

Adela Fábregas García

La vida económica del sultanato nazarí en su vertiente comercial

[A stampa in *Historia de Andalucía*, VII Coloquio, a cura di Antonio Malpica, Rafael G. Peinado, Adela Fábregas, Granada 2009, pp. 81-101 © dell'autrice - Distribuito in formato digitale da "Reti Medievali", www.retimedievali.it].

ANTONIO MALPICA
RAFAEL G. PEINADO
ADELA FÁBREGAS
(Eds.)

HISTORIA DE ANDALUCÍA
VII COLOQUIO

•
•
•

GRANADA
2009



"Cualquier forma de reproducción, distribución, comunicación pública o transformación de esta obra sólo puede ser realizada con la autorización de sus titulares, salvo excepción prevista por la ley.

Diríjase a CEDRO (Centro Español de Derechos Repográficos - www.cedro.org), si necesita fotocopiar o escanear algún fragmento de esta obra".

© LOS AUTORES.

© UNIVERSIDAD DE GRANADA.

HISTORIA DE ANDALUCÍA VII COLOQUIO.

ISBN: 978-84-338-5068-3.

Depósito legal: GR./2.298-2010.

Edita: Editorial Universidad de Granada.

Campus Universitario de Cartuja. Granada.

Fotocomposición: Portada Fotocomposición S. L. Granada.

Diseño de cubierta: José María Medina Alvea.

Imprime: Imprenta Comercial. Motril. Granada.

Printed in Spain

Impreso en España

ÍNDICE

INTRODUCCIÓN.....	7
-------------------	---

PONENCIAS

¿QUÉ ES ANDALUCÍA? UNA REVISIÓN HISTÓRICA DESDE EL MEDIEVALISMO. Manuel González Jiménez.....	13
LA ARQUEOLOGÍA PARA EL CONOCIMIENTO DE LA SOCIEDAD ANDALUSÍ. Antonio Malpica Cuello.....	31
EL ARABISMO DE LOS ESTADOS TAIFAS. Pierre Guichard.....	51
EL SULTANATO NAZARÍ EN EL OCCIDENTE CRISTIANO BAJOMEDIEVAL: UNA APROXIMACIÓN A TRAVÉS DE LAS RELACIONES POLÍTICO-DIPLOMÁTICAS. Roser Salicrú i Lluch.....	63
LA VIDA ECONÓMICA DEL SULTANATO NAZARÍ EN SU VERTIENTE COMERCIAL. Adela Fábregas García.....	81
COMUNIDADES RURALES EN EL REINO NAZARÍ. Carmen Trillo San José.....	103
LA REALIDAD MATERIAL EN EL REINO NAZARÍ DE GRANADA. ALGUNAS REFLEXIONES DESDE LA ARQUEOLOGÍA GRANADINA. Alberto García Porras.....	119
ENTRE EL CREER Y EL SABER. AUTORES DE ANDALUCÍA DE LOS SIGLOS XIV Y XV. José Sánchez Herrero.....	147
TÓPICOS Y REALIDADES SOBRE LA ORGANIZACIÓN DE ANDALUCÍA TRAS LA RECONQUISTA. Emilio Cabrera.....	179

LA VIDA ECONÓMICA DEL SULTANATO NAZARÍ EN SU VERTIENTE COMERCIAL

Adela Fábregas García
Universidad de Granada

Nos referiremos a un aspecto muy concreto de la realidad nazarí, el de las relaciones comerciales, que quizás se ha mantenido hasta ahora en un discreto segundo plano respecto al análisis de otras facetas más brillantes, por lo que suponen a la hora de establecer unas coordenadas básicas de conocimiento (relaciones político-diplomáticas), o por entroncar con una gran tradición de estudios del mundo islámico medieval (poblamiento, agricultura), o sencillamente atendiendo a la espectacularidad de algunas de las expresiones materiales de su arte y cultura.

Este ámbito de estudios, sin embargo, poco a poco va reforzando su posición en los estudios nazaríes. En parte porque efectivamente el esfuerzo de algunos investigadores ha hecho posible un conocimiento mucho más ajustado; y en parte también porque, en los últimos tiempos, se empieza a adivinar la posibilidad de que sea precisamente de la mano de este comercio nazarí como podamos resolver, o al menos ver algo más claro, algunos de los principales problemas irresueltos para la comprensión del mundo nazarí y para la identificación del espacio que ocupa este pequeño estado en la conformación del mundo islámico medieval y en sus procesos evolutivos.

Por otro lado el tratamiento de esta vertiente comercial puede resultar muy útil en el esfuerzo colectivo de redimensionamiento de los estudios nazaríes emprendido ya desde hace algún tiempo. Somos conscientes de que los estudios nazaríes no están aún plenamente imbricados en la realidad historiográfica española. Y no por falta de elementos de conexión profundos entre ambas realidades, sino porque seguramente aún no se ha hecho un esfuerzo definitivo de convergencia con la realidad peninsular en los últimos siglos medievales, o quizás éste esfuerzo no ha sido planteado con la orientación adecuada. La historia de este pequeño reino tampoco aparece correctamente integrada en el discurso historiográfico del mundo islámico de época medieval, en el sentido de que aún no se ha abordado una caracterización clara de la sociedad nazarí como formación islámica y de la evolución de sus componentes

principales. Ante todo ello, la contextualización de la situación granadina en pleno proceso de integración en el juego de equilibrios peninsular de finales de la Edad Media y, sobre todo, en un entorno de dinamización económica de todo Occidente, nos ayuda a hacer un sitio a los estudios nazaríes en el panorama historiográfico del medievalismo español. Y por supuesto tampoco renunciamos a realizar nuestro acercamiento al mundo nazarí a partir de una clave de lectura aplicada a las sociedades islámicas, donde tiene su espacio natural, aún no del todo definido, sin embargo.

Por eso, y porque nuestra aún corta experiencia nos hace estar muy atentos al futuro de estas investigaciones, más que ofrecer una revisión de lo hecho hasta ahora, que han realizado recientemente otros investigadores con mucho más derecho y capacidad que nosotros para hacerlo¹, hemos decidido aprovechar esta oportunidad para ofrecer una propuesta general acerca de las nuevas líneas de trabajo, de las nuevas claves de análisis que se apuntan desde este campo y cuyas expectativas de resultados esperamos poder transmitir.

BREVE RECORRIDO POR LO HECHO HASTA EL MOMENTO

En todo caso no podemos dejar de presentar el estado de nuestros conocimientos sobre la vertiente mercantil del reino nazarí. Desde luego a partir del fortísimo impulso inicial ofrecido por los profesores Melis, Heers, López de Coca y Airaldi, quedaba fuera de toda duda la evidente orientación comercial de parte de la economía nazarí.

¿Cómo se explica esta apertura comercial hacia Occidente?

Desde el principio se planteó como parte de una estrategia política y económica diseñada por la misma Corona, que no había dudado en establecer contactos y acuerdos diplomáticos basados precisamente en esta baza comercial prácticamente desde sus primeros momentos de existencia. Nos explicamos más detenidamente.

Por un lado hay que recordar que el reino nazarí surge, como otros pequeños reinos del Occidente islámico del momento, de las cenizas del Imperio almohade. Pequeñas dinastías locales (Hafesies, 'Abd al-wadíes, fatimíes, nazaríes) aprovechan la debilidad y descomposición interna del mismo para consolidar su poder a nivel regional. Estos pequeños estados «oportunistas» necesitan de manera perentoria instrumentos de legitimación política y económica rápidos y eficaces para consolidar su poder en la zona.

1. José Enrique López de Coca realizó hace ya algunos años un muy necesario ya por entonces balance de la producción historiográfica nazarí en Estella, López de Coca José Enrique, «La historia medieval en España: un balance historiográfico (1968-1998)», en *XXV Semana de Estudios Medievales, Estella, 14 a 18 de julio de 1998*, 1999, págs. 149-174; un esfuerzo de revisión que recientemente ha centrado algo más en el tema que nos ocupa a nosotros. Idem, «Génova y el Reino de Granada (siglos XIII-XV)», en Cavaciocchi Simoneta (a cura di), *Relazioni economiche tra Europa e mondo islamico secc. XIII-XVIII. Atti della Trentottesima Settimana di Studi, 1-5 maggio 2006*, Firenze, 2007, págs. 267-294. También recientemente Antonio Malpica Cuello nos ha ofrecido una espléndida visión general del mundo económico nazarí, «Poblamiento, economía y sociedad del Reino nazarí de Granada», en González Manuel y López de Coca José Enrique (dirs.), *Historia de Andalucía.V: El Reino nazarí y la formación de la nueva Andalucía*, Barcelona, 2006, págs. 60-105.

Por otro lado el equilibrio político peninsular es inestable, amenazado por las dinámicas expansivas de las grandes monarquías territoriales que se están consolidando en suelo ibérico. El reino nazarí es espacio de expansión natural de todas ellas y a la vez sólo lo salva del acoso que esto supone su constante capacidad para mantenerse como contrapeso en la pugna que aquéllas mantienen por la hegemonía, su habilidad para actuar como fiel de la balanza en este exquisito juego de equilibrios y desequilibrios peninsulares.

