

ÍNDICE

«PAULINO IRADIEL, HISTORIADOR CRÍTICO DEL MEDIEVALISMO», <i>Germán Navarro y David Igual</i>	9
PRESENTACIÓN	29
I. HISTORIOGRAFÍA, METODOLOGÍA Y FUENTES	
1. Definir y medir el crecimiento económico medieval	41
2. La transición y los aspectos del desarrollo comercial y manufacturero en la Europa bajomedieval y moderna	69
3. Antes de la identidad, las identidades. Reflexiones desde la periferia	77
4. Economía y sociedad feudo-señorial: cuestiones de método y de histo- riografía medieval.....	89
5. Medievalismo histórico e historiográfico	123
6. Fuentes de derecho privado: protocolos notariales e historia económica	137
II. EL MEDITERRÁNEO MEDIEVAL Y LA CORONA DE ARAGÓN	
7. La idea de Europa y la cultura de las élites mercantiles.....	165
8. Metrópolis y hombres de negocios (siglos XIV y XV).....	185
9. Nápoles en el mercado mediterráneo de la Corona de Aragón	217
10. La economía de la Corona de Aragón a finales de la Edad Media	243
III. CORPORACIONES, INDUSTRIA Y COMERCIO	
11. En el Mediterráneo occidental peninsular: dominantes y periferias dominadas en la baja Edad Media	263
12. Corporaciones de oficio, acción política y sociedad civil en Valencia	289
13. Consecuencias económicas y demográficas de las epidemias del siglo XV en la Corona de Aragón	323
14. El siglo de oro del comercio valenciano	347
15. El comercio en el Mediterráneo entre 1490 y 1530	367