

Espacios comerciales periurbanos y rurales en al-Andalus: estado de la cuestión de los mercados “sin rastro”

*Peri-urban and rural commercial spaces in al-Andalus:
state of research of the markets “without a trace”*

Alicia HERNÁNDEZ ROBLES

Author:

Alicia Hernández Robles
Departamento de Historia Medieval y Ciencias y Técnicas Historiográficas, Laboratorio de Arqueología Biocultural. Universidad de Granada (Granada, Spain)
ahernandezrobles@ugr.es
<https://orcid.org/0000-0001-8452-5258>

Date of reception: 10/10/2024

Date of acceptance: 08/01/2025

Citation:

Hernández Robles, A. (2025). Espacios comerciales periurbanos y rurales en al-Andalus: estado de la cuestión de los mercados “sin rastro”. *Anales de la Universidad de Alicante. Historia Medieval*, (26), 115-134.
<https://doi.org/10.14198/medieval.28390>

Funding:

Este trabajo ha sido elaborado en el marco de la ayuda para contratos Juan de la Cierva (JDC2022-049201-I) financiada por MICIU/AEI/ 10.13039/501100011033 y por la “Unión Europea NextGenerationEU/PRTR”.

Conflict of interest:

The author declares that there is no conflict of interest concerning the publication of this article.

Licence: This work is shared under a Creative Commons Attribution-NonCommercial-ShareAlike 4.0 International license (CC BY-NC-SA 4.0):

<https://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/4.0/>



© 2025 Alicia Hernández Robles

RESUMEN

Los mercados rurales y periurbanos de al-Andalus aparecen mencionados en investigaciones históricas y, en menor medida, arqueológicas, pero siguen siendo grandes desconocidos. Debido a esto, algunos autores los describen como realidades difusas o invisibles. Este artículo tiene como propósito revisar los estudios que han proporcionado información sobre el comercio en áreas rurales y periurbanas andalusíes desde diversas perspectivas, prestando especial atención a aquellos trabajos que han tratado de identificar la ubicación de estos espacios de mercado.

El objetivo principal es recopilar datos históricos y arqueológicos que permitan conocer de manera más concreta los espacios de mercado en dichas zonas. Para ello se comienza definiendo los espacios comerciales en ámbito urbano, periurbano y rural, junto con un balance sobre el estado actual del conocimiento acerca de los mercados rurales y periurbanos en al-Andalus. Posteriormente, se recogen los distintos tipos de fuentes utilizadas en el estudio de esos mercados: las fuentes escritas árabes y cristianas, así como la toponimia, y se exponen los argumentos empleados para explicar la ausencia de registro material de estos espacios comerciales.

A continuación, se examinan varias investigaciones centradas en casos de estudio específicos y se recopilan distintos indicios arqueológicos que proporcionan información sobre mercados rurales y periurbanos andalusíes, tales como productos de alto valor económico localizados en el medio rural, hallazgos numismáticos, pesas y balanzas, además de análisis territoriales más amplios. Finalmente, se propone continuar con el estudio de estos espacios comerciales a través de perspectivas integradas que combinen fuentes documentales, toponimia, estudios etnográficos y los indicios arqueológicos recopilados, con un enfoque vertebrado desde la arqueología del paisaje.

PALABRAS CLAVE: comercio; espacios de mercado; intercambio; rural; periurbano al-Andalus; arqueología del paisaje.

ABSTRACT

Rural and peri-urban markets of al-Andalus are mentioned in historical and, to a lesser extent, archaeological research, but they remain largely unknown. Because of this, some authors describe them as diffuse or invisible realities. The purpose of this article is to review the studies that have provided information on trade in rural and peri-urban Andalusí areas from different perspectives, paying special attention to those works that have tried to identify the location of these market spaces.

The main objective is to compile historical and archaeological data that will provide a more concrete understanding of the market spaces in these areas. To this end, we begin by defining the commercial spaces in urban, peri-urban and rural areas, together with an assessment of the current state of knowledge about rural and peri-urban markets in al-Andalus. Subsequently, the different types of sources used in the study of these markets are discussed: Arab and Christian written sources, as well as toponymy, and the arguments used to explain the absence of a material record of these commercial spaces are presented.

It then examines several case studies and compiles archaeological evidence that provides information on rural and peri-urban Andalusí markets, such as products of high economic value located in rural areas, numismatic finds, weights and scales, as well as broader territorial analyses. Finally, it is proposed to continue with the study of these commercial spaces through integrated perspectives that combine documentary sources, toponymy, ethnographic studies and the archaeological evidence collected, with an approach based on landscape archaeology.

KEYWORDS: trade; marketplaces; exchange; rural; peri-urban; al-Andalus; Landscape Archaeology.

1. INTRODUCCIÓN

La escasez de información en las fuentes escritas sobre el mundo rural islámico ha hecho que aún se desconozca en gran medida la estructuración de las comunidades rurales andalusíes, así como sus actividades comerciales y sus relaciones económicas con el ámbito urbano (Guichard, 2015, p. 222). Por su parte, los estudios arqueológicos tampoco han abordado estas cuestiones comerciales de manera directa, como se verá a lo largo de este trabajo, ya que las alusiones a intercambios en relación con el poblamiento rural, en el caso de haberlas, suelen aparecer de manera indirecta en investigaciones más amplias como proyectos de investigación y/o excavación sobre identificación y organización de poblamiento rural andalusí.

En consecuencia, los trabajos que han abordado el medio rural andalusí desde la perspectiva del comercio, la producción industrial y los mercados remarcan que se trata de aspectos escasamente abordados, que suscitan numerosos interrogantes para los que aún no se tiene respuesta. Así se ha llegado a definir a los zocos rurales y periurbanos como “invisibles” o “silenciosos”, también por su esquivo registro arqueológico (Martínez Enamorado, 2014; Retamero, 2011; 1999). Por lo tanto, con el estado actual de la investigación apenas es posible intuir la complementariedad de las esferas económicas urbana y rural (Fábregas, 2023, pp. 77-78; Guichard, 2015, p. 222).

Más allá de la dimensión económica de los mercados, como lugar de compra y venta de distintos artículos, estos incluyen también una dimensión social, como lugar de encuentro, con familiares, amigos o también con personas desconocidas o extranjeras (López, 1995, p. 30), por lo que el estudio de los zocos y su funcionamiento es una vertiente más desde la que profundizar en el conocimiento de la sociedad andalusí.

El mercado en contexto urbano (*sūq* o zoco) ha sido definido como el “elemento esencial de la civilización árabe-musulmana” (Molina, 2001, 189), como uno de los tres puntos del tríptico que, junto con la mezquita y la sede del poder, estructuraba cualquier ciudad del mundo islámico (Mazzoli-Guintard, 2000, p. 106; Chalmeta, 2010, p. 334). Se ha distinguido a los zocos urbanos por una mayor complejidad frente a otras modalidades de mercado, y se les ha diferenciado de los mercados rurales y periurbanos por su emplazamiento, localización, duración y especialización (Molina, 2001, pp. 190-191).

