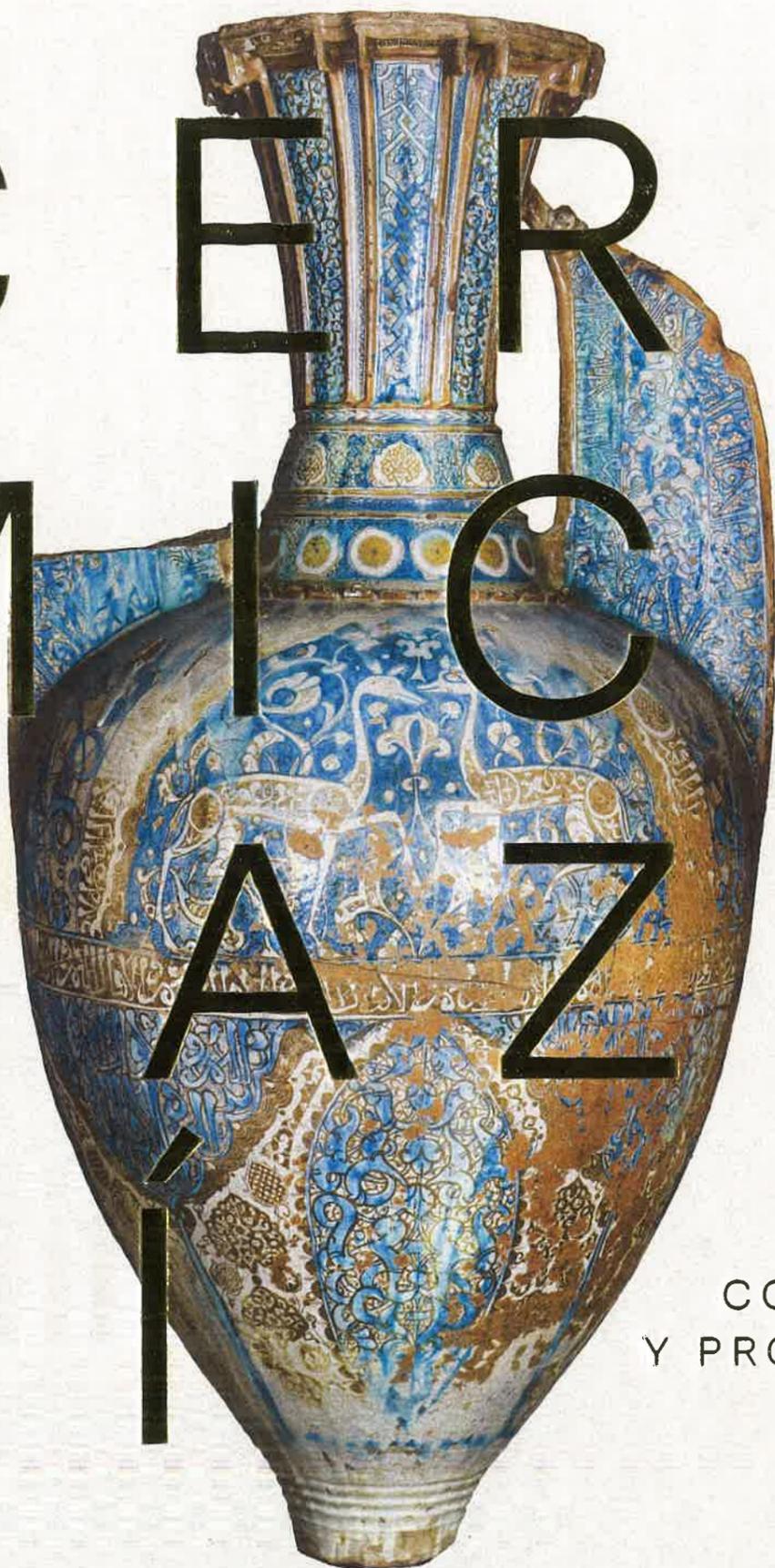


CERÁ
MICA
NAZ
RÍ

Á
A
A



CONTEXTOS
Y PROYECCIÓN

**PATRONATO DE LA ALHAMBRA
Y GENERALIFE**

PRESIDENTA

Patricia del Pozo Fernández
CONSEJERA DE CULTURA Y DEPORTE

VICEPRESIDENTA

María Francisca Carazo Villalonga
ALCALDESA DE GRANADA

DIRECCIÓN

Rodrigo Ruiz-Jiménez Carrera
DIRECTOR GENERAL

EXPOSICIÓN

ORGANIZA
Patronato de la Alhambra y Generalife

COMISARIADO
Jaume Coll Conesa
Rafael López Guzmán

COORDINACIÓN GENERAL
Servicio de Investigación y Difusión
del Patrimonio Histórico
Departamento de Difusión

COORDINACIÓN ADJUNTA
creARTE. Gestión y Cultura

DISEÑO MUSEOGRÁFICO
Jesús Moreno y Asociados.
Espacio y Comunicación

DISEÑO DE IMAGEN GRÁFICA
Jesús Moreno y Asociados.
Espacio y Comunicación

CONSERVACIÓN
HUECO Conservación

MONTAJE
Ypunto Ending S.L.

TRANSPORTE
Feltretero División Arte S.L.

SEGUROS
Closa. Correduría de Seguros S.A. /
Hiscox España

LOGÍSTICA EN SALA
Krea-Gestión de la Cultura y el Ocio S.L.

