

La integración del reino nazarí de Granada en el espacio comercial europeo.

Adela Fábregas García
Universidad de Granada

Cómo y por qué el reino nazarí de Granada llegará a finales de la Edad Media a ser uno de los territorios más directamente implicados en la red comercial internacional que ocupa todo el Occidente europeo, son temas tratados por otros autores en contextos más generales de análisis del Occidente bajomedieval¹, o de observación de la propia realidad socio-política nazarí². Lo cierto es que, sin entrar demasiado en un tema sobre el que lo único que podemos manifestar es nuestra adhesión a cuanto ha quedado ya planteado por otros autores, sí parece claro que la realidad nazarí como entidad comercial se conforma merced a la confluencia de una serie de elementos concomitantes de naturaleza endógena y exógena. En otras palabras, esta orientación comercial de parte de la economía nazarí surge en un contexto general particularmente favorable a la potenciación comercial de los territorios situados en el extremo occidental del Mediterráneo y se desarrolla merced a una especial predisposición del pequeño reino islámico a potenciar esta faceta, en la cual sus líderes parecen encontrar una garantía de supervivencia, no sólo económica, sino incluso política.

El conocido “repliegue hacia Occidente” de las grandes potencias mercantiles europeas, que culmina con la apertura de las rutas de circunnavegación atlánticas y la consolidación del polo comercial bajomedieval, es resultado de un proceso iniciado a partir del siglo XII bajo la iniciativa de potencias como la genovesa, pisana o catalana. Desde luego no son ajenas al mismo crisis políticas y reajustes en las relaciones internacionales entre las emergentes naciones comerciales europeas y la primitivas fuentes de aprovisionamiento de bienes de comercio levantinos, amén de otros factores como la inadaptación misma de los esquemas socio-económicos de Oriente a los requerimientos del nuevo sistema económico. Los esfuerzos de síntesis han llevado a otros investigadores a confeccionar un esquema-secuencia de lo sucedido, en el que tienen cabida acontecimientos y tendencias de desarrollo como las que siguen³: 1—. El tradicional motor comercial levantino pierde efectividad, lastrado por sus problemas políticos ligados a las conquistas turcas y por las querellas acerca del reparto de zonas de influencia que mantienen las grandes potencias mercantiles occidentales, Génova y Venecia, resueltas con la pérdida de control genovesa. 2—. Estas pérdidas se compensarán, sobre todo para la parte genovesa, con la apertura de nuevas posibilidades en las riberas occidentales del Mediterráneo como áreas proveedoras y como mercados

¹ Jacques HEERS: *Gênes au XVe siècle. Activité économique et problèmes sociaux*. París, 1961. Geo PISTARINO: “Génova medieval entre Oriente y Occidente”, en *El mundo mediterráneo en la Edad Media*. Barcelona, 1987, pp.191-228. Las líneas de trabajo principales pueden ser consultadas en trabajos como los que ofrecen Maria Luisa CHIAPPA MAURI: «Il commercio occidentale di Genova nel XIV secolo». *Nuova Rivista Storica*, LVII, fasc. V-VI (1973), pp. 571-611; Pinuccia F. SIMBULA: «Apertura de las rutas comerciales de las flotas italianas hacia el Atlántico», en Antonio MALPICA CUELLO (ed.): *Navegación marítima del Mediterráneo al Atlántico*. Granada, 2001, pp. 209-258; David ABULAFIA: «Italia e lo spostamento economico del XV secolo», en Jaume AURELL (ed.): *El Mediterráneo medieval y renacentista, espacio de mercados y culturas*. Pamplona, 2002, pp. 179-212.

² Antonio MALPICA CUELLO: «Il traffico commerciale nel mondo mediterraneo occidentale alla fine del Medioevo: il Regno di Granada», en Paolo ALBERINI (ed.): *Aspetti ed attualità del potere marittimo in Mediterraneo nei secoli XII-XVI*. Roma, 1999, pp. 351-381.

³ David ABULAFIA: «Italia e lo spostamento economico...».

de consumo. A ello se añadirán más adelante las islas atlánticas, propuestas como territorios vírgenes aptos para la producción especializada. 3—. El declive económico del mundo islámico y la inadecuación de su estructura productiva a la nueva realidad económica imperante, favorece el cambio de dirección de las corrientes de exportación, constituyéndose el mercado levantino en área de consumo en detrimento de su antigua faceta como espacio proveedor. Esto, lógicamente, puede suponer un fuerte impulso a la regeneración productiva en Occidente 4—. Además, los espacios occidentales manifiestan una tendencia a organizarse en áreas de especialización productiva que a su vez activan y favorecen la expansión del comercio local y de los intercambios a corta y media distancia, lo cual supone un factor dinamizador de la economía de la zona. 5—. Y todo ello, liderado por las potencias comerciales de la Cristiandad europea del Mediterráneo (venecianos, genoveses, florentinos, catalanes..., principalmente), afecta no sólo a sus propios territorios, sino que se traduce geográficamente en un florecimiento económico general del Occidente, incluyendo los territorios musulmanes que allí tienen cabida.

La pregunta de si la estrategia de la creación de un polo comercial en la Europa occidental como centro neurálgico del nuevo sistema de negocios es una elección circunstancial tomada como única solución ante la previsión del fin de los privilegios levantinos, o si en realidad forma parte de un plan más ambicioso concebido con anterioridad y cuya siguiente fase tiene luz verde ahora, se responde con opiniones encontradas. En todo caso, se trate de un movimiento pendular o de una tendencia de dilatación progresiva, lo cierto es que el comercio internacional experimenta un desarrollo decisivo con la apertura de nuevas vías de comercio y con la aplicación de técnicas financieras revolucionarias (sociedades comerciales y la letra de cambio). Todo ello impulsa el desarrollo industrial y facilita un crecimiento inusual y espectacular de los intercambios comerciales y las transacciones por toda Europa. Y ello sin dejar el muy rentable ámbito levantino, al que se añaden incluso nuevas incorporaciones como la protagonizada en el siglo XIII-XIV por los mercaderes catalanes. Pero aún así, el elemento de mayor trascendencia en el panorama general será esta incorporación del Mediterráneo occidental a la gran plataforma mercantil primitiva, dado que en último término posibilitará la conexión final de los ámbitos atlántico y mediterráneo.

La base económica y la situación geopolítica son muy favorables a la adhesión del reino nazarí a este despegue comercial que involucra a toda la región. Resulta que su ubicación en el arco mediterráneo meridional de la Península, vecina al Estrecho de Gibraltar, le confiere un valor añadido como espacio de tránsito de una de las grandes rutas que articulan la plataforma comercial europea, que viene a sumarse a las tendencias generales de desarrollo apenas citadas. Éstas encuentran en el territorio nazarí unas condiciones productivas favorables, apoyadas en una tradición tecnológica y agrícola⁴ muy consolidada que facilita la obtención de excedentes aptos para su comercialización. La generalización en al-Andalus de la agricultura irrigada a partir de su introducción de manos de la cultura árabe, supone no sólo el aumento de la productividad agrícola, sino la adopción de prácticas y cultivos desconocidos en Occidente, algunos de los cuales, caso de la caña de azúcar, la seda o el algodón, resultan particularmente aptos para la especulación comercial y de hecho se convierten

⁴ Andrew M. WATSON: *Innovaciones en la agricultura en los primeros tiempos del mundo islámico*. Granada, 1998. Antonio MALPICA CUELLO: «Il traffico commerciale nel mondo mediterraneo» y Antonio MALPICA CUELLO y Carmen TRILLO SAN JOSÉ: «La hidráulica rural nazarí. Análisis de una agricultura irrigada de origen andalusí», en *Asentamientos rurales y territorio en el Mediterráneo medieval*. Granada, 2002, pp. 221-261.

en algunos de los puntales del sistema mercantil bajomedieval. Se trata de artículos muy apreciados y hasta entonces conseguidos en las bases de aprovisionamiento levantinas, cuya filiación cultural islámica y sus condicionamientos medioambientales permiten su producción, pero que a partir de ahora se buscarán en estas zonas del Occidente islámico, igualmente aptas para su obtención.

