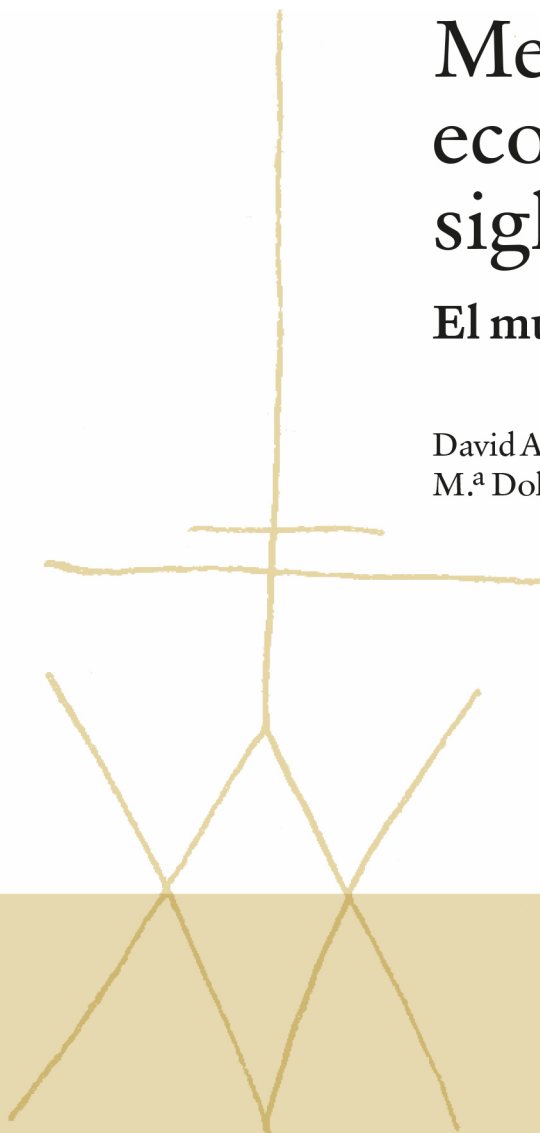


# Mercados y espacios económicos en el siglo xv

**El mundo del mercader Torralba**

David Abulafia  
M.<sup>a</sup> Dolores López Pérez (eds.)





Mercados y espacios  
económicos en el  
siglo xv



# Mercados y espacios económicos en el siglo xv

**El mundo del mercader Torralba**

David Abulafia,  
M.<sup>a</sup> Dolores López Pérez (eds.)

© Edicions de la Universitat de Barcelona  
Adolf Florensa, s/n  
08028 Barcelona  
Tel.: 934 035 430  
www.edicions.ub.edu  
comercial.edicions@ub.edu



DIRECTORA DE LA COLECCIÓN  
M.<sup>a</sup> Dolores López

IMAGEN DE LA CUBIERTA  
Firma de la compañía Torralba.

ISBN: 978-84-9168-829-7

DOI: 10.1344/isbn.9788491688297

Este documento está sujeto a la licencia de Reconocimiento-NoComercial-SinObrasDerivadas de Creative Commons, cuyo texto está disponible en: <http://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/4.0/>.



Este libro se ha realizado dentro de los proyectos «Mercados y espacios económicos en el Mediterráneo Occidental: la formación de un entorno internacional de comercio europeo en el tránsito a la modernidad» (HAR2015-65285-R MINECO/FEDER, UE), financiado por el Ministerio de Economía y Competitividad (España) y «Globalización económica y nuevos espacios internacionales: mercados europeos y redes comerciales bajomedievales en el Mediterráneo Occidental» (PID2019-104157GB-I00 MICINN/FEDER UE), financiado por el Ministerio de Ciencia e Innovación (España). La investigación que ha dado lugar a estos resultados ha sido, además, impulsada por la Fundación La Caixa (ID 100010434), dentro del proyecto «FENIX. La formación de un entorno internacional de comercio en red: los negocios de un mercader catalán en el tránsito a la modernidad» (2017ACUP0195). Ha contado también con financiación del área de Historia Medieval, Paleografía y Diplomática de la UB, en el marco del Grup de Recerca Consolidat en Arqueologia Medieval i Postmedieval (GRAMP:UB) (Generalitat de Catalunya 2017SGR 833).



# Índice

El mundo de Joan de Torralba, un mercader del siglo xv. DAVID ABULAFIA, MARÍA DOLORES LÓPEZ PÉREZ . . . . .	9
I. LA DOCUMENTACIÓN PARA EL ESTUDIO DEL MUNDO MERCANTIL DE LA BAJA EDAD MEDIA: FUENTES, HERRAMIENTAS Y REDES SOCIALES	
L'Arxiu Nacional de Catalunya i els seus fons nobiliaris: l'Arxiu del Palau- Requesens. JOSEP MARIA SANS I TRAVÉ . . . . .	33
Notariat i comerç: una aportació a l'estudi de l'activitat notarial a Catalunya al segle xv. DANIEL PIÑOL-ALABART. . . . .	47
Herramientas para el análisis contable de documentación mercantil bajomedieval: perspectiva ontológica y gestión integrada de datos. ESTHER TRAVÉ ALLEPUZ, IVÁN CASADO NOVAS . . . . .	69
II. ACTIVIDAD MERCANTIL Y NEGOCIOS EN EL REINO DE ARAGÓN	
Una compañía, dos sedes. Zaragoza y Barcelona en el entramado empresarial de las sociedades mercantiles-bancarias de Joan de Torralba y Juan de Manariello (1425-1448). MARÍA VIU FANDOS . . . . .	113
<i>Treballar per la terra</i> : hacer negocio desde la capital del Reino de Aragón. SANDRA DE LA TORRE GONZALO . . . . .	133
El comercio de cereales en Aragón en el siglo xv. GERMÁN NAVARRO ESPINACH . . . . .	155
III. ENTRE EL COMERCIO Y EL CONFLICTO: EL MEDITERRÁNEO DEL SIGLO XV Y SU ESCENARIO POLÍTICO-ECONÓMICO	
Commerciare in tempo di guerra? Mercanti catalani e genovesi nell'età del Magnanimo. ENRICO BASSO . . . . .	193
Les ports d'Ifríqiya dans la conjoncture du xv <sup>e</sup> siècle. DOMINIQUE VALÉRIAN . . . . .	211
Joan de Torralba y la apertura de nuevos mercados: el negocio magrebí. MARÍA DOLORES LÓPEZ PÉREZ . . . . .	227

Las atarazanas de Barcelona y la conquista de Túnez por el emperador. MIGUEL ÁNGEL DE BUNES IBARRA. . . . .	257
--	-----

IV. MEDITERRÁNEO Y ATLÁNTICO: LA PENÍNSULA IBÉRICA  
COMO PUNTO DE ENCUENTRO ENTRE DOS MARES

Flujos de personas, ideas y mercancías entre el Mediterráneo y el Atlántico (siglos XIV-XVI). Balance y perspectivas de investigación. JUAN MANUEL BELLO LEÓN . . . . .	279
Por la senda de Occidente: los últimos mercados de al-Andalus en el espacio económico europeo. ADELA FÁBREGAS GARCÍA . . . . .	329
Conectividad, seguridad y solidaridad entre los puertos del Cantábrico en la Baja Edad Media. JESÚS ÁNGEL SOLÓRZANO TELECHEA . . . . .	347