La solución a todos estos problemas de «supervivencia» pasa por la búsqueda de apoyos externos, del mundo islámico o del mismo Occidente europeo. Y aquí es donde encontramos a las grandes potencias comerciales de la región, a Génova en particular, que están en plena dinámica de expansión comercial, dispuestas a entrar en el juego. Un soporte político, militar incluso, por su parte, resulta extremadamente útil en la estrategia de supervivencia nazarí. A cambio Granada pone a disposición de los negocios genoveses las potencialidades comerciales de su región. De manera que se puede hablar de una convergencia de intereses económicos que reúnen las tendencias expansivas de la economía mercantil genovesa y la necesidad de fortalecimiento económico nazarí.

Y es que no podemos olvidar que la vida comercial de la región mediterránea es extraordinariamente ágil en estos momentos². Se están creando nuevos mercados y nuevos espacios de desarrollo mercantil y se abre una tendencia dirigida al establecimiento de una plataforma integrada de las distintas economías regionales del área y de sus sistemas de mercado, aunque con desfases tan marcados en su progresión que se llega a hablar de una jerarquía de espacios económicos³.

Por supuesto el reino nazarí de Granada no se substraee de esta tendencia de desarrollo, a pesar de que es fundamentalmente ajeno en su origen y naturaleza a la misma. Y es que cuenta con dos bazas claramente favorables: la de su situación geográfica, a orillas de una de las grandes arterias de comunicación y transporte del área, que se convierte en plataforma del desarrollo económico: el estrecho de Gibraltar; y la de su tradición productiva, heredera directa de la tradición tecnológica y cultural islámica, que la convierte en potencial espacio de aprovisionamiento de bienes de comercio demandados en Europa, con un mercado de consumo creciente de artículos de lujo, considerados como tales por lo exótico, por la calidad de los mismos, o por las dificultades que presenta su obtención.

2. Manca Ciro, «L'Economia mercantile e marittima», en Manca Ciro (a cura di), *Formazione e trasformazione dei sistemi economici in Europa dal feudalesimo al capitalessimo*, Padova, 1987.

3. Aunque éste no sea el objeto de nuestro trabajo ni el sitio indicado para tratar el tema, sí que aclaremos que en la actualidad la tendencia más aceptada al interpretar este sistema de espacios económicos integrados es hablar de desarrollo polinuclear, alejándose cada vez más el modelo de jerarquización de áreas económicas que con tanta facilidad conduce al esquema centro-periferia y a las tesis colonialistas ligadas al mismo. Iradiel Paulino, «En el Mediterráneo occidental peninsular: dominantes y periferias dominadas en la Baja Edad Media», en Pérez Picazo M. T., Lemeunier G. y Segura P. (eds.), *Desigualdad y Dependencia. La periferización del Mediterráneo Occidental (s. XII-XIX). Áreas*. Revista de Ciencias Sociales, (1986), págs. 64-77; Epstein R., *Freedom and Growth. The rise of states and markets in Europe, 1300-1750*, Londres, 2000; Casado Alonso Hilario, «El comercio internacional castellano en tiempos de Isabel la Católica», en *Actas del Congreso Internacional Isabel La Católica, Valladolid-Barcelona-Granada, 15 al 20 de noviembre de 2004*, Valladolid, 2007, vol. I, págs. 651-682.

Esta fuerte dinamización de su actividad comercial se hace patente desde bien pronto y revertirá a la larga en una reorientación de la estructura socio-económica del reino. Podemos hablar de una serie de indicadores que han centrado los estudios hasta ahora realizados y que se presentan como pruebas incontrovertibles a primera vista de esta realidad:

1. Una tradición de estudios ya consolidada gira en torno a la presencia de comunidades mercantiles extranjeras establecidas en suelo nazarí bajo fórmulas más o menos oficiales. Obviamente en este ámbito destaca el papel de los genoveses y los estudios a ellos dedicados, aunque, como ya veremos, no son ni mucho menos los únicos⁴.

La relevancia del sector genovés viene avalada por una serie de circunstancias, entre las que destacan, por ejemplo, el hecho de que parecen ser ellos quienes inauguran la tendencia de penetración en el cuadro económico de sus territorios «protegidos». Recordemos en este sentido los conocidos tratados de paz y comercio que firman los nazaríes ya en 1279 con la República de Génova⁵. Se trata del reflejo diplomático de una estrategia bien diseñada a partir del aprovechamiento de estas tendencias generales que se vienen definiendo en la región desde el siglo XII⁶. De hecho, una de las vías que de manera más ajustada y pormenorizada ha conseguido reflejar hasta el momento esta dimensión comercial de nuestro reino ha sido precisamente la de los acuerdos diplomáticos, que encauzan, organizan y sancionan oficialmente la actividad de las comunidades extranjeras más representativas en el reino y que han sido trabajados extensamente por Roser Salicrú en los últimos años⁷.

4. Cuando se habla de Génova y los genoveses, se tiende a aclarar cada vez más la referencia directa a sagas concretas, a grupos familiares extraordinariamente potentes en el cuadro comercial europeo y que parecen tener en Granada un arraigo sólido. Petti Balbi Giovanna, «Le strategie mercantili di una grande casata genovese: Francesco Spinola tra Bruges e Malaga (1420-1456)». *Serta Antiqua et Medievalia*, 1, 1997, págs. 379-393. (Recientemente reeditado en Petti Balbi Giovanna, *Governare la città. Pratiche sociali e linguaggi politici a Genova in età medievale*, Firenze, 2007, págs. 187-200).

5. Lisciandrelli Pasquale, *Trattati e negoziazioni politiche delle repubbliche di Genova (958-1797)*, Genova, 1960; Pistarino Geo y Gari Blanca, «Un trattato fra la repubblica di Genova e il regno moresco di Granada sulla fine del Quattrocento», en *La Storia dei genovesi*, X, Genova, 1990, págs. 395-412; Gari Blanca, «Génova y Granada en el siglo XIII: los acuerdos de 1279 y 1298», *Saggi e documenti*, VI (1985), págs. 175-206; Gari Blanca, «La advertencia del fin, Génova y el reino de Granada a mediados del siglo XV», en *Presencia italiana en Andalucía. Siglos XIV-XVII. Actas del III Coloquio Hispano-Italiano*, Sevilla, 1989, págs. 179-189.

6. Y nos referimos con ello a los asaltos y presiones militares que bajo el argumento de la cruzada han conseguido subyugar la región a las directrices comerciales de los genoveses ya desde el siglo XII. Remie Constable Olivia, *Comercio y comerciantes en la España musulmana. La reordenación comercial de la Península Ibérica del 900 al 1500*, Barcelona, 1996; Malpica Cuello, Antonio, «Dal Mediterraneo islamico al Mediterraneo cristiano. Il dominio del bacino occidentale nel Mediterraneo centrale», en d'Arienzo Valdo (ed.), *Una città nel Mediterraneo: l'Opulenta Salernum*, Salerno, 2001, págs. 31-66; Fábregas García Adela, «Almería en el sistema de comercio de las repúblicas italianas», en *Actas de las II Jornadas Técnicas de la Alcazaba de Almería*, Almería, 2007, págs. 138-161.

7. Gari Blanca y Salicrú Roser, «Las ciudades del triángulo: Granada, Málaga, Almería, y el comercio mediterráneo de la Edad Media», en Abulafia David y Gari Blanca (eds.), *En las costas del Mediterráneo occidental. Las ciudades de la Península Ibérica y del reino de Mallorca y el comercio mediterráneo*

Se trata, además, de una comunidad muy abierta, en el sentido de que no muestra reparos a la hora de asimilar a otros grupos e intereses mercantiles ajenos a la propia nación genovesa. Si tenemos en cuenta que se han localizado ejemplos muy ilustrativos de actuaciones de mercaderes y compañías mercantiles de otras nacionalidades mimetizados en la comunidad ligur, que los ampara en materia fiscal y legal⁸; y si recordamos que se trata de una estrategia bien conocida y practicada en otros lugares y momentos, podemos calificar al grupo genovés como de avanzadilla de la penetración de intereses económicos mucho más amplios que los estrictamente vinculados al mundo de los negocios ligur.

Podemos recordar también la continuidad de su actuación, obviamente sujeta a oscilaciones coyunturales, aunque en ningún momento interrumpida, y unos niveles de presencia destacables, no tanto a nivel cuantitativo como por su capacidad de penetración en el tejido mercantil del territorio granadino, que los lleva a estar presentes al menos en los principales centros conocidos de la red mercantil indígena⁹.