Pero no por ello se convierten ni mucho menos en territorios de especialización agrícola dedicados a la producción de bienes de comercio. Tal y como explican otros autores más atentos a estas cuestiones «...tal vez haya que pensar que si el comercio exterior, monopolizado por los italianos, era muy importante en el reino nazarí, no se debía tanto a una especialización de sus espacios agrícolas, como a un incremento de la productividad debida al regadío, de manera que existía un excedente muy diversificado, entre el que se contaban los productos más codiciados en el mercado de largo alcance (seda, azúcar, frutta), destinado a la venta»⁵. La base social que sustenta el sistema socioeconómico nazarí, a pesar de la descomposición que muestra frente a la primitiva formación social andalusí, supone, en su propia dinámica interna, un freno o mecanismo de ralentización indiscutible frente a estas tendencias⁶. Además, cabe recordar que éstas no se verifican en ningún territorio mediterráneo, con organismos sociales lo suficientemente sólidos dentro de su constante evolución como para impedir la constitución plena de sociedades y formas de producción coloniales en el sentido más tradicional del término y cuya primera característica sería la inexistencia misma de una sociedad conformada como tal.

Por lo demás, y si alguna duda podía surgir respecto a las reticencias que pudiera presentar un territorio al fin y al cabo de la órbita islámica frente a su asimilación “cristiana”, cabe recordar las circunstancias que rodean su nacimiento y jalonan su existencia. El reino nazarí, último reducto islámico en la Península Ibérica, nace a partir de una alianza con Castilla, que le confiere cierto matiz vasallático, al menos al principio y le obliga a mantener un juego de equilibrios internos y externos básico para su supervivencia. Su realidad está marcada por niveles de dependencia política y económica respecto al exterior muy importantes. La presión feudal de Castilla y los poderes norteafricanos constituyen los dos polos de atracción y presión alternativa, provocando una situación que sólo encontrará el equilibrio en las sucesivas tácticas de alineamiento y acercamiento a otros poderes regionales. De hecho, su posición estratégica para un Occidente mediterráneo cada vez más interesado en el mundo Atlántico y en la vía marítima de conexión entre la Europa meridional y septentrional, propicia que, en un momento determinado, este Estado elija como medio de supervivencia la opción comercial que otras potencias mediterráneas, interesadas en asumir en su órbita de influencia este territorio ofrecen a cambio de su apoyo, a veces incluso militar. Desde el poder se potencia y se apoya una actividad fiscalmente rentable y estratégicamente favorable a la hora de sumar apoyos e intereses implicados en momentos de crisis. El caso más emblemático lo protagonizan las ya citadas relaciones con la potencia ligur, que, aunque han visto muy matizada su fuerza conforme se han ido conociendo con mayor detalle las fases de su trayectoria y la naturaleza de las

⁵ Antonio MALPICA CUELLO y Carmen TRILLO SAN JOSÉ: «La hidráulica rural nazarí... », p. 243.

⁶ Carmen TRILLO SAN JOSÉ: *Agua, tierra y hombres en al-Andalus. La dimensión agrícola del mundo nazarí*. Granada, 2004. La tesis del colonialismo genovés ha sido, por lo demás, convenientemente matizada e incluso neutralizada por otros autores. Véase, por ejemplo, las reticencias que en su día expresó el propio López de Coca (José Enrique LÓPEZ DE COCA: «El periodo nazarí (siglos XIII-XV)», en *Historia de Granada. II: la época medieval*. Granada, 1987, pp. 243-368, espec. p. 289) ante su anterior adhesión a estas teorías en trabajos como «Málaga, “colonia” genovesa (siglos XIV-XV)». *Cuadernos de Estudios Medievales*, I (1973), pp. 135-144.

relaciones mantenidas con otras potencias como la catalana⁷, lo cierto es que siguen articulando y marcando el devenir de la notable presencia mercantil extranjera en el reino. La serie de tratados que se van estipulando y renovando sucesivamente a lo largo de los 180 años que transcurren entre el primero (1279) y el último (1479) conocidos, muestran como constatación irrenunciable que preside su espíritu de colaboración y entendimiento el favorecimiento de actividades comerciales en territorio nazarí y la protección y apoyo a los actores de las mismas⁸.

La situación hasta aquí expuesta nos introduce en una realidad incontrovertible y constituida por dos elementos caracterizadores básicos. Fundamentalmente a partir del siglo XIV y durante todo el siglo XV nos encontramos ante un Estado plenamente implicado en la gran trama internacional de los negocios que cubre el panorama económico del Occidente europeo. Por otro lado, toda participación granadina en este entramado comercial, bien como proveedora y consumidora de los artículos ya conocidos, o como cabeza de puente entre el Occidente cristiano y el musulmán, es ejercida a través de la actividad de operadores ajenos a la sociedad nazarí.

Todo ello se hace evidente a través de la observación de una serie de indicadores de todos conocidos y que pasamos a enunciar.

1—. Se asume la presencia de comunidades mercantiles foráneas entre las más destacadas del panorama de los negocios internacionales.

Conocidísimas las comunidades mercantiles genovesa, de referencia constante y patente a través de referentes físicos, vínculos y estrategias de intervención directa, y catalana, son acompañadas también por otras presencias menos obvias, quizás menos determinantes en la estrategia económica del Estado nazarí, aunque no por ello ajenas a la misma. Es el caso de las comunidades veneciana, florentina y portuguesa.

Potencias como la veneciana permanecerán fieles como ninguna otra a su vocación levantina, aunque conviene no olvidar que veneciano es precisamente uno de los sistemas de transporte, comunicaciones y negocios mejor formulados en el nuevo polo mediterráneo occidental y atlántico: el sistema de las mudas o convoyes organizados por

⁷ Los diversos trabajos realizados por investigadores como Blanca GARI: «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, pp. 179-189, o Roser SALICRÚ: «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), pp. 255-385 se han centrado en aclarar y precisar la naturaleza de estas relaciones, y han puesto de relieve la importancia de las relaciones con otros grupos mercantiles como los catalanes Roser SALICRÚ: «La Corona de Aragón y Génova en la Granada del siglo XV», en María Teresa FERRER I MALLOL y Damien COULON (eds.): *L'expansió catalana a la Mediterrània a la Baixa Edat Mitjana*. Barcelona, 1999, pp. 121-144.

⁸ Recogidos todos ellos en el siguiente grupo de bibliografía. LISCIANDRELLI, Pasquale: *Trattati e negoziazioni politiche delle repubbliche di Genova (958-1797)*. Genova, 1960. GARI, Blanca: «Génova y Granada en el siglo XIII: los acuerdos de 1279 y 1298». *Saggi e documenti*, VI (1985), pp. 175-206; 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 (1990), pp. 395-412; 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, 1994), Génova. 1997, pp. 213-257; IDEM: «La embajada de 1479 de Pietro Fieschi a Granada...».

iniciativa estatal, con rutas de tráfico definidas⁹. Algunas de ellas, las más relevantes de la región, tocan las costas granadinas: son la muda o *Traffego* de Berbería, que desde 1436 y partiendo del puerto valenciano, recorría las costas magrebíes con escalas en Trípoli, Djerba, Túnez, Bugía, Argel, Honein, Orán, Vélez de la Gomera, Málaga y Almería, y la muda de Flandes, muy anterior, al menos desde casi un siglo antes, según la documentación de Tenenti y Vivanti, que incluye entre sus escalas puertos nazaríes, con paradas previamente estipuladas u ocasionales en Málaga¹⁰, Almuñécar y Velez Málaga en los viajes de retorno¹¹. Obviamente ello supone el florecimiento mercantil del entorno veneciano en las tierras que toca su flota. De hecho sabemos de la inclusión granadina en la red consular veneciana al menos desde 1400¹², manteniendo ya en 1403 relaciones fluidas con otras comunidades mercantiles a las que sirve¹³. Por el momento poco más se puede decir acerca de esta comunidad mercantil, cuya presencia y actividad en el reino podría depararnos aún muchas sorpresas.

