -oficio, cargo, estatus social- frente a otros 32 compradores cuyos nombres aparecen sin distinción alguna. Visto sobre el espectro de las 29 almonedas, esta relación es, redondeando, de 130 frente a 600. Por lo tanto, las almonedas constituyeron un mercado que apeló a personas de diferente rango social

en función de los bienes que se ofrecían en las mismas, algo que se relacionaba a su vez con la trayectoria vital del finado.

42 La capacidad de compra que tuvieron los participantes en las almonedas no solo estuvo determinada por su mayor o menor disposición de numerario o crédito, sino también por el poder político que pudieran desplegar entre otros potenciales compradores. Ya durante la celebración de las primeras almonedas en la ciudad de Panamá en la década de 1520 se dieron casos en los que algunos compradores extorsionaron a sus rivales para que no participasen en las subastas.<sup>84</sup> Las disputas habidas alrededor de la biblioteca del oidor Luis de la Oliva, fallecido en 1647, evidencian en detalle la manera en la que las jerarquías sociales se proyectaban en los mercados.

43 El doctor Matías Guerra de Latra impugnó la compra de la librería que hizo don Diego de Orozo, a la sazón el oidor más antiguo de la Real Audiencia, en la almoneda de los bienes de Luis de la Oliva. Entre otros motivos, Matías Guerra adujo que el cargo imposibilitaba a Orozco participar en una almoneda y que “haciendo postura en almoneda a donde es verosímil no habrá quien la aumente por su autoridad (...) y los libros se venderán en menos precio en perjuicio del difunto”.<sup>85</sup> Orozco había ofertado 12 pesos por ejemplar que nadie había osado mejorar. Antes de que los libros fueran entregados a Orozco, el juez mayor de bienes de difuntos encargó a dos abogados de la Audiencia tasar las obras, bien como una manera de averiguar su justo precio o para justificar su venta por el montante ofrecido por Orozco. Ambos expertos concluyeron que cada ejemplar podía ser vendido por 12 reales. El juez mayor del tribunal de bienes de difuntos multó a Matías Guerra con 500 pesos por injurias, pero Guerra buscó amparo en el Consejo de Indias. En Madrid se dictaminó que, efectivamente, el remate había estado viciado porque “por el respeto del dicho oidor no había quien se atreviese a mejorar la postura con que la hacienda del difunto recibía mucho perjuicio”. De esta manera se ordenó que salieran los libros de nuevo a la venta y que, por lo tanto, continuaran el periplo de circulaciones sociales que facilitaban las almonedas en el día a día de la ciudad.<sup>86</sup>

## Conclusiones

44 Desde el punto de vista archivístico y en relación al caso panameño, el ejemplo de las almonedas vinculadas al tribunal de bienes de difuntos resulta excepcional debido a la pérdida de documentación notarial. Sin embargo, las dinámicas de comercialización y de organización del mercado, la tipología de productos que han aparecido en escena, sus compradores y los “expertos de lo usado” que las rodearon, resultan significativos al remitir a la construcción de lo cotidiano desde lo local.

45 Las almonedas, en tanto que fuente documental, brindan la posibilidad de adoptar un punto de observación muy detallado sobre diferentes cuestiones y problemáticas. Este ensayo ha privilegiado una lectura que revela a las almonedas como un mecanismo de mercado clave a la hora de poner en circulación diferentes productos y bienes en el ámbito local. Sin embargo, dicha circulación también fue limitada. Aunque no existieron barreras formales que impidieran concurrir en las almonedas, algunos aspectos sugieren la existencia de barreras de tipo informal, tal vez, infranqueables.

46 En primer lugar, la demanda de pagos inmediatos y al contado, y la restricción del crédito a una minoría de personas por parte de los albaceas, resultaba una traba difícil de sortear para muchos potenciales compradores. Que las ventas no se hicieran a crédito permite situar a las almonedas en un lugar bastante concreto y excepcional en relación a los diferentes canales de distribución de productos, pues las sociedades preindustriales tejieron sus relaciones económicas más a través del



crédito y la confianza que del numerario.