V. REDES MERCANTILES EN EL ESPACIO EUROPEO

L'insertion d'une banque à l'étranger : le cas des Salviati à Londres à la mi-XV <sup>e</sup> siècle. MATTHIEU SCHERMAN. . . . .	383
Prima della Compagnia Torralba. Il commercio della lana spagnola tra XIV e XV secolo. ANGELA ORLANDI . . . . .	413
Mercaderes y hombres de negocios en la documentación pisana: los fondos del notario Scarsi. GERARD MARÍ I BRULL, KAREN ÁLVARO RUEDA . . . . .	445
Sicilia, destino y etapa clave en las relaciones comerciales marítimas de los perpiñaneses (mediados del siglo XIV – mediados del siglo XV). DAMIEN COULON . . . . .	471

VI. MENTALIDADES MERCANTILES Y ESPACIOS PRIVADOS:  
LA CULTURA DEL MERCADER EN LA EUROPA DEL SIGLO XV

Del juramento a la compañía: mentalidades feudales y/o mercantiles. CORAL CUADRADA MAJÓ . . . . .	495
Caterina Llull i Sabastida: il suo spazio economico e familiare tra la Sicilia e la Catalogna della fine del XV secolo. GEMMA COLESANTI, MARTINA DEL POPOLO . . . . .	539



# Por la senda de Occidente: los últimos mercados de al-Andalus en el espacio económico europeo\*

## *On the path of the West: the last markets of al-Andalus in the European economic space*

ADELA FÁBREGAS GARCÍA

Universidad de Granada

### RESUMEN

Se ofrece una visión de conjunto acerca de lo avanzado en los últimos años en torno al conocimiento de la realidad internacional del comercio del Reino nazarí de Granada. La atención se centra sobre todo en la observación de los mecanismos de interacción y colaboración con una de las potencias comerciales más sólidas del Mediterráneo bajomedieval, Génova, cuya actuación cobra especial relevancia en el conjunto de la economía comercial nazarí. Por último, se apuntan algunas de las líneas de trabajo que se están explorando en los últimos tiempos en relación con el impacto que el crecimiento de esta presencia comercial internacional pudo tener en el conjunto de la economía productiva de este territorio de al-Andalus.

### PALABRAS CLAVE

Al-Andalus, Reino nazarí, Génova, comercio, economía.

### ABSTRACT

An overview of the progress made in recent years regarding our knowledge of the international reality of trade in the Nasrid Kingdom of Granada. The focus is especially on examining the mechanisms of interaction and collaboration with one of the strongest commercial powers in the late medieval Mediterranean, Genoa, whose performance was particularly relevant to the Nasrid commercial economy as a whole. Finally, some of the lines of research that are beginning to be explored recently in relation to the impact that the growth of this international commercial presence would have on the entire productive economy of the latter territory of al-Andalus are summarized.

### KEYWORDS

Al-Andalus, Nasrid Kingdom, Genoa, commerce, economy.

\* Este trabajo se inserta dentro del Proyecto de Investigación de Excelencia de la Junta de Andalucía «Industria y comercio en al-Andalus: siglos XII-XV» (A-HUM-040-UGR18/P18-FR-2046), dirigido por Adela Fábregas García y Alberto García Porras.

En los últimos años se ha venido desarrollando un esfuerzo notable por definir con más precisión el escenario de comercio internacional en el que se mueve al-Andalus y que parece mostrar una importante aceleración de su ritmo durante los siglos XII al XV. La cuestión, en absoluto resuelta, es de gran atractivo por diversas razones.

Es bien conocido ya el desarrollo comercial de las grandes potencias latinas mediterráneas que protagonizarían el despegue económico de Occidente, pero se ha prestado menos atención a los otros actores del binomio necesario, los espacios secundarios, que crecerían igualmente, pero que no alcanzaron esa hegemonía. El desconocimiento acerca de lo que estaba sucediendo en esos territorios secundarios pudo llevar a concluir en algunos casos que no estaba pasando nada, que su evolución económica estaba muy ralentizada respecto al enorme impulso de las otras áreas. Y esto a su vez ha conducido en ocasiones a deducciones dualistas, que dibujan sistemas de economías dependientes y relaciones de dominio de unos espacios sobre otros. Esa visión ha sido ya fuertemente matizada, conforme se ha ido avanzando en el conocimiento de esas economías secundarias, quizá no tan dependientes ni tan dominadas. Se va abriendo paso la imagen de economías regionales emergentes y convergentes, sobre las que el comercio actuaría como elemento aglutinante, factor de conexión, de desarrollo y de integración. En ese sentido, entender algo mejor de qué manera participó el espacio andalusí, de matriz islámica y rango menor, en el multiforme y plural mundo de los negocios que se estaba gestando en Occidente, al igual que abordar cómo se va haciendo con Ifriquiya, contemplar, en definitiva, qué estaba sucediendo en esos espacios secundarios, que no dependientes, creemos que puede ser de extraordinario interés a la hora de seguir captando la verdadera naturaleza del movimiento mercantil de finales de la Edad Media.

Por otro lado, el conocimiento de esa faceta especulativa de la economía medieval, en particular en estos espacios de al-Andalus y el Magreb, pensamos que podría aportar nuevos elementos de reflexión, quizá relevantes, a la hora de entender qué lugar ocupan en la evolución de las sociedades islámicas occidentales. Y es que, conforme aumenta el conocimiento de la faceta comercial de estas economías, se dibuja también con nitidez su capacidad para influir en el resto de la estructura productiva y de la organización social vinculada a la misma. Y eso, al menos para la historia nazarí, resulta ser fundamental en su definición como sociedad islámica evolucionada.

## GRANADA

Quisiera recordar muy brevemente los vectores principales a partir de los cuales se está desarrollando nuestra percepción sobre el comercio internacional nazarí. En primer lugar, se está definiendo la estructura interior del mercado nazarí, en el cual, junto con las grandes plazas conocidas a escala internacional, poco a poco también se va vislumbrando una red de mercados locales y regionales bien conectados y en los que por supuesto ocupa un lugar protagonista, cuando hablamos de derivaciones hacia el exterior, el segmento marítimo. Este conjunto de plataformas de acceso naval, fondeaderos, radas y calas facilitaría enormemente la integración de todo el territorio en las grandes arterias de comunicación marítima internacional a partir de un sistema de puertos, entrepuertos y espacios secundarios de recepción y carga de mercancías. Junto con las grandes escalas de Málaga y Almería, que tienen capacidad para coordinar movimientos y áreas de interacción a media y larga distancia, sabemos que existieron también otros espacios de trabajo portuario, con significado propio en las rutas de tránsito internacional. Bases como Almuñécar, Vélez-Málaga o Salobreña pudieron participar de ese gran tráfico y, sobre todo, ofrecer acceso directo a áreas productivas de primer orden en el juego especulativo mercantil. Queda claro que, al menos en nuestro territorio, el mar fue la gran puerta del comercio.