La actitud y declaraciones de un toscano, Tuccio di Gennaio, ha aportado pistas que creemos de gran interés para acertar las estrategias de intervención de comunidades hasta ahora consideradas de menor relieve en el contexto nazarí. Este mercader, destinado en Málaga por la compañía florentina de los Alberti al menos entre 1402 y 1406, confiesa que «*I(o) ò auto qui brivilegio da Rè sicome ano i genovesi di potere discarcare e avere tenpo 6 mesi e tornare a caricare sanza paghare niuno drito, ch'è gran va(n)tagio per diriti grand(i) si paghano qui*»¹⁴. La afirmación nos llevó en su momento a pensar, por un lado, que el volumen de operaciones de parte de mercaderes de otras nacionalidades ajenas a la genovesa era más elevado de lo que cabía suponer a partir de los testimonios fehacientes de ello. En segundo lugar planteaba la posibilidad de que éstas se realizaran de manera encubierta bajo el auspicio de la comunidad genovesa, a la que cualquier mercader con intereses en Granada tendría intención de asimilarse para disfrutar de sus prerrogativas, momento a partir del cual ejercería una labor de sonda con respecto a los intereses de sus compatriotas¹⁵. No es una práctica nueva, ni para los mercaderes florentinos, que en otras plazas disponen de estatutos que manifiestan abiertamente la posibilidad de acogerse a esta solución¹⁶, ni para otros grupos mercantiles. En su momento Sánchez Martínez ya presentó el caso del mallorquín Jaume Manfré en estos términos¹⁷. Su vínculo con la compañía genovesa de los hermanos Pagani (Beneyto y Lavanyno de Pagé) se constata en 1320, aunque la denuncia de que es objeto en 1333 señala ya con total claridad su extrema cercanía a la comunidad genovesa. Según algunos testigos, su asimilación a ésta es tal que, durante su estancia en el reino nazarí, reside en la alhóndiga genovesa, en vez de en la catalana, y se comporta como súbdito genovés. El mismo Manfré reconoce en 1333 ser «*franch*

⁹ Alberto TENENTI, Corrado VIVANTI: «Le film d'un gran système de navigation: les galeres marchandes vénitiennes. XIVE-XVIe siècles». *Annales, ESC*, 1961, pp. 83-87.

¹⁰ Archivio di Stato di Prato, Archivio Datini, Filza 1072, Ibiza-Mallorca, 903164. 16-XII-1400.

¹¹ A.S.P., A.D., Filza 1072, Ibiza-Mallorca, 801336. 23-II-1403.

¹² LÓPEZ DE COCA CASTAÑER, José Enrique: «Sobre las galeras venecianas de Poniente y sus escalas ibéricas (siglo XV)», en *Homenaje a Tomás Quesada*. Granada, 1998, pp. 401-416, espec. p. 402.

¹³ A.S.P., A.D., Filza 999, Málaga-Valencia, 518349. 14-VI-1403.

¹⁴ A.S.P., A.D., Filza 1072, Málaga-Mallorca, 903195. 2-XI-1402.

¹⁵ Adela FÁBREGAS GARCÍA: «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), pp. 259-304.

¹⁶ Gino MASI: *Statuti delle colonie fiorentine all'estero (sec. XV-XVI)*. Milano, 1941, p. XIII.

¹⁷ Manuel SÁNCHEZ MARTÍNEZ: «Mallorquines y genoveses en Almería durante el primer tercio del siglo XIV: el proceso contra Jaume Manfré (1334)». *Miscel.lanea de Textos Medievales*, IV (1988), pp. 103-162.

en Espanya axí com genovés». Se trata de una prerrogativa que su socio, Nicolau Sallembe, admite ser común a otros mercaderes mallorquines operantes en Granada. Estamos, pues, ante esta posibilidad: algunas comunidades de mercaderes extranjeros, quizás menos afortunados por la protección de sus propias naciones mediante un trato directo con el Estado nazarí, aunque igualmente interesados en disfrutar de los beneficios que les puede reportar la actividad en suelo granadino, aprovecharían las condiciones propicias que les ofrece la organización, infraestructura y contactos de otras comunidades allí establecidas gracias a tratados muy ventajosos.

2—. Estas comunidades o naciones, representadas en algunos casos por las principales estirpes mercantiles europeas, conectan las bases nazaríes con los principales mercados peninsulares y europeos a través de una nutrida red de contactos.

Conocidísima, por ejemplo, es la genovesa saga de los Spinola, que actúa como núcleo articulador en Málaga de una red de relaciones cruzadas que contribuyen de manera decisiva a colocar la plaza nazarí en el contexto internacional. Es conocido su peso en las comunidades mercantiles de Flandes a lo largo de toda la Edad Media. Allí establecerán la base de una sociedad que organizará todos los movimientos de la familia a lo largo y ancho de Europa, especializándose, como la mayoría de mercaderes italianos en Brujas, en el sector textil y de importación de alumbre¹⁸. En cuanto al control de las costas del extremo occidental mediterráneo, se establecen a través de unas redes de contactos que combinan los vínculos familiares y societarios con las colaboraciones externas. El análisis del manual de la nave de Filippo di Nigro¹⁹ nos permitió, por ejemplo, reconstruir las redes de comunicación activas en 1445 con plazas magrebíes como Túnez, garantizadas por la presencia de miembros de su sociedad familiar, en esta ocasión representados por Andrea Spinola y Vicinguerra Spinola; o por contactos indirectos. Éste es el caso de Agostino Spinola, presente en Granada, que cuenta en Hunayn con el hermano de su colaborador Jane Marchono, Raffaele Marchono. En Cádiz cuenta también Agostino con la sólida presencia de su cuñado, activo en el área Cádiz-Sevilla, y perteneciente a la familia Lomellini, que es, junto a colaboradores castellanos como Francisco de Morales, el soporte en la zona de un mercader asentado al parecer en Sevilla, Jacobo Lomellino, aunque muy activo en el área nazarí a través de los contactos allí presentes (Agostino y Filippo Spinola y Jane Marchono) y por supuesto ligado a los mercados septentrionales a través de otro representante de la familia Spinola destacado en Londres (Rabelle), Túnez (Costantino de Marinis) y la misma Quíos (Lodisio de Fornaris).

Otro ejemplo quizás más emblemático por la relevancia del personaje en cuestión lo tenemos en otro miembro de la familia Spinola presente en Granada: Francesco Spinola quondam Pietri. Además de su propia filiación, está emparentado con otra familia de gran renombre, los Fieschi, y con uno de los hombres de negocios mejor conocidos del momento gracias también a su contabilidad, Giovanni Piccamiglio, su cuñado. Declara, además, sus buenas relaciones con las familias Fornario y de Nigro, reflejadas en su contabilidad, al igual que la familia Centurione, bien asentada en la Península Ibérica gracias a su presencia en los principales centros de negocios, entre los que se cuentan Valencia, Sevilla y la misma Granada²⁰. En cuanto a sus colaboradores más directos, se

¹⁸ Giovanna PETTI BALBI: *Mercanti et nationes nelle Fiandre: i genovesi in età bassomedievale*. Pisa, 1996.