INSTALACIÓN INMERSIVA
Francisco Sotomayor Román
y Juan Hita Bueno

CATÁLOGO

EDICIÓN
JUNTA DE ANDALUCÍA,
Consejería de Cultura y Deporte,
Patronato de la Alhambra y Generalife

DIRECCIÓN CIENTÍFICA
Rafael López Guzmán
Jaume Coll Conesa

COORDINACIÓN GENERAL
Servicio de Investigación y Difusión
del Patrimonio Histórico
Departamento de Difusión

COORDINACIÓN ADJUNTA
creARTE. Gestión y Cultura

AUTORES DE LOS TEXTOS
María Isabel Álvaro Zamora
José Ignacio Barrera Maturana
Jesús Bermúdez López
Jaume Coll Conesa
María Elena Díez Jorge
Adela Fábregas García
Alberto García Porras
Rafael López Guzmán
Purificación Marinetto Sánchez
Francisco Melero García
Agustín Morales Jiménez
Eva Moreno León
Silvia Pérez López
Alfonso Pleguezuelo Hernández
José Miguel Puerta Vilchez
Ángel Rodríguez Aguilera
Hermógenes Ruiz Ruiz
Paula Sánchez Gómez
Dolores Villalba Sola

COORDINACIÓN EDITORIAL Y DISEÑO
Manigua

EDICIÓN Y CORRECCIÓN DE TEXTOS
Irene Fernández Romacho

TRADUCCIÓN DE TEXTOS AL INGLÉS
Nigel Walkington

FOTOGRAFÍAS Y GESTIÓN DE IMÁGENES
Lucía Rivas Villa

FOTOMECÁNICA
Artefacto

IMPRESIÓN
Grafo S.A.

Depósito Legal: GR 648-2024
ISBN: 978-84-17518-22-6

© de la edición: Patronato de la Alhambra y Generalife
© de los textos: sus autores y Patronato de la Alhambra y Generalife
© de las imágenes: sus autores y propietarios legales

Catalogación recomendada:
Cerámica nazarí. Proyección y contextos: [catálogo de exposición]- / organiza Patronato de la Alhambra y Generalife ; [comisarios Jaume Coll Conesa; Rafael López Guzmán]. -- [Granada] : Patronato de la Alhambra y Generalife, D.L. 2024. 464 pp. : principalmente il. ; 29 cm.

Todas las fotografías de detalle del Jarrón de las Gacelas que aparecen en las páginas de transición están realizadas por Lucía Rivas y Pepe Torres.

dorada a los paramentos, cuyos orígenes en la Granada nazarí se remontan a las citadas jambas del Cuarto Real de Santo Domingo, alcanzó su cénit en época de Yūsuf III, a quien ya hemos visto encargando vasos de «cerámica malagueña» y de quien, por fortuna, nos ha llegado la preciosa placa en loza dorada conocida por «Azulejo de Fortuny» (108 x 63 cm, Instituto Valencia de Don Juan) [fig. 12], que fue encontrada por este pintor en una casa del Albaicín. La pieza debió de pertenecer a una importante estancia del sultán, ya que su inscripción es un magnífico epígrafe regio en honor a Yūsuf III, *Gloria a nuestro señor el sultán Abū l-Ḥayyāy al-Nāṣir li-Dīn Allāh*, que se repite, en fina cursiva blanca con letras voladas y entrecruzadas, dentro de seis cartelas enlazadas entre sí en el perímetro de la placa y con un escudo nazarí con banda en cada esquina; la decoración del espacio interior se articula a partir de un eje vertical formado por tres escudos con banda lisa, rodeados de grandes hojas de palma con terminaciones en forma de cabeza de dragante y con cinco parejas de pavones posados sobre las palmas, que, en alternancia de abajo a arriba, se afrontan o se dan la espalda. En el Museo del Louvre (OA 6694) se conservan trozos de un panel que debió de acompañar al anterior en las jambas de una puerta, del que solo queda el inicio de la inscripción («Gloria a nuestro señor...») y las figuras de un pavón y de una hoja de palma acabada en cabeza de dragante, símbolos clásicos de la soberanía.

EL COMERCIO DE LA CERÁMICA NAZARÍ FUENTES DOCUMENTALES Y ARQUEOLÓGICAS, AGENTES Y EVOLUCIÓN HISTÓRICA¹

Adela Fábregas

EL CONTEXTO

El reino nazarí fue un espacio de comercio. Con ello queremos decir que esta formación que cerraría la historia medieval de al-Ándalus participó ya plenamente de los sistemas de intercambio internacional que impulsaron definitivamente la economía de Occidente en los siglos finales de la Edad Media. Se crearon plataformas amplias de mercado que conectaban regiones completas, se organizaron redes de transporte e intercambio complejas y se modificaron, para siempre, los sistemas productivos de las regiones involucradas, que darían con ello un paso definitivo hacia los sistemas precapitalistas modernos. El reino nazarí, no asumiendo en ningún momento un liderazgo significativo, formó parte activa de todo este movimiento, constituyendo un espacio de mercado bien integrado en esos sistemas de comercio internacional.

Su presencia en estas redes de mercado se constata fundamentalmente a través de la actividad de agentes de comercio europeos protagonistas, estos sí, del gran despegue mercantil europeo. Mercaderes, compañías y comunidades mercantiles genovesas, florentinas, venecianas, catalanas y, en menor medida —aunque no inexistentes—, castellanas y portuguesas actuaron comercialmente en suelo nazarí. Tenemos constancia de ello y en algunos casos un conocimiento

cada vez mayor de la naturaleza y las pautas de su actuación. Se trataba en muchas ocasiones de agentes de grandes compañías comerciales, o bien miembros de redes de colaboración que controlaban buena parte de los mercados mediterráneos y del norte de Europa. Contemplaban actuaciones comerciales en el mercado nazarí, ofreciendo bienes y sobre todo haciéndose con productos nazaríes de buena demanda internacional, como parte de estrategias de negocio más amplias.