Un comercio que pudo asumir varias direcciones y líneas de desarrollo. Conocemos bien sus derivaciones europeas, en el panorama peninsular, con conexiones conocidas en mercados tan importantes como Valencia, Mallorca y Sevilla, y en los grandes mercados italianos y del norte de Europa, con Southampton, Londres o Brujas como principales destinos. Menos conocida, aunque reconocida, es, sin embargo, su proyección hacia el mundo islámico, magrebí y oriental, absolutamente fundamental. A reconstruir todas estas rutas no solo está ayudando el recurso aparentemente más directo, los testimonios escritos:<sup>1</sup> también la identificación de cerámicas nazaríes en diversos espacios europeos y magrebíes ha permitido reconstruir ámbitos de influencia e incluso vías de penetración.<sup>2</sup>

Con todo ello, y a pesar de lo mucho que queda aún por entender, sabemos ahora que Granada contaba en el exterior, y que formó parte incluso de sistemas y rutas de negocios complementarios que pudieron constituir espacios integrados, como el que trabajó hace años la profesora López Pérez en la región que

1. Salicrú 2018, pp. 257-277; González Arévalo 2018, pp. 361-410; Fábregas 2019, pp. 83-98.

2. En la reconstrucción de vías de comercio nazarí en Italia: García Porras 2000, pp. 131-144; Fábregas 2013, pp. 135-153.

engloba el Magreb, el Levante y el sureste peninsular,<sup>3</sup> o como el que se puede intuir también en relación con el sur de Italia.<sup>4</sup> En estos casos resulta fundamental entender las densas redes de colaboración y rutas integradas que se tejerían entre plazas de la región.

Por supuesto se han señalado un grupo nutrido de artículos nazaríes presentes en los principales mercados de Occidente, a veces en unas condiciones de competitividad muy favorables. Aunque podrían identificarse líneas de negocio diferentes en función de los distintos mercados internacionales, lo cierto es que de manera general tienen que ver con artículos vinculados a sectores de consumo medios o altos. Destacan el azúcar, los frutos secos, la seda y la cerámica de lujo. Artículos muy valorados en Occidente y que por varias razones no serían fáciles de conseguir aún en la región, salvo en contadísimos espacios, como este. Todo ello supondría un incentivo importante a la demanda de estos artículos, cuya producción estaría destinada en exclusiva, o casi, a su salida internacional y que seguramente modificaron —no sabemos en qué grado— el modelo productivo nazarí. Es una cuestión fundamental sobre la que volveremos más adelante.

Por último, se ha identificado a los actores de ese comercio, y esto ha provocado que haya adquirido un protagonismo cada vez mayor el estudio de comunidades mercantiles extranjeras. Entre todo este grupo de gentes de mercadería destaca, por visibilidad, continuidad y mayor volumen de negocios, la comunidad mercantil genovesa. No son los únicos, por supuesto. Sabemos de la presencia institucionalizada de catalanes, que llegarían a presentarse como los principales rivales de los ligures en tierras nazaríes, y a ser lo suficientemente importantes como para mantener espacios propios, tanto en Almería<sup>5</sup> como en Granada.<sup>6</sup> No obstante, su entrada es más tardía, al menos por lo que nos consta hasta ahora.<sup>7</sup> También conocemos intentos más o menos logrados de constituir una comunidad de negocios veneciana y de una actuación mercantil florentina, que en Gra-

3. López Pérez 1995.

4. Fábregas 2013.

5. Sánchez Martínez 1988, pp. 103-162.

6. El famoso episodio de los mártires franciscanos, reconstruido por Cabanelas (1985, pp. 159-176) sitúa en el centro de los hechos a un fraile portugués, fray Eustaquio, confesor de los mercaderes cristianos, principalmente catalanes, en la ciudad, y a un grupo de mercaderes residentes en la alhóndiga de los catalanes de la ciudad, tal y como indica claramente la relación contemporánea del martirio editada en la crónica franciscana de Lucas Wadding: «Erant tunc temporis [1397] Granatei in fondico Cathalanorum fideles Christiani, qui omnia hac viderunt, scilicet frater Eustachius de Regno Portugallensi predicti Ordinis Minorum, frater Michael de Mercede captivorum, mercatores Guillermus Verini, Petrus Rube, Antoniius Paracona, Petrus de Borja...» (Wadding 1932, vol. IX, p. 138).

7. Salicrú 2001, pp. 289-312; 2002-2003, pp. 575-596.

nada adoptó una estrategia de mimetización con otras comunidades, lo que los hacía menos visibles, aunque no inexistentes.<sup>8</sup> Pero por el momento quienes mejor se nos han mostrado y quienes nos están ayudando a entender cómo nuestro espacio se estaba integrando en el movimiento económico del Occidente bajomedieval son los genoveses. A ellos me voy a dedicar ahora.

## GÉNOVA

El desarrollo del imperio económico genovés entre los siglos XII y XV, se vería favorecido por la posición geográfica central en el Mediterráneo de la capital ligure, por el largo proceso de acumulación de riquezas y por su habilidad para gestionar operaciones financieras y redes de tráfico complejas.<sup>9</sup> Contó con varios elementos basilares, entre los que destacan: una sólida iniciativa privada, articulada en torno a pequeñas compañías familiares, o incluso al impulso individual; una comprometida protección y apoyo del Estado genovés a todas esas iniciativas fuera de su territorio; y el uso y control de un complejo sistema de rutas comerciales, una red de puertos, desde los que se conectaban y desde los que también controlaban sus áreas productivas adyacentes.<sup>10</sup> El uso y control de estas bases debería realizarse en las mejores condiciones posibles de beneficio y hegemonía, incluso. En este contexto debe interpretarse, por ejemplo, su interés por plazas y puertos de la península ibérica, que podrían formar parte de una ruta más completa con los espacios magrebíes.

De todos modos, conviene aclarar que el Estado genovés nunca fue capaz de desarrollar por sí mismo una política de expansión comercial sólida. En las escasas ocasiones en que afrontó abiertamente proyectos de conquista territorial de espacios de especial interés comercial, organizaría expediciones militares apoyadas por el dinero y las naves de ciudadanos genoveses, incapaz de asumir la carga económica de la guerra. Y, aun así, ni siquiera en proyectos ganadores de este tipo, como pudo ocurrir en Ceuta o Quíos (1346), podría posteriormente

8. Una reciente revisión en: González Arévalo 2018, pp. 119-137.

9. Evidentemente no podemos hacer un recorrido por la extensísima y valiosísima historiografía que ha tratado el imperio mercantil genovés a finales de la Edad Media, esencial para entender no solo la historia genovesa, sino también la del Mediterráneo en los albores de la era capitalista. En todo caso, la nómina no podría eludir los inicios fundamentales de Roberto S. López, Geo Pitarino, Michel Balard, Jacques Heers, Georges Jehel, Giovanna Petti Balbi o Enrico Basso, en sus más recientes desarrollos.

10. Valérian 2004, pp. 827-838; Basso 2008.

asumir el coste de la devolución del préstamo y pago de esos servicios privados.<sup>11</sup> Tampoco pudieron intervenir en el establecimiento de cadencias regulares de navegación, tal y como haría Venecia con su sistema de mudas. La navegación genovesa, sus ritmos, pautas y trayectos, se dejaba también casi completamente en manos de la iniciativa privada.<sup>12</sup>

Las pequeñas sociedades genovesas de carácter familiar mantenían su sede y centro de organización en la ciudad madre, en Génova, desde donde se coordinaban las actuaciones de sus socios-familiares destinados en los principales mercados mediterráneos. A partir de aquí, si las empresas del lugar tenían éxito, atraerían nuevos negociantes, de manera que esa comunidad alcanzaría unas dimensiones y capacidades respetables, y podían llegar a constituirse como nación mercantil. En nuestro caso tenemos el ejemplo evidente de los frutos secos y azúcar, cuyo negocio en manos genovesas no sabemos de qué manera se iniciaría, pero cuya entidad a mediados del siglo xiv era ya tal que aconsejó la creación de una sociedad mayor, una sociedad de participación conjunta (*a carati*), con un sistema de gestión interna muy bien articulado,<sup>13</sup> con representantes, factores y operadores tanto en diversos puntos de la geografía nazarí (Granada, Almuñécar) como en el mercado internacional (Brujas). En ese momento se activaban todos los mecanismos posibles de protección y aprovechamiento máximo de las posibilidades de negocio por parte del Gobierno genovés.