Los mercados o zocos urbanos tienen lugar en espacios fijos y estables de las ciudades, y cuentan con arquitecturas propias, principalmente tiendas, pero también edificios especiales como el *jān*, el *funduq*, o la alcaicería (*qayṣāriyya*) (Mazzoli-Guintard, 2023; Casal, 2022, p. 224; Molina, 2001, p. 196; Mazzoli-Guintard, 2000, pp. 106-111). Los dos primeros empleados para la venta al por mayor y el alojamiento de comerciantes, y la alcaicería para la venta al por menor de productos de alto valor económico. Los zocos se localizan en el centro de las ciudades, en relación con

la sede del poder y la mezquita mayor. Deben ser entendidos como tiendas dispuestas a lo largo de calles, no como un elemento urbano preciso (Mazzoli-Guintard, 2000, p. 106). La duración de su actividad es mayor y más especializada que en los espacios comerciales fuera de las ciudades, pues pueden alcanzar una cierta jerarquización por oficios y profesiones, y contar con un funcionario específico para su supervisión, el *ṣaḥīb al-sūq* o *muḥtasib* (inspector de mercados), así como un mayor control con la fijación y tarificación de precios (Mazzoli-Guintard, 2000, pp. 106-108; Molina, 2001, pp. 191 y 197).

Para al-Andalus, contamos con evidencias arqueológicas de estas arquitecturas en ciudades como Córdoba o Murcia. En Córdoba, de cronología emiral y califal, se han documentado tiendas y talleres a lo largo de calles principales, así como varios *fanādiq* (plural de *funduq*) en sus arrabales (Clapés, 2022; Casal, 2022). En Murcia, la arqueología evidencia la existencia de distintos establecimientos comerciales a partir del siglo XI, como tiendas, *fanādiq* y una posible alcaicería (Jiménez, 2023). De manera específica sobre los restos arqueológicos interpretados como posibles *fanādiq* andalusíes se cuenta con un trabajo de revisión y síntesis a nivel peninsular (Hernández, 2022).

En cuanto a los mercados en áreas rurales y periurbanas su actividad sería cíclica, con periodicidad semanal (Fábregas, 2017b, p. 75; Chalmeta, 2010, p. 331). El lugar en el que se llevarían a cabo estos mercados temporales no sería aleatorio, sino que tendría que reunir unas determinadas condiciones. Chalmeta (2010, p. 332) ha considerado indispensables la cuestión humana y la ecológica, es decir, se localizarían próximos a asentamientos con cierta densidad de población, sin que se trate de ciudades, y con presencia de agua abundante. Su ubicación sería entre poblaciones con un radio de un día de distancia a pie, para que el campesinado pudiera dirigirse a ellos con relativa facilidad, generando así una red de espacios en el medio rural, aún desconocida en gran medida (Chalmeta, 2010, pp. 331 y 339; Fábregas, 2017b, pp. 74-77).

Para Chalmeta (2010, p. 335), la mención a zocos en las fuentes escritas con el nombre de su fundador, urbanizador o refundador, o bien del grupo tribal sobre cuyo territorio se asientan son aspectos que indicarían el carácter rural de esos espacios comerciales en territorios islámicos. Esos espacios comerciales serían también espacios de reunión, puntos de congregación de uno o varios grupos. También se trataría de mercados rurales cuando se mencionan zocos localizados de manera concreta en montaña, comarca, río o lugar, sin que se los relacione con una ciudad de manera directa; o bien cuando se indica un día específico de celebración, lo que remite a su periodicidad semanal (Chalmeta, 2010, pp. 335-338).

A partir de las menciones a mercados rurales por distintos autores árabes para territorios islámicos medievales Chalmeta planteó una clasificación de los zocos rurales en cinco categorías atendiendo a su posición geográfica, según estuvieran

ligados a 1) una ciudad, 2) una fortaleza, 3) una aldea, 4) un descampado o 5) un grupo tribal (Chalmeta, 2010, pp. 338-339).

Si bien la investigación de Chalmeta sobre los zocos en el mundo islámico ha recopilado gran cantidad de estudios disponibles sobre mercados rurales en zonas como el Magreb, Yemen y la costa iraní del Mar Caspio (Chalmeta, 2010, p. 332), al-Andalus queda en un segundo plano, ya que esos mercados no han suscitado excesivo interés entre los investigadores. Lo poco que se conoce sobre esos espacios comerciales andalusíes ha sido producto de estudios puntuales, concretos y con escasos restos arqueológicos (Retamero, 1999; Sitjes, 2014). Se detecta así una ausencia de equilibrio general entre el conocimiento de los mercados urbanos y el resto de los tipos de mercados en al-Andalus, por lo que la información disponible sobre los espacios comerciales en el medio rural sigue siendo difusa (Fábregas, 2017b, p. 75).

Las fuentes documentales apenas apuntan algunos datos sobre los productos comercializados entre ciudades y zonas rurales o sobre los puntos de compraventa en contexto rural, sin llegar a mostrar, en ningún caso, la realidad de las comunidades campesinas y su organización comercial (Guichard, 2020). Desde la historia medieval se ha estudiado la existencia de zocos rurales semanales dedicados a satisfacer las necesidades básicas de la población local, señalando determinados pueblos o alquerías como lugares de intercambio regional, o determinados productos como elementos clave en las relaciones entre el campo y la ciudad (Fábregas, 2023; 2017a).

En definitiva, más allá del ámbito amurallado de las ciudades, los mercados debieron ser fundamentales a nivel económico y social en el contexto rural, estarían integrados en las dinámicas campesinas y jugarían un papel fundamental para la incorporación de la población al sistema tributario andalusí. Sin embargo, a pesar de estas consideraciones sobre la estrecha relación comercial entre los ámbitos urbano, periurbano y rural se ignora en gran medida cómo se articuló ese comercio y los lugares en los que se produjo pues son escasas sus evidencias materiales (Figura 1). La configuración y el funcionamiento de los espacios comerciales en zonas rurales y periurbanas son algunas de las muchas cuestiones que sigue suscitando el mundo rural andalusí. Por lo que para analizar estos aspectos se deben tener en cuenta los debates historiográficos centrales sobre la naturaleza de las comunidades rurales, su grado de igualitarismo o autonomía y la capacidad de influencia del Estado en ellas (Eiroa, 2015; Ortega y Villagordo, 2020, p. 178).

Este artículo tiene como finalidad revisar los estudios que han aportado información relacionada con el comercio en áreas rurales y periurbanas de al-Andalus desde diversas perspectivas, prestando especial atención a aquellos trabajos que han propuesto la ubicación de espacios de mercado. El objetivo principal es recopilar los datos históricos y arqueológicos que permiten una aproximación a los espacios de mercado fuera de los contextos urbanos. Asimismo, se señalarán las limitaciones que presenta este objeto de estudio y se esbozarán posibles líneas de estudio futuras.



MELILLA. Zoco en el campo.

Foto. Lázaro.

Figura 1. Zoco rural en Melilla. Fuente: Revista de tropas coloniales (1/8/1925).
<https://hemerotecadigital.bne.es/hd/es/results?id=9fb68513-952d-4259-8cd6-49a5026768ce&page=1>
 (Consulta: 25/11/2024)

2. EL PROBLEMA DE LA LEVEDAD DEL RASTRO MATERIAL DE LOS MERCADOS CÍCLICOS Y TEMPORALES ANDALUSÍES

El estudio de los mercados rurales y periurbanos en al-Andalus se ha realizado en gran medida desde las escasas menciones que han proporcionado las fuentes escritas, tanto árabes como la documentación cristiana, especialmente la elaborada tras la conquista. Su información es fundamental para identificar zonas potenciales de intercambios y, por ello, esta revisión debe partir de dichas indagaciones. No obstante, las fuentes escritas cuentan con grandes limitaciones, por lo que se ha llegado a describir a estos espacios comerciales como mercados “sin historia” (Chalmeta, 2010, p. 332).