47 En segundo lugar, la presencia de mujeres como compradoras en las almonedas fue nula, los indicios sobre compradores indígenas no emergen y sólo ha sido posible identificar a un reducido número de compradores de origen africano. Todo ello indica que, en la práctica, estos mercados circunscribieron la circulación de productos y bienes a un sector masculino compuesto principalmente por colonizadores de origen europeo y criollo. Esto no resulta sorprendente, pues este mismo grupo había sentado las reglas formales y las convenciones informales alrededor de este mercado. Por lo tanto, se trataría de un mercado dominado *por* y dirigido *a* este sector, al menos en el caso panameño y en relación a las almonedas de bienes de difuntos.

48 Las almonedas fueron un mecanismo de mercado que revela un circuito comercial que consistió en productos con atributos muy diversos en su forma, calidad y valor reconocido, así como en su estado de uso. Si bien en su amplia mayoría las almonedas pusieron en circulación productos ya usados, esto no fue siempre así. La misma variedad se encuentra en el perfil de los compradores, dentro de su especificidad como grupo masculino principalmente de ascendencia europea. El consumo de segunda mano en absoluto respondió siempre a estrategias de supervivencia, pues a las almonedas concurrieron personas de muy distinto rango social. Es más, vistos algunos ejemplos del comportamiento de ciertos compradores, las almonedas posiblemente resultaron ser uno de los mercados preferidos de las élites panameñas, pues el acceso al consumo les habría permitido reforzar su posición social. Esto insiste en el hecho de que comprar productos de segunda mano no estaba vinculado a nociones concretas de identidad o estatus social.

49 Al mismo tiempo, que varios profesionales acudieran a las almonedas para obtener bienes y productos relacionados con sus oficios, barberos, mercaderes de telas, carpinteros, religiosos, incide en algo ya sabido pero muchas veces olvidado: que las sociedades preindustriales fueron sociedades de la escasez y el desabastecimiento crónico, algo que también ocurría en un lugar como el istmo de Panamá, aunque no por ello dejara de funcionar como uno de los más distinguidos “portales de globalización” de la primera edad moderna.

50 En suma, todo lo anterior ha permitido ofrecer una mirada más compleja sobre el istmo de Panamá, un espacio que tradicionalmente ha sido interrogado en su papel como engranaje de dinámicas comerciales de larga distancia. Si bien el istmo de Panamá operó como un nodo de conectividades múltiples y circulaciones variadas, estas escalas se encontraron débilmente articuladas entre sí, operando de manera más bien superpuesta. Futuras investigaciones sobre estas almonedas permitirán arrojar más luz sobre tales articulaciones a través del complejo y esquivo proceso de drenaje de productos que circulaban a nivel mundial en la cotidianidad del contexto local.

---

## Notes

1 AGI, Contratación 955, n° 1, ramo 14, fols. 18r, 19r, 24v.

2 Vila Vilar, Enriqueta, “Las ferias de Portobelo: apariencia y realidad del comercio con Indias”, *Anuario de Estudios Americanos*, 1982, vol. 39, p. 275-340; Álvarez Nogal, Carlos, “Mercados o redes de mercaderes: el funcionamiento de la feria de Portobelo”, en Böttcher, Nikolaus, Hausberger, Bernd e Ibarra, Antonio (eds.), *Redes y negocios globales en el mundo ibérico, siglos XVI-XVIII*, Madrid-Frankfurt am Main, Iberoamericana Vervuert, 2011, p. 53-86.

3 Dos estudios recientes sobre cada una de las problemáticas en: Bonialian, Mariano y Hausberger, Bernd, “Consideraciones sobre el comercio y el papel de la plata hispanoamericana en la temprana globalización, siglos XVI-XIX”, *Historia Mexicana*, 2018, vol. 68-1, p. 197-244; García-Montón, Alejandro, “The Rise of Portobelo and the Transformation of the Spanish American Slave Trade, 1640s-1730s. Trans-Imperial Connections and Intra-American Shipping”, *Hispanic American Historical Review*, 2019, vol. 99-3, p. 399-429.