Este se limitaría a proteger los intereses y la buena marcha de los negocios de sus mercaderes, proporcionándoles un amparo oficial en cada uno de los puntos del mercado internacional en el que se desarrollaba una base de negocios más o menos sólida, y creando también una serie de instituciones que ofrecerían un cauce legal y, cómo no, también de control fiscal, a la protección de esos intereses comerciales en el exterior. Uno de los instrumentos que más utilizaron en este trabajo de implantación, protección y gestión de sus diversas comunidades de negocios en el mundo islámico occidental —también en el reino nazarí— fue la institución consular. A través de ella, de esa política de alhóndigas, como la denominó acertadamente Petti Balbi,<sup>14</sup> organizarían buena parte de su red de comercio mediterránea.

El reconocimiento oficial de la presencia de estos grupos de negociantes ligures por parte de las autoridades genovesas y por los gobiernos locales se sustentaba en la figura de un cónsul, representante oficial de esa comunidad nom-

11. Petti Balbi 1991.

12. Petti Balbi 2016, pp. 43-76.

13. Heers 1957, pp. 87-121; López de Coca 2001, pp. 121-131; Fábregas 2002, pp. 23-53.

14. Petti Balbi, 1991; 2005; Valérian 2004, pp. 677-698.

brado por Génova y que actuaría como organizador de la misma. El apoyo del gobierno genovés facilitaría las negociaciones con los poderes locales llevadas a cabo por estos cónsules para obtener la concesión de monopolios de explotación o de transporte de ciertas mercancías que les interesaban particularmente.

Así desarrollaron también su actuación en Granada. Tenemos indicios de ciertos intereses ligures en el extremo meridional de la península ibérica desde muy pronto, como la existencia en la primera mitad del siglo XII de un impuesto sobre la importación de grano de Almería,<sup>15</sup> hasta donde llegarían ya embarcaciones genovesas, según testimonios de viajeros como Ibn Yubair, y cuya presencia sería lo suficientemente conocida como para ser incluida en relatos populares de la época.<sup>16</sup> Esos contactos se trasladan también a la información cartográfica, donde de manera muy temprana aparecen espacios de trabajo genovés, como el famoso embarcadero de uso mercantil conocido como Porto Genovese, ya localizado en la cartografía occidental del siglo XIII<sup>17</sup> en la costa oriental almeriense y del que, más allá de su presencia, desconocemos aún prácticamente todo. Así que ya había interés por esta tierra y, de hecho, la expedición bélica liderada en 1147 por fuerzas genovesas castellanas y catalanas que atacaría Almería y después Tortosa ha sido interpretada como fruto de una primera maniobra de acoso llevada a cabo en puntos estratégicos del Mediterráneo islámico por parte de la naciente potencia comercial.<sup>18</sup> En realidad, más que una asimilación directa de estos espacios, se buscaría controlar esos mercados y sus espacios de influencia. Esta primera estrategia sería reemplazada, al menos en al-Andalus, por otra mucho más barata y efectiva de establecimiento de acuerdos comerciales, que constituirían el marco oficial para la multiplicación de sedes estables y protegidas de mercaderes ligures.<sup>19</sup> Por supuesto, esta sería la vía que prosperaría ya en el reino nazarí, tras haber mostrado su efectividad en situaciones políticas anteriores.

En relación con el recién constituido reino nazarí, la reacción fue rapidísima, con la firma de acuerdos de manera casi inmediata a su consolidación defini-

15. Williams 1997, pp. 29-53.

16. Caso del relato narrado en los *Miracula beati aegidii*, acerca de un mercader genovés activo en Almería en la primera mitad del siglo XII: «De quondam milite captico ab Almaria revocato. Viri quidam civitatis Ianuensis causa lucri cum mercibus suis maritimali itinere civitatem quandam Sarracenorum, in littore maris nostri positam, quae Almaria vocatur, expetierant. Qui cum merces suas utiliter, sicut eis videbatur, profligassent, redire disposuerunt. Erat autem ibi miles quidam de comitatu Bigorritano, qui in quodam proelio, quod rex Arragonensis Ildefonsus [I. 1105-1134] fecerat, interceptus, illus captivus adductus fuerat...» (Guillelmus 1856, vol. XII, p. 321).

17. Dalché 1995, p. 167; González Arévalo 2008, pp. 7-36.

18. Caffaro 2002.

19. Salicrú 2007, pp. 135-146.

tiva como nueva entidad política en el panorama peninsular. Desde el primer acuerdo, firmado en 1278-1279, y hasta pocos años antes de su desaparición, los sucesivos tratados fueron creando las condiciones necesarias para asegurar el éxito de la empresa ligur: se acordaron medidas protectoras para la comunidad genovesa en Granada, donde esta veía reconocida su existencia institucional y topográfica a través del referente espacial que conforman las alhóndigas de los genoveses, y los edificios y oficios a ellas agregados en las principales ciudades del reino —Málaga, Granada y Almería—; se sentaron las bases fiscales que serían una de las mayores bazas genovesas frente al resto de las comunidades mercantiles extranjeras presentes en el reino;<sup>20</sup> y se garantizó su libertad de movimientos, dentro del reino y en eventuales desplazamientos a territorios vecinos, algo imprescindible en la forma de trabajo mercantil del momento.

No podemos saber la consistencia de la comunidad mercantil genovesa en el reino, que no debió de ser numéricamente muy relevante, sobre todo si la comparamos con la situación de sus compatriotas en otras zonas de la Península, como Sevilla o Valencia. La colonia genovesa en Sevilla, por ejemplo, es la más numerosa, consolidada y activa, cuenta con la presencia de las principales familias de negocios genovesas —Adorno, Doria, Gentile, Centurione, Grimaldi, Spínola, Lomellini, De Mari, Di Negro, Pinelo...— y tiene unos estatutos propios que se establecen en 1261 y que se mantendrían a lo largo de toda la Edad Media y una presencia numérica muy notable y poderosa, hasta el punto de, por ejemplo, llegar a exigir un obispo propio y, sobre todo, a erigirse como los principales valedores financieros de la Corona.<sup>21</sup> Casi nada de eso ocurre en Granada, por lo que hemos podido comprobar hasta el momento.

Sí que nos consta quiénes eran sus máximos representantes: la familia Spínola, destacable, aunque no la más importante del negocio genovés del momento. También sabemos que los mercaderes genoveses activos en tierra nazarí estaban bien conectados internacionalmente y que eran dignos representantes, en sus formas y estrategias, de la sagacidad comercial de los grandes negociantes ligures. Y, por supuesto, ellos y todos los demás, al parecer fueron bastante activos en tierras nazaríes.

Lo sabemos porque más allá de ese escenario diplomático ya aludido, las informaciones con que contamos para reconstruir la historia genovesa en Granada son abundantes y variadas: tarifas aduaneras, generales o particulares, que permiten ver al detalle los movimientos de las embarcaciones genovesas, que acce-

20. No obstante, terminaría equiparándose al tratamiento fiscal dado a otras comunidades, como la catalanoaragonesa (Salicrú 2002-2003, p. 580). Fábregas (En prensa).