Las fuentes escritas árabes se han calificado como escasas, dispersas o imprecisas no solo en lo referente a los espacios comerciales, si no en general sobre el mundo rural andalusí y su población. Mientras que las fuentes cristianas, por su cronología más tardía, posteriores a la conquista, tampoco dan respuesta a todos los interrogantes planteados en la investigación de dicho contexto (Martínez Enamorado, 2014, p. 429; Ortega y Villagordo, 2020, p. 178).

La información que proporcionan las fuentes árabes sobre el comercio en el medio rural andalusí se reduce a menciones en documentos jurídicos árabes, como las colecciones de fetuas y casos (Ortega y Villagordo, 2020, p. 178), o bien a alusiones puntuales en relatos de viajes o sobre personajes específicos al describir algún lugar concreto.

Chalmeta proporcionó una amplia recopilación de referencias a zocos semanales extramuros en al-Andalus mencionados en obras geográficas como la de al-Idrīsī (siglo XII) y al-Ḥimyarī (siglo XV) (Chalmeta, 2010, pp. 360-368). Para distinguir esos mercados de los urbanos considera como los propios autores árabes emplean de manera específica el singular o el plural de zoco, pues hablan de zocos en plural (*aswāq*) en el caso de los mercados urbanos y de zoco en singular (*sūq*) para referirse a un mercado rural (Chalmeta, 2010, pp. 334 y 362). Generalmente se mencionan lugares concretos y al describirlos se dice que cuentan con zoco frecuentado, como en el caso de Qalsāna, Bocairente, Iznájar, Alcaudete, Lorca, Saltés, Alicante, Baza, Jódar o Morón de la Frontera (Chalmeta, 2010, p. 363). Aunque en ocasiones se alude a regiones concretas en las que habría una red tupida de zocos rurales como en el entorno de Elvas, Jaén, los Pedroches o la isla de Mallorca, celebrándose los mercados un día distinto en cada localidad, como en el caso de Jódar (Jaén) donde se desarrollaba los martes (Chalmeta, 2010, pp. 363-365).

Estas menciones en las obras geográficas tan solo permiten confirmar la existencia de un mercado en algunas localidades rurales, pero no ofrecen más detalles sobre su funcionamiento o ubicación precisa. Martínez Enamorado (2014) al analizar la información disponible sobre estos espacios comerciales para la zona concreta de la Serranía de Ronda destacaba dichas limitaciones. Sin embargo, una fetua proporciona una visión más detallada de esa zona malagueña, pues relata como los campesinos de la Atalaya, en la Axarquía de Málaga, llevaban sal, esparto y otros productos a la plaza delante de la mezquita mayor de Vélez-Málaga donde acampaban e intercambiaban mercancías por frutos, e incluso menciona que extendían los higos en el patio de la mezquita para secarlos y empaquetarlos (Martínez Enamorado, 2014, p. 430).

Otro testimonio de estos intercambios se encuentra en el texto sobre la vida del místico Abū Marwān al Yuhānisī, que residió tanto en la alquería de Ohanes, en la alpujarra almeriense, como en la ciudad de Guadix. La alquería de Ohanes constituía el centro de un territorio en el que había dos espacios de mercado más: Abru-cena y Laujar de Andarax. El místico cuenta como acudía a esos mercados, pues se menciona la venta de carne en el zoco de Ohanes y la compra de escudillas para las abluciones en el mercado abierto de los jueves en Laujar de Andarax (Ramos, 2022, p. 1170; Fábregas, 2017b, p. 76). Por lo tanto, es bien conocido el papel comercial de Andarax en el siglo XIII, destacando esta población por su riqueza agrícola, sérica y alfarera (Mazzoli-Guintard, 2023).

Por otro lado, encontramos las fuentes cristianas posteriores a la conquista, en las que quedaron recogidos abundantes topónimos que remiten a distintos lugares en los que se celebrarían mercados, sin especificar tampoco más detalles (Chalmeta, 2010, pp. 368-370; Martínez Enamorado, 2014, p. 432). En este caso, a la imprecisión de la información se suma su cronología tardía, por lo que los datos que proporcionan solo pueden tomarse en consideración para la última etapa de poblamiento andalusí en las zonas a las que hacen referencia.

Algunos de estos topónimos se han mantenido a lo largo del tiempo, mientras que otros han desaparecido y solo se conocen por arabismos recopilados en la documentación cristiana posterior a la conquista como los *Repartimientos* y los libros de *Apeos* (Chalmeta, 2010, pp. 372-373). Por un lado, es posible encontrar topónimos que indicarían de manera directa la existencia de un mercado en ese lugar, generalmente con palabras derivadas del árabe *sūq*, o bien topónimos con un numeral ordinal o el nombre de un día de la semana (Retamero, 1999, p. 706; Chalmeta, 2010, p. 340, pp. 370-373), ya que podrían aludir al día de celebración del mercado. Actualmente, en zonas rurales de Marruecos se encuentran topónimos que indican el día de celebración del mercado, e incluso esa celebración del zoco semanal ha hecho que prevalezca ese topónimo frente al nombre de alguna ciudad (Jah, 1995, p. 63).

Un tercer tipo de topónimos de interés para este estudio serían aquellos que hacen referencia a mezquitas congregacionales ya que a ellas acudiría la población de zonas circundantes, lo que favorecería que en ese encuentro semanal de los viernes se desarrollara también un mercado en ese entorno (Martínez Enamorado, 2014, p. 434).

De los topónimos del primer tipo, derivados directamente del árabe *sūq*, encontramos numerosas variaciones siendo aquellos que aluden directamente a mercados rurales: *Qaryat al-Sūq* (alquería del zoco) o *Suwayqa/zuecha/çueycha* (mercadillo) en diferentes localidades (Chalmeta, 2010, p. 375; Martínez Enamorado, 2014, pp. 433-434). A modo de ejemplo, otros topónimos derivados de zoco serían los siguientes: alquería Alxuch, Ac-suc o Assoc de Montuiri en Mallorca, l'Assoc en Gandía (Valencia) (Retamero, 1999, p. 706); el Pago de El Çoc en Canjáyar (Almería) (Ramos, 2022, p. 1170); casas de Azoche (rurales) en Olivenza (Badajoz); camino de Zocodover en Valverde de Júcar (Cuenca) (Chalmeta, 2010, p. 373); pago de Zuque en Benaoján (Málaga) (Martínez Enamorado, 2014, p. 435).

Algunos ejemplos del segundo tipo de topónimo, los derivados de numerales ordinales o días de la semana, serían Alarba en Zaragoza y Larba en Jaén, aludiendo al día cuarto o al miércoles (Retamero, 1999, p. 706; Chalmeta, 2010, p. 372). Se ha considerado que los arabismos que hacen referencia a los mercados de los miércoles son algo más claros que los de otros días de mercado por la fonética árabe de miércoles, mientras que el resto de los arabismos son más problemáticos a la hora de interpretar si se trata de referencias al término del día de la semana o a otras palabras (Chalmeta, 2010, pp. 372-373).

Teniendo en cuenta este déficit de detalle y concreción en las fuentes escritas algunos trabajos han considerado también los estudios etnográficos como método anacrónico pero útil para conocer el funcionamiento de los mercados rurales. Estos estudios se han basado en la inmovilidad de las estructuras sociales rurales preindustriales y en la persistencia de normas arcaicas en esas comunidades (Chalmeta, 2010, p. 333).