De este modo encontramos productos nazaríes en los principales mercados de Europa, París, Londres, Brujas, Génova, Florencia, Barcelona, Sevilla, Valencia, donde, en casos como los del azúcar, los frutos secos o la seda, pueden acceder en condiciones de competitividad muy favorables con productos similares de otras regiones. La calidad de los productos nazaríes, siendo alta, no solía ser su valor principal. Uno de los verdaderos atractivos de los productos nazaríes, en muchos casos, al menos cuando se habla de su consumo en Europa —caso del azúcar— y, por tanto, de alguna manera vinculados aún con el lujo; o bien materias primas de alta demanda, para la industria textil, por ejemplo, y de nuevo fruto de tradiciones productivas aún más vinculadas a Oriente que a Occidente.

CERÁMICA QUE VIAJA

En 1315 se estaba redactando posiblemente en Florencia un manual de mercadería que sirviera a los mercaderes a moverse en sus negocios internacionales. En él aparecían descritos los mercados nazaríes de Málaga y Almería, donde se detallaban los artículos que podían ser objetos de interés del siguiente modo:

Traxi di Malicha fichi secchi e racino stagonato in isporte in grande quantità e mandorle senza ghusco in grande quantità e buone mandrole e bordi d'ongni ragone e drapi di xeta e seta cruda e tagleri e schodelle e altre vaxella di terra dipinte in grande quantità e cera e chuoia e m[]ele e grana da tignere e zuccheri².

Efectivamente, uno de los bienes de comercio de procedencia nazarí que sabemos que fue objeto de interés comercial en el ámbito internacional fue la cerámica. No cualquier cerámica, por supuesto. En este sentido, es importante reconocer en primer lugar la mera presencia e identificación de cerámicas de origen nazarí en el exterior, fruto, por ejemplo, de su uso como contenedores de transporte ocasionales de otras mercancías de la misma procedencia (podría ser el caso de algunos tipos de azúcar) o como objeto de regalos esporádicos. Y distinguirla claramente de su tratamiento como objeto de intercambio en sí mismo, que es lo que indica este manual, o las reglamentaciones aduaneras en las que aparece, como el foral de Portazgo de Lisboa de 1377 («Item de louça de Malega a de Vallença e de louça outra de barro que aquí fazem e que levarem pera fora do thermo per mar ou per terra... pagam dezima»³). En estos casos se alude a una dimensión estrictamente comercial, sujeta a intereses económicos bien definidos, que posiblemente marcarían estrategias de producción, a mayor o menor escala, y de venta en el mercado conducentes a la obtención del mayor beneficio económico en el nuevo sistema de comercio. No estando las primeras faltas de interés, obviamente, nuestro objetivo aquí se centra en el segundo grupo, las cerámicas objeto de comercio.

De nuevo en este caso las informaciones de que disponemos por el momento apuntan claramente hacia una demanda europea de cerámica nazarí como objeto vinculado al lujo, tal y como nos indica su calidad técnica y estética, apreciada por sus contemporáneos⁴, los contextos arqueológicos en que aparecen o los escenarios sociales con los que se asocia su presencia. Hemos

2. SPALLANZANI, Marco. *Maioliche ispano-moresche a Firenze nel Rinascimento*. Firenze: Studio per edizioni scelte, 2006, p. 327.

3. DA SILVA MARQUES, João Martins. Descubrimientos portugueses. Documentos para a sua História. Suplemento ao Volume I (1057-1460), Lisboa, 1988, p. 53.

4. FÁBREGAS, Adela. Un espacio de comercio singular: la loza dorada nazarí en los mercados magrebíes. En: *Actas I Congreso Internacional Red Europea de Museos de Arte Islámico*. Granada: Patronato de la Alhambra, 2012, pp. 299-310.

de hablar de las variedades más ricas y lujosas, esas cerámicas «dipinte» a que alude el manual mercantil. Los textos que testimonian esta circulación, tan excepcionales como nuestro manual, raramente nos ayudan a identificarla, ya que más allá de aludir de manera genérica a *opera di terra*, a cerámica *di Malica*, o como mucho a una «scutella pictam de Almeria», son realmente escasas. La identificación del tipo de cerámica a que se alude con estos términos tan vagos no es fácil, si bien desde hace tiempo ya tiende a aceptarse tanto la denominación de origen «Málaga» como el término *pictam* con la cerámica de reflejo metálico, la denominada loza dorada nazarí⁵. Y lo cierto es que esos testimonios remiten a entornos que dejan intuir unos modelos sofisticados, al proceder por ejemplo de testamentos de individuos más o menos relevantes; o bien, cuando se ha logrado identificar su rastro material, esa loza dorada suele aparecer en contextos vinculados con grupos sociales elevados o como decoraciones arquitectónicas de edificios centrales, tal es el caso de iglesias o monasterios⁶.

Las cerámicas nazaríes exportables siguen, por lo que conocemos hasta el momento, efectivamente la senda del comercio. Sus vías de distribución son las marcadas por las redes de contactos e intercambios de los agentes comerciales del reino nazarí en el exterior, y su área de dispersión suele ser coherente con la de los mercados de consumo de productos nazaríes activos en el ámbito internacional. La vigencia de este tráfico se prolonga a lo largo de todo el periodo de existencia del reino nazarí, si bien es cierto que los siglos XIII y primera mitad del XIV podrían tener una especial centralidad. A partir de este momento, la loza dorada nazarí comparte en el exterior protagonismo —y es relegada de manera progresiva— con otros modelos similares de origen valenciano que parecen protagonizar un salto cualitativo esencial en relación con los volúmenes productivos y la accesibilidad, lo que repercutiría en la ampliación del espectro de consumidores a quienes pudieran llegar.