¹⁹ Archivio di Stato di Genova, Banco di S. Giorgio, Sala 14, Carattorum Veterum, reg. 1552, fols. CCCXV-CCCXVIII.

²⁰ Alberto BOSCOLO: «Gli insediamenti genovesi nel sud della Spagna all'epoca di Cristoforo Colombo», en *Atti del II Convegno Internazionale di Studi Colombiani. Genova 6 e 7 ottobre 1975*. Genova, 1977, pp. 321-345, espec. p. 343. José Enrique LÓPEZ DE COCA: «Mercaderes genoveses en

presentan tanto en las plazas europeas, a saber Brujas (Luciano Spinola q. C), Inglaterra (Pietro Spinola q. Georgi) y Génova (Bartolomeo Sauli), como en el mismo reino granadino, con operadores e interlocutores con la población local en la misma Málaga (Benedetto Cattaneo filio Anfreoni, Franco de Vivaldi) o Granada (Cristoforo Judex), u operadores que actúan indistintamente en Almuñécar, Almería y Málaga (Brancaleone Spinola o Pietro de Fornario).

De no menor peso es la sociedad familiar de los florentinos Alberti, para quienes trabaja en Málaga el ya citado Tuccio di Gennaio, autor del lote de correspondencia que certifica la presencia y actividad de una comunidad florentina en el reino. La compañía, regentada a principios del siglo XV por Diamante y Altobianco degli Alberti, está activa en plazas del Mediterráneo occidental y mantiene intereses en el Mar del Norte, haciendas en Brujas, Londres y París, estableciendo vínculos con el Mediterráneo occidental y Portugal, con factores en Valencia, Barcelona, Málaga, Sevilla y Lisboa, además de en Venecia, Roma, Palermo y Pisa²¹.

A través de personajes como este Tuccio di Gennaio pueden participar de los negocios del reino grupos que no tienen una presencia efectiva en el mismo, caso de la sólida compañía de Francesco di Marco Datini. Éste y sus socios no consideran en ningún momento la necesidad de destinar allí un operador mercantil, aunque no por ello renuncian a oportunidades de negocios, para las cuales se sirven de la disposición de Gennaio y otros mercaderes que se ofrezcan, caso del cónsul veneciano Corner. En todo caso el contacto parece constante, e incluso en alguna ocasión hay desplazamientos de operadores datinianos destacados en plazas como Sevilla hasta Granada, como ocurre en 1404 con Antonio Covoni²². Ello explica que, a pesar de su ausencia, los registros de la compañía recojan entre los años 1383 y al menos 1408 hasta 24 señalizaciones de cargamentos de naves que han tocado las costas nazaríes y que transportan artículos granadinos que interesan a la gente de Prato²³.

Es un tema que deberá ser abordado con mayor detenimiento en otro momento, sobre todo en lo relativo a las redes de conexiones peninsulares, que ayudarán a acercarnos a otros temas extremadamente interesantes como la transmisión de conocimientos e intereses mercantiles que propiciarán el desplazamiento definitivo de áreas de interés comercial a otras zonas de la Península, como Valencia, quizás más preparadas para la incorporación plena a los patrones socio-productivos que exige una economía comercial. En todo caso vemos que estamos ante una red de relaciones y contactos muy compleja, en la que privan los vínculos de colaboración e interdependencia. Sólo así el mercader, atento a la evolución del área a la que ha sido enviado o que ha seleccionado él mismo como centro de negocios, puede ejercer plenamente su actividad, completa sólo cuando se vuelve interactiva con otras áreas económicas. La trama de contactos se sirve de una serie de plazas que funcionan como bases de operaciones de este tipo de mercaderes allí destacados, que en muchas ocasiones se presentan a la vez como puertos, mercados y plataformas de penetración y control del territorio que lideran comercialmente. Recordemos en este sentido que un puerto de estas características no es sólo un punto de atraque, ni un mero desembarcadero de mercancías, sino el observatorio desde el que se prospectan los territorios adscritos a este polo de

Málaga (1487-1516). Los hermanos Centurión e Ytalian», en *El Reino de Granada en la época de los Reyes Católicos. Repoblación, comercio, frontera*. Granada, 1989, vol. II, pp. 89-127.

²¹ Federigo MELIS: «Malaga nel sistema economico del XIV e XV secolo», en *Mercaderes italianos en España (siglos XIV-XV)*. Sevilla, 1976, pp. 3-65.

²² A.S.P., A.D., Filza 893, Málaga-Barcelona, 418030. 14-XII-1404.

²³ A.S.P., A.D., Filza 1171/I, docs. 6, 7, 12, 17, 26, 34, 52, 53, 61, 67, 85, 89, 92, 106, 107, 109, 113, 134; Filza 1171/II, fols. 3r- v., 4 r., 14 r., 16 v.-17 v., 21 v.

intercambios, en connivencia, generalmente con los núcleos de control político, situados en el interior y desde los que, en sintonía con el poder político, otros mercaderes marcan las directrices estratégicas de la compañía o sociedad de la que forman parte.

3—. El reino abre sus puertos al tráfico internacional, creando una trama de conexiones marítimas cada vez mejor conocida, a través de la creación de un sistema de puertos y entrepuertos con capacidad para sustentar una red de intercambio local, regional e internacional. En líneas generales podemos decir que los puertos nazaríes desempeñan en el gran sistema de navegación y comercio que se orquesta en torno a la ruta transoceánica, un apoyo fundamental en un sistema muy marcado por las tradicionales pautas de navegación mediterránea, en la que el cabotaje y el sistema de escalas de aprovisionamiento e intercambio tienen mucho que decir. Por otro lado constituyen en sí mismas importantes sedes regionales, en la mayoría de los casos centros nodales de la circulación y vías de salida comercial de sus respectivos territorios circundantes. La eficacia de bases portuarias como Málaga en este sistema están presentes en los más variados conjuntos documentales procedentes de las principales naciones mercantiles. A la rica documentación notarial genovesa cabe añadir la correspondencia de sociedades privadas toscanas como la Datini. Recordemos los ya citados cargamentos de naves (*Carichi di navi*) que en ocasiones se adjuntaban a las cartas. En los seguros marítimos genoveses se propone la estancia optativa en Cádiz y/o Málaga²⁴, mientras que en la práctica totalidad de viajes registrados en los *Carati Maris* a partir de 1436 se refleja una ruta que toca sucesivamente Cádiz y Málaga en estos trayectos atlánticos²⁵. Lo cierto es que, excluyendo por supuesto cualquier atisbo de rigidez en un sistema particularmente abierto y polivalente, cada vez más se identifica una suerte de especialización de ámbitos y comunidades de influencia en la realidad de los dos principales puertos nazaríes. Málaga, ámbito de actuación preferentemente genovés, tiene un papel más definido en las grandes rutas internacionales que recorren el Mediterráneo central y conectan éste con las plazas del Atlántico septentrional. Almería conserva una vocación regional y órbita más restringida al ámbito catalano-aragonés y sus derivaciones magrebíes. Por su parte Almuñécar, que es reconocida como base portuaria en las rutas internacionales de navegación, desempeña un papel de relieve en la organización y apoyo en el tráfico marítimo interno del mismo territorio nazarí, actuando como nexo de conexión entre las dos grandes escalas, Almería y Málaga, aunque con una subordinación directa al puerto malagueño y a intereses comerciales genoveses muy específicos, extensibles también a la localidad de Vélez Málaga y relacionados con la famosa Sociedad de la Fruta.