En el ámbito arqueológico, el registro material de los mercados rurales o periurbanos se ha clasificado como exiguo y esquivo (Martínez Enamorado, 2024, p. 428; Retamero, 2011, p. 174). El principal argumento empleado para explicar esa ausencia de registro arqueológico ha sido el de la temporalidad de los intercambios, tratándose de encuentros de carácter periódico sin infraestructuras concretas ni permanentes (Retamero, 1999, p. 709; Martínez Enamorado, 2014, p. 429). El comercio en el medio rural se produciría gracias al desplazamiento de campesinos para vender sus productos, bien a los propios centros urbanos o a lugares rurales concretos. Así, ese comercio ha quedado invisibilizado ante la mirada arqueológica.

Los estudios etnográficos sobre zocos modernos y actuales corroboran esta cuestión ya que los zocos rurales se caracterizan por ser mercados abiertos, no fortificados, que se desarrollaran en pleno campo, en lugares sin edificaciones, desiertos, cerca de cruces de caminos (Jah, 1995, p.60; Chalmeta, 2010, pp. 345-349). En el Magreb, incluso se conoce la preferencia de lugares arenosos para evitar el polvo y el barro, con árboles que ofrecieran sombra y una fuente (Chalmeta, 2010, p. 347).

3. EN BUSCA DE LAS EVIDENCIAS MATERIALES DE ESPACIOS COMERCIALES FUERA DE LOS CENTROS URBANOS

La ausencia de arquitecturas permanentes asociadas a los mercados semanales andalusíes en contexto rural y periurbano ha hecho que se considerara una total inexistencia de evidencias arqueológicas de esta actividad (Chalmeta, 2010, p. 368). Sin embargo, investigaciones arqueológicas en los últimos años están permitiendo matizar ese argumento.

Un primer ámbito de estudio es el de las “producciones urbanas” en contexto rural, interpretadas como resultado de la conexión y el comercio entre ambas esferas. El hallazgo en algunas alquerías de objetos de valor económico alto, asociados al lujo o al prestigio, como en Alcaria Longa (Mértola, Portugal), El Quemao (Sarrión, Teruel) o La Graja (Higueruela, Albacete), han permitido hablar de un cierto poder adquisitivo de las poblaciones en contextos rurales y de la conexión de sus alquerías con las redes de comercio regional. Ese vínculo se produciría a partir de los excedentes acumulados en los años de buenas cosechas o generados de la ganadería (leche, carne o lana), que se podrían vender o intercambiar (Ortega y Villagordo, 2020, p. 178; Jiménez, Simón y Moreno, 2021, p. 251; 2024, pp. 325-326). Aunque,

sin duda, el objeto que ha ocupado un lugar central en el estudio de las relaciones comerciales entre el campo y la ciudad desde la arqueología ha sido la cerámica, especialmente la presencia de producciones de cerámicas vidriadas o decoradas en contextos rurales (Fábregas, 2017a).

En el caso de Alcaria Longa esos bienes de alto valor los constituyen joyas de plata (como un pendiente decorado con filigranas, parte de una cadenita y anillos), monedas perforadas y el pomo decorado de una daga (Boone, 1996, p. 33). En El Quemao se localizaron cuentas de collar, aplicadores de *kohol* y objetos suntuarios, como fragmentos de una arqueta de hueso decorada con motivos epigráficos y zoomorfos tallados (Ortega y Villagordo, 2020, p. 191). En cuanto a la cerámica hallada en El Quemao las formas vidriadas destinadas al servicio de mesa fueron interpretadas como producciones que provendrían de alfares urbanos y que presentan paralelos con producciones de comarcas cercanas, del este de al-Andalus. Tal es el caso de los ataifores con vidriado melado y verde y manganeso, redomas y tazas de vidriado melado y, aunque recuperadas en menor proporción, jarritas decoradas en verde y manganeso o en cuerda seca parcial (Ortega y Villagordo, 2020, pp. 189-190). A partir de la identificación de estas piezas en el yacimiento se ha apuntado a la participación de esta alquería en las redes de intercambio regionales en los siglos XI y XII, cuestión que se ve complementada con el hallazgo de una pesa de piedra pulida que podría haber sido empleada en balanzas para realizar dichas transacciones (Ortega y Villagordo, 2020, p. 190).

Por su parte, en La Graja se recuperaron cerámicas decoradas en verde y morado o en cuerda seca parcial, y cerámicas vidriadas (jofainas o redomas). El hallazgo de estas producciones junto con la presencia de otros objetos, como dedales de aleación de cobre e instrumentos de hierro, como una pequeña pesa de hierro de uso en balanzas de precisión ha llevado a los arqueólogos a plantear la existencia de lazos comerciales entre esta alquería y otros centros urbanos, posiblemente de la zona valenciana, aunque de manera limitada dada la excepcionalidad de los hallazgos (Jiménez, Simón y Moreno, 2021, p. 251; 2024, pp. 325-326).

El estudio del material cerámico recuperado de El Castillejo de los Guájares (Granada) remite también a la procedencia y elaboración urbana de la cerámica hallada en el contexto rural, lo que se ha relacionado con su adquisición en mercados externos al yacimiento (Fábregas, 2017b, p. 75; García Porras, 2008, p. 145). En ese estudio se propuso que las diferencias existentes en el ajuar cerámico entre contextos urbanos y rurales en época almohade no se encuentran en las técnicas productivas sino en la diversidad tipológica. Por lo tanto, la cerámica sería de buena calidad tanto en contexto rural como urbano tendiendo a la homogeneidad morfológica, así la principal diferencia se encontraría en la mayor disponibilidad de tipos y recursos decorativos en las ciudades (García Porras, 2008, pp. 145-146).

Se trata, por tanto, de productos importados de contextos urbanos, relativamente caros y que no aparecen de manera generalizada en los yacimientos. Aquellos relacionados con el adorno personal permitirían a sus dueños reflejar su “riqueza” y mostrar un cierto poder adquisitivo. En el caso de los objetos de plata, incluso se ha planteado que su adquisición sería una forma de convertir en duradero los excedentes perecederos, ya que en épocas de carestía se podría volver a vender la plata para comprar alimentos (Boone, 1996, p. 33; Ortega y Villagordo, 2020, p. 178). Este aspecto puede relacionarse con las formas de pago de los impuestos por parte de la población de las alquerías al Estado, de tal modo que además del pago en especie, con parte de la cosecha, también podría realizarse el pago en dinero, con moneda (Guichard, 2001, p. 357; Retamero, 2011, pp. 178-179). De hecho, la imposición de ciertos pagos en moneda obligaría a los campesinos a disponer de efectivo en determinados momentos del año, lo que tuvo como consecuencia la introducción de numerario en el mundo rural (Jiménez Puertas, 2010, pp. 138 y 142). Su imposición también para el pago en las transacciones comerciales contribuiría al uso generalizado de la moneda en el medio rural (Retamero, 2011, p. 182).

Algunas producciones cerámicas también informan del radio de extensión de los mercados rurales o periurbanos. Tal es el caso de la cerámica de Quesada (Jaén), cuya producción almohade se distribuiría en una zona muy extensa, llegando incluso a Murcia, como ha puesto de manifiesto el hallazgo de tinajas estampilladas del centro productor jienense en Murcia (Riera, Roselló, Soberats, 1997, pp. 175-176; Fábregas, 2017b, p. 76).