21. Álvarez 1992; Bello 1993, pp. 47-83; González Arce 2010, pp. 179-206.



dían a puertos granadinos en viajes de medio o largo recorrido en los que, al menos en este tramo, practicaban con asiduidad la navegación de cabotaje, conectando puertos peninsulares y magrebíes; tasas temporales, como la Compera Granate, dedicadas a cubrir los gastos excepcionales vertidos por la República en defensa de los intereses de sus mercaderes en tierra nazarí;<sup>22</sup> documentación notarial extraordinariamente rica, con solo una pequeña muestra explorada, que registra concienzudamente cualquier gestión mercantil protagonizada por empresarios vinculados permanente u ocasionalmente a negocios en Granada. Esos fletes, seguros marítimos firmados, procuras o conflictos derivados de alguna actuación mercantil... nos muestran ya qué técnicas mercantiles usaban, así como la forma en que establecían las delegaciones comerciales en suelo granadino.

Asimismo contamos, desde hace no muchos años, con una fuente excepcional, que se ha descubierto hasta el momento como la principal vía de conocimiento para entender la estructura sobre la que se construye esta comunidad y su actuación mercantil en el reino, e importante también porque ofrece incluso algunas de las primeras informaciones destacables del mercado interior nazarí. Me refiero a la contabilidad privada de algunos de los mercaderes genoveses activos durante ciertos períodos de tiempo, en el siglo xv, en el mercado nazarí.<sup>23</sup> Los autores de estos registros son ya bien conocidos. «Agostino Spinola quondam Johanis» (1441/1447)<sup>24</sup> y «Francesco Spinola quondam Petri» (1434/1440 y 1451/1455) son miembros de la familia de negocios genovesa posiblemente más activa, ya lo hemos dicho, en tierras nazaríes, si bien ostentan funciones y ocupan espacios bien diferentes dentro de la estructura de negocios por ellos constituida, que podría definirse como jerárquica, abierta, polivalente y dotada de gran movilidad. Dentro de la misma, las colaboraciones y negocios conjuntos entre los diversos componentes de la comunidad de negocios ligur, que pudieron ser constantes y bien coordinados,<sup>25</sup> serían encauzados a través de fórmulas jurídicas societarias, que les permitirían establecer redes de actuación amplias y coordinadas en el interior del reino. Se trataría de asociaciones de carácter temporal, erigidas exclusivamente para controlar la marcha de un negocio determinado, aunque siempre en plena sintonía con la línea de actuación llevada a cabo por la familia, y en las que los cánones de intervención y ganancia estipulados las acercarían a los con-

22. Airdi 1996.

23. Petti Balbi 1997, pp. 379-393

24. Dos de ellos fueron ya editados hace años por quien esto escribe: Fábregas 2002 y 2004.

25. Tanto como para que, a la muerte de Agostino, acaecida en 1442, Francesco actuara como ejecutor testamentario, razón por la cual la contabilidad del difunto obraría en sus manos. Y esto explica que este libro haya llegado a nosotros junto con el resto de la contabilidad privada de Francesco.

tratos de *commenda*. Recordemos que, según Lane y, más tarde, Heers, quien se refiere ya directamente a las comendas, estas no serían una verdadera asociación comercial, sino una mera inversión de capitales.<sup>26</sup> Un ejemplo protagonizado por nuestros dos protagonistas: una de las operaciones gestionadas por Agostino Spinola antes de su muerte y reflejadas en su contabilidad contemplaría la adquisición en Inglaterra y venta en pequeños lotes en el mercado local de una partida de 183 cañas de paños de Ludlow. Sería un negocio desarrollado a través de una asociación temporal establecida entre Francesco Spinola, que lideró realmente la compra y se reservó dos tercios del beneficio, y Agostino, al que quedaría un tercio de la ganancia y que se ocuparía de gestionar la venta de los paños.<sup>27</sup> Aunque no disponemos de los términos concretos del acuerdo, observamos sin dificultad la similitud que podría presentar, al menos respecto al reparto de beneficios, con un contrato de *commenda*. En fin, se trata de una de las múltiples cuestiones que se pueden abordar a partir de la lectura de estos libros y que nos mostrarían la forma en la que esta compañía familiar organizaría su negocio en tierras nazaríes, en plena sintonía con las estrategias comerciales y financieras del mundo de los negocios activo en el momento en Occidente.

Por lo demás, y volviendo a estos libros de contabilidad, se trata de una fuente inestimable por muchas otras razones. Nos permite, por ejemplo, no solo entender la actuación genovesa en el reino, o cómo se relacionaban entre ellos, sino también, casi lo más importante, saber con qué comerciaban en suelo nazarí, con quiénes trabajaban aquí y cómo lo hacían. Hilario Casado<sup>28</sup> recordaba la oportunidad que brindaban los libros de contabilidad para intentar reconstruir las redes de contactos y colaboraciones a partir de las cuales la actuación de cualquier mercader se volvía realmente efectiva y, por tanto, rentable para sus intereses. Podemos conocer los perfiles profesionales de sus interlocutores nazaríes y las fórmulas de operatividad comercial y de gestión financiera a que acudirían estos hombres en sus relaciones con el mundo de los negocios local; atisbar de qué manera y a partir de qué enlaces y colaboraciones organizaban su actividad en el mercado nazarí; o conocer cómo llevaban ese mercado y sus artículos a los mercados internacionales.

Evidentemente no hay tiempo para tratar todas estas cuestiones —que además ya han sido abordadas en otras ocasiones—, aunque sí me gustaría revisar fugazmente su presencia en el reino. Tras observarlos con la lupa de sus registros contables, sabemos, por ejemplo, que se preocuparon por estar presentes al menos

26. Heers 1991, p. 136; Lane 1996, pp. 237-255 (especialmente las pp. 243-245).

27. Fábregas 2002, p. 96.

28. Casado 2012, pp. 17-35.

en los principales centros conocidos de la red mercantil indígena. Nuestros hombres habrían actuado de forma directa o a través de miembros de la familia u otros colaboradores destinados en los principales mercados del reino, principalmente en la capital económica, Málaga. Hablamos de una red bien estructurada, que superaba el marco de los grandes mercados urbanos, como Granada, Almería y Málaga, y ampliaba su ámbito de actuación a centros menores, como Almuñécar, Vélez-Málaga, Baza o Guadix, o plazas interiores, como Ugíjar o Jubiles, en la Alpujarra, que conectaban con las plazas centrales y nodos de ensamblaje internacional, esos puertos aludidos al inicio de este trabajo. Para ello recurrirían a agentes itinerantes, afincados y con capacidad de moverse por el interior del reino, en muchos casos socios menores de esas compañías, como nuestro Agostino, o bien operadores, miembros incluso de la clase mercantil local, que trabajaban para ellos y a los que les pudieron unir vínculos de confianza sólidos.<sup>29</sup> Eran ellos quienes sobre todo mantenían contactos fluidos y estables con la población mercantil local.

Esta mediación del cuerpo mercantil nazarí se perfila como absolutamente necesaria para la prosperidad genovesa en Granada, ya que, según parece, en ningún caso ni momento el mercader extranjero —ni ligur ni de ningún otro origen— tuvo acceso directo al sistema productivo local.

Con ello entramos, ahora sí, en el último punto que me gustaría tratar, aunque sea brevemente, porque es el que ahora mismo más atención está mereciendo. Supone la base para entender algo mejor el verdadero lugar que esta faceta comercial en progresión ocuparía en el mundo económico y en la propia definición histórica del mundo nazarí.