El manual de la nave de Filippo de Nigrono, redactado por él mismo durante el viaje que realiza con su balenerio durante el año de 1445 y conservado en el archivo de Génova, se presenta como modelo del sistema de navegación vigente en estos momentos. Involucra de manera directa los puertos nazaríes, al combinar la fórmula marítimo-mercantil del cabotaje, practicada en ámbitos territoriales más restringidos, con la gran navegación transoceánica²⁶. El trayecto principal une el Atlántico Norte (Southampton) con el extremo oriental del Mediterráneo (Quíos), si bien deja un margen muy amplio, por no decir central en el diseño del viaje, a la navegación de cabotaje realizada en el Mediterráneo occidental y central y a los movimientos

²⁴ DOERHAERD, R. y KERREMANS, CH. (ed.): *Les relations commerciales entre Gênes, La Belgique et l'Outremont d'après les Archives Notariales Génoises, 1400-1440*. Bruselas-Roma, 1952. LIAGRE DE-STURLER, Léone: *Les relations commerciales entre Gênes, la Belgique et l'Outremont*. Bruselas-Roma, 1969.

²⁵ A.S.G., B. SG., Sala 14, C.V, reg. 1552, fols. 35 r., 49 r.-50 r., 63 r.-64 v., 72 r.-v., 150 r.-151 r.

²⁶ A.S.G., B. SG., Sala 14, C.V, reg. 1552, fols. CCCXV-CCCXVIII.

comerciales espontáneos que de ella se derivan. De los seis meses empleados aproximadamente en completar el viaje, se sirven de 18 días para cruzar el segmento atlántico en un recorrido sin paradas, aparte de las estrictamente técnicas. A partir de aquí tiene inicio la sucesión de escalas económicas que se abren con una estancia en Cádiz de 10 días a partir del 23 de junio y que se debe de cerrar en Sicilia el 22 de septiembre. Durante este lapso de tiempo, y sujeto a la decisión última del patrón de la nave, se tocan y contratan negocios en los puertos de Málaga, Orán, Hunayn, Túnez y Bujía. Málaga se constituye, por tanto, en una suerte de “plataforma giratoria” del tráfico regional y soporte de las grandes líneas del sistema mercantil internacional.

Y es que en este sistema de comunicaciones debemos añadir una última ruta que conecta las costas andalusíes y magrebíes y que, ya sí, comparten plenamente los puertos almeriense y malagueño²⁷. Es importante señalar también que hasta el momento aparece como la única ruta en la que está vigente el uso de medios de transporte cristianos y musulmanes. El sector oriental, liderado por el puerto almeriense, con bases auxiliares en Porto Genovese, Almuñécar e incluso Motril, presenta un radio de actuación más limitado, operando en Orán y Honeyn, además de en la Bādis ya mencionada por Idrīsī y ubicada frente a las costas de Málaga. Por su parte las operaciones iniciadas desde puertos occidentales, básicamente desde Málaga (ya que Gibraltar parece punto de partida de viajes que se limitan a cruzar el Estrecho hasta Alcazarquivir, Tánger y Ceuta), aunque debemos contar también con Marbella y Algeciras, presentan un radio de acción mucho más amplio que los lleva hasta Bugía, Salé y Azammour. Tocaban también Gomara (Vélez de la Gomera), Ceuta, Tánger y Tagaça. De este modo se aprovecha el rol del puerto malagueño como mercado de intercambio y distribución de las corrientes internacionales, actuando como nexo de unión entre éstas y el Occidente islámico. Se contempla no sólo el propio territorio nazarí, sino también los estados magrebíes, cuyos artículos aparecen en el mercado malagueño listos para su redistribución en Europa, y desde donde se les suministran artículos europeos, especialmente paños nórdicos.

4—. Se constata la presencia de productos nazaríes en las grandes plazas europeas, en algunos casos no de manera simplemente testimonial, sino con capacidad incluso de bloquear el mercado, merced a técnicas y estrategias utilizadas por los grandes grupos mercantiles que participan en el mismo. Es de sobra conocido el lote de artículos nazaríes más demandados y conocidos en el mercado internacional, a saber, la famosa triada de frutos secos (uva pasa, higos y almendras), el azúcar de caña en sus diversas calidades (panes de una, dos o tres cocciones y polvos de azúcar) y la seda en hilo. Nos referiremos a ellos con algo de más detalle en breve.

Pero la exportación nazarí no se limita ni mucho menos a este pequeño lote de artículos. La cerámica de lujo, por ejemplo, es un artículo que, aunque no deja grandes trazas de su circulación en la documentación escrita, sí queda bien constatada a niveles arqueológicos, prometiendo, el seguimiento y la localización de sus restos materiales, nuevas e interesantísimas informaciones acerca de rutas de comercio secundarias seguidas por artículos nazaríes en el mercado europeo. Hasta el momento se ha constatado su presencia en puertos ingleses como Southampton a finales del siglo XIII y siglo XIV, desde donde podría penetrar en mercados interiores como Londres,

²⁷ María Dolores LÓPEZ PÉREZ: *La Corona de Aragón y el Magreb en el siglo XIV (1331-1410)*. Barcelona, 1995. Maximiliano ALARCÓN Y SANTÓN y Ramón GARCÍA DE LINARES, (ed. y trad.): *Los documentos árabes diplomáticos del Archivo de la Corona de Aragón*. Madrid, 1940. Gomes EANES DE ZURARA: *Crónica do Conde Dom Pedro de Menezes*. Ed. facsímil José Adriano de FREITAS CARVALHO. Porto, 1988.

Penhallan (Cornualles) o Winchester²⁸; Países Bajos, concretamente Middelburg (Holanda)²⁹; Portugal³⁰; sur de Francia se constituye en otra área de recepción de cerámica nazarí, documentada en la Lleuda de Colliure³¹, y con presencia material localizada en contextos de principios del siglo XIV en Marsella, Aix-en-Provence, Hyères y Beaucaire³²; por fin la Península italiana aparece como un área de recepción clásica de la cerámica nazarí³³, con particular presencia de las variantes más lujosas de loza azul y dorada en las grandes plazas comerciales de Liguria (Génova y Savona) y centros secundarios de la región (Varazze, Finalborgo), Toscana (Pisa, Florencia y Prato) y Cerdeña (identificada mediante análisis petrográficos dentro del conocido como grupo Pula)³⁴. Por lo demás una primera aproximación a las transmisiones tecnológicas que dan lugar a ciertos tipos de producciones cerámicas, apoyan el convencimiento de los autores de estos estudios de que se trata de una cerámica de naturaleza suntuaria, ideada, producida y adoptada desde el primer momento con la intención de satisfacer una demanda exterior ligada al comercio internacional³⁵.

En cuanto a los artículos de mayor éxito comercial del reino, se trata en la mayoría de los casos de bienes asociados también al lujo, de tradición productiva oriental y que llegan a constituir el centro de proyectos de monopolio comercial por parte de grupos mercantiles sólidamente asentados como la Sociedad Spinola, llevados a cabo con mayor o menor éxito. Su presencia en los mercados europeos es neta y su distribución lógica y equilibrada. Así, la seda nazarí, exportada como materia prima, tiene como destino principal, aunque no único, los más importantes centros de producción textil sérica de Europa, que se sitúan fundamentalmente en ciudades italianas, donde la industria de la seda se ha desarrollado. De hecho la actividad de grupos mercantiles toscanos está, por ejemplo, muy ligada a la adquisición de seda nazarí para su transporte a centros sederos situados principalmente en Florencia y Lucca. Por su parte la incorporación catalano-aragonesa a la producción sérica en el siglo XIV a partir de las iniciativas valencianas, podría justificar no sólo la continua llegada de barcos cargados de seda al puerto de la Grau, sino incluso los intentos de monopolización de las exportaciones sederas protagonizados por mercaderes valencianos en 1417³⁶.

En cuanto al otro gran grupo de artículos nazaríes, los frutos secos y el azúcar, que

²⁸ J. G. HURST: «Spanish pottery imported into medieval Britain». *Archeologia Medievale*, 21 (1977), pp. 68-105, espec. p. 76-84.