Estas evidencias arqueológicas confirman la existencia de dinámicas de intercambio por la presencia de producciones de cierto valor económico en los espacios rurales, como se ha visto en el caso de las cerámicas vidriadas y decoradas, joyas, objetos realizados en hueso trabajado o determinados objetos de metal. Aunque, generalmente, no han proporcionado información sobre los zocos en los que se habrían adquirido. En consecuencia, se deben contemplar varias posibilidades, por un lado, el desplazamiento de la población campesina a los zocos urbanos para su adquisición, o bien la presencia de comerciantes itinerantes de productos y artesanías urbanas en los zocos rurales. Sin embargo, el hallazgo de otros materiales, como las monedas y las pesas y balanzas, podrían indicar de manera más directa los lugares en los que se producían las transacciones comerciales. El análisis de esta cultura material constituye otro ámbito de estudio más desde el que investigar arqueológicamente los espacios comerciales rurales y periurbanos.

La mayoría de los hallazgos de monedas andalusíes en contextos rurales llevó a Retamero (2011) a plantear la necesidad de incluir el estudio de estos hallazgos para entender las redes de intercambio andalusíes, así como la existencia de mercados temporales. Según el autor, las piezas aparecerán en los sitios donde se utilizaron con mayor frecuencia, es decir, en mercados durante transacciones comerciales (Re-

tamero, 2011, p. 173). Así, plantea que las concentraciones de monedas encontradas en Sant Rafel (Ibiza) o en el caló de s'Oli (Formentera) serían indicadores de modestos mercados altomedievales (Retamero, 1999). Estas concentraciones presentan una serie de características concretas: se trata de monedas encontradas en un radio limitado (decenas de metros), en lugares sin indicios superficiales de yacimientos arqueológicos, y pertenecen a diferentes períodos, lo que sugiere que no forman parte de un solo depósito disperso. A partir de estas cuestiones Retamero propone examinar las condiciones de los hallazgos de piezas andalusíes ya que podrían revelar un leve rastro sobre la existencia y localización de mercados cíclicos rurales (Retamero, 2011, p. 174).

Además, la revisión del registro numismático andalusí desde la perspectiva de las redes de intercambio puede ayudar a comprender la extensión del uso de las monedas en el medio rural, entendido como el reflejo de las demandas tributarias y las transacciones comerciales (Retamero, 2011, p. 183).

Los hallazgos de pesas de balanza y balanzas en distintos yacimientos rurales han hecho que estos lugares se hayan interpretado como puntos en los que los campesinos comercializarían sus excedentes, ya que esos objetos se han relacionado con el pesaje de oro y plata necesario en las transacciones (Jiménez, Simón y Moreno, 2021, p. 252).

En la almunia de Liétor (Albacete) se localizaron cuatro balanzas de cierta precisión y una pesita de bronce de 46,8 gr. (Figura 2) (Navarro y Robles, 1996, pp. 65-67 y XXII-XXIX; Jiménez, Simón y Moreno, 2021, p. 252). Tres de las balanzas eran de platillos y una de calderos, relacionada esta última con el pesaje del grano, posiblemente trigo y cebada (Navarro y Robles, 1996, p. 61). Por otro lado, las balanzas de platillos se relacionaron con el pesaje de monedas o productos de escaso volumen como sal y especias y, quizás, algunas frutas y verduras (Navarro y Robles, 1996, p. 66). Otros ejemplos del hallazgo de pesas de balanza ya han sido mencionados con anterioridad en los yacimientos de El Quemao (Ortega y Villagordo, 2020, 190) y La Graja (Jiménez, Simón y Moreno, 2024, p. 326).

Otro tipo de estudio desde el que también es posible profundizar en los espacios comerciales del medio rural y periurbano de al-Andalus es el realizado desde la arqueología del paisaje (Martín Civantos, 2018). Un caso de estudio relevante desde esta perspectiva es la investigación realizada sobre el territorio de Manacor (Mallorca). Sitjes analizó once caminos principales y las alquerías de su entorno trasladando los datos a un sistema de información geográfica y realizando distintos análisis en él. Así el estudio concluyó que los once caminos documentados en el siglo XIII confluían en la Cariat Açoeh, la alquería del mercado, actual Manacor, formando una estrella radial con centro en dicha alquería (Figura 3) (Sitjes, 2014, pp. 161-162).

Las alquerías localizadas a ambos lados de las vías principales se agruparon siguiendo una serie de criterios: su conexión mediante un eje viario, la ocupación de