## ¿UN REVULSIVO EN LA ECONOMÍA NAZARÍ?

Esta fuerte dinamización de la actividad comercial propiciada por la intervención de estas comunidades de negocios extranjeras que hemos mostrado a través del ejemplo genovés (pero que queda aún por explicar en el caso, también muy notable, de las comunidades catalanoaragonesas —catalanes, mallorquines, valencianos—) por supuesto no se agotó en sí misma. Revertiría directamente en la arquitectura económica del reino, y a la larga pudo suponer un fuerte impulso en dinámicas de reorientación de su estructura socioeconómica. De hecho, no supondría un elemento crucial si no significara en realidad el desarrollo de actividades productivas generadas de forma indefectible en un entorno de desarrollo de sistemas de intercambio.

29. Fábregas 2018, pp. 116-130.

Pero no es fácil comprender qué estaba sucediendo. Establecer los sistemas de relaciones entre el comercio y la actividad productiva, entender de qué manera pudo incidir en la reorientación productiva de ciertos sectores, comprender hasta qué punto el desarrollo mercantil impulsó un crecimiento sustancial en esta economía y valorar, por último, el nivel de elasticidad de las estructuras económicas andaluzas para incorporar estos condicionantes externos son, todavía, cuestiones en absoluto resueltas. Avanzamos con lentitud por un escenario en el que surgen tantos indicios estimulantes como, sobre todo, enormes lagunas de información que constantemente ralentizan, o detienen incluso, el progreso. Insistimos en ello, con el convencimiento de encontrarnos ante una cuestión fundamental y al entender que esa arquitectura económica nazarí se basaría en lo que parece dibujarse como un sistema bisectorial, en ámbito agrícola y artesanal, que experimentaría un viraje hacia actividades de tipo especulativo. Intentaremos averiguar la forma y el grado que adoptaría ese viraje. En definitiva, se trata, según creemos, de elementos determinantes a la hora de entender hasta qué punto esta cada vez más fortalecida y demandante exigencia comercial pudo constituir un factor de cambio, de distorsión, de los antiguos equilibrios productivos y sociales en el mundo nazarí. O de responder a preguntas tan fundamentales como la de en qué medida la economía andalusí de estos momentos estaba preparada para producir en la forma y en los volúmenes necesarios bienes susceptibles de comercialización y si estaba dispuesta a hacerlo.

Desde luego, lo que ya intuimos con claridad es que el poder nazarí estaba completamente volcado en reforzar esta opción. Las élites nazaríes, empezando por sus gobernantes, entendieron la apuesta especulativa como parte de una estrategia económica e incluso política, vital para la supervivencia del reino. Impulsaron, protegieron y, aún más, fueron protagonistas activos en los negocios mercantiles nazaríes y en su integración en el sistema de intercambios internacional. Ese apoyo oficial al que hemos aludido con relación a Génova, pero también a los mercaderes catalanes e incluso, fugazmente, venecianos, habla por sí solo. Pero es que sabemos también de su participación como socios comerciales de algunas empresas en Europa. Y, sobre todo, empezamos a entender que posiblemente la casa real nazarí incluso llegó a participar en ciertas modificaciones en los patrones productivos de la economía del reino, introduciendo nuevas actividades destinadas a producir bienes directamente dedicados a su exportación y facilitando con ello que el mercado, en cierto modo, impusiera ritmos productivos diferentes a los mantenidos en las economías campesinas tradicionales. Así, además de ser propietarios de tierras (*mustajilas*) donde crecerían cultivos como la caña de azúcar<sup>30</sup> o los

30. Molina 1999, pp. 107-118; Malpica 2009, vol. II, pp. 167-178.

frutos secos,<sup>31</sup> recurrieron en los campos nazaríes a mecanismos de vivificación de tierras previstas en la ley malikí, tal y como vemos en las inmediaciones de la misma ciudad de Granada<sup>32</sup> o en la costa malagueña.<sup>33</sup> Es necesario comprender el objetivo productivo de esos espacios agrícolas. También pudieron hacerlo con producciones de otro tipo, como la sal, cuya propiedad ostentaban en diversas zonas del reino, tanto de la costa como de interior,<sup>34</sup> y cuya exportación podría estar relacionada con el monopolio obtenido por los mercaderes catalanes,<sup>35</sup> o en producciones artesanales de alta gama, como la cerámica o el vidrio. Se trata de un tema que está despertando un interés cada vez mayor, que ha llevado ya a nuestro equipo a iniciar exploraciones sistemáticas de espacios productivos ubicados en la misma Alhambra<sup>36</sup> y a intentar entender quién estaba detrás de la elaboración de bienes de lujo, como la loza dorada o los tejidos de seda, ya que no descartamos su vinculación con sectores de la élite social y política nazarí.

No es una cuestión menor, en absoluto. Sobre todo si tenemos en cuenta que el gran problema que pudo presentar el mundo nazarí a su entrada por esta senda de desarrollo comercial que marcaba Occidente fue precisamente la creación de una estructura productiva que pudiera soportar niveles de demanda crecientes de bienes que no suponían un beneficio directo al conjunto de la sociedad nazarí. Esta se mantendría constituida aún, principalmente, por una mayoría rural que supondría la base de su economía y que se regiría por principios ajenos a las exigencias especulativas. En ese sentido, sería importante averiguar hasta qué punto esta exigencia comercial, cada vez más potente y demandante, pudo constituir un factor de cambio, de distorsión, de los antiguos equilibrios productivos y sociales.

Es hora de abrir nuevos campos de trabajo. Precisamente, es lo que estamos haciendo, en relación, también, con esta última circunstancia. Volvemos nuestra vista a los campos nazaríes, estudiados antes desde otras perspectivas y de los cuales lo que a nosotros nos interesa es, sobre todo, conocer qué cultivaban y

31. López de Coca 2001, pp. 149-177 (especialmente las pp. 175-177).

32. Malpica 2007, pp. 133-153. En 2018 salió a la luz un estudio conjunto sobre las almunias que, según creemos, supone una importante aportación al conocimiento más detallado de estas propiedades agrícolas vinculadas a las élites nazaríes, al menos con relación a los estudios realizados para el entorno de la ciudad de Granada. Véanse los trabajos de: Boloix 2018, pp. 463-486; García Pulido, Pérez Asensio, Sánchez Gómez 2018, pp. 573-592; y Trillo 2018, pp. 573-592.

33. Martínez 2006, p. 81.

34. Malpica 1991, pp. 65-94; Trillo 1992, p. 860.

35. Salicrú 1999.

36. Una primera aproximación y resultados preliminares en: García Porras (en prensa).

quiénes lo hacían. En los estudios que apenas estamos iniciando,<sup>37</sup> observamos ya zonas en las que el impacto especulativo pudo dejarse sentir, aun incluso tímidamente. Ciertas áreas rurales, en particular las más próximas a espacios de significado comercial, como los puertos, acogieron cultivos de clara orientación comercial, como las moreras, la caña de azúcar o los frutos secos. Hemos iniciado el estudio de estas zonas a partir de las informaciones que nos ofrecen los Libros de Repartimiento. Aun a pesar de las limitaciones que ofrecen las fuentes de este tipo para acercarnos al mundo nazarí, al ser tardías, de fechas siempre posteriores a la conquista castellana, y sesgadas en relación con la información que ofrecen, únicamente de un segmento del parcelario agrícola confiscado a sus antiguos propietarios, se trata de la fuente que nos permite una aproximación más ajustada a la realidad agrícola nazarí. En esta fase estamos observando poblaciones campesinas de estas zonas, como Torrox, incluida en la órbita de influencia del fondeadero de Vélez-Málaga, activo internacionalmente; Turillas, una pequeña alquería de la tierra de Almuñécar; o la misma Almuñécar, puerto de relieve internacional situado en la costa granadina, que asumiría funciones de apoyo a los grandes puertos de Málaga y Almería y que contaría con una comunidad de negocios, local e internacional, muy activa. Observamos ya en estos estudios iniciales cómo estos espacios habrían asumido estos cultivos de naturaleza especulativa de manera generalizada, de forma que en todos ellos se nos presenta la morera, por ejemplo, destinada exclusivamente al abastecimiento de la industria sericícola, en proporciones relevantes o muy relevantes para la época.