Antes de comenzar este breve recorrido, quisiera dejar claro que la cuestión que tratamos es tan interesante como difícil de abordar aún en estos momentos. Son varios los problemas que se nos presentan, algunos de ellos insalvables y otros de inexcusable solución ya antes de seguir avanzando. El problema quizás más importante es que hasta el momento no se ha emprendido un estudio sistemático y amplio de la cuestión. El recurso a informaciones dispersas, a veces indirectas, no siempre fácilmente accesibles, dificultan enormemente la percepción de un escenario general y bien articulado. A ello no contribuyen tampoco las escasísimas menciones con que nos podemos encontrar a este producto nazarí, que sabemos que sería objeto de interés comercial gracias a algunos testimonios excepcionales, pero en cuyo impacto comercial real podemos difícilmente indagar por falta de presencia en las fuentes escritas adecuadas⁷. El tercer problema con el que se encuentra el estudio de la cerámica de exportación nazarí y que ha de tener ya solución definitiva, dado que ha llegado un punto a partir del cual se hace difícil avanzar, es lo fácilmente que pueden confundirse sus restos con los de otra producción cerámica afín, coetánea y posiblemente inspirada en el antecedente nazarí: la cerámica de reflejo metálico elaborada a partir del siglo XIV en los talleres valencianos de Paterna y sobre todo de Manises. Mientras no podamos identificar con rotundidad el origen de todas las piezas que encontramos, cualquier tipo de acercamiento queda casi siempre en el terreno de las hipótesis.

A pesar de todo ello, el rastreo prudente de la presencia de loza dorada nazarí —denominación genérica que acoge cerámicas de reflejo dorado y del algo más tardío reflejo azul y dorado— nos permiten tener ya una idea acerca de cómo se sustanciaría su éxito comercial internacional. Se trata, lo advertimos, de informaciones más relevantes a nivel cualitativo que cuantitativo, ofreciéndonos rastros notables acerca de su acceso a mercados, su capacidad de penetración en áreas y quizás las pautas de consumo en las que se enmarcan, y no siendo sin embargo tan

5. LÓPEZ ELUM, Pedro. Los orígenes de la cerámica de Manises y Paterna (1285-1335), Valencia, 1984.

6. BERTI, Graziella. I rapporti Pisa-Spagna (Al-Andalus, Maiorca) tra la fine del X ed il XV secolo testimoniati dalle ceramiche. En: *Atti XXXI Convegno Internazionale della Ceramica*. Centro Ligure per la Storia della Ceramica, 1998, pp. 241-253.
COLL CONESA, Jaume. Transferencias técnicas en la producción cerámica entre al-Andalus y los reinos cristianos. El caso del Sharq al-Andalus. En: *Cerámicas Islámicas y cristianas a finales de la Edad Media. Influencias e intercambios*. Granada: THARq, 2003, pp. 301-367.
COLL CONESA, Jaume; LÓPEZ ELUM, Pedro. *La producción de lujo en la Baja Edad Media, Manises y Paterna*. Valencia: Museo Nacional de la Cerámica, 2005.
GARCÍA PORRAS, Alberto. *La cerámica en azul y dorado valenciana del siglo XIV e inicios del siglo XV*. Valencia: Museo Nacional de la Cerámica, 2008.

7. Una buena reflexión al respecto, en CHILDS, Wendy. Documentary evidence for the import of spanish pottery to England in the Later middle Ages: twelfth to sixteenth centuries. En: GERFARD, Christopher M.; GUTIÉRREZ Alejandra & VINCE, Alan G. *Spanish medieval ceramics in Spain and the british Isles* (BAR International Series, 610). Oxford, 1995, pp. 25-32.

relevantes en cuanto a los volúmenes de presencia manejados. Quizás porque estos tampoco tuvieron que ser particularmente relevantes. Lo cierto es que cuando accedemos a los pocos testimonios escritos que delatan su rastro, caso de registros aduaneros o de cargamentos de naves, obtenemos la imagen de un tráfico poco regular y no mayoritario.

ÁREA DE DISTRIBUCIÓN DE LA CERÁMICA DE LUJO NAZARÍ

La distribución de cerámica nazarí fuera de la península ibérica suele ser perfectamente coherente con el mapa que poco a poco vamos diseñando a partir del seguimiento de otros artículos y otras redes del comercio nazarí en Europa. Los espacios en los que hasta el momento se ha constatado la presencia de cerámica corresponderían, más allá del propio territorio nazarí, donde también se consumiría, a la península italiana, sur de Francia, Portugal, islas británicas y Flandes, además de regiones adyacentes y con un contacto más directo en el suroeste peninsular, Mallorca y estados magrebíes.

Italia ha sido junto con Inglaterra objeto de los estudios más completos y precoces de cerámica nazarí en contextos arqueológicos y monumentales. Las zonas de identificación de esta cerámica, localizada principalmente en Liguria (Génova, Savona, Finale Ligure...)⁸, Toscana (Pisa, Prato)⁹, coinciden con las áreas de origen de los principales actores comerciales internacionales operantes en el reino nazarí y por tanto también con los mercados de recepción prioritarios de productos nazaríes en Italia. No olvidemos que los representantes de la comunidad de negocios genovesa son los más sólidos agentes del comercio internacional en territorio nazarí, estableciendo unas redes de aprovisionamiento en el interior, estructuras de transporte y de contactos en el exterior que facilitan la existencia mercantil de este espacio no solo en Génova o Italia, sino en los principales mercados europeos y norteafricanos, donde los ligures cuentan con una sólida posición¹⁰.