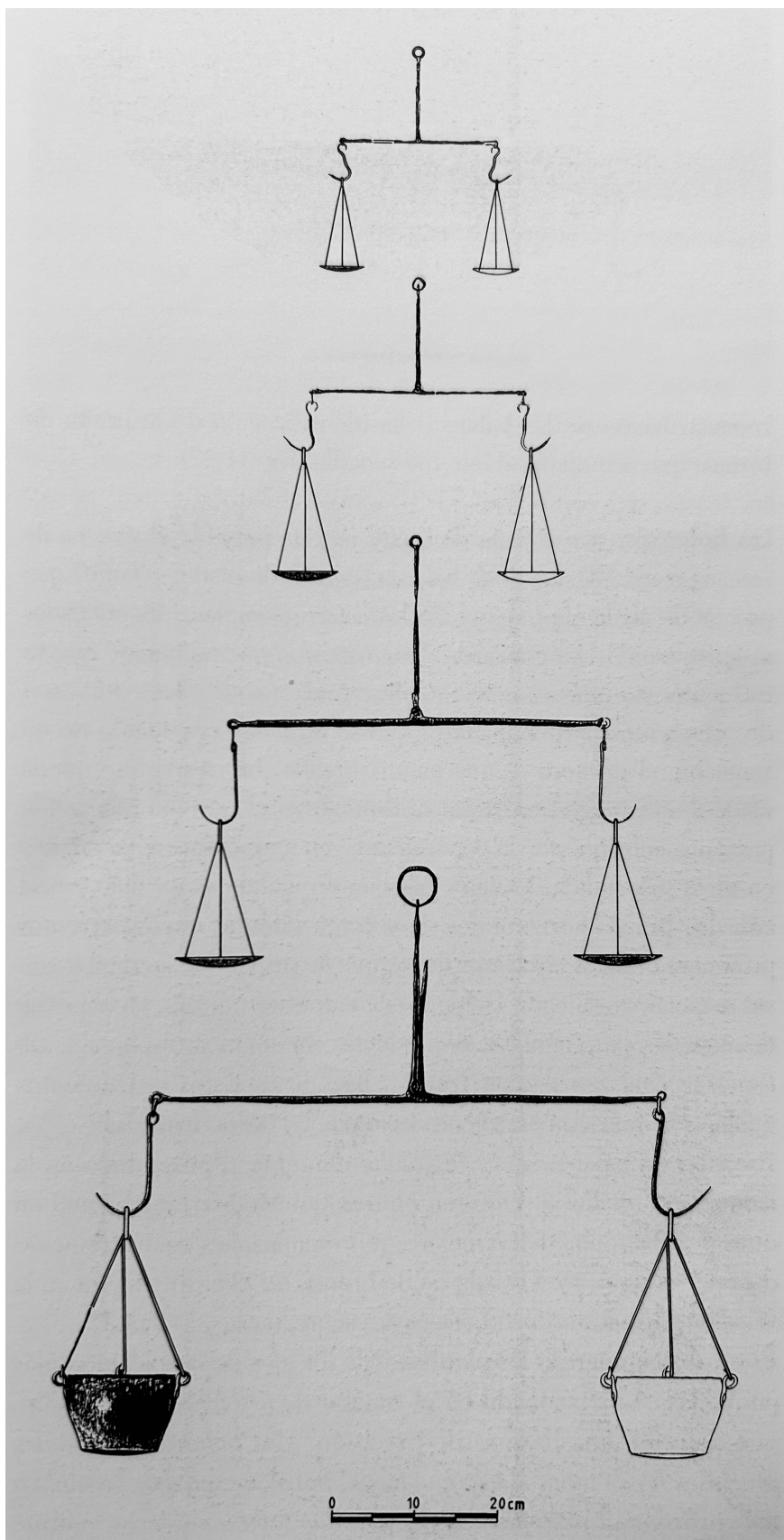


Figura 2. Restitución de las cuatro balanzas localizadas en Liétor (Albacete) (ss. X-XI).
Fuente: Navarro y Robles, 1996, p. 65.

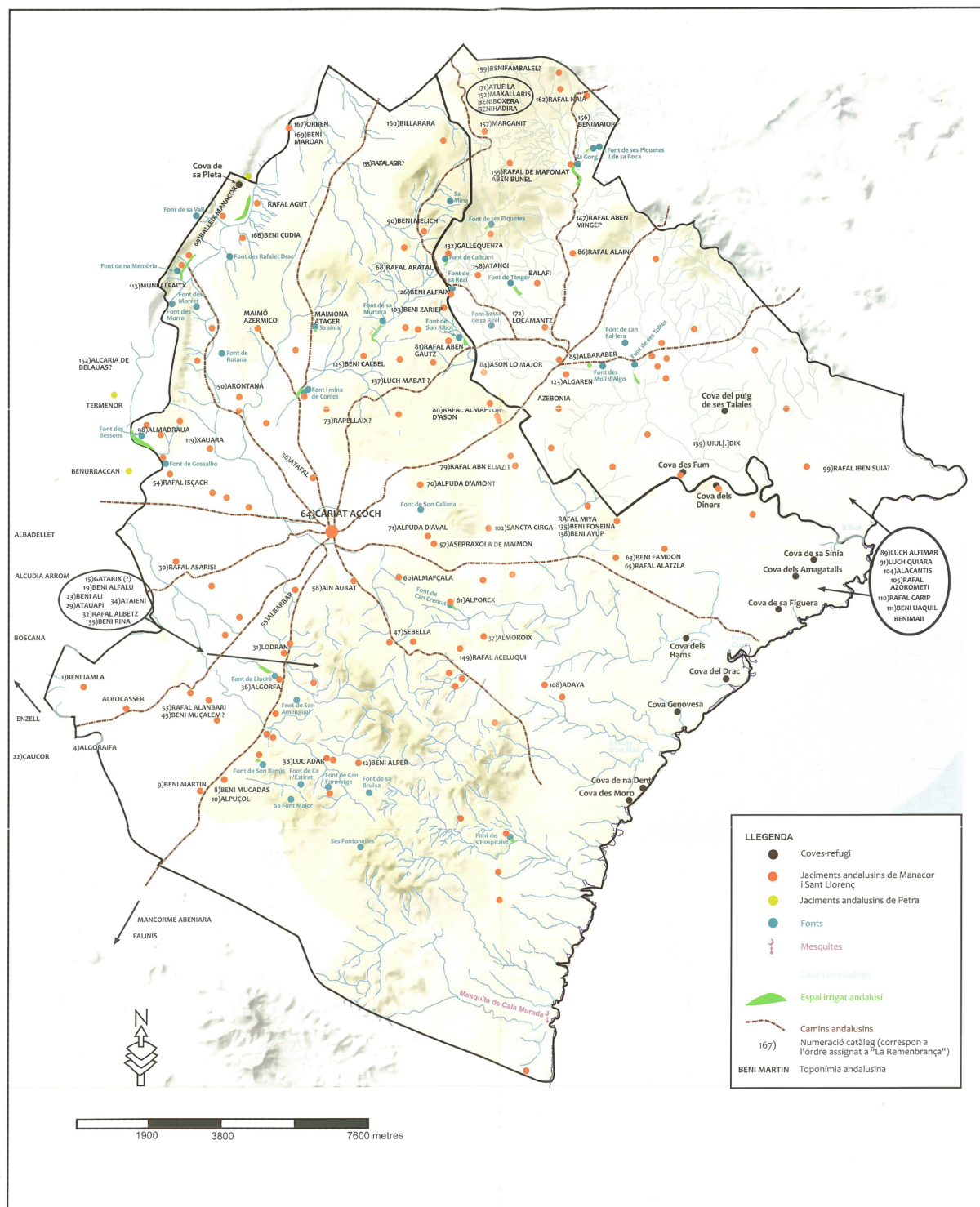


Figura 3. Mapa del territorio de Manacor andalusí. Fuente: Sitjes, 2014.

unidades de relieve concretas (valles, llanuras, etc.) y su relación documentada en las fuentes escritas cristianas (Sitjes, 2014, p. 162). De esta manera se presentaron once agrupaciones de alquerías en torno a los once caminos documentados. Comprender la disposición de los caminos y el poblamiento en torno a ellos fue una cuestión fundamental para analizar la alquería principal, Cariat Açoçh, y su mercado.

Las fuentes escritas registran que la Cariat Açoch ocupaba una extensión de 40 jovades, superior a las alquerías del entorno, y que estaba formada por una agrupación de casas enfrentadas entre sí y configurando una plaza y una calle, es decir, que contaba con un cierto tejido urbano (Sitjes, 2014, p. 163). A partir de los datos existentes, la autora plantea que sería la única alquería de las incluidas en el estudio con casas alineadas en calles y en la que se documenta, como mínimo, una plaza.

La información arqueológica disponible sobre la Cariat Açoch es escasa. Dos excavaciones de urgencia en Manacor recuperaron abundante material cerámico andalusí y, en una de ellas, se documentaron cinco pozos negros. Estos resultados junto con el hallazgo descontextualizado de una lápida funeraria con epigrafía permitieron plantear la existencia de un poblamiento estable en Manacor desde el siglo X, con la existencia de un cementerio del que se desconoce su ubicación (Sitjes, 2014, pp. 163-164).

Los cálculos de las distancias entre las poblaciones y los caminos, así como entre los asentamientos y la Cariat Açoch permitieron concluir que los más alejados del lugar del mercado lo estarían como mucho entre 18 y 20 km por lo que se trataba de distancias asequibles para llegar al mercado a pie o con animales de carga, cumpliendo así la característica planteada para los zocos rurales periódicos de encontrarse dentro de un rango que pudiera realizarse a pie en un solo día (Sitjes, 2014, p. 168).