Morales registrados en los Libros de Repartimiento de localidades de la costa del Reino nazarí.

LOCALIDAD	ÁRBOLES	PROPIETARIOS	TIERRAS DE REGADÍO (MARJALES)
Almuñécar	770	142	1540,8
Turillas	248	30	90
Torrox	840	137	331,7

No obstante, también se observa cómo mantendrían este cultivo como complemento a su plan económico principal, que seguía ligado a los principios

37. Los primeros avances fueron presentados en el seminario *Puertos, tráfico mercantil y comercio marítimo (siglos XII-XV). Nuevas perspectivas de investigación*, celebrado en la Universidad de Alicante en mayo de 2019, con el título «Las tierras del puerto: impacto del comercio y organización productiva de los espacios marítimos en el Reino nazarí», ahora en vías de publicación.

de autosuficiencia de la economía campesina tradicional. Lo mismo parece ocurrir con otros cultivos especulativos, como es el caso de los frutos secos y, principalmente, de la uva y los higos, destinados a su secado y exportación a mercados europeos a través de sociedades mercantiles internacionales como esa sociedad de la Fruta a la que ya nos hemos referido anteriormente. Por último, también detectamos ya un grupo reducido, en el que se reconocen miembros de la élite económica, política o social del lugar, que realizan de una manera coherente y, según creemos, fruto de una cierta estrategia de inversión, apuestas claras, sólidas, por los cultivos especulativos.

Todo ello, estas nuevas líneas de estudio que empiezan a ser abordadas de manera sistemática, nos está ayudando a entender cómo se pudo asumir ese giro especulativo, de qué manera habría evolucionado, crecido, la estructura económica y, con ella, el conjunto de la sociedad andalusí hacia la modernidad.

## BIBLIOGRAFÍA

- AIRALDI, Gabriella (1996), *Genova e Spagna nel secolo xv. Il liber damnificatorum in regno Granate (1452)*, Génova, Università di Genova.
- ÁLVAREZ, Javier (ed.) (1992), *El libro de los privilegios concedidos a los mercaderes genoveses establecidos en Sevilla (siglos XIII-XVI)*, Madrid, Tabapress.
- BASSO, Enrico (2008), *Insediamenti e commercio nel Mediterraneo bassomedievale. I mercanti genovesi dal Mar Nero all'Atlantico*, Turín, Marco Valerio.
- BELLO, Juan Manuel (1993), «Mercaderes extranjeros en Sevilla en tiempos de los Reyes Católicos», *Historia. Instituciones. Documentos*, 20, pp. 47-83.
- BOLOIX, Bárbara (2018), «Las almunias nazaríes a través de las fuentes árabes», en *Almunias. Las fincas de las élites en el Occidente islámico: poder, solaz y producción*, Granada, Universidad de Granada, pp. 463-486.
- CABANELAS, Darío (1985), «Dos mártires franciscanos en la Granada nazarí: Juan de Cetina y Pedro de Dueñas», *Estudios de Historia y de Arqueología Medievales*, 5-6, pp. 159-176.
- CAFFARO (2002), *Storia della presa di Almeria e Tortosa (1147-1149)* (ed. y trad. Marina Montesano), Génova, Frilli.
- CASADO, Hilario (2012), «Crecimiento económico, redes de comercio y fiscalidad en Castilla a fines de la Edad Media», en *Los negocios del hombre. Comercio y rentas en Castilla. Siglos xv y xvi*, Valladolid, Castilla Ediciones, pp. 17-35.
- DALCHÉ, Patrick Gautier (1995), *Carte marine et postulan au XIIIe siècle. Le Liber de Existencia rieveriarum et forma maris nostri mediterranei*, Roma, École Française de Rome.
- FÁBREGAS, Adela (2002), «Vías de acceso del azúcar del reino de Granada al mercado europeo: La Sociedad de los Frutos (siglos XIV-XV)», en *Historia do açúcar. Rotas e mercados*, Funchal, Região Autónoma de Madeira, pp. 23-53.



- FÁBREGAS, Adela (2002), *Un mercader genovés en el reino de Granada. El libro de cuentas de Agostino Spinola (1441-1447)*, Granada, Universidad de Granada.
- FÁBREGAS, Adela (2004), *La familia Spinola en el reino nazarí de Granada. Contabilidad privada de Francesco Spinola (1451-1457)*, Granada, Universidad de Granada.
- FÁBREGAS, Adela (2013), «Other markets: complementary commercial zones in the Nasrid world of the Western Mediterranean (ss. XIII-XV)», *Al-Masaq*, 25/1, pp. 135-153.
- FÁBREGAS, Adela (2018), «Colaboradores necesarios. Comerciantes nazaríes y mercaderes extranjeros en el reino nazarí de Granada», *eHumanista*, 38, pp. 116-130.
- FÁBREGAS, Adela (2019), «De una a otra orilla: contactos comerciales entre Al-Andalus y el Magreb», en *Al-Andalus y el Magreb. Miradas trasatlánticas*, Gijón, Trea, pp. 83-98.
- FÁBREGAS, Adela (en prensa), «Fiscalidad y comercio. Los genoveses ante los emires».
- GARCÍA PORRAS, Alberto (2000), «La cerámica española importada en Italia durante el siglo XIV. El efecto de la demanda sobre una producción cerámica en los inicios de su despegue comercial», *Archeologia Medievale*, 27, pp. 131-144.
- GARCÍA PORRAS, Alberto, *et al.* (en prensa), «La producción cerámica en Granada entre la época medieval y moderna. Los talleres del Secano de la Alhambra», en Jaume Coll, Elena Salinas y. Trinitat Pradell (eds.), *Tecnología de los vidriados en el oeste mediterráneo: tradiciones islámicas y cristianas*.
- GARCÍA PULIDO, Luí; PÉREZ, Manuel; SÁNCHEZ GÓMEZ, Paula (2018), «Creación, expansión y decadencia de las fincas del entorno de la Alhambra», en *Almunias. Las fincas de las élites en el Occidente islámico: poder, solaz y producción*, Granada, Universidad de Granada, pp. 573-592.
- GONZÁLEZ ARCE, José Damián (2010), «El consulado genovés en Sevilla. Aspectos jurisdiccionales, comerciales y fiscales», *Studia Historica. Historia Medieval*, 28, pp. 179-206.
- GONZÁLEZ ARÉVALO, Raúl (2008), «La costa del reino de Granada en la documentación náutica italiana (siglos XIV-XV)», *En la España Medieval*, 31, pp. 7-36.
- GONZÁLEZ ARÉVALO, Raúl (2018), «“Nella terra degli infideli”. Reconocimiento, identificación y condiciones de arraigo de las comunidades italianas en el reino de Granada (siglo XV)», *MEAH. Sección Árabe-Islam*, 67, pp. 119-137.
- GONZÁLEZ ARÉVALO, Raúl (2018), «Presencias, interacciones y mutaciones italianas en el mar de Alborán (siglos XII-XV). Algunas reflexiones desde la historiografía», en *Alborán. Poblamiento e intercambios en las zonas costeras de al-Andalus y el Magreb*, Granada, Alhulia, pp. 361-410.
- GUILLEMUS, Petrus (1856), «Miracula Beati Aegidii» (ed. Philipp Jaffé), en *MGH Scriptores*, Hannover, Hahn, vol. XII, pp. 316-323.
- HEERS, Jacques (1957), «Le royaume de Grenade et la politique marchande de Gênes en Occident (XV<sup>e</sup> siècle)», *Le Moyen Age*, 63, pp. 87-121.
- HEERS, Jacques (1991), *Genova nel '400. Civiltà mediterranea, grande capitalismo e capitalismo popolare*, Milán, Jaca Book.
- LANE, Frederic (1996), «Società familiari e imprese a partecipazione congiunta», en *I mercanti di Venezia*, Turín, Einaudi, pp. 237-255.