Todas ellas, junto con los demás hallazgos localizados en zonas más meridionales, ofrecieron pistas acerca de cómo pudo introducirse la cerámica andalusí con revestimiento vítreo en Italia. Se encontraba allí ya desde mediados del siglo XII, pero fueron las conocidas como «loza dorada» y «azul y dorada», producidas ya en época nazarí, las que dieron un impulso definitivo a la existencia de cerámicas de lujo andalusíes en la región. Su presencia, en decoraciones murales de fachadas y campanarios de iglesias o bien en contextos arqueológicos vinculados a espacios domésticos de alta categoría, marcan la pauta de su consumo como artículos de lujo y con un alto poder de representación. Es el caso, por ejemplo, de la genovesa torre Embriaci, donde se documentó la presencia de piezas identificadas (hasta 12) como nazaríes tempranas (siglo XIII) entre el servicio de mesa y en un contexto en el que se acompañarían de otras piezas orientales y mediterráneas, igualmente lujosas¹¹. Dada la relevancia de la familia genovesa y su conocida actividad internacional, en contacto fundamentalmente con los espacios islámicos, todo el conjunto estaría dotado de un importante valor simbólico y representativo acorde con la importancia de la familia en el escenario mediterráneo. La segunda cuestión destacable que fue revelándose a través del estudio de cada vez más conjuntos cerámicos aparecidos sobre todo a partir de los años 90 fue la progresiva introducción de loza valenciana a partir del siglo XIV, que los propios receptores llegarían a confundir¹². Las fases más tempranas de esta nueva variedad mostrarían técnicas y modelos similares a los nazaríes, hasta el punto de encontrar dificultades para distinguir ambas producciones sin recurrir a análisis arqueométricos.

Por motivos de espacio no podemos detenernos en la descripción de la situación en Francia, aunque diremos al menos que los hallazgos de cerámica nazarí se concentran en espacios cos-

8. BLAKE, Hugo. La cerámica spagnola in Liguria. En: *Atti VI Convegno Internazionale della ceramica*. I. Albisola, 1972, pp. 55-97. GARCÍA PORRAS, Alberto. 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. En: *Archeologia Medievale*, 2000, XXVII, pp. 131-144. GARCÍA PORRAS, Alberto; FÁBREGAS GARCÍA, Adela. La Liguria, territorio di ricezione di ceramiche prodotte nella Penisola Iberica durante il Basso Medioevo. En: *I Atti Convegno Internazionale della ceramica*. Florencia: All'Insegna del Giglio, 2006, pp. 25-33, por citar algunos.

9. BERTI, Graziella; TONGIORGI, Liana. I bacini ceramici medievali delle chiese di Pisa. En: *Quaderni di Cultura Materiale*, 1981, 3. FRANCOVICH, Ficcardo; GELICHI, Sauro. *La cerámica spagnola in Toscana nel Basso-medioevo*. Florencia, 1985.

10. GARCÍA PORRAS, Alberto; FÁBREGAS, Adela. Genoese Trade Networks in Southern Iberian Peninsula: Trade, Transmission of Technical Knowledge and Economic Interactions. En: *Mediterranean Historical Review*, 2010, 25, pp. 135-153.

11. BENENTE, Fabrizio. Between Al Andalus and Genoa: the "Embriaci Tower" lusterware. En: *Al-Masāq: Journal of the Medieval Mediterranean*, 2018-2, 30, pp. 148-165.

12. SPALLANZANI, Marco. *Maioliche Ispano-moresche...*, op. cit., pp. 89-90.

teros, fundamentalmente, donde, con una cronología de nuevo temprana —de finales del XIII—, encontramos lozas doradas en contextos señoriales y monásticos que evidencian una vez más su categoría y que convivirán de nuevo con las piezas valencianas¹³.

Lo mismo ocurre con Portugal. La localidad alentejana de Mértola recibe en momentos muy tempranos —entre finales del siglo XII y principios del XIII— lozas doradas de posible adscripción malagueña que mostrarían una introducción temprana de loza de lujo en la región¹⁴. Y, aunque a partir de mediados del siglo XIV los contactos parecen paralizarse completamente en esta localidad, lo cierto es que es en ese momento cuando nos encontramos en una fase portuguesa especialmente receptiva. Lisboa nos ofrecía en su foral de portazgo una información preciosa acerca del tratamiento efectivo de la cerámica de Málaga como artículo de comercio de pleno derecho aún a finales del siglo XIV¹⁵, y efectivamente este espacio acoge la presencia real de cerámica nazarí, al menos en Lisboa y localidades vecinas a la capital, como Alcochete¹⁶, Palmela, Sesimbra y Setúbal.

Tenemos también arqueológicamente documentada la presencia de cerámica nazarí en las islas británicas. Los informes de las aduanas de puertos como Southampton, Sandwich y Londres ofrecen registros de entradas de cerámica denominada «Malik» de Málaga, al menos desde finales del siglo XIV¹⁷, si bien la presencia de cerámicas nazaríes es bastante anterior, documentándose desde finales del siglo XIII. Esta cerámica, cargada en naves italianas, genovesas principalmente, procedería del sur de la península e iría destinada fundamentalmente a Londres, principal mercado de productos de lujo procedentes del sur de Europa. Sin embargo, no toda esta cerámica, a pesar de su denominación, remite directamente a un origen nazarí.

La traducción material de estas noticias nos las aporta los hallazgos de cerámica en distintas zonas de las islas. Su importancia es fundamental, ya que nos ofrece en primer lugar la confirmación definitiva de que la alusión a cerámica nazarí (de Málaga) presente en las fuentes escritas corresponde efectivamente en parte a una procedencia real, no solo a un modelo estandarizado de cerámica recogida bajo esta denominación. Y, en segundo lugar, nos da informaciones preciosas acerca de las pautas de distribución espacial y cronológica de estas cerámicas. Sabemos así que el grueso de la cerámica nazarí se distribuye, no de manera abundante pero sí regular, por las costas meridionales y orientales de las islas, preferentemente¹⁸. Existe una concentración relevante en torno a las áreas de Southampton, puerto de recepción prioritario, tal y como nos indicaban los registros aduaneros, y donde alcanza a penetrar en zonas de interior¹⁹, y Londres, mercado de consumo preferente de los productos de lujo procedentes del Mediterráneo, también nazaríes, en esta región. Los hallazgos no son numéricamente relevantes, pero sí permiten acertar una tendencia importante, que no es otra que la progresiva sustitución de esta variedad por los modelos de loza dorada valenciana a partir fundamentalmente del siglo XV, de manera que, aun cuando los hallazgos nazaríes se mantienen hasta esta centuria, lo cierto es que su presencia no sería comparable a esas alturas con la de loza dorada valenciana²⁰. Esta, como estamos ya viendo, es una clave fundamental para entender la verdadera importancia de la cerámica nazarí.

En otras áreas del norte de Europa se han dado también hallazgos de cerámica nazarí, que, aunque minoritarios y hasta el momento no estudiados de manera sistemática, es cierto, nos dibujan los perfiles del alcance de su distribución, perfectamente coherentes, por lo demás, con lo que conocemos acerca del radio de alcance del mercado de exportación nazarí y de los vehículos utilizados. El hecho, por ejemplo, de que se encuentren muestras identificadas *a priori* como loza dorada nazarí en la región de Brujas²¹ entre los siglos XIV y XV se suma a la identificación de otros artículos de la misma procedencia presentes en este mercado, donde llegan, como en tantos otros casos, de manos de comerciantes genoveses, principalmente²².

13. DEMIANS D'ARCHIMBAUD, Gabrielle y LEMOINE, Charlotte. Les importations valenciennes et andalouses en France méditerranéenne: essai de classification en laboratoire. En: *Colloque international de Valbonne: La Céramique médiévale en Méditerranée occidentale Xe-XVe siècles*. Valbonne, 1978, pp. 359-372.

14. GÓMEZ, Susana. Loiza dourada de Mértola. En: *Arqueologia Medieval*, 1997, 5, pp. 137-162.

15. El texto podría prestarse a interpretar la alusión a la cerámica de Málaga como propia de otras producciones que asumirían esa denominación. Actualmente nos inclinamos a pensar que no es así y que se trata de una mención efectiva a cerámica nazarí.

16. CORREIA, Miguel. Três exemplares de cerâmica azul e dourada, provenientes de Alcochete. En: *Revista portuguesa de Arqueologia*, 2004, 7, pp. 645-652.

17. CHILDS, Wendy. Documentary evidence ..., op. cit., p. 27.

18. GERRARD, Christopher; GUTIÉRREZ, Alejandra; HURST, John and VINCE, Alan. A guide to Spanish medieval pottery. En: GERRARD, Christopher M.; GUTIÉRREZ, Alejandra & VINCE, Alan G. *Spanish medieval ceramics...*, op. cit., pp. 281-296.

19. GUTIÉRREZ, Alejandra. Mediterranean pottery in medieval and post-medieval Wessex. En: GUTIÉRREZ, Alejandra. *Mediterranean pottery in Wessex households (13th to 17th centuries)* (BAR International Series, 306). Oxford, 2000, pp. 137-174, espec. pp. 142-143.

20. GERRARD, Christopher; GUTIÉRREZ, Alejandra; HURST, John and VINCE, Alan. A guide to Spanish medieval pottery..., op. cit., p. 283.

21. HURST, John G. Spanish medieval ceramics in north-west Europe. En: *Spanish medieval ceramics...*, op. cit., pp. 367-369, espec. p. 367.

22. FÁBREGAS, Adela. The Nasrid Economy. En: FÁBREGAS, Adela (ed.). *The Nasrid Kingdom, between East and West (ss. XIII-XV)*. Leiden: Brill, 2020, pp. 155-176.

La expansión a corto y medio radio podría ser destino preferente de este artículo²³. Se presentan sin embargo varios problemas. Los contactos comerciales entre Granada y otros espacios peninsulares, incluidos los vecinos reinos de Sevilla y Jaén, curiosamente apenas han sido abordados por ahora, de manera que el rastro escrito de comercio nazarí en general y de cerámica en particular es por el momento prácticamente inexistente. Nuestras posibilidades se reducen al registro material, que en este caso es también extraordinariamente limitado, al menos por lo que hemos podido llegar a conocer. La excepcional presentación de piezas de loza azul y dorada nazarí en Jerez²⁴, siempre acompañada por unos volúmenes bastante mayores de cerámica valenciana, sobre todo a partir del siglo XIV, no solo es la excepción a la regla, sino, sobre todo, la confirmación de que este tráfico debió existir, reproduciendo, eso sí, el comportamiento que ya hemos visto en otras áreas y que casi podríamos definir como un patrón fijo.

Los otros espacios en que se han localizado piezas nazaríes se sitúan en Mallorca y sobre todo en el norte de África. La excavación de los pozos de colmatación de Santa Catalina de Sena arrojó algunos ejemplares de loza dorada nazarí²⁵ que delatan unos contactos bien conocidos sobre todo a lo largo del siglo XIV²⁶. Pero es en el norte de África donde podríamos encontrar una presencia más nutrida y geográficamente mucho más extendida, alcanzando, al menos, desde Egipto hasta las cercanas costas magrebíes.

En esta región es donde podríamos atribuir un protagonismo directo a mercaderes y viajeros nazaríes en la distribución de cerámica. En algunas ocasiones puede aparecer como objeto de presentes en embajadas diplomáticas, ejerciendo así la función representativa que a veces se ha dado a este tipo de cerámica²⁷, aunque buena parte de las ocasiones en que la reconocemos y de los hallazgos que nos la muestran delatan una demanda más abierta. El territorio hafsí, con su capital, Túnez²⁸, donde se reconoce la presencia de una comunidad mercantil nazarí estable; el estado zayyaní, con localizaciones en Tremecén²⁹; el meriní, con cerámicas nazaríes en Ceuta, posiblemente Larache, Fez y Alcazarseguer³⁰, son los espacios donde nuestra cerámica tiene mejor acogida mercantil.

Esta loza dorada nazarí se exporta como artículo de comercio a los mercados magrebíes, hasta donde viaja cargada en embarcaciones nazaríes³¹ o siguiendo la pauta de la navegación comercial mediterránea que usaría embarcaciones cristianas, genovesas, preferentemente, aunque no sólo, en el caso nazarí, para sustentar las operaciones comerciales de los mercaderes granadinos³². De hecho, estas aguas soportaban un intenso tráfico, con movimientos constantes que existirían entre una orilla y otra del Estrecho. En realidad, a pesar de lo poco que de nuevo podemos aportar, vislumbramos este como uno de los espacios donde la cerámica nazarí adquiere su más genuina dimensión a manera de artículo producido para ser exportado.

23. Por cuestiones de espacio no entraremos en la descripción del uso de loza dorada dentro del mismo territorio nazarí, donde por supuesto está también atestigüada su presencia. Véase, por ejemplo, MELERO, Francisco *et alii*. La loza azul y dorada nazarí en la provincia de Málaga. En: GARCÍA PORRAS, Alberto (ed.). *Estudios de cerámica medieval y postmedieval*. Granada: Alhulia, 2020, pp. 331-374.

24. GONZÁLEZ RODRÍGUEZ, Rosalía. El comercio en Jerez de la Frontera durante la Baja Edad Media a través de los restos materiales: siglos XIV-XV. En: SÁNCHEZ HERRERO, José *et alii*. 750 aniversario de la incorporación de Jerez a la Corona de Castilla. Jerez: Ayuntamiento de Jerez, 2014, pp. 625-645, espec. pp. 628-631.

25. *Mallorca I el comerç de la ceràmica a la Mediterrània*. Barcelona: La Caixa, 1998, cat. piezas 28, 29, 30. ROSELLÓ BORDOY, Guillem. La relación comercial Málaga-Mallorca en los siglos XIII-XIV. Una comprobación arqueológica. En: *Bolletí de la Societat Arqueològica Lul·liana*, 1978, 36, pp. 209-237.

26. COLL CONESA, Jaume. Mallorca, movimientos y corrientes comerciales a través de la cerámica. En: *Mallorca i el comerç...*, *op. cit.*, pp. 64-91. FÁBREGAS, Adela. Mallorca y Granada: contactos e intercambios en el sistema del comercio mediterráneo bajomedieval. En: *Islas y sistemas de navegación durante las edades media y moderna*. Granada: Alhulia, 2010.

27. GARCÍA PORRAS, Alberto. Producción cerámica y organización política: el caso de la cerámica Nazarí. En: *Mundos medievales: espacios, sociedades y poder: Homenaje al profesor José Ángel García de Cortázar y Ruiz de Aguirre*, Vol. 2. Santander: Universidad de Cantabria, 2012, pp. 1379-1390.

28. DAOULATI, Abdelaziz. Céramiques andalouses à reflets métalliques découverts à la Kasbah de Tunis. En: *La céramique médiévale en Méditerranée occidentale, Xe-XVe siècles*. Valbonne, 1978. Paris, 1980, pp. 343-357.

29. DJELLID, Akila. Importations andalouses et valenciennes de céramiques au bleu de cobalt et lustre en domaine zayyanide (Tlemcen). En: *Arqueologia y territorio medieval*, 2020, 27, pp. 93-112.

30. POSAC MON, Carlos. Loza dorada nazarí hallada en Ceuta. En: *Actas del Congreso Internacional de Estudios Árabes e Islámicos, Lisboa-Coimbra 1968*. Leiden, 1971, pp. 565-571. HITA RUIZ, José Manuel y VILLADA PAREDES, Fernando. Cerámica con cubierta estannífera de Huerta Rufino, Ceuta. En: *Homenaje al Profesor Carlos Posac Mon*. Ceuta, 1998, pp. 443-470. HABIBI, Mohammed y ARANEGUI, Carmen. *Lixus-2 ladera sur. Excavaciones marroco-españolas en la colonia española. Campañas 2002-2003*. Sagvntum, Extra-6, 2002. FILI, Abdallah. La céramique de la madrasa mérinide al-Bu'inaniyya de Fès. En: *Cerámica nazarí y mariní. Transfretana Monografías*, 4, 2000, pp. 259-290. MYERS, J. Emlen and BLACKMAN, M. James. Conical plates of the hispano-moresque tradition from Islamic Qsar es-Seghir: Petrographic and Chemical Analyses. En: *Atti del III Congresso La ceramica medievale nel Mediterraneo occidentale, Siena-Faenza 1984*. Firenze, 2009, pp. 55-68, espec. p. 64.

31. Con cargamentos de loza procedentes de Málaga, FÁBREGAS, Adela. Actividad marítima y mercantil nazarí en el Magreb occidental: relatos de un observador portugués en el Estrecho. En: *Revista del Centro de Estudios Históricos de Granada y su reino*, 2008, 20, pp. 151-173; y destinados a puntos como Vélez de la Gomera, SALICRÚ, Roser. Fronteras que no son frontera: musulmanes a norte y sur del Estrecho de Gibraltar en el siglo XV. En: *Vegueta*, 2018, 18, pp. 257-27, espec. p. 267.

32. «Mahomet Abenhamet Axennari, sarracenum de Malica, percepimus quod, ipse tres menses sunt elapsi vel circa onerasset in Lembo Antonio lanovi de Cadiz nonaginta carricas inter ficus et pansas, duo costalia operis terre Malice et quasdam alias res et merces, de quibus paratum se asserit facere promptam fidem, causa vehendi ad locum Cepta...». SÁNCHEZ MARTÍNEZ, Manuel. Comercio nazarí y piratería catalano-aragonesa (1344-1345). En: GARCÍA ARENAL, Mercedes y VIGUERA, María Jesús (eds.). *Relaciones de la Península Ibérica con el Magreb (siglos XIII-XVI)*. Madrid, 1987, pp. 41-86, espec. p. 82. FÁBREGAS, Adela. Redes de comercio y articulación portuaria en el reino nazarí de Granada. En: *Chronica Nova*, 30, pp. 69-102.

CONCLUYENDO

La tradición y el éxito comercial internacional de estas cerámicas pudo tener un impacto en las fórmulas productivas que las soportaron. Por lo pronto, y de ello se habla en otro capítulo de esta misma obra, se encuentra una concentración productiva de esta loza de lujo a partir de un momento determinado. La producción de loza dorada nazarí se concentraría principalmente en Málaga, vía también de salida principal al exterior y sede de un espacio alfarero bien estructurado y de dimensiones notables, el del arrabal de Funtanalla, que crecería en parte debido a la implantación de la producción de loza azul y dorada³³.

Se estarían dando los primeros pasos hacia sistemas de producción especializados y destinados a un objetivo comercial claro y bien definido. Por supuesto no estamos ante un escenario de producción estandarizada, pero sí de una producción concentrada, organizada a partir de un criterio de funcionalidad que permite derivarla con facilidad a esa salida comercial. Y, sobre todo, estamos ante una producción que sabemos destinada principalmente a su exportación, atendiendo a una demanda de gustos exquisitos que estaría extendiéndose por Occidente, tanto cristiano como islámico.

Y sin embargo también sabemos que su esplendor exterior quedaría rápidamente empañado por la presencia de cerámicas valencianas. Lo hemos visto con asiduidad. Prácticamente en todos los espacios donde se localizan cerámicas nazaríes se encuentran también las nuevas lozas valencianas, pero en unos volúmenes y variedades mayores, cubriendo con ello aquella demanda clara de cerámica lujosa de inspiración oriental. La inspiración nazarí de los motivos usados en la loza dorada valenciana temprana, principalmente de Manises, confirma el interés por suplantar las antiguas lozas nazaríes³⁴ con variedades que atendieran a un gusto por este tipo de cerámica de lujo ya consolidado, aunque accesibles a sectores más amplios, en todo caso siempre de alta extracción social y económica. Así se percibe en la propia Valencia³⁵. Es difícil establecer una conexión directa en los procesos de transferencia tecnológica que marcarían la introducción de una producción de elaboración compleja en estos nuevos espacios, aunque quizás lleguemos a intuir la vía, que no es otra que el posible traslado de artesanos nazaríes a los nuevos centros productivos valencianos³⁶.

Otra cuestión, quizás ya mejor explicada, es la reformulación productiva que propicia un éxito mercantil sin precedentes que llegaría a arrinconar definitivamente a las antiguas producciones nazaríes. Las cerámicas malagueñas habrían iniciado la renovación productiva que acabamos de citar, aunque esta no parece que alcanzara una formulación definitiva que le permitiera su plena incorporación a un nuevo sistema que exigiría producciones estandarizadas y que le posibilitara mantener franjas de consumo altas, aunque accesibles a un espectro de consumidores más amplio³⁷. Su papel había sido otro. Avanzando por la senda que el comercio abría, contribuyó definitivamente a introducir en Occidente un gusto por estos objetos de lujo, antes exóticos e inaccesibles, ahora bellos, cargados de una simbología que hacía que su mera propiedad fuera considerada un poderoso símbolo de estatus, y poderoso instrumento de identidad social, por tanto³⁸. Esta herencia sería recogida y multiplicada por las nuevas producciones, ya plenamente integradas en los parámetros productivos del incipiente sistema capitalista.

33. MELERO, Francisco *et alii*. La loza azul y dorada nazarí... *op. cit.*

34. GARCÍA PORRAS, Alberto. La cerámica en azul y dorado valenciana... *op. cit.*

35. ALMENAR FERNÁNDEZ, Luis. Orígenes de la cerámica valenciana por el lado de la demanda (1283-1349). En: *Hispania*, 2018, LXXVIII, n.º 258, pp. 69-101.

36. Bien documentada en SPALLANZANI, Marco. *Maioliche ispano-moresche...*, *op. cit.*, por ejemplo.

37. ¿Igual ocurrió con otros artículos nazaríes, como el azúcar, FÁBREGAS, Adela. Commercial crop or plantation system? Sugarcane production from the Mediterranean to the Atlantic. En: GLICK, Thomas; MALPICA, Antonio; RETAMERO, Félix y TORRÓ, Josep (eds.). *From Al-Andalus to the Americas (13th-17th centuries). Destruction and construction of Societies*. Leiden-Boston: Brill, 2018, pp. 301-331.

38. GUTIÉRREZ, Alejandra. Compsuntion and meaning of Mediterranean pottery in Wessex. En: GUTIÉRREZ, Alejandra. *Mediterranean pottery in Wessex...*, *op. cit.*, pp. 175-196.