En el caso de la Cariat Açoch, su topónimo, el estudio de su emplazamiento y su entorno a través de sistemas de información geográfica, y su comparativa con estudios etnográficos ha permitido generar un profundo análisis y toda una serie de documentación gráfica que ilustra la localización central de un mercado rural andalusí en la confluencia de numerosos caminos, en el medio de una red de asentamientos de grupos campesinos y ganaderos en Manacor. Este mercado semanal sería el lugar de encuentro de la población dispersa del entorno, ya que los asentamientos estaban próximos entre sí para que los grupos tuvieran contactos regulares, pero a la suficiente distancia como para que cada uno funcionara de manera independiente y los desplazamientos se realizaran solo una vez a la semana (Sitjes, 2014, p. 168). La autora emplea el concepto de "microecología" de Horden y Purcell para describir el mapa de Manacor, entendido como una interacción entre oportunidades y actividades, pues considera que el mercado sería una estrategia más de los grupos campesinos. Crearon un centro de redistribución e intercambios que evitaba la necesidad de especialización al mismo tiempo que ponía en relación diferentes modos de subsistencia. La Cariat Açoch era también una zona de frontera ecológica ya que al norte de la alquería se concentraban los sistemas hidráulicos que generaron espacios irrigados de mayores dimensiones frente a los localizados al sur, de menor tamaño (Sitjes, 2014, p. 169).

Además del trabajo de Sitjes, en otras investigaciones también encontramos cierta combinación de fuentes y metodologías que tienen en cuenta el territorio a

la hora de argumentar la existencia de un posible mercado rural, aunque el análisis no llega a ser tan detallado. Por ejemplo, la caminería y el territorio también fueron argumentos empleados por Retamero para contextualizar los hallazgos numismáticos ya mencionados de Sant Rafel en Ibiza, ya que esa localidad también constituía un nudo viario en la isla de Ibiza, junto a una divisoria de aguas, y también próximo al punto donde confluían los límites de tres de las cinco circunscripciones de la isla (Retamero, 1999, p. 707). De este modo, a partir del análisis del territorio y de las piezas numismáticas halladas se planteó la existencia de un mercado rural en ese lugar.

Otro estudio reciente ha combinado toponimia y datos arqueológicos y del territorio para plantear la hipótesis de la existencia de un mercado rural en el pago de las Mezquitillas, en el valle de río Grande, en Málaga. Por un lado, se atendió al topónimo, que denota la existencia de un edificio religioso en la zona. A lo que se sumó la identificación de monedas de cronología almohade y nazarí en las proximidades, en concreto en el cortijo de Carranque, cercano al río. Por último, se consideró la propia localización próxima al río. A partir de estos aspectos se planteó como hipótesis que la zona de mercado hubiera sido una zona llana en la que se encuentra una fuente, junto al vado del río (Ordóñez, 2021, p. 100).

La alquería de La Graja proporciona otro ejemplo reciente de posible zoco rural. A partir de las excavaciones arqueológicas realizadas en la alquería, y tras el análisis de su urbanismo y la cultura material recuperada en el yacimiento, los arqueólogos han planteado la hipótesis de evidencia arqueológica y de localización de un zoco rural al que acudirían los habitantes de La Graja y los de algunas alquerías del entorno aprovechando la cita de la oración de los viernes (Jiménez, Simón y Moreno, 2024, p. 325; Jiménez, 2023, p. 248). El lugar concreto de ese espacio comercial sería una plaza de cierta entidad, localizada junto a la mezquita congregacional, en la que desembocan cuatro calles. A esta disposición del urbanismo hay que sumar los indicios de relaciones comerciales que se desprenden de la presencia de producciones de valor económico en la aldea comentadas líneas arriba.

4. CONCLUSIONES Y PERSPECTIVAS DE FUTURO

Los datos recopilados en este trabajo sobre las distintas perspectivas empleadas en la identificación de actividades comerciales en entornos rurales y periurbanos andalusíes, así como de los propios espacios de mercado muestran que no solo la documentación escrita informa de estos lugares.

Los estudios realizados hasta el momento evidencian toda una serie de indicios, de evidencias materiales, que pueden ser estudiados desde la arqueología y aportar información relevante sobre los lugares de celebración de zocos rurales. Esos indicios son las vías de comunicación y las divisiones administrativas, la existencia de

puntos de agua, la localización de mezquitas congregacionales, la cultura material (“producciones urbanas”, monedas, pesas y balanzas) y las zonas de trabajo (espacios de cultivo, de ganadería, etc.).

Los puntos de agua serían fundamentales para que personas y animales pudieran beber y para las abluciones (Retamero, 1999, p. 706). Conocer las zonas de trabajo, lo que se producía y su ubicación, permitirá entender el tiempo y el espacio del mercado rural, es decir, porqué su ubicación era esa y no otra y a qué se debe su momento de celebración (Retamero, 1999, p. 706). A ello también contribuirá el estudio de los factores de celebración de los zocos actuales, por ejemplo, agrícolas, pecuarios o socio-religiosos, lo que puede dar lugar a mercados cada cosecha o cada celebración de un santo (Jah, 1995, pp. 59-63).

Además, la confluencia de vías de comunicación y divisiones administrativas, en relación con la localización de mezquitas congregacionales pueden ser indicadores muy significativos para identificar zonas transitadas, cruces de caminos y, en definitiva, espacios de confluencia idóneos para el contacto entre distintos grupos poblacionales, convenientes para el desarrollo de intercambios.

En consecuencia, consideramos que los espacios comerciales rurales y periurbanos no podrán ser entendidos si se estudian de forma aislada, sino que deben ser comprendidos como parte de un paisaje en el que los diversos componentes que lo configuran influyen unos sobre otros (Sitjes, 2014; Martín Civantos, 2018, p. 214). Estos lugares de intercambio formaron parte de un conjunto de espacios de hábitat y de espacios productivos estructurados por redes viarias, por lo que deben considerarse sus dinámicas e influencias tanto con su entorno más próximo como con las ciudades próximas. De este modo, el paisaje debe ser entendido como un elemento esencial en futuras investigaciones.

El análisis de todos estos elementos, desde su espacialidad a través de la arqueología del paisaje, su combinación con los datos disponibles de las fuentes escritas y la toponimia, y su contrastación con estudios etnográficos contribuirá a hacer más perceptible la celebración de los zocos cíclicos o semanales en zonas rurales de al-Andalus desde una perspectiva de estudio más integrada.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- BOONE, J. L. (1996). Uma sociedade tribal no Baixo Alentejo medieval?. *Arqueologia medieval*, (4), 25-35.
- CASAL GARCÍA, M. T. (2022). Zocos y monopolios estatales. En D. Vaquerizo y J. Rosón (Eds.), *Arqueología de Madinat Qurtuba. Reflexiones, novedades, historias* (pp. 224-229). Córdoba: Diputación de Córdoba.
- CHALMETA, P. (2010). *El zoco medieval. Contribución al estudio de la historia del mercado*. Almería: Fundación Ibn Tufayl de Estudios Árabes.