- LÓPEZ DE COCA, José Enrique (2001), «Granada y la ruta de Poniente: el tráfico de frutos secos (siglos XIV y XV)», en *Navegación marítima del Mediterráneo al Atlántico*, Granada, Universidad de Granada, pp. 149-177.
- LÓPEZ DE COCA, José Enrique (2001), «La “ratio fructe regni Granate”: datos conocidos y cuestiones por resolver», en *Rentas, producción y consumo en España en la Baja Edad Media*, Zaragoza, Universidad de Zaragoza. Departamento de Historia Medieval, Ciencias y Técnicas Historiográficas y Estudios Árabes e Islámicos, pp. 121-131.
- LÓPEZ PÉREZ, María Dolores (1995), *La Corona de Aragón y el Magreb en el siglo XIV (1331-1410)*, Barcelona, Consejo Superior de Investigaciones Científicas.
- MALPICA, Antonio (1991), «Fiscalidad y comercio de la sal en el reino de Granada en la Edad Media», en *Das Salz in der Rechts und Handelsgeschichte. Kongressakten des Internationalen Salzgeschichtekongresses, 26. September bis 1. Oktober 1990, Hall in Tirol*, Schwaz, Berenkamp, pp. 65-94.
- MALPICA, Antonio (2007), «La expansión urbana de la Granada nazarí y la acción de los reyes granadinos», en *Homenaje al profesor Ángel Barrios García*, Salamanca, Universidad de Salamanca, pp. 133-153.
- MALPICA, Antonio (2009), «Las “tierras del rey” y las ordenanzas de la acequia del río Verde en Almuñécar», en *Castilla y el mundo feudal. Homenaje al profesor Julio Valdeón*, Valladolid, Universidad de Valladolid, vol. II, pp. 167-178.
- MARTÍNEZ, Virgilio (2006), *Torrox, un sistema de alquerías andalusíes en el siglo XV según su libro de repartimiento*, Granada, Universidad de Granada. Grupo de investigación «Toponimia, historia y arqueología del Reino de Granada».
- MOLINA, Emilio (1999), «Más sobre el Mustajlas nazarí», en *Estudios árabes dedicados a D. Luis Seco de Lucena (en el XXV aniversario de su muerte)*, Granada, Universidad de Granada, pp. 107-118.
- PETTI BALBI, Giovanna (1991), *Una città e il suo mare. Genova nel Medioevo*, Bolonia, CLUEB.
- PETTI BALBI, Giovanna (1997), «Le strategie mercantili di una grande casata genovese: Francesco Spinola tra Bruges e Malaga (1420-1456)», *Serta Antiqua et Mediaevalia*, I, pp. 379-393.
- PETTI BALBI, Giovanna (2005), *Negoziare fuori patria. Nazioni e genovesi in età medievale*, Bolonia, CLUEB.
- PETTI BALBI, Giovanna (2016), «Un binomio indisoluble. Navegación comercial y armamento público en Génova entre los siglos XIV y XV», en *Navegación institucional y navegación privada en el Mediterráneo medieval*, Granada, Alhulia, pp. 43-76.
- SALICRÚ, Roser (1999), *Documents per a la història de Granada del regnat d'Alfons el Magnànim*, Barcelona, Consejo Superior de Investigaciones Científicas.
- SALICRÚ, Roser (2001), «The catalano-aragonese commercial presence in the Sultanate of Granada during the Reign of Alfonso the Magnanimous», *Journal of Medieval History*, 27, pp. 289-312.
- SALICRÚ, Roser (2002-2003), «Manifestacions i evolució de la rivalitat entre Gènova i la Corona d'Aragó a la Granada del segle XV, un reflex de les transformacions de

- la penetració mercantil», *Acta Historica et Archaeologica Medievalia*, 23-24, pp. 575-596.
- SALICRÚ, Roser (2007), «¿Repensando Granada? Presencia y penetración diferencial cristiana en el sultanato nazarí en la Baja Edad Media», en *Relazioni economiche tra Europa e mondo islamico secc. XIII-XVIII. Atti della Trentottesima Settimana di Studi, 1-5 maggio 2006*, Florencia, Le Monnier, pp. 135-146.
- SALICRÚ, Roser (2018), «Fronteras que no son frontera: musulmanes a norte y sur del estrecho de Gibraltar en el siglo XV», *Vegueta: Anuario de la Facultad de Geografía e Historia*, 18, pp. 257-277.
- SÁNCHEZ MARTÍNEZ, Manuel (1988), «Mallorquines y genoveses en Almería durante el primer tercio del siglo XIV: el proceso contra Juame Manfré (1334)», *Miscel·lània de Textos Medievals*, 6, pp. 103-162.
- TRILLO, Carmen (1992), «Fiscalidad mudéjar en el reino de Granada: las rentas del Quempe», *Anuario de Estudios Medievales*, 22, pp. 853-882.
- TRILLO, Carmen (2018), «Fincas de recreo de la Granada nazarí según las fuentes castellanas: el Nublo, la Alberzana y Cármenes de Aynadamar», en *Almunias. Las fincas de las élites en el Occidente islámico: poder, solaz y producción*, Granada, Universidad de Granada, pp. 573-592.
- VALÉRIAN, Dominique (2004), «Gênes, l'Afrique et l'Orient: la place du Maghreb dans la politique génoise en Méditerranée (seconde moitié du XII<sup>e</sup> siècle)», en *Chemins d'outre-mer. Études d'histoire sur la Méditerranée médiévale offertes à Michel Balard*, París, Éditions de la Sorbonne, pp. 827-838.
- VALÉRIAN, Dominique (2004), «Le Fondouk, instrument du contrôle sultanien sur les marchands étrangers dans les ports musulmans (XII-XV siècles)?», en *La mobilité des personnes en méditerranée de l'antiquité à l'époque moderne*, Roma, École Française de Rome, pp. 677-698.
- WADDING, Lucas (1932), *Annales minorum* (ed. José Maria Ribeiro da Fonseca), Roma, Frati Editori di Quaracchi, vol. IX.
- WILLIAMS, John Bryan (1997), «The making of a crusade: the Genoese anti-Muslim attacks in Spain, 1146-1148», *Journal of Medieval History*, 23, pp. 29-53.