4 Bajo la definición de estos autores, se trataría de “those places that have been centres of world trade or global communication, have served as entrance points for cultural transfer, and where institutions and practices for dealing with global connectedness have been developed”. Naumann, Katja y Matthias Middell, “Global History and the Spatial Turn: From the Impact of Area Studies to the Study of Critical Junctures of Globalization”, *Journal of Global History*, 2010, vol. 5-1, p. 149-170, especialmente p. 162. El cimarronaje y su papel en el istmo de Panamá constituye un excelente ejemplo de procesos de hibridación. Véase Tardieu, Jean-Pierre, *Cimarrones de Panamá: la forja de una identidad afroamericana en el siglo XVI*, Frankfurt, Iberoamericana Editorial, 2009; sobre el papel del istmo de Panamá como laboratorio de prácticas de gobierno novedosas que se adaptaban a la nueva realidad de un naciente imperio global, véase Díaz Ceballos, Jorge, “New World Civitas, Contested Jurisdictions, and Inter-Cultural Conversation in the Construction of the Spanish Monarchy”, *Colonial Latin American Review*, 2018, vol. 27-1, p. 30-51; sobre el papel del istmo como canalizador de la migración europea hacia el Perú en clave femenina, remitimos a Almorza Hidalgo, Amelia, *No se hace pueblo sin ellas. Mujeres españolas en el virreinato del Perú: emigración y movilidad social, siglos XVI-XVII*, Madrid-Sevilla, CSIC-Universidad de Sevilla, 2018.

5 Para el imperio español la bibliografía es abundante. Algunos ejemplos en: Álvarez Nogal, Carlos, “Instituciones y desarrollo económico: la Casa de la Contratación y la Carrera de Indias (1503-1790)” en Acosta Rodríguez, Antonio, González Rodríguez, Adolfo y Vila Vilar, Enriqueta (eds.), *La Casa de la Contratación y la navegación entre España y las Indias*, Sevilla, CSIC-Universidad de Sevilla, 2004, p. 21-51; Lamikiz, Xabier, *Trade and Trust in the Eighteenth-Century Atlantic World: Spanish Merchants and Their Overseas Networks*, Rochester, Boydell Press, 2010; Crailsheim, Eberhard, “Seville and Manila: Illegal Trade, Corruption, and the Phenomenon of Trust in the Spanish Empire”, *International Journal of Maritime History*, 2017, vol. 29-1, p. 175-181.

6 Baena Zapatero, Alberto, “Un ejemplo de mundialización: el movimiento de biombos desde el Pacífico hasta el Atlántico (s. XVII-XVIII)”, *Anuario de Estudios Americanos*, 2012, vol. 69-1, p. 31-62; Bonialian, Mariano, “La «ropa de la China» desde Filipinas hasta Buenos Aires. Circulación, consumo y lucha corporativa, 1580-1620”, *Revista de Indias*, 2016, vol. 76-268, p. 641-672; Gasch-Tomás, José Luis, *The Atlantic World and the Manila Galleons: Circulation, Market, and Consumption of Asian Goods in the Spanish Empire 1565-1650*, Leiden, Brill, 2018.

7 Una saludable excepción en: Bonialian, Mariano, “Tejidos y cerámica de China en la gobernación de Tucumán y Buenos Aires, siglo XVIII. Apuntes sobre su circulación y consumo”, *Anuario de estudios americanos*, 2014, vol. 71-2, p. 631-660.

8 Castellero Calvo, Alfredo, *Sociedad, economía y cultura material: historia urbana de Panamá la Vieja. Panamá: Patronato de Panamá Viejo*, 2006, p. 323-400.

9 Fontaine, Laurence, “Introduction”, en Fontaine, Laurence (ed.), *Alternative Exchanges: Second-Hand Circulations from the Sixteenth Century to the Present*, New York, Berghahn Books, 2008, p. 1-12.

10 Vila Vilar, Enriqueta, “La documentación de ‘bienes de difuntos’ como fuente para la historia social hispanoamericana: Panamá a fines del siglo XVI”, en Solano Pérez-Lila, Francisco de Paula y del Pino Díaz, Fermín (coords.), *América y la España del siglo XVI*, vol. 2, Sevilla, CSIC, 1993, p. 259-273.