- CLAPÉS SALMORAL, R. (2022). El zoco y la actividad comercial. En D. Vaquerizo y J. Rosón (Eds.), *Arqueología de Madinat Qurtuba. Reflexiones, novedades, historias* (pp. 423-428). Córdoba: Diputación de Córdoba.
- EIROA RODRÍGUEZ, J. A. (2015). Representations of Power in Rural Communities in South-Eastern al-Andalus (Tenth-Thirteenth Centuries). En A. Fábregas y F. Sabaté (Eds.), *Power and Rural Communities in Al-Andalus* (pp. 85-111). Turnhout: Brepols. <https://doi.org/10.1484/M.TMC-EB.5.108478>
- FÁBREGAS GARCÍA, A. (2017a). Las industrias y los mercados rurales en el reino de Granada. En G. Navarro and C. Villanueva (Eds.), *Industrias y mercados rurales en los reinos hispánicos (siglos XIII-XV)* (pp. 63-91). Murcia: Sociedad Española de Estudios Medievales. <https://doi.org/10.5281/zenodo.10566821>
- FÁBREGAS GARCÍA, A. (2017b). El mercado interior nazarí: bases y redes de contactos con el comercio internacional. *Hispania*, 77 (255), 69-90. <https://doi.org/10.3989/hispania.2017.003>
- FÁBREGAS GARCÍA, A. (2023). Industria y comercio en los últimos tiempos de al-Andalus. Organización productiva e implicación del medio rural en la producción de seda nazarí. En A. Fábregas y A. García (Eds.), *Artesanía e industria en al-Andalus* (pp. 73-95). Granada: Comares. <https://doi.org/10.5281/zenodo.10562907>
- GARCÍA PORRAS, A. (2008). Caracterización de una producción cerámica “comercializable”. La cerámica almohade. En N. Ferreira (Ed.), *A ocupação islâmica da Península Ibérica. Actas do IV Congresso de Arqueologia Peninsular* (pp. 139-155). Faro: Universidade do Algarve. <https://doi.org/10.5281/zenodo.10875716>
- GUICHARD, P. (2001). *Al-Andalus frente a la conquista cristiana*. Valencia: Universidad de Valencia y Biblioteca Nueva.
- GUICHARD, P. (2015). *Esplendor y fragilidad de al-Andalus*. Granada: Fundación El Legado Andalusí, Universidad de Granada.
- GUICHARD, P. (2020). “Traders and peasants”. En M. Fierro (Ed.), *The Routledge Handbook of Muslim Iberia* (pp. 249-270). Nueva York, Estados Unidos: Routledge Handbooks.
- HERNÁNDEZ ROBLES, A. (2022). Comercio y alojamiento en las ciudades andalusíes: estudio histórico-arqueológico del *funduq* (Siglos VIII-XIII). Tesis doctoral, Universidad de Murcia.
- JAH, C. A. (1995). Sociología del zoco en Marruecos. Norte y Sur. En V. Salvatierra Cuenca (Ed.), *El zoco. Vida económica y artes tradicionales en al-Andalus y Marruecos* (pp. 59-65), Madrid: Lunverg.
- JIMÉNEZ CASTILLO, P. (2023). El desarrollo de los zocos y la expansión económica en las medinas andalusíes. El caso de Murcia. En A. Fábregas y A. García (Eds.), *Artesanía e industria en al-Andalus* (pp. 243-272), Granada: Comares.
- JIMÉNEZ CASTILLO, P., SIMÓN GARCÍA, J.L., y MORENO NARGANES, J. M. (2021). *La alquería andalusí de La Graja (Higueruela): poblamiento y economía campesina en*

- la mancha oriental: primera campaña de excavaciones*. Albacete: Instituto de Estudios Albacetenses “Don Juan Manuel”.
- JIMÉNEZ CASTILLO, P., SIMÓN GARCÍA, J. L., MORENO NARGANES, J. M. (2024). The rural mosque uncovered in the andalusí village of La Graja (eleventh century CE). *Journal of Islamic Studies*, 35 (3), 299-326. <https://doi.org/10.1093/jis/etae023>
- JIMÉNEZ PUERTAS, M. (2010). Fiscalidad y moneda en Al-Andalus: aportaciones al conocimiento de la evolución del sistema tributario nazarí (siglos XIII-XV). *Cuadernos de la Alhambra*, (45), 123-143.
- LÓPEZ GÓMEZ, M. (1995). Aproximación a algunos aspectos sociológicos de los zocos andalusíes. En V. Salvatierra Cuenca (Ed.), *El zoco. Vida económica y artes tradicionales en al-Andalus y Marruecos* (pp. 29-33), Madrid: Lunwerg.
- MARTÍN CIVANTOS, J. M. (2018). La Arqueología del paisaje como lugar donde hacer realmente compleja nuestra disciplina. En J.A. Quirós (Coord.), *Treinta años de arqueología medieval en España* (pp. 205-224), Oxford: Archaeopress.
- MARTÍNEZ ENAMORADO, V. (2014). ¿Zocos invisibles? Evidencias de mercados andalusíes en la serranía de Ronda. *Takurunna: Anuario de Estudios sobre Ronda y La Serranía*, (4-5), 427-440.
- MAZZOLI-GUINTARD, C. (2000). *Ciudades de al-Andalus. España y Portugal en la época musulmana* (s. VIII-XV). Granada: Editorial al-Andalus y el Mediterráneo.
- MAZZOLI-GUINTARD, C. (2023). Organización del territorio en al-Andalus: mundo rural y mundo urbano. En *Historia de Almería. Época medieval. La huella de al-Andalus*, t. 2, Almería: Instituto de Estudios Almerienses-Diputación de Almería.
- MOLINA LÓPEZ, E. (2001). En el corazón de la calle: el mercado islámico. *Cuadernos del CEMyR*, (9), 189-204.
- NAVARRO PALAZÓN, J. y ROBLES FERNÁNDEZ, A. (1996). *Liétor. Formas de vida rurales en Sarq al-Andalus a través de una ocultación de los siglos X-XI*. Murcia: Centro de Estudios Arabes y Arqueológicos “Ibn Arabi”.
- ORDÓÑEZ FRÍAS, A. (2021). Los pagos de las Mezquitillas y el Rincón de Moreta. Morfología, origen y evolución de dos sistemas de irrigación durante el siglo XVI en el valle de Río Grande (Málaga). *Albahri entre oriente y occidente. Revista independiente de estudios históricos*, (7), 89-116.
- ORTEGA ORTEGA, J. M. y VILLAGORDO ROS, C. (2020). ¿Campesinos ricos en al-Ándalus? Comunidades rurales, estratificación interna y formas de consumo en la alquería de El Quemao (Sarrión, Teruel). En *Actualidad de la Investigación Arqueológica en España I (2018-2019)* (pp. 177-196), Madrid: Ministerio de Cultura y Deporte.
- RAMOS LIZANA, M. (2022). *Almariyya, Puerta de Oriente*. Sevilla: Consejería de Cultura y Patrimonio Histórico. Junta de Andalucía.
- RETAMERO SERRALVO, F. (1999). Mercados silenciosos. Arqueología de un mercado rural andalusí (Sant Rafel, isla de Ibiza). En P. Bueno y R. de Balbín (Coords.),

- II Congreso de Arqueología Peninsular* (pp. 703-713), vol. 4, Zamora: Fundación Rei Afonso Henriques.
- RETAMERO SERRALVO, F. (2011). Notas sobre ciudades, intercambios, campesinos y registro numismático andalusí. En V. Martínez (Ed.), *I Congreso Internacional Escenarios urbanos de al-Andalus y el Occidente musulmán* (pp. 169-186), Vélez-Málaga: Iniciativa Urbana “De toda la Villa”.
- RIERA FRAU, M. M., ROSSELLÓ BORDOY, G. y SOBERATS SAGRERAS, N. (1997). Tinajas con decoración estampada de época almohade de Quesada (Jaén). *Arqueología y Territorio Medieval*, (4), 163-179. <https://doi.org/10.17561/aytm.v4i0.1648>
- SITJES VILARÓ, E. (2014). Els camins i el centre de la xarxa d’assentaments andalusins de la part de Manacor: la Cariat Açoch. *MUSA. Revista del Museu d’Història de Manacor*, (9), 158-169.