²⁹ Referencia indirecta localizada en J. G. HURST: «Spanish pottery imported... », p. 79.

³⁰ Miguel CORREIA: «Três exemplares de cerâmica azul e dourada, provenientes de Alcochete». *Revista Portuguesa de Arqueologia*, 7 (2004), pp. 645-652.

³¹ Miguel GUAL CAMARENA: *Vocabulario del comercio medieval*. Barcelona, 1976, cap. XXIV, [138], p. 167.

³² Gabrielle DÉMIANS D'ARCHIMBAUD, Lucy VALLAURI: «Productions et importations céramiques médiévales dans le Midi méditerranéen français», en José PADILLA LAPUENTE y Josep M. VILA CARABASA: *Ceràmica medieval i postmedieval. Circuits productius i seqüències culturals*. Barcelona, 1988, pp. 73-110, espec. p. 88.

³³ Alberto GARCÍA PORRAS: «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, pp. 131-144, espec. pp. 133-135.

³⁴ Hugo BLAKE, Michael HUGHES, Tiziano MANNONI, Francesca PORCELLA: «The earliest valencian lustreware? The provenance of the pottery from Pula in Sardinia», en *Everyday and exotic pottery from Europe c. 650-1900. Studies in honour of Jhon G. Hurst*. Oxford, 1992, pp. 202-224.

³⁵ Alberto GARCÍA PORRAS: «Los orígenes de la cerámica nazarí decorada en azul y dorado», en *Atti XXXV Convegno Internazionale della Ceramica. Albisola, 2002*. Albisola, 2003, pp. 53-62.

³⁶ Blanca GARI y Roser SALICRÚ: «Las ciudades del triángulo: Granada, Málaga, Almería, y el comercio mediterráneo de la Edad Media», en David ABULAFIA y Blanca GARI (eds.): *En las costas del Mediterráneo occidental. Las ciudades de la Península Ibérica y del reino de Mallorca y el comercio mediterráneo en la Edad Media*. Barcelona, 1996, pp. 171-211, espec. p. 209.

constituyen un grupo de explotación homogéneo, su presencia es mucho más capilar. Se entienden desde los mercados atlánticos ingleses y flamencos hasta plazas levantinas como Constantinopla (Pera), pasando, por supuesto, por los centros del Mediterráneo central italianos (Génova, Savona, Pisa, Florencia), franceses (Aigues Mortes, constituye, junto a Marsella, aunque ésta en menor medida, el acceso para los dos grandes centros del meridión francés, Montpellier y Aviñón, puertas de entrada a los mercados continentales) y catalanes (Barcelona, Valencia). No obstante se podría apuntar una tendencia mayoritaria a su expansión en los mercados del Norte de Europa (Londres, Brujas y París, los vértices del gran triángulo septentrional, que aparecen como mercados de recepción de estos productos de manera prioritaria y continua), marcada, quizás, por los intereses de la sociedad que gestiona de manera mayoritaria su exportación: la conocida como Sociedad de la Fruta o *Ratio Fructe*, liderada por la genovesa familia de los Spinola. Estos, que controlan el mercado septentrional de los frutos secos, actúan en operaciones coordinadas que tiene como resultado la recepción masiva en dichos mercados de la mercancía granadina e incluso del Algarbe portugués³⁷. Disponen para ello de los medios y de las infraestructuras adecuadas³⁸. Cuentan con una flota propia y con la posibilidad de recurrir en todo momento al flete de embarcaciones ajenas dedicadas en exclusiva al transporte de sus bienes. La mercancía es expedida básicamente desde Málaga y Almuñécar, aunque también en otras ocasiones desde Vélez Málaga e incluso desde otros *loca caricatoris regni Granate*³⁹ que no quedan especificados. Los mercados de recepción final son decididos aprovechando la extensa y tupida red de contactos que la familia Spinola mantiene actuando en los principales centros económicos europeos, tanto del polo septentrional como del Mediterráneo. Son, en muchos casos, miembros de conocida capacidad de maniobra y experiencia más que probada en la gestión de los negocios familiares en los mercados europeos. Se recurre también a colaboraciones temporales con exponentes de la familia de reconocida capacidad operativa y prestigio en otras áreas. El resultado es un desbordamiento del mercado, copado no tanto por las enormes cantidades introducidas como por la masividad de las mismas, que vienen a monopolizarlo e incluso a bloquearlo. La estrategia es sufrida con particular virulencia en algunos momentos por otros grupos que pretenden introducirse en el mercado flamenco de los frutos secos a través de su trabajo en otras áreas de aprovisionamiento de la misma Península Ibérica, como los territorios levantinos de Alicante y Denia, y que han de estar particularmente atentos a los tiempos de recepción de la mercancía en las bases septentrionales si quieren mantener un mínimo de competitividad.

Todo ello es índice de la implantación progresiva de las estructuras mercantiles y de la penetración de las mismas en la estructura socio-económica del reino, que corre pareja a su presencia en los principales mercados europeos. Trascendiendo este planteamiento general de la situación, carecemos aún de un discurso bien articulado en torno a

³⁷ A.S.P., A.D., Filza 980, Brujas-Valencia, 604951. 24-XII-1408.

³⁸ Una descripción más detallada de todo el sistema de transporte, distribución y venta de frutos secos y azúcar desarrollado por esta sociedad en nuestro trabajo «Vías de acceso del azúcar del reino de Granada al mercado europeo: La Sociedad de los Frutos (Siglos XIV-XV)», en *Actas do II Seminário Internacional sobre a História de Açúcar. "Historia do açúcar. Rotas e mercados"*. Madeira, 2002, pp. 23-53.

³⁹ Así son citados en repetidas ocasiones en la documentación notarial genovesa.

cuestiones más complejas y específicas, relativas, sobre todo, a la gestión de esta realidad en territorio nazarí y a las consecuentes implicaciones que todo ello puede tener en la evolución de una realidad socio-productiva sólidamente conformada en el marco de las sociedades islámicas. En otras palabras, y presentando con ello las principales líneas de investigación emprendidas en los últimos años en torno a este tema, no sabemos cómo actúan estos grandes grupos mercantiles en el reino y no llegamos a comprender aún en qué medida su actuación rompe las estructuras de base de una organización productiva cimentada en la agricultura, muy rica, ciertamente, pero en la que las imposiciones sociales exigen la subsistencia como salida económica de comunidades independientes y que gestionan sus propios recursos de manera autónoma⁴⁰.

Nuestra tarea, aún por hacer, se ha centrado en el primer punto, sobre el que podemos ya proponer algunos apuntes. La comunidad genovesa, de presencia más sólida y de mayor riqueza testimonial, ha centrado nuestros esfuerzos, y a ella nos referiremos en adelante de manera casi exclusiva. Elegimos como nuestro guía a Francesco Spinola q. Pietri y los registros contables que lleva de los negocios que desarrolla en el reino de Granada entre los años 1434-1440 y 1451-1455⁴¹, si bien su actividad mercantil está permanentemente vinculada a este reino, aún cuando su sede de operaciones sea otra y su ámbito de actuación y el de la familia en cuyo seno trabaja mucho más amplio que el estrictamente granadino⁴².

En primer lugar hemos de decir que no participan directamente en la actividad productiva del reino, aunque evidentemente sí pueden condicionarla mediante la demanda de ciertos artículos.