11 Borah, Woodrow W., *Early Colonial Trade and Navigation between Mexico and Peru*, 1954; Bonialian, Mariano, “La contratación de la China por América colonial a principios del siglo XVII. La mirada de Francisco Valverde de Mercado, gobernador de Panamá” *Boletín del Instituto de Historia Argentina y Americana “Dr. Emilio Ravignani”*, 2014, vol. 40, p. 11-41.

12 AGI, Panamá 19, ramo 19, n° 43 (15-VII-1637) y 84 (21-VIII-1643); Panamá 229, Lib. 3, fols. 165r-166r. 30-V-1640. Sobre las disputas entre los transportistas transatlánticos y el Consulado de Lima, véase: Suárez, Margarita, *Desafíos transatlánticos: Mercaderes, banqueros y el estado en el Perú virreinal, 1600-1700*, Lima, Instituto Riva-Agüero, Fondo de Cultura Económica, 2001, p. 317-351.

13 Castellero Calvo, Alfredo, *Economía terciaria y sociedad, Panamá, siglos XVI y XVII*, Panamá, Instituto Nacional de Cultura de Panamá, 1980; Mena García, M<sup>a</sup> del Carmen, *La sociedad de Panamá en el siglo XVI*, Sevilla, Diputación Provincial de Sevilla, 1984.

14 AGI, Panamá 19, ramo 12, n° 113. 15-IX-1645.

15 Álvarez Nogal, “Mercados o redes...”, *op. cit.*

16 Sobre este tipo de tráfico, véase: Mena García, *op. cit.*, p. 149-156; y Castellero Calvo, *Sociedad, economía..., op. cit.*, p. 543-547; sobre el papel de la ganadería, consúltese Aram, Bethany, “El ganado vacuno y sus ganaderos entre el Bajo Guadalquivir, África atlántica y Tierra Firme, 1513-1671”, *Bajo Guadalquivir y Mundos Atlánticos*, 2018, vol. 1, p. 237-254; en relación al desarrollo de manufacturas y oficios, véase Mena García, *op. cit.*, p. 108, 194.

17 La expresión está tomada de Castellero Calvo, *Sociedad, economía..., op. cit.*, p. 543.

18 Vila Vilar, Enriqueta, *Los Corzo y los Mañara: tipos y arquetipos del mercader con Indias*, Sevilla, CSIC, 1991; Vila Vilar, Enriqueta y Lohmann Villena, Guillermo, *Familia, linajes y negocios entre Sevilla y las Indias: Los Almonte*, Madrid, Fundación Histórica Tavera, 2003.

19 AGI, Panamá 19, ramo 2, n° 32. 27-VII-1635. Panamá.

20 AGI, Panamá 229, Lib. 3, fols. 165r-166r. 30-V-1640.

21 Mena García, *op. cit.*, p. 41, 48, 68, 71, 85, 109-11, 135, 141, 160, 195, 224-45, 252, 268, 273-75, 284-89, 306, 388, 412; Rueda Ramírez, Pedro José, "Las redes comerciales del libro en la colonia: 'peruleros' y libreros en la Carrera de Indias (1590-1620)", *Anuario de estudios americanos*, 2014, vol. 71-2, p. 447-478. En concreto p. 470-471.

22 Castellero Calvo, *Sociedad, economía...*, *op. cit.*, p. 310.

23 Sobre las pulperías en Trujillo, véase: Quesada Zumarán, Arthur Eduardo, *Pulperos y pulperías en la ciudad de Trujillo (siglo XVII)*, 2015, <http://dspace.unitru.edu.pe/handle/UNITRU/1820>.

24 Del músculo económico que los pulperos panameños no hay duda, pues contaron con la coordinación necesaria y el capital suficiente para realizar compras al por mayor con el fin de determinar el precio de la oferta de productos estratégicos. Así lo hicieron en 1647 respecto al maíz producido en Natá y Villa de los Santos y del que necesitaban los habitantes de Panamá. AGI, Panamá 31, n° 47. 19-VI-1647; Panamá 238, Lib. 16, fols. 98r-99r. 30-VIII-1647. Madrid

25 La expression está tomada de: Francois, Marie, "'Prendas' and 'Pulperías': The Fabric of the Neighborhood Credit Business in Mexico City", *Estudios de Historia Novohispana*, 1999, vol. 20, p. 67-106, en concreto p. 68.