Resultan además unos útiles agregadores de mercados, consiguiendo conectar espacios mercantiles peninsulares a través de su red de contactos. En este sentido se está empezando a definir con una cierta nitidez el papel del comercio genovés como agente de transferencia tecnológica. Su interés por reunir en un mismo espacio el número máximo de factores favorables a su actividad, los hace inclinarse por el establecimiento de ciertas actividades productivas en zonas específicas con el objeto de conseguir artículos que hasta entonces han tenido que obtener de áreas menos propicias. Se puede rastrear la intervención genovesa en procesos de transferencia de actividades productivas «nazaríes» como la producción de azúcar o de seda a espacios más favorables del Levante peninsular a partir de un momento determinado. Pero desde luego el caso que en breve esperamos que resulte ser el más ilustrativo y que podrá mostrar con mayor claridad esta cuestión será el de la cerámica de lujo. Se trata, ya lo sabemos, de un grupo productivo de clara demanda comercial, con una salida internacional cada vez mejor definida, y cuyos rastros materiales están permitiendo confirmar su traspaso como nuevo segmento productivo desde áreas de

en la *Edad Media*, Barcelona, 1996, págs. 171-211; Salicrú Roser, «Génova y Castilla, genoveses y Granada. Política y comercio en el Mediterráneo occidental en la primera mitad del siglo XV (1431-1439)», en Airaldi Gabriella (a cura di), *Le vie del Mediterraneo. Idee, uomini, oggetti (secoli XI-XVI)*, Génova, 1997, págs. 213-257; Salicrú Roser, «La embajada de 1479 de Pietro Fieschi a Granada: nuevas sombras sobre la presencia genovesa en el sultanato nazarí en vísperas de la conquista castellana». *Atti dell'Accademia Ligure di Scienze e Lettere*, Serie V, LIV, 1998, págs. 255-385.

8. Sánchez Martínez Manuel, «Mallorquines y genoveses en Almería durante el primer tercio del siglo XIV: el proceso contra Jaume Manfré (1334)». *Miscel.lanea de Textos Medievals*, IV, 1988, págs. 103-162; Fábregas García Adela, «Estrategias de actuación de los mercaderes toscanos y genoveses en el reino nazarí de Granada a través de la correspondencia Datini». *Serta Antiqua et Medievalia*, Génova, 2001, págs. 259-304.

9. Malpica Antonio y Fábregas Adela, «Los genoveses en el reino de Granada y su papel en la estructura económica nazarí», en Gallinari Luciano (a cura di), *Genova. Una «porta» del Mediterraneo*, Cagliari, 2005, vol. I, págs. 227-258.

mayor tradición en producción cerámica de exportación en el Mediterráneo central, como Túnez, a la artesanía nazarí, así como su posterior introducción en centros productivos valencianos. Todo ello como parte de un proceso claramente marcado por los intereses del gran comercio internacional, genovés¹⁰.

Blanca Garí y Roser Salicrú presentaron un siglo XV que derivaba hacia un lento e inexorable declive de la actividad mercantil genovesa en tierras nazaríes, al menos tal y como había sido planteada en los momentos de mayor esplendor¹¹. Roser Salicrú detectó también una clara tonificación de la presencia mercantil catalano-aragonesa: estaba amparada en acuerdos formales que garantizaban unas condiciones fiscales ventajosas, que equiparaban la calidad de sus negocios a las condiciones que hasta entonces parecían haber sido exclusivas de la comunidad genovesa, y que les permitía incluso acceder a monopolios tan decisivos en el comercio nazarí como el de la seda¹². El fortalecimiento de esta nueva comunidad mercantil coincidía con una serie de indicios, identificados fundamentalmente en el campo de las relaciones diplomáticas, que apuntaban hacia un claro agotamiento del sistema de relaciones con Génova. Todo ello llevó a pensar en un desplazamiento de los antiguos poderes mercantiles genoveses en el mercado nazarí, que bascularía hacia la órbita de influencia del mercado catalano-aragonés. Sin embargo posteriormente la misma autora ha querido matizar o explicar mejor esta posición, llegando a hablar recientemente de cohabitación, colaboración o competencia de los diferentes grupos mercantiles cristianos que actúan en territorio nazarí¹³.

Y es que el pulso de la realidad comercial del reino a lo largo de este siglo llega a partir de fuentes que, sin embargo, ofrecen una visión ligeramente distante de ésta y que habla de un enriquecimiento del mercado nazarí con la incorporación de nuevos grupos económicos (y me refiero a catalano-aragoneses, pero también a venecianos e incluso a florentinos) atraídos por condiciones más favorables, que efectivamente parecen ser más flexibles y menos restrictivas, pero que no comportan un desvanecimiento de la actividad ligur. Lo cierto es que los registros de las actividades económicas mantenidas por la familia Spinola en Granada muestran aún

10. García Porras Alberto, «Transmisiones tecnológicas entre el área islámica y cristiana en la Península Ibérica. El caso de la producción de cerámica esmaltada de lujo bajomedieval (ss. XIII-XV)», en Cavaciocchi Simoneta (a cura di), *Relazioni economiche tra Europa e mondo...*, págs. 827-843. *Idem*, «Caracterización de una producción cerámica «comercializable». La cerámica almohade», en *Actas del IV Congreso de Arqueología Peninsular*. Faro (Portugal), 2004 (En prensa). Agradecemos al autor la posibilidad que nos ha brindado de consulta del texto en prensa.

11. Garí Blanca, «La advertencia del fin...». Un esquema formulado por ambas autoras en Garí Blanca y Salicrú Roser, «Las ciudades del triángulo...» y sobre el que posteriormente volvería Salicrú Roser, «La embajada de 1479 de Pietro Fieschi a Granada...».

12. Salicrú Roser, «La Corona de Aragón y Génova en la Granada del siglo XV», en Ferrer i Mallol María Teresa y Coulon Damien (eds.), *L'expansió catalana a la Mediterrània a la Baixa Edat Mitjana*, Barcelona, 1999, págs. 121-144.

13. Salicrú Roser, «¿Repensando Granada? Presencia y penetración diferencial cristiana en el sultanato nazarí en la Baja Edad Media», en Cavaciocchi Simoneta (a cura di), *Relazioni economiche tra Europa e mondo...*, págs. 135-146, espec. pág. 145.

un extraordinario dinamismo a mediados de siglo¹⁴, y sus relaciones con la casa real nazarí también parecen ser inmejorables¹⁵. Pero es que la constatación de un mantenimiento prácticamente ininterrumpido de las actividades e intereses ligures en suelo nazarí que hace el profesor López de Coca¹⁶, y sobre todo la continuidad de su presencia inmediatamente después de la conquista castellana, en momentos aún conflictivos y desde luego no del todo favorables a las actividades mercantiles¹⁷, no puede por más que ser interpretado como el reflejo de un vigor mayor del que cabría pensar por esas fechas.

De todos modos, poco a poco vamos conociendo mejor las circunstancias de otras comunidades mercantiles muy activas en el Occidente mediterráneo del siglo XV, aunque prácticamente ignoradas hasta hace poco en el mundo nazarí, que nos permiten afirmar cada vez con más contundencia la existencia de una tendencia generalizada a la apertura del mercado nazarí a nuevos grupos de interés. La orientación comercial nazarí no es un fenómeno puntual, aislado o limitado temporalmente, ni está restringida a un grupo de poder. Es una opción clara, en progresión ascendente y más consolidada y enriquecida conforme avanza la historia nazarí. Venecia muestra por primera vez una presencia mercantil sancionada oficialmente a través de la apertura de un consulado en estas tierras a partir, posiblemente, de 1400, primera fecha conocida de contactos entre Venecia y Granada, y confirmada en 1403¹⁸. Lo cierto es que a principios del siglo XV empezamos a tener noticias de cónsules, galeras y escalas venecianas en tierras granadinas y de hecho, tanto la famosa muda de Flandes como el más tardío *Traffego* de Berbería incluyen en sus escalas los puertos nazaríes¹⁹. Granada se abre como mercado a Venecia, y así se proyecta claramente en los libros de mercancía que tan minuciosamente acaba de repasar Raúl González y donde aparece por primera vez el reflejo del interés comercial veneciano por estas tierras sólo a mediados del siglo XV²⁰. Otra cosa muy

14. Petti Balbi Giovanna, «Le strategie mercantili di una grande casata genovese...»; Fábregas García Adela, *Un mercader genovés en el reino de Granada. El libro de cuentas de Agostino Spinola (1441-1447)*, Granada, 2002; Fábregas García Adela, *La familia Spinola en el reino nazarí de Granada. Contabilidad privada de Francesco Spinola (1451-1457)*, Granada, 2004.

15. Fábregas García Adela, «Actividad comercial de los reyes nazaríes y su implicación con los representantes del gran comercio occidental a finales de la Edad Media». *Studia Historica*, 25, 2007, págs. 171-190.

16. López de Coca José Enrique, «Génova y el Reino de Granada (siglos XIII-XV)...».

17. Una presencia que se constata también en centros menores del antiguo reino nazarí, en ciudades como Baza, según una primera aproximación a nuevos registros documentales del Archivo de la Chancillería de Granada, aún en proceso de estudio.

18. López de Coca José Enrique, «Sobre las galeras venecianas de Poniente y sus escalas ibéricas (siglo XV)», en *Homenaje a Tomás Quesada*, Granada, 1998, págs. 401-416; Melis Federigo, «Malaga nel sistema economico del XIV e XV secolo», en *Mercaderes italiani en España (siglos XIV-XV)*. Sevilla, 1976, págs. 3-65 (Reedición del artículo aparecido por primera vez en *Economia e Storia*, III (1956), págs. 19-59).

19. Stöckly Doris, *Le système de L'Incanto des galées du marché à Venise (fin XIII'-milieu XV siècle)*, Leiden 1995; López de Coca José Enrique, «Granada y la ruta de poniente: el tráfico de frutos secos (siglos XIV-XV)», en Malpica Cuello, Antonio (ed.), *Navegación marítima del Mediterráneo al Atlántico*, Granada, 2001, págs. 149-177.

20. González Arévalo Raúl, «El reino de Granada entre los manuales de mercaderías y los tratados de aritmética italianos bajomedievales». *Revista del Centro de Estudios Históricos de Granada y su Rei-*

distinta es saber con más detalle el grado de penetración que alcanzan los intereses comerciales venecianos en estas tierras, su nivel de organización en el interior del reino y su capacidad para influir en la organización económica del mismo. Éste es, como tantos otros, un tema pendiente.

Lo mismo parece ocurrir con los florentinos. Sabemos de su presencia mercantil en la zona y de la actividad de compañías destacables como la de los Alberti en el reino a principios del siglo XV. Sabemos también de su recurso a la mimetización de sus agentes en el grupo genovés, o a operar por vías indirectas a través de bases estables en los mercados del área catalano-aragonesa. Todo ello los hace menos visibles a nuestros ojos, aunque seguramente más efectivos a la hora de rentabilizar al máximo sus operaciones. Identificamos también el objetivo de sus intereses comerciales en el aprovisionamiento de seda y sabemos, sin poder entrar en detalles, que se trata en todo caso de una tendencia al alza, lo suficientemente próspera como para que la misma iniciativa estatal de constitución de un sistema de tráfico marítimo tenga en cuenta estos territorios en el diseño de sus rutas²¹.

2. Son conocidos también con más o menos detalle los artículos de comercio del reino, cómo funcionan en los mercados europeos y en qué condiciones acceden a los mismos. No podemos detenernos a observar la trayectoria de todos los artículos de comercio, que sin embargo muestran una presencia en ocasiones contundente en los mercados europeos. Sí cabe resaltar que se ajustan perfectamente en la mayoría de los casos al canon de productos exóticos, de difícil obtención en Europa, o de compleja elaboración a partir de tradiciones tecnológicas ajenas.

Es el caso del azúcar, por ejemplo, que con unas exigencias medioambientales muy estrictas para el crecimiento de la planta, que limitan su presencia a espacios muy reducidos del Occidente mediterráneo, y con una tecnología productiva compleja y exigente, entra en los mercados europeos fundamentalmente a partir del siglo XIII. Con el avance del gusto por lo dulce en la cultura latina se va constituyendo una coyuntura extremadamente favorable para el azúcar nazarí, que goza de una tradición productiva consolidada a lo largo de los tres siglos, al menos, de existencia y elaboración en Al-Andalus, que es precisamente una de las áreas restringidas al crecimiento de la planta en la región más occidental. La posibilidad de su obtención por parte de los comerciantes europeos en un mercado como el nazarí, más próximo, de fácil acceso y abierto a todo tipo de oportunidades, impulsa su introducción en el mercado europeo como artículo de lujo. Posteriormente amplía su espectro de mercado a partir de una diversificación cualitativa que ayuda a «generalizar» su disfrute en calidades más accesibles a nuevos grupos de consumo. La tercera clave de su éxito tiene que ver con una estrategia comercial acertada por parte de los

no 19, 2007, 141-168. Agradecemos al autor la posibilidad de consulta del texto en prensa que nos ha brindado.

21. Melis Federigo, «Malaga nel sistema economico del XIV...»; Fábregas García Adela, «Estrategias de actuación de los mercaderes toscanos...»; González Arévalo Raúl, «El reino de Granada entre los manuales de mercaderías...».

principales gestores de su comercialización en Europa, grupos mercantiles genoveses, que a partir de criterios de oportunidad y golpes de efecto, llegan en ocasiones a inundar y colapsar el mercado europeo del azúcar con las variedades nazaríes. Todo ello convierte al azúcar en uno de los artículos estrella del comercio nazarí, objeto de la organización mercantil mejor estructurada y con mayor capacidad de actuación conocida en el mundo de los negocios nazaríes, la genovesa Sociedad de los Frutos, gestionada por la familia Spinola, y presente de manera contundente en los principales mercados de Europa, tanto del polo atlántico como mediterráneo²².

Pero atención. Es una presencia en ningún caso equiparable a los volúmenes de azúcar que poco después inundarán los mercados procedentes de las islas atlánticas y que se han identificado en ocasiones demasiado a la ligera con las coordenadas que nos podrían ofrecer las dimensiones del mercado europeo bajomedieval²³. En este sentido el ejemplo del azúcar resulta muy oportuno para ilustrar la necesidad de desterrar definitivamente ya ciertos prejuicios, resultado de extrapolación arbitraria, que distorsionan en ocasiones la realidad del mercado europeo bajomedieval y que, en el caso concreto del mundo nazarí, han contribuido a arrojar bien poca luz y desde luego mucha bruma al complejo conocimiento de su mercado²⁴.

Mucho más desconocido es el caso de la seda, pendiente aún de un estudio pormenorizado. Procedente también de una tradición productiva sólida desarrollada en Al-Andalus y que había convertido los tejidos de seda en uno de los primeros artículos de comercio andalusí que viaja por los circuitos del lujo europeo, la seda nazarí, aun reputada en la forma de ricos tejidos, experimenta un viraje decisivo en su demanda internacional. A partir de la activación de la industria sérica en centros textiles europeos, particularmente italianos, la demanda

22. López de Coca José Enrique, «La Ratio Fructe Regni Granate. Datos conocidos y cuestiones por resolver», en *Aragón en la Edad media: rentas, producción y consumo en España en la baja edad media*, Zaragoza, 2000, págs. 121-131; Fábregas García Adela, «Vías de acceso del azúcar del reino de Granada al mercado europeo: La Sociedad de los Frutos (Siglos XIV-XV)», en *Actas del Segundo Seminario Internacional de la Caña de Azúcar. História do açúcar. Rotas e mercados*, Madeira, 2002, págs. 23-54.

23. La cuestión se puede ilustrar de manera bastante clara con algunos datos, sencillos pero muy reveladores. Con una serie de informaciones muy reducida, aunque bastante fiable respecto a los volúmenes de exportación reales de azúcar nazarí para los años 1436, 1438, 1451 y 1454, podemos hablar de 3.168 arrobas, 3.078 arrobas, 2.890 arrobas y 1.900 arrobas genovesas respectivamente. Son cifras en absoluto comparables, ridículas, incluso, podría decirse, respecto a los índices de exportación que conocemos para los primeros azúcares atlánticos, donde se llegan a dar prematuras crisis de superproducción y quiebra generalizada de los precios de unos azúcares que no puede absorber un mercado europeo del azúcar aún en ciernes. De hecho, aún en 1470, el Infante D. Enrique recuerda que el mercado europeo es capaz de absorber solamente unas 10.000 arrobas de azúcar, que es una cifra muy coherente con las dimensiones del mercado de aprovisionamiento nazarí, cuando la sola isla de Madeira ya producía el doble. Fábregas García Adela, «Las medidas de lo dulce: sistemas de pesos y capacidades en la compra y venta de azúcar nazarí», en *Açúcar. Preços, medidas e fiscalidade*, Madeira, 2006, págs. 13-31.

24. A pesar de que conceptos como colonia mercantil han sido ya convenientemente matizados, aclarados y corregidos por los propios autores de los mismos y por otros investigadores, siguen siendo utilizados al vincularlos con una teórica especialización productiva, que lleva a hablar incluso aún de plantaciones y monocultivos, y a unos teóricos volúmenes de producción nunca existentes en el mundo nazarí, ni en general en el espacio productivo precapitalista.

de seda nazarí se centra fundamentalmente en el aprovisionamiento de materia prima para esta industria²⁵. Se trata desde luego de un artículo que suscita un interés constante, a pesar de las quejas esporádicas respecto a la disminución de su calidad, por parte de grupos de negocios mucho más amplios, tanto como los centros productivos que han de surtir. Se incluye por supuesto a los hombres de negocios genoveses, que proveen abundantemente su propia industria textil de seda nazarí, pero también a negociantes toscanos, que centran el grueso de su atención precisamente en este artículo; y por supuesto catalanes, que llegan a protagonizar el famoso intento de monopolio de la seda nazarí a principios del siglo XV que se identifica con el inicio del predominio catalán y que responden a las necesidades de su industria textil naciente en el polo valenciano²⁶. Tampoco es una novedad la venta en otros mercados europeos. Desde finales al menos del siglo XIV, sabemos que llega seda granadina a Montpellier, donde, transportada desde Barcelona por vía terrestre, se venderá allí mismo o en París, así como en otros mercados atlánticos.

Hay un último artículo de comercio, mucho más humilde por supuesto respecto a la importancia de su tráfico para el mundo nazarí y para el mercado medieval, pero que, por sus características concretas de perdurabilidad y rastreabilidad, lo convierten en una guía inestimable para el estudio de ciertos aspectos fundamentales relacionados con nuestro tema: nos referimos de nuevo a la cerámica. Por un lado nos ofrece la posibilidad de hacer un seguimiento efectivo, basado en datos empíricos, de las principales redes de transporte y comercio que se abren en y para el mundo nazarí, tanto en su propio territorio como en los mercados internacionales. Importantes en este sentido han sido los trabajos de identificación de bolsas de cerámica nazarí en Italia, cuyo seguimiento poco a poco nos va definiendo los espacios de penetración del comercio nazarí y nos ofrece valiosas pistas acerca de su evolución²⁷. De este modo hemos venido a confirmar la hegemonía ligur como espacio de demanda de artículos nazaríes, que se distribuyen por todo el territorio, aunque también hemos visto en Toscana un mercado particularmente receptivo. Asimismo se puede intuir el espacio que ocupa la cerámica nazarí en sustitución de otras producciones de tradición oriental, y que hemos de poner en relación con el asunto antes mencionado de la creación de espacios económicos complementarios a través de la incentivación de nuevos segmentos productivos en áreas de penetración concreta.

25. Jacoby David, «Silk crosses the Mediterranean», en Airaldi Gabriella (a cura di.), *Le vie del Mediterraneo. Idee, uomini, oggetti (secoli XI-XVI)*. Atti del convegno tenuto a Génova, 1994, Genova, 1997, págs. 55-79.

26. Navarro Espinach Germán, «La seda entre Génova, Valencia y Granada en época de los Reyes Católicos», en *Actas del Congreso «La frontera oriental nazarí como sujeto histórico (s. XIII-XVI)*, Almería, 1997, págs. 477-483.

27. 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». *Archeologia Medievale*, XXVII (2000), págs. 131-144.

APARENTES CONTRADICCIONES QUE SE MUESTRAN

Superado este planteamiento general, conviene afrontar una nueva fase de análisis, mucho más compleja y de un recorrido que supera la mera descripción empírica. De hecho su simple planteamiento presenta ya cuestiones serias pendientes de resolver. Desde luego no son de tono menor los problemas que surgen a la hora de compatibilizar las propuestas productivas ligadas a una economía comercial con los principios que hasta ahora se venían proponiendo como propios de la conformación socio-económica del mundo nazarí, que, tal y como está planteada en la actualidad, dejaría poco espacio a actividades económicas no implicadas en el abastecimiento directo de las comunidades campesinas que lo sostienen²⁸. Y no son en absoluto despreciables porque remiten a una cuestión de fondo, como es la caracterización de la sociedad nazarí en el mundo islámico. Vayamos más despacio.

El dilema se nos abre por primera vez en un escenario tan gráfico como puede ser la estructura agraria que ordena los campos nazaríes²⁹. Hasta el momento no han llegado a resolverse las aparentes contradicciones, básicas, que surgen a la hora de conciliar la aceptación del lugar importante que ocupa el comercio en el mundo nazarí con la conquista de espacios agrícolas para cultivos de tipo especulativo en su parcelario. De manera telegráfica podemos decir que la estructura agrícola nazarí, heredera directa de la andalusí, está marcada por la hegemonía productiva de la agricultura irrigada. Estos sistemas de regadío son creados y mantenidos en el seno de pequeñas comunidades rurales de origen gentilicio, que determinan profundamente sus características morfológicas y funcionales, en el sentido que 1. producen espacios agrícolas de dimensiones limitadas no sólo por la rigidez de los sistemas de captación y almacenamiento del agua, sino también por las posibilidades de mantenimiento y gestión del sistema que asuma dicha comunidad y 2. generan espacios productivos dedicados a cubrir las necesidades de subsistencia del grupo campesino, que podría dar lugar a intercambios múltiples, aunque no concentrados hasta el punto de generar un sistema de mercado³⁰.

28. Cuestiones ya planteadas con acierto por otros autores. Malpica Cuello Antonio, «Il traffico commerciale nel mondo mediterraneo occidentale alla fine del Medioevo: il Regno di Granada», en Alberini Paolo (a cura di), *Aspetti ed attualità del potere marittimo in Mediterraneo nei secoli XII-XVI*, Roma, 1999, págs. 351-381.

29. Un ejemplo muy ilustrativo de cuanto venimos diciendo es el estudio realizado por Carmen Trillo sobre el parcelario agrícola nazarí de Almuñécar, elaborado a partir de los libros de Repartimiento de la ciudad. Trillo San José Carmen, «La propiedad de la tierra en el reino nazarí de Granada: Almuñécar y su espacio agrario», en *Poder y sociedad en la Baja Edad Media Hispánica. Estudios en homenaje al profesor Luis Vicente Díaz Martín*, Valladolid, 2002, tomo 2, págs. 1149-1178. En realidad se trata de una cuestión planteada en los mismos términos y en diversas ocasiones, Trillo San José Carmen, «La propiedad de la tierra en el reino nazarí de Granada. Trillo San José Carmen, «El mundo rural nazarí: una evolución a partir de al-Andalus». *Studia Historica. Historia Medieval*, 18-19 (2000-2001), págs. 121-161, espec. págs. 143-147; *Agua, tierra y hombres en al-Andalus. La dimensión agrícola del mundo nazarí*, Granada, 2004, págs. 202 y sigs.

30. Barceló Miquel, «El diseño de espacios irrigados en al-Andalus: un enunciado de principios generales», en *Actas del I Coloquio de Historia y Medio Físico. El agua en zonas áridas. Arqueología e Historia*, Almería, 1989, t. I, págs. XV-L; *idem*, «Saber lo que es un espacio hidráulico y lo que no

Es poco, por tanto, el margen que deja este tipo de agricultura a cultivos de carácter especulativo. Y de hecho, aunque sabemos ya de la importancia de artículos como el azúcar de caña o la seda en su organigrama económico, realmente hasta el momento no se ha conseguido identificar la presencia contundente de los mismos en lo que conocemos a día de hoy de los campos nazaríes, a partir de estudios retrospectivos basados en fuentes indirectas como los libros de Apeos y Repartimientos que se preparan en la zona inmediatamente después de la conquista castellana. Y sin embargo deben de existir.

Son muchas las consideraciones que cabría tener en cuenta al respecto. En este punto habría que recordar que quizás buscamos lo que nunca existió: me refiero nuevamente a lo poco ajustado que resultan términos como monocultivos o plantaciones, o el peligro que comporta relacionar el éxito de estos artículos en las redes mercantiles europeas a grandes volúmenes de producción. A nuestro juicio el mantenimiento de estos presupuestos nos conduce por vías de trabajo equivocadas. Tampoco estaría de más tener presente la naturaleza de las fuentes a partir de las que se ha podido recomponer parte del parcelario agrícola nazarí, repartimientos castellanos que proceden de una realidad, que ciertamente nos remite al mundo nazarí, que refleja sus ecos, pero que en ningún caso es aquél. Y precisamente en cuestiones de este tipo, relativas a una actividad comercial que no desaparece en el intervalo final, pero que desde luego sí se ve gravemente afectada por la delicada situación política, con un retraimiento claramente reflejado en los mercados internacionales de las últimas décadas del siglo XV, puede alejarse bastante de la realidad nazarí que venimos tratando.

Aún así, ninguna de estas prevenciones resuelve el dilema, y tampoco lo hacen soluciones parciales como relegar este tipo de cultivos a los espacios de secano, algo del todo imposible en cultivos con tantas exigencias técnicas y por supuesto hídricas en el Mediterráneo como la caña de azúcar.

En todo caso no consideramos ésta como la cuestión más importante. Desde luego su no resolución no implica ni mucho menos, a nuestro entender, la aceptación de conclusiones más o menos explícitas que reforzaran la negación de una realidad comercial bien atestiguada por otras vías. Es más, conclusiones recientes de investigadores de la categoría de Andrew Watson defienden de manera expresa el espacio que una economía agrícola como la andalusí, con un alto grado de productividad y especialización, deja al mercado, al que parece particularmente proclive³¹. Y lo cierto es que, efectivamente, casos como el de los frutos secos, cuyo origen procede de la necesidad de conservar el importante volumen de excedentes de productos de alto valor alimenticio, por los azúcares que contienen, y cuyo éxito mercantil procede

es, o Al-Andalus y los feudales», en González Alcantud, José A. y Malpica Cuello Antonio (eds.), *El agua. Mitos, ritos y realidades*, Granada, 1993, págs. 241-254; Malpica Cuello Antonio, «Il traffico commerciale nel mondo mediterraneo occidentale...».

31. Watson Andrew M., «A case of non-diffusion: The Non-adoption by muslim Spain of open-field system of Christian Europe. Causes and Consequences», en Cavaciocchi Simoneta (a cura di), *Relazioni economiche tra Europa e mondo islamico...*, págs. 241-265.

precisamente de esta acumulación de excedentes, demandados por sus cualidades en otras zonas, apoyan esta teoría³².

En los últimos tiempos se viene observando el interés de algunos investigadores, conscientes de la necesidad de replantear la cuestión y proponerla en otros términos, por encontrar nuevas vías de análisis. Se estudia, por ejemplo, la dedicación de espacios residuales al cultivo de este tipo de plantas de carácter «especulativo». Y hablan cada vez con mayor claridad de la oportunidad de incorporar el papel del Estado, de los reyes nazaríes, en el análisis general³³. El viraje que se da a la cuestión desde esta nueva óptica resulta fundamental, ya que dota de una profundidad y de un contenido teórico mucho más sólido lo que estaba empezando a derivar en una búsqueda tan obsesiva como infructuosa. En realidad, cuando hablamos de los campos nazaríes, obviamente nos referimos a la sociedad que los trabaja y que se proyecta en ellos, como lo hace en la economía que desarrollan. De manera que lo que intentamos acertar es el proceso de penetración especulativa en las estructuras de base que conforman la sociedad nazarí como una sociedad de matriz islámica. De la mano de esta nueva clave de análisis, la cuestión asume una dimensión completamente nueva que la llega a colocar en el centro del debate historiográfico que gira en torno al mundo nazarí como sistema claramente evolucionado de la formación islámica clásica. Nos explicaremos brevemente.

Aceptamos como adecuado y útil el análisis de Samir Amin, que propone la naturaleza tributaria de la formación social islámica, esencialmente diferente de la feudal. Se caracteriza por las relaciones particulares del Estado y las comunidades rurales, que son la base de la sociedad, y por el recurso a la tributación que ordena estas relaciones³⁴.

Otra cuestión es resolver en qué grado hay interacción, y por tanto presencia, del Estado en la organización general de la sociedad. Y para hacerlo hay que fijarse en la dialéctica de fuerzas que se establece entre estos dos elementos, entre el poder del Estado y la capacidad de las comunidades campesinas para mantenerse fuera de

32. Algo que ya notó Antonio Malpica y que utilizaba para ilustrar esta inclinación al mercado de los campos nazaríes. Malpica Cuello Antonio, «Il traffico commerciale nel mondo mediterraneo occidentale...», págs. 352-354.

33. López de Coca José Enrique, «Granada y la ruta de poniente...»; Malpica Cuello Antonio, «Sobre el mundo agrícola nazarí. La alquería de Escóznar en el siglo XIV», en Reglero la Fuente Carlos (coord.), *Poder y sociedad en la Baja Edad Media hispánica. Estudios en homenaje al profesor Luis Vicente Díaz Martín*, Valladolid, 2002, págs. 1007-1024.

34. Los análisis realizados a partir de esta clave de interpretación han aportado una vía de conocimiento acertada de la sociedad andalusí. Los impulsores de la misma, Pierre Guichard y Miquel Barceló, han inaugurado con ella toda una escuela de estudios que ha protagonizado cumplidos esfuerzos de conocimiento de las particularidades del Islam peninsular. Y a pesar de todo por supuesto no se trata de una tesis ni mucho menos indiscutible ni indiscutida. Desde la crítica general que lanza John Haldon a la teoría de Samir Amin, hasta la proyección de la misma en el caso andalusí, defendida fundamentalmente por Eduardo Manzano y Manuel Ación, hay toda una propuesta que se presenta en los trabajos ofrecidos por los tres autores en el número 200 de la revista *Hispania* (1998), y que Eduardo Manzano expone de manera particularmente clara. Manzano Moreno Eduardo, «Relaciones sociales en sociedades precapitalistas: una crítica al concepto de «modo de producción tributario». *Hispania*, LVIII/3, 200 (1998), págs. 881-913.

su alcance. En el caso de las sociedades islámicas hay un elemento, la tribu, que resulta de particular importancia a la hora de precisar los caracteres de esta definición, porque su capacidad para dar cohesión a estas comunidades rurales determinará la fortaleza de las mismas. Determinará, en definitiva, su grado de resistencia frente al impulso de dominio y control del Estado.

Estamos hablando por tanto de los distintos grados que se pueden distinguir en esta caracterización general de la sociedad islámica general. Y hablar en estos términos y de grados y evoluciones de los mismos, invita a aceptar el dinamismo de una sociedad que evoluciona, como todas, y que lo puede hacer en diferentes direcciones. Clavados, quizás, en imágenes excesivamente estáticas de una sociedad a la que no se ha permitido evolucionar desde aquellas primeras imágenes de una formación islámica dominada por la fuerza centrífuga de las comunidades campesinas, autónomas y reforzadas por lazos tribales aún vivísimos, el papel del Estado en el análisis de la sociedad nazarí se ha visto relegado a posiciones marginales³⁵.

Precisamente en el caso nazarí, la evolución parece dirigirse hacia una ruptura del equilibrio entre estas dos fuerzas divergentes a favor del Estado. La impresión que se extrae a partir de los últimos avances en la investigación del mundo nazarí, es la de una mayor solidez de la presencia del Estado en el conjunto general de la sociedad, a la que se va imponiendo. Los principios gentilicios que han constituido la base de su cohesión interna, de su fortaleza y de la proyección económica sobre el espacio productivo que ocupan, de naturaleza agrícola, se están diluyendo. Con ellos se deshace también la autonomía mantenida frente al Estado o frente a otros elementos externos. De manera esquemática, podemos recordar entre estos indicios que apuntan hacia la desintegración o deterioro importante de las antiguas fórmulas comunitarias el descenso considerable, por ejemplo, de topónimos gentilicios, la nuclearización familiar de los antiguos conjuntos clánicos, la aparición de prácticas de compraventa de tierras agrícolas y la consecuente aparición de nuevos propietarios no vecinos y por tanto no adscritos al grupo gentilicio originario. En definitiva, se está perdiendo la coherencia en el reparto de la propiedad de la tierra vigente hasta entonces en las comunidades rurales a partir de criterios gentilicios, y con ella desaparece el núcleo de su solidez económica y política y de su cohesión social³⁶.

Es difícil identificar con certeza la causa última de esta dinámica de disgregación, pero desde luego, teniendo en cuenta que el fenómeno se observa en sus más tempranas manifestaciones y adquiere una dimensión particularmente relevante en

35. Ya avisaba de este peligro el mismo Barceló Miquel, «Saber lo que es un espacio hidráulico y lo que no es...», y proponía precisamente el caso nazarí como ejemplo cumplido de la evolución que presenta la sociedad nazarí hacia una ruptura de la hegemonía tribal. Barceló Miquel, «De la congruencia y la homogeneidad de los espacios hidráulicos en al-Andalus», en *El agua en la agricultura de al-Andalus*, Barcelona, 1995, págs. 25-39, espec. pág. 25.

36. Ación Almansa Manuel, *Ronda y su serranía en tiempos de los Reyes Católicos*, Málaga, 1979, con un argumento sobre el que posteriormente insistía en Ación Almansa Manuel, «El Reino de Granada», en Barceló Miquel (dir.), *Historia de los Pueblos de España. Tierras fronterizas, I. Andalucía. Canarias*, Barcelona, 1984. Un estudio que muestra cumplidamente algunos de estos aspectos en Malpica Cuello, Antonio, «De la Granada nazarí al reino de Granada», en *De al-Andalus a la sociedad feudal: los repartimientos bajomedievales*, Barcelona, 1990, págs. 119-153.

el entorno de las ciudades, y en particular en el entorno de ciudades costeras, no es difícil considerar la dinámica comercial como uno de sus desencadenantes.

Recordemos la fractura que afecta a todo el mundo islámico a partir del siglo XI, aún no suficientemente explicada, pero en la que cada vez parece más claro el papel de la presión feudal como agente disolvente poderoso. Y con ello por supuesto no estamos diciendo de ningún modo que, sobre todo en referencia a lo que ocurre en el Occidente islámico, se pueda hablar de espacios captados por el feudalismo. Pero tampoco debemos obviar su necesaria influencia como agente disolvente de los principios sociales y económicos que han fundamentado hasta entonces el mundo islámico. Una de las vías de penetración de la acción feudal más tempranas y con mayor poder de manipulación es el comercio. De hecho, los primeros choques frontales entre ambas formaciones se libran en el campo de los intereses comerciales y bajo la forma de una presión bélica auspiciada por el espíritu de cruzada³⁷. Estas tensiones primeras se inclinan del lado feudal y se resuelven con una cesión por parte de los estados musulmanes de parcelas importantes de su autonomía comercial, a través de la concesión de monopolios y de facilitar la penetración de agentes e intereses comerciales latinos en sus propios territorios, entregándoles con ello el control del comercio mediterráneo. Se trata de un primer avance de los nacientes estados feudales a costa de los antagonistas estados islámicos occidentales, que evolucionará hacia nuevas fórmulas de sumisión, territorial en muchos casos, e incluso directamente vasallática en el caso de Granada.

Quizás podamos encontrar en este punto una de las claves de interpretación de la evolución de la sociedad nazarí. Este Estado, que está encontrando su espacio de dominio en los intersticios que le va dejando una sociedad gentilicia ya no tan potente como antes, se muestra dispuesto a invertir en cierto sentido, a no proteger al menos, los principios rectores de la sociedad islámica que dirige. Y para ello no duda en primer lugar en involucrarse de una manera directa y contundente en este proceso como protagonistas (de ahí su implicación como sujetos activos de comercio).

La interesante perspectiva que abre esta asunción del protagonismo del Estado en la reorientación económica de este pequeño reino, era ya una posibilidad intuida por lo estudiosos más atentos, aunque lo cierto es que sólo muy recientemente ha comenzado a encontrar una justificación sólida. De hecho necesita aún un enriquecimiento serio de las bases empíricas a partir de las cuales se construye esta teoría y que a nuestro juicio puede centrar los esfuerzos de futuras investigaciones.

VÍAS DE TRABAJO

1. Por supuesto hay que hablar de apoyos oficiales. Desde luego el impulso y protección que se da al comercio y a sus actores por parte de los reyes nazaríes se manifiesta en la vía diplomática. Pero sobre todo este apoyo se traduce en un complejo

37. Remitimos a la bibliografía citada en la nota 6.

programa de creación de infraestructuras apropiadas para el desarrollo satisfactorio de contactos y de actividades de intercambio. Los grandes reyes nazaríes de mediados del siglo XIV promueven y ejecutan un programa edilicio muy amplio y sobre todo directamente vinculado al sostenimiento de este sector. Conocemos a grandes líneas la labor de Yūsuf I y de Muḥammad V en la construcción de alhóndigas, alcaicerías y atarazanas en las principales ciudades del reino y sabemos de su empeño en el mantenimiento de la red de transportes, con especial atención a caminos y puertos secundarios como Salobreña o el Tesorillo. Pero nos limitamos por el momento a observar los signos más evidentes de este apoyo, quedando aún por definir mucho mejor todo este programa que tan revelador resulta de la intención de los reyes. De hecho este siglo XIV, el gran siglo nazarí, resulta paradójicamente el más desconocido para la materia que nos ocupa, de manera que nos es aún difícil calibrar el reflejo de este impulso en la situación real del comercio nazarí a lo largo de esta centuria, de la que sólo conocemos vaguedades, indefiniciones e incluso suposiciones acerca de un brillo que debe preceder al supuesto declive lento del último siglo nazarí.

La articulación portuaria que se conoce del reino nazarí, la creación de una serie de infraestructuras dedicadas a la implantación de actividades de intercambio y de conexión con el exterior nos lleva, por ejemplo, en esta dirección³⁸. Si bien la actividad e influencia de los mercaderes extranjeros puede dejarse sentir en mayor o menor medida a lo largo y ancho del territorio nazarí, resulta lógica su presencia mayoritaria en las vías de salida al mar, en las poblaciones costeras que mantienen un puerto. Su interés en este sentido es constituir y consolidar toda una red litoral de puertos y playas adaptados para la recepción de naves, y en los que se realizan los movimientos de carga y descarga de mercancías. A este respecto, parece clara la articulación bipartita de las costas nazaríes, compuesta de atracaderos oficiales y caladeros naturales que no dejan de ejercer su función como tales. A todo ello debe de acompañar un esfuerzo de consolidación de infraestructuras viarias que posibiliten las comunicaciones entre estos puertos y mercados litorales, auténticas plataformas de ensamblaje con la red internacional y con el territorio interior que se constituye como área proveedora de estos bienes de comercio.

2. Aparte de este apoyo oficial, debemos ampliar nuestros conocimientos acerca del nivel de implicación directa del Estado en esta actividad. Sabemos que el poder nazarí, las élites políticas y económicas, son actores, muy relevantes, de este comercio a nivel internacional. Se trata de una línea de trabajo ya iniciada y en plena progresión, aunque por supuesto abierta aún a ulteriores avances.

Al confirmar la verdadera dimensión del grado y estadio de integración de los intereses del gran comercio internacional y de sus representantes en la vida nazarí, llegamos a saber que en realidad se está construyendo un sistema de intereses convergentes entre el rey y estos grandes mercaderes extranjeros. Así, a cambio de

38. Un primer ensayo de articulación portuaria del reino nazarí en Malpica Cuello, Antonio, «Il traffico commerciale nel mondo mediterraneo...». En cuanto a la especialización de ámbitos de intervención de los grandes puertos véase Gari Blanca, «Why Almería? An islamic port in the compass of Genoa». *Journal of Medieval History*, 18 (1992), págs. 211-231.

facilidades fiscales e incluso de la posible activación de incentivos a la reorientación de ciertas parcelas productivas que interesan enormemente a los hombres de negocios, estos responden asumiendo sin dificultad un rol de intermediarios y soportes de la proyección comercial internacional del rey y de los estamentos de poder nazaríes.

Conocemos los detalles relativos a estas tareas de mediación comercial que llevan a los más señalados representantes de estas comunidades mercantiles a actuar como operadores del mismo rey nazarí³⁹. A través de acuerdos de colaboración establecidos a título individual, podemos encontrarlos gestionando operaciones complejas de puesta en circulación de mercancías reales, o poniendo a su disposición toda su infraestructura de contactos y operadores en los principales mercados de aprovisionamiento y consumo. A cambio de tales servicios y como pago de los mismos, el extranjero puede gozar de lotes de exenciones fiscales sobre su actividad mercantil, que harán de su actuación en el reino un negocio extremadamente lucrativo.

La sintonía no acaba aquí. El apoyo financiero de estos hombres de negocios a la Corona nazarí, asumiendo préstamos al Estado y actuando como proveedores de moneda, oro y plata para la ceca nazarí, es, también, un hecho probado⁴⁰. De nuevo hablamos de una colaboración estrecha y extremadamente beneficiosa para ambas partes, aprovechada también para mejorar las condiciones de su actuación mercantil. En cierto modo se podría decir que este apoyo financiero que presta el capital genovés a la casa nazarí forma parte de su estrategia, es una extensión más de sus negocios mercantiles, que de hecho practican de manera reiterada⁴¹. Por todo ello no puede extrañar el nivel, la posición que algunos de los más altos representantes de esta comunidad de negocios llegan a alcanzar en el organigrama socio-político del Estado, donde pueden actuar a nivel institucional como intermediarios políticos o representantes diplomáticos de los reyes nazaríes frente a los estados vecinos⁴².

Se apunta también una más que posible faceta de los reyes nazaríes como proveedores de bienes de comercio. Y en este caso los testimonios escritos que nos hablan de ventas de artículos se acompañan de indicios materiales bastante sólidos. La Arqueología más reciente está ayudando a definir nuevas áreas de expansión agraria en la ciudad de Granada, que proyecta espacios irrigados en zonas del área urbana o periurbana. El hallazgo de un gran albercón, que recoge aguas de la acequia de Aynadamar que corresponden al rey y con las que riegan tierras asignadas a la Madraza en tiempos de Yūsuf I, sitúa el paraje de la Alberzana, entre el Albaycín y las inmediaciones de la muralla, en el punto de mira⁴³. La utilización mercantil

39. Fábregas García Adela, «Actividad comercial de los reyes nazaríes...».

40. Salicrú Roser, «¿Repensando Granada...?».

41. Petti Balbi Giovanna, *Negoziare fuori Patria. Nazioni e genovesi in età medievale*, Bologna, 2005; Basso Enrico, «Note sulla comunita genovese a Londra nei secoli XIII-XVI», en Petti Balbi Giovanna (a cura di), *Comunita forestiere e «nationes» nell'Europa dei secoli XIII-XVI*, Napoli, 2001, págs. 249-268, espec. págs. 254-260.

42. Ferrer i Mallol María Teresa, *La frontera amb l'Islam en el segle XIV. Cristians i sarrains al País Valencià*, Barcelona, 1988; Petti Balbi Giovanna, *Negoziare fuori Patria...*

43. Malpica Cuello Antonio, «La expansión urbana de la Granada nazarí y la acción de los reyes granadinos», en *Homenaje al profesor Ángel Barrios García*, Salamanca, 2007, págs. 133-153.

del patrimonio fundiario real es también evidente en otras zonas, donde llegan aún más allá, a traspasarlo a comerciantes extranjeros⁴⁴.

Se llega incluso a hablar del protagonismo real en el impulso de nuevas producciones comerciales. En concreto se trata de cerámicas, hacia las que Occidente puede resultar particularmente receptivo por su vinculación con el mundo del lujo. Esta línea de trabajo, en pleno proceso de desarrollo, surge al detectar ya en época almohade una clara reorientación estilística y funcional de ciertos tipos cerámicos, que responde a una intención de adaptar estas producciones al mercado cristiano de la loza, de gustos y necesidades sensiblemente diferentes a los de la tradicional vajilla islámica, aunque por otro lado muy atraído por su exotismo y calidad. Esta reorientación se continúa y se desarrolla en el mundo nazarí, donde se detecta una clara aplicación de estos principios en la loza de lujo, en los llamados conjuntos de loza azul y dorada, que efectivamente vemos recorrer los principales mercados europeos⁴⁵. Pero es que lo más interesante de todo resulta ser la más que probable vinculación de esta producción selecta con los alfares de la casa real nazarí. Una relación que, a falta aún de encontrar el testimonio definitivo que nos aportaría la localización de un alfar de este tipo de cerámica, de características técnicas muy particulares, se deja entrever gracias a la ubicación topográfica que presentan en la ciudad de Granada los espacios alfareros, curiosamente siempre en la órbita de influencia de la casa nazarí, representada por supuesto en la misma Alhambra o en el Cuarto Real de Santo Domingo, ya en plena ciudad y junto a los alfares del barrio del Naïd⁴⁶.

En caso de que así sea, habría que replantear efectivamente toda la organización productiva del reino para dejar mayor espacio al papel de la casa nazarí en la reorientación especulativa de ciertos sectores productivos. Y en ese caso cobra pleno sentido el interés por rastrear fórmulas de aprovechamiento agrario no «traumáticas» respecto a las estructuras establecidas, poniendo en marcha, bajo el patrocinio real y mediante recursos como la vivificación de tierras muertas, nuevos espacios agrícolas ajenos al sistema agrario tradicional⁴⁷.

Relacionado con este aspecto y relativo a la gestión de estas propiedades y al espacio efectivo que ocupan en el conjunto social y económico de las áreas rurales, surge otra cuestión de enorme trascendencia, como es la identificación de los socios indígenas del rey. Hace años Pierre Guichard ya advertía acerca de la importancia de fijarnos en la figura del alcaide en el Islam peninsular como mediador entre el aparato estatal, al que se vinculan de manera directa, y las comunidades rurales, y sobre la conveniencia de acertar de qué manera pudieran aprovechar esta situación

44. Salicrú Roser, «Génova y Castilla, genoveses y Granada...».

45. García Porras Alberto, «Transmisiones tecnológicas entre el área islámica y cristiana...», e *idem*, «Caracterización de una producción cerámica "comercializable"...».

46. García Porras Alberto y Muñoz Waissen Eva, «Un espacio singular de la ciudad nazarí de Granada. El Cuarto Real de Santo Domingo», en *Actas del Coloquio La Ciudad Nazarí. Nuevas aportaciones desde la Arqueología*, Granada, 2006, (en prensa). Agradecemos a los autores la posibilidad de consulta del texto en prensa que nos han brindado.

47. Malpica Cuello Antonio, «Poblamiento, economía y sociedad del Reino nazarí...».

y las atribuciones militares que en principio les vienen confiadas, para desarrollar ciertos procesos que resultarían lo más parecido a la dominación señorial⁴⁸. Efectivamente los alcaides fueron considerados por los conquistadores como señores territoriales, aunque eso no significa la adscripción de un cargo a un territorio como propietarios del mismo. Todo indica que su actuación quedaba en todo momento vinculada y controlada por el Estado, y que al mismo tiempo las comunidades de habitantes del territorio castral, cada alquería, con sus šuyūj y con las autoridades jurídico-religiosas que ejercían de una manera mucho más efectiva un papel mediador y moderador entre Estado y comunidades, contrarrestaban las tendencias de aquéllos a dominar y controlar el territorio a su cargo.

Y aún así parecen tener un papel más amplio que el de meros agentes militares del Estado. Lo cierto es que resulta llamativo encontrarlos de manera reiterada como socios mercantiles de la casa nazarí, vinculados de manera directa a los intereses comerciales del rey⁴⁹. Sobre este aspecto conviene acertar si asociaciones de este tipo, con alcaides destacados en otras poblaciones, pueden identificarse como un *modus operandi* bien definido en la actuación mercantil del rey, o si, por el contrario, se trata de colaboraciones excepcionales. La diferencia sería crucial, ya que implicaría la organización de una estructura mercantil nazarí que se construye a partir de las estructuras de poder, concretamente a través de una red de alcaides de centros urbanos centrales en la red de comercio nazarí y cuya actividad confluye en la figura del rey.

3. Pero esto no es suficiente. La sociedad nazarí, una sociedad mayoritariamente rural, se ve involucrada también de un modo u otro en el apoyo a este comercio. En principio hay que recordar que se trata ya de una sociedad «rota» o en vías de descomposición de su cohesión interna y que por tanto seguramente es ya más permeable. Como dice Antonio Malpica, «los ecos de la demanda exterior llegaron al último rincón del reino», ya imbuido en una tradición consolidada de intercambios seguros y estables que abrirían el paso a los pequeños excedentes acumulados por pequeños y medianos campesinos, aptos para su incorporación al sistema de intercambio⁵⁰.

A la hora de confirmar el grado de penetración del mercado, de la dinámica de intercambio en el mundo nazarí, resulta imprescindible abordar un tema prácticamente cerrado hasta el momento, como es la reconstrucción de la plataforma mercantil indígena, a través de las redes de mercados que sustentan estas actividades de intercambios. No se ha estudiado hasta el momento el sistema de mercados interiores que constituye la base de desarrollo de cualquier actividad de intercambio. Nuevamente la arqueología acude en nuestra ayuda para confirmar su existencia a través de la identificación de cerámicas de procedencia urbana en los rincones más recónditos

48. Guichard Pierre, «El siglo XIII valenciano: del sistema socio-político "tributario-mercantil" musulmán al régimen señorial y feudal cristiano», en Pérez Picazo M. T., Lemeunier G. y Segura P. (eds.), *Desigualdad y Dependencia...*, págs. 53-58.

49. Algo sobre lo que recientemente hemos llamado la atención. Fábregas García Adela, «Actividad comercial de los reyes nazaríes...».

50. Malpica Cuello, Antonio, «Poblamiento, economía y sociedad del reino nazarí de Granada...».

del reino. La presencia de ajuares cerámicos en centros rurales y asentamientos poco accesibles, es el mejor indicio de su accesibilidad a los mercados y de la penetración de la dinámica de intercambio en los mismos, por qué no, en ambas direcciones⁵¹. Un primer estadio que perfila este sistema lo constituyen las ciudades del reino. Las ciudades reconocidas como tales por los recién llegados castellanos (Antequera, Málaga, Marbella, Ronda y Velez Málaga en la actual provincia de Málaga; Alhama, Almuñécar, Baza, Granada y Loja en la de Granada; y Almería, Purchena y Vera en la de Almería), deben ser estudiadas al detalle en su faceta de centros articuladores de las actividades de intercambio con su entorno rural inmediato y como nodos de la articulación mercantil del reino en su ensamblaje con los tentáculos del gran comercio internacional. En este sentido se impone un estudio pormenorizado de la red de alhóndigas que pudieran haberse establecido, no sólo, como se sabe, en las tres grandes capitales del reino, Málaga, Granada y Almería, con un sistema más sofisticado que incluye alhóndigas especializadas en bienes de comercio. Es hora de atender también a la posible extensión de estas alhóndigas a otros centros, como sabemos que ocurre en Loja, atestiguada a niveles arqueológicos, o en Almuñécar, de claro reflejo en los repartimientos de la ciudad. Un segundo nivel de análisis correspondería a los centros secundarios, de importancia sin embargo trascendental a nivel comarcal, ya que constituyen las principales vías de penetración del comercio, de los intereses comerciales, incluso internacionales, y de la dinámica de intercambio que efectivamente se extiende de manera capilar por todo el territorio nazarí con su llegada a los medios rurales más inaccesibles.

Y aún así el mundo campesino debe de presentar sus reservas y resistencias. Ningún agricultor está dispuesto a zambullirse de lleno en una experiencia productiva de carácter exclusivamente especulativo. La pregunta es por tanto ¿cómo se permite la «intromisión» de elementos ajenos a la sociedad nazarí, (comerciantes extranjeros) en la misma? ¿De qué manera se consigue involucrar a niveles productivos a una sociedad en principio hostil y poco permeable a esta variación sustancial de su economía?

Quizás el estudio del sistema fiscal, que es el elemento de convergencia, a través del cual se encausa la actividad extranjera y la capacidad indígena y del Estado para hacer efectiva esta integración, nos de algunas claves de interpretación. A través de su funcionamiento y caracterización se puede comprender el vigor de las comunidades rurales, o por el contrario el avance del Estado sobre las mismas. Por otro lado puede ser índice de una reorientación de las actividades, y, además, si seguimos otros ejemplos conocidos en el mundo islámico, una presión fiscal elevada puede resultar una maniobra de manipulación sobre los sectores agrícolas del reino, sobre los campesinos, forzados a producir más, o al menos algo más rentable económicamente que lo que pueda suponer su supervivencia, para hacer

51. Malpica Cuello Antonio, «Miniaturas de cerámicas nazaríes en Granada», en *Cerámicas islámicas y cristianas a finales de la Edad Media. Influencias e intercambios*, Granada, 2003, págs. 249-275 y García Porras Alberto, «La cerámica de uso doméstico en época nazarí», en *Los Jarrones de la Alhambra. Simbología y Poder*, Madrid, 2006, págs. 89-96.

frente a estos pagos. Por otro lado puede, a causa del empobrecimiento de la masa campesina, dar lugar a cambios en el sistema de la propiedad agrícola, que pasaría a manos de las clases dirigentes. En todo caso hay que estudiarlos porque es el punto de conexión entre los tres elementos que consideramos (comunidades indígenas, Estado y agentes externos).