Nos basamos para realizar esta afirmación en el hecho de que las informaciones disponibles hasta el momento conciernen única y exclusivamente a tácticas de aprovisionamiento desarrolladas por estos grupos mercantiles, y en ningún caso a detalles relacionados con la producción de los bienes objeto de comercio, como puede ocurrir ya en estos mismos momentos en otras zonas (Chipre⁴³, Portugal⁴⁴, Sicilia⁴⁵ o

⁴⁰ Antonio Malpica Cuello ha realizado últimamente un excelente enfoque de la cuestión planteado a partir del análisis de los presupuestos sociales de una formación de matriz islámica como la nazarí y de la propuesta de los grandes temas que deberían ser tratados al respecto. Le expresamos nuestro agradecimiento por habernos permitido la consulta del texto en vías de publicación «El reino de Granada entre el Mediterráneo y el Atlántico». Ponencia presentada en el Coloquio Internacional *Sardegna, Spagna, Mediterraneo, Atlantico dai Re Cattolici al Secolo d'Oro*, celebrado en Mandas-Cerdeña, 2003 (En prensa).

⁴¹ Localizados en el Archivo Durazzo-Giustiniani que los custodia, sección Sauli, con las siglas 1839 y 1842 respectivamente. Forman parte de un conjunto más amplio al que se añaden otros dos redactados por nuestro Francesco Spinola q. Petri en Brujas (1420-1426) y Génova (1446) y uno más de otro miembro de la saga familiar residente también durante un tiempo en el reino granadino, Agostino Spinola q. Johanis. La serie granadina, constituida por este último ejemplar y por otros dos redactados por Francesco, son objeto de un proyecto de estudio y edición por parte de quien esto escribe con la publicación de dos de ellos (*Un mercader genovés en el reino de Granada. El libro de cuentas de Agostino Spinola (1441-1447)*. Granada, 2002; *La familia Spinola en el reino nazarí de Granada. Contabilidad privada de Francesco Spinola (1451-1457)*. Granada, 2004). La labor continuará próximamente con la edición, ya en preparación, del tercer y último registro redactado en tierras granadinas entre los años 1434-1440.

⁴² Giovanna PETTI BALBI: «Le strategie mercantili di una grande casata genovese: Francesco Spinola tra Bruges e Malaga (1420-1456)». *Serta Antiqua et Medievalia*, 1 (1997), pp. 379-393.

⁴³ A mediados del siglo XIV la veneciana familia de los Cornaro, dedicada al comercio hasta entonces, adquiere en Piskopia grandes extensiones de tierra que dedicara al cultivo de caña dulce Sydney M. GREENFIELD: “Cyprus and the beginnings of modern sugar cane plantations and plantation slavery”, en *II S.I.C.A., La caña de azúcar en el Mediterráneo*. Motril, 1991, pp. 23-42. Charles VERLINDEN: “Dal Mediterraneo all'Atlantico”, en *Contributi per la storia economica*. Prato, 1968, pp. 29-51, espec. p. 40.

Valencia⁴⁶). Este extremo se constata en el caso de los artículos más emblemáticos de la exportación nazarí, a saber los frutos secos y la seda. En el primer caso la sociedad que gestiona este negocio, la ya conocida *Ratio Fructe*, parece precisamente tener la prerrogativa de su aprovisionamiento, que no de su transporte y venta exclusiva en los mercados europeos⁴⁷ y desde luego no respecto a su producción, para la que se constata participación genovesa sólo en momentos posteriores a la conquista castellana.

Cuenta con operadores encargados de organizar las gestiones de compra, almacenamiento y distribución de la fruta y el azúcar, localizados en áreas productivas y de expedición como Vélez Málaga, Almuñécar, donde se conoce incluso una *domus Muleche* de la sociedad, dedicada a recoger los azúcares producidos en su entorno inmediato de las vegas de los ríos Verde y Guadafeo, y la misma Málaga. Más revelador, quizás, que este dato, es aquel otro que apunta la existencia de una figura definida, el conocido como *colector fructis*, que actúa como interlocutor entre los mercaderes y la población local responsable de la producción. Éste personaje, cuando ha podido ser identificado, resulta ser un exponente de relieve de la sociedad indígena.

La contabilidad de Francesco Spinola q. Pietri, miembro de esta *Ratio Fructe*, incluye la gestión de los titulares de este cargo entre los años 1436 y 1438⁴⁸. Se trata de Alí Xaorolí y su sucesor, Cacim Sibilí, receptores de almendras, y Aborcacim Cortobí, todos ellos operantes en el territorio de Málaga y Vélez Málaga. La colaboración entre ambas partes se establece dentro de un marco de confianza y conocimiento mutuo que los lleva a perpetuar el cargo dentro de sagas familiares. Así, por ejemplo, Cacim Sibilí y su hermano Macomet son receptores de almendra y fruta, el primero en Málaga y el segundo en Vélez Málaga, si bien las tareas están lideradas por Cacim, a cuyo nombre se abren todas las cuentas que recogen las operaciones de esta naturaleza realizadas indistintamente en uno y otro centro. Los lotes pueden ser adquiridos mediante compra por adelantado, como parece ocurrir en 1436, año en que Sibilí recibe 16.005 besantes y 5 dirham, bajo forma de dinero al contado o de permuta con otras mercancías, como paños o partidas de queso. El mes de mayo del año siguiente se registra el saldo de dicha cuenta y, aunque no queda claramente especificado que se trate del lote de frutos secos estipulado, la función que ejerce y en calidad de la cual se ha abierto la cuenta, dejan bien a las claras la naturaleza del intercambio.

No conocemos ningún intermediario reconocido oficialmente como tal o incluido en este grupo de colaboradores que actúe como receptor de azúcares. Las pautas de actuación con respecto a este artículo, sin embargo, parecen ser las mismas que se identifican para los frutos secos. De hecho, aunque no viene designado como tal, conocemos al mercader o mejor dicho a la sociedad mercantil que ejerce dichas funciones en la costa granadina en 1436. Se trata de los judíos Aym Aben Xiec y su

⁴⁴ En 1404 el rey D. João I concede al mercader genovés Miçer Joan de Palma terrenos en la localidad de Quarteira (Algarbe) para el plantío de cañas, a lo que se añaden algo más tarde nuevas concesiones a la misma familia, esta vez en Loulé. Archivo Nacional Torre do Tombo, Chancillería D. João, liv. II, fol. 200. A.N.T.T., Chanc. D. João I, liv. III, fol. 111 r.

⁴⁵ El negocio azucarero siciliano será impulsado definitivamente a partir del siglo XV gracias al apoyo del gran capital mercantil y financiero. HEERS, Jacques: *Un monde méditerranéen. Économie et société en Sicile, 1300-1450*. Roma, 1986, p. 248.

⁴⁶ El primer trapiche que tenemos documentado data de 1418 y surge a partir de la iniciativa conjunta del rey, el cambiador Francesch Siurana, el mercader Johan Bayona y el maestro azucarero Nicolau de Santafé. Archivo de la Corona de Aragón, Cancillería 2412, fol. 120 v.

⁴⁷ Sabemos de la adquisición de azúcar granadina en los mismos puertos nazaríes a manos de mercaderes de otras nacionalidades, como venecianos o florentinos, catalanes e incluso genoveses ajenos a esta sociedad de explotación. Adela FÁBREGAS GARCÍA: «Vías de acceso del azúcar del reino de Granada...», p. 34.

⁴⁸ A. D.-G., S., man. 1839, fols. 89 v., 128 v., 161 v., 168 v.

socio Maimon Coín, que organizan la recepción de azúcares y la entrega de los mismos a la *Ratio Fructe*⁴⁹. En este caso también se cumple la constancia o fidelidad, que funciona tanto en los contactos institucionalizados con la Sociedad como en otro tipo de colaboraciones. La cooperación con esta sociedad mercantil se retrotrae al menos hasta 1430, fecha en que se recogen varios testimonios que nos permiten confirmar la práctica de la permuta también en este negocio de aprovisionamiento del azúcar. En concreto se trata del intercambio de 136 arrobas de azúcar de pote por cuatro piezas de paños largos de Londres⁵⁰.

En cuanto a la seda, ya hemos dicho que es muy demandada en estos momentos en calidad de materia prima por los principales centros textiles europeos, de nuevo nos encontramos con variadas fórmulas de aprovisionamiento, que en algunos casos denotan la inadecuación de la oferta a la demanda y por tanto la animada competencia que surge a la hora de adquirir los mayores volúmenes de producción posibles. Así, por ejemplo, los mercaderes toscanos tienden a acudir a un centro de redistribución externo al reino granadino, como Valencia, para hacer acopio de esta materia prima. Por su parte la conocida fórmula de permuta que los genoveses aplican de manera reiterada al negocio sedero, puede contener no sólo un intento de reducir los costes de la transacción. El intercambio de paños de diversa procedencia, principalmente inglesa y valenciana, por seda en Granada, se gestiona en las alcaicerías, hacia donde se deriva por motivos de control fiscal. Queda claro en el caso de nuestro mercader Spinola su recurso mayoritario a la alcaicería granadina, aunque no deja de realizar compras en los otros grandes centros de Málaga y Almería. Y aún más, mantiene contactos y gestiones con mercaderes locales procedentes de otras zonas productoras de gran relieve como la Alpujarra y Almuñécar, donde la transacción tiene lugar en una alhóndiga. A través de operaciones de este tipo se obtiene la no desdeñable posibilidad de entrar en contacto con los proveedores de seda, mercaderes locales, que resultan ser pequeños y medios comerciantes de paños activos en la red local de mercados regionales que cubren el territorio nazarí y que, en última instancia, actuarán de interlocutores directos entre el mercader extranjero y el productor de seda granadino.

En todo caso se trata siempre y en todos los grupos mercantiles de fórmulas de aprovisionamiento, que no de producción o participación en la misma. Incluso cuando conocemos intentos de monopolización por parte de algún colectivo, como el famoso monopolio de la seda obtenido por mercaderes catalano-aragoneses en 1417, éste es única y exclusivamente referido a su exportación⁵¹.

Así pues, podemos avanzar que los caracteres de la intervención de la comunidad mercantil genovesa, afectan mucho más al control monopolístico de los mecanismos de acceso de estos artículos al mercado europeo, del que ya hemos hablado, que a una influencia directa en la transformación de sus estructuras productivas mediante su participación en las mismas. Evidentemente la simple demanda por parte de un mercado mucho más extenso, resulta ser un estímulo fundamental para unos productores liderados por el propio Estado nazarí. Y en este sentido, la posibilidad de condicionamiento y reorientación en su propio beneficio de la actividad productiva de un sector de estos territorios, aunque sea restringido, constituye una importante novedad.

-Esta afirmación conduce inevitablemente a la siguiente cuestión, que es la de dilucidar

⁴⁹ A. D.-G., S., man. 1839, fol. 13.

⁵⁰ A.S.G., Notai Antichi, Branca Bagnara, 510, fols. 283 r. y 286 r. La operación la protagoniza un miembro de la familia Spinola, Vinciguera, en Málaga, con nuestro judío Aym A. Xiec, en Almuñécar.

⁵¹ Blanca GARI y Roser SALICRÚ: «Las ciudades del triángulo: Granada, Málaga, Almería...», p. 209.

quiénes son los interlocutores y colaboradores de estos grupos mercantiles en territorio nazarí para asegurarse estos aprovisionamientos.

Su implicación en la realidad local se realiza a varios niveles que abarcan todo el espectro social y económico del reino. Así, los encontramos vinculados directamente a los círculos de poder, llegando, como veremos más adelante, a tratar incluso con la Corona y su entorno más inmediato. Estos contactos se realizan a través de sociedades de gestión del peso de la tantas veces citada *Ratio Fructe*, o a nivel individual, sea en relaciones directas entre los más altos representantes de estos grupos, caso de nuestro Francesco Spinola, o de sus colaboradores más directos, Francesco Vivaldi, conocido colaborador, socio del Spinola y contacto del mismo con personajes de la talla del mismo rey, el alcaide de Málaga o alfaquies⁵².

Francesco Spinola q. Pietri es en los momentos de su presencia en Granada, uno de los miembros más relevantes de los intereses y actividades de la comunidad genovesa en la zona. Su presencia a la cabeza de los listados de damnificados en las querellas de 1452⁵³, es índice de ello. Sabemos, además, que en sus años de mayor esplendor, está en contacto directo con la Corona nazarí, para la que efectúa servicios financieros y mercantiles propiamente dichos. Concede créditos al rey, convirtiéndose en el primer mercader genovés asiduo a una práctica constatada en otros estados y en momentos algo posteriores, y sabemos de su tarea como intermediario mercantil del rey granadino, en cuyo nombre efectúa cargamentos con objetos y destinos diversos. Gracias a su mediación, la Corona nazarí tiene la posibilidad de acceder directamente a la plataforma mercantil europea.

Por otro lado su contabilidad muestra una red de socios y colaboradores, pertenecientes a la misma sociedad familiar o extraños a la misma, que lo sitúan entre la élite de los negocios granadinos y europeos.

En primer lugar cabe destacar su relación directa con interlocutores indígenas. Es el caso de un tal Said Soraichi, dedicado exclusivamente al trato con seda en la Alcaicería de Granada, y que pone en contacto a nuestro Spinola con otros proveedores de sedas, como Macomet Aben Carabos, Macomet Mero, Aborcacim Elbognoli, Macomet Aben Alag y Macomet Aben Mondir. O la sociedad constituída por los judíos Maimon Coin y Aym Aben Xiec, mercaderes de Almuñécar de paños al por mayor, tal y como muestra la contabilidad de Agostino Spinola q. Johanis, que ejercen de intermediarios financieros entre otros colegas locales y los genoveses, y protagonizan operaciones de intercambio de paños por azúcar o por seda.

Agentes como Franco de Vivaldi son valiosos y versátiles, ya que se encargan de controlar y asegurar los contactos con miembros tan relevantes como los antes citados y de hacerlo también con los sectores mercantiles y corredores de negocios nazaríes, presentes en las múltiples operaciones de adquisición de sedas que él mismo gestiona en las alcaicerías del reino.

Por su parte miembros más humildes de la familia como Agostino Spinola quondam Johanis o Brancaleone Spinola, se ocupan de mantener los contactos entre el vértice de la comunidad genovesa, representado en este caso por nuestro hombre, y la base mercantil local.

Agostino Spinola q. Johanis. Su caso, ya estudiado con algo más de detalle, nos permite identificar a uno de los protagonistas del estadio último de imbricación en la base productiva y mercantil del reino. A través de una gestión técnicamente autónoma, ejecuta una imprescindible labor de intermediario entre los altos estamentos de la

⁵² A. D.-G., S., man. 1839, fols. CXXXVIII, CLXXI, CLXXVII, CLXXXV.

⁵³ AIRALDI, Gabriella (a cura di): *Genova e Spagna nel secolo XV. Il liber damnificatorum in regno Granate (1452)*. Genova, 1966.

sociedad familiar a la que pertenece y los segmentos medios y bajos de la población local. La contabilidad de un personaje como éste, ciertamente humilde dentro del gran sistema societario, presenta, sin embargo, una rica red de relaciones con el substrato mercantil indígena. Concretamente aparecen hasta 75 hombres de negocios nazaríes, tanto judíos como musulmanes. Respecto a los primeros podemos decir que representan una minoría como grupo de individuos, no así como factor financiero. En cuanto a los segundos, suelen protagonizar movimientos de menor entidad. Se identifican como pequeños comerciantes o artesanos.

Su penetración en la estructura comercial nazarí operada a través de estos interlocutores, acude a todas las fórmulas e instrumentos comerciales que tienen a su disposición en estos momentos y