26 AGI, Contratación 921, n° 10, fol. 10r-10v.

27 Welch, Evelyn, *Shopping in the Renaissance: Consumer Cultures in Italy 1400-1600*, New Haven, Yale University Press, 2009; García Marsilla, Juan Vicente, Navarro Espinach, Germán y Vela Aluesa, Carles, "Pledges and Auctions: The Second-Hand Market in the Late Medieval Crown of Aragon," en VV.AA., *Il commercio al minuto. Domanda e offerta tra economia formale e informale*, Firenze, Firenze University Press, 2015, p. 295-317.

28 García López, M<sup>a</sup> Belén, "Los autos de bienes de difuntos en Indias", *Nuevo Mundo. Mundos Nuevos*, 2010, vol. 10.

29 Por orden cronológico son: AGI, Contratación 198, n° 1; Contratación 5576, n° 13; Contratación 471, n° 5, ramo 2, n° 4; Contratación 205, n° 1, ramo 3; Contratación 471, n° 6, ramo 2, n° 2; Contratación 206, n° 1, ramo 14; Contratación 471, n° 5, ramo 2, n° 2; Contratación 5577, n° 31; Contratación 921, n° 10; Contratación 480, n° 8; Contratación 230, n° 1, ramo 4; Contratación 244, n° 24; Contratación 242, n° 1, ramo 16; Contratación 253, n° 2; Contratación 269-B, n° 1, ramo 17; Contratación 941-B, n° 13; Contratación 498-B, n° 5, ramo 2; Contratación 283, n° 1, ramo 21; Contratación 303, n° 9; Contratación 337-A, n° 1; Contratación 312-B, n° 20; Contratación 381-B, n° 1, ramo 20; Contratación 359, n° 9; Contratación 950, n° 19; Contratación 376, n° 1, ramo 5; Contratación 955, n° 1, ramo 14; Contratación 356, n° 7; Contratación 412-A, n° 1, ramo 8; Contratación 422, n° 5.

30 Respectivamente: AGI, Contratación 5577, n° 31; Contratación 359, n° 9.

31 AGI, Contratación 269-B, n° 1, ramo 17, fols. 32v-33r.

32 Castellero Calvo, Castellero Calvo, *Sociedad, economía...*, *op. cit.*, p. 161, remitiéndose a una relación sobre la ciudad de 1610.

33 Ibidem, p. 155-175.

34 García Marsilla, Juan Vicente, "Expertos de lo usado. Pellers, ferrovellers y corredors de coll en la Valencia medieval," en Feller, Laurent y Rodríguez, Ana (eds.), *Expertise et valeur des choses au Moyen âge. II*, Madrid, Casa de Velázquez, 2016, p. 343-358, en concreto p. 48.

35 De la Guardia, Miguel (ed.), *Las leyes de Indias*, Título XXXII, tomo IV, Madrid, Pedro Núñez, 1889, p. 104-135.

36 Ibidem, p. 128-129.

37 AGI, Contratación 337-A, n° 1; Contratación 312-B, n° 20; Contratación 533-A, n° 1, ramo 14.

38 Vila Vilar, Enriqueta, "Extranjeros en Cartagena (1593-1630)", *Jahrbuch für Geschichte Lateinamerikas*, 1979, vol. 16, p. 147-184, en concreto p. 177; García Fuentes, Lutgardo, *Los Peruleros y el comercio de Sevilla con las Indias, 1580-1630*, Sevilla, Universidad de Sevilla, 1997, p. 197.

39 AGI, Panamá 16, ramo 4, n° 53. Carta del presidente Francisco Valverde de Mercado, Portobelo. 12-VII-1612.

40 AGI, Contratación 5273, n° 33. Licencia de pasajero a Blas Ibáñez de Soto. 7-II-1603.

41 AGI, Contratación 359, n° 9; Contratación 955, n° 1, ramo 14; Contratación 955, n° 2, ramo

5; Contratación 956, n° 15; Contratación 538, n° 3.

42 La expresión está tomada de García Marsilla, “Expertos de lo usado...”, *op. cit.*

43 AGI, Contratación 412-A, n° 1, ramo 8, fol. 40r.

44 Respectivamente: AGI, Contratación 303, n° 9, fol. 52v; Contratación 312-B, n° 20, fol. 105v.

45 AGI, Contratación 5577, n° 31, fol. 16r.

46 Respectivamente: AGI, Contratación 941-B, n° 13, fol. 25r; Contratación 955, n° 1, ramo 14, fol. 22r.

47 El ejemplo de la almoneda de bienes de Hernando Ibáñez de Albendea, examinada en detalle más abajo, da fe de ello.

48 AGI, Contratación 244, n° 24, fols. 15r-15v.

49 Este lote aparece descrito más abajo.

50 AGI, Contratación 356, n° 7, fols. 42r-49v.

51 Por ejemplo, Juan Perea, vecino de Panamá, compró un esclavo llamado Antonio Bran de unos 18 años por 251 pesos de plata ensayada, sin embargo, “declaró que lo saca para el servicio de su señoría el señor don Alonso de Sotomayor”, por entonces gobernador de la audiencia de Panamá. AGI, Contratación 941-B, n° 13, fol. 26v. Sobre Sotomayor, véase: Mena García, *op. cit.*, p. 66, 70, 200, 204, 205, 208, 209, 211, 218, 426.

52 AGI, Contratación 337-A, n° 1, fols. 66v-67r.

53 AGI, Contratación 253, n° 2; Contratación 269-B, n° 1, ramo 17.

54 AGI, Contratación 356, n° 7, fols. 51v; Contratación 375, n° 1, ramo 5, fols. 53r, 54v.

55 AGI, Contratación 359, n° 9, fols. 39r, 39v, 41v, 44v.

56 AGI, Contratación 356, n° 7, fol. 50v; Contratación 955, n° 1, ramo 14, fol. 24r.

57 AGI, Contratación 375, n° 1, ramo 5, fols. 39r, 40r.

58 AGI, Contratación 356, n° 7, fols. 2r-9r.

59 AGI, Contratación 359, n° 9, fols. 41v, 45v, 48v, 49v, 50r, 50v y 54r; Contratación 376, n° 1, ramo 5, fol. 60v.

60 AGI, Contratación 356, n° 7.

61 Ireton, Chloe, “‘They Are Blacks of the Caste of Black Christians’: Old Christian Black Blood in the Sixteenth- and Early Seventeenth-Century Iberian Atlantic”, *Hispanic American Historical Review*, 2017, vol. 97-4, p. 579–612, concretamente p. 600-604.

62 Por ejemplo, en la almoneda de Juan Ortiz (1581) se vendieron 5 mujeres de origen africano, una de ellas enferma, a un tal Alonso Sánchez de Córdoba por 1.075 pesos. Otra mujer, descrita de casta Bran, fue vendida por 301 pesos. AGI, Contratación 480, n° 8, fols. 21r, 22v.

63 Al respecto, véase: Mena García, *op. cit.*, p. 74-82.

64 Biblioteca Nacional de España (Madrid), mss. 3064, fols. 63r-64r.

65 Archivum Romanum Societatis Iesu (Roma), Novi Regni et Quit Histor. 12, N. I – II. Litterae Annuae. 1604-1652, fol. 220v.

66 Respectivamente: AGI, Contratación 242, n° 1, ramo 16, fol. 21r; Contratación 230, n° 1, ramo 4, fol. 83r; Contratación 498-B, n° 5, ramo 2, fol. 5v.

67 Respectivamente: AGI, Contratación 359, n° 9, fol. 44r; Contratación 950, n° 19, fol. 22r.

68 AGI, Contratación 412-A, n° 1, ramo 8, fols. 42r-42v.

69 Una panorámica al respecto en: Mena García, *op. cit.*, p. 252-259.

70 Respectivamente: AGI, Contratación 269-B, n° 1, ramo 17, fol. 35r; Contratación 375, n° 1, ramo 5, fol. 50r; Contratación 412-A, n° 1, ramo 8, fol. 39r.

71 Por 20 reales y 8 patacones, respectivamente. AGI, Contratación 356, n° 7, fols. 39v, 40v.

72 En 1593, 1621 y 1625. Véase, respectivamente: AGI, Contratación 242, n° 1, ramo 16, fol. 23r; Contratación 359, n° 9, fols. 39v, 53r; Contratación 356, n° 7, fol. 41r.

73 Situaciones similares han sido advertidas en González Sánchez, Carlos Alberto, *Dineros de ventura: la varia fortuna de la emigración a Indias: (siglos XVI-XVII)*, Sevilla, Universidad de Sevilla, 1995.

74 AGI, Contratación 471, n° 1, ramo 2, fol. 6r.

75 AGI, Contratación 303, n° 9, fols. 52r-52v.

76 AGI, Contratación 303, n° 9, fols. 54v.

77 El otro pulpero respondía al nombre de Juan Salazar, mientras que el ropero al de Juan Torres. Las compras de estos tres personajes en: AGI, Contratación 498-B, n° 5, ramo 2, fols. 4v, 5v.

78 AGI, Contratación 950, n° 19, fols. 22r-22v.

79 AGI, Contratación 356, n° 7, fols. 42r-44v.

80 Castellero Calvo, *Sociedad, economía...*, *op. cit.*, p. 610,752, 796, 797.

81 AGI, Contratación 375, n° 1, ramo 52, fol. 56r.

82 Castellero Calvo, *Sociedad, economía...*, *op. cit.*, p. 283, 603–611, 615, 618–620, 640, 642, 644, 738, 783–787, 790, 794–796, 933.



83 En 1621 acudió al menos a dos. AGI, Contratación 950, n° 19, fols. 24r y 25r; Contratación 359, n° 9, fols., 40r, 46r-47v, 48r-49v, 52v.

84 Mena García, *op. cit.*, 232–233.

85 AGI, Contratación 422, n° 5, fol. 71r.

86 AGI, Panamá 230, Lib. 4, fols. 43r-43v.

## Table des illustrations

	<b>Légende</b>	Fuente: véase nota n° 29
	<b>URL</b>	<a href="http://journals.openedition.org/nuevomundo/docannexe/image/76661/img-1.png">http://journals.openedition.org/nuevomundo/docannexe/image/76661/img-1.png</a>
	<b>Fichier</b>	image/png, 130k
	<b>Titre</b>	Gráfico 1 – Almoneda de Ibáñez de Albendea (1624) : distribución de gasto por compradores
	<b>Légende</b>	Fuente: AGI, Contratación 375, n° 1, ramo 5
	<b>URL</b>	<a href="http://journals.openedition.org/nuevomundo/docannexe/image/76661/img-2.png">http://journals.openedition.org/nuevomundo/docannexe/image/76661/img-2.png</a>
	<b>Fichier</b>	image/png, 332k

## Pour citer cet article

### Référence électronique

Alejandro García Montón, « Comercio local en una encrucijada global: almonedas y mercados de segunda mano en la ciudad de Panamá (c. 1550-1650) », *Nuevo Mundo Mundos Nuevos* [En ligne], Débats, mis en ligne le 08 octobre 2019, consulté le 10 octobre 2019. URL : <http://journals.openedition.org/nuevomundo/76661> ; DOI : 10.4000/nuevomundo.76661

## Auteur

**Alejandro García Montón**  
Universidad Pablo de Olavide  
agarmon1@upo.es

### Articles du même auteur

**La primera globalización desde América: comercio, agentes y bienes entre el mundo atlántico y pacífico, ss. XV-XVII** [Texte intégral]

Paru dans *Nuevo Mundo Mundos Nuevos*, Débats

## Droits d'auteur



Nuevo mundo mundos nuevos est mis à disposition selon les termes de la licence Creative Commons Attribution - Pas d'Utilisation Commerciale - Pas de Modification 4.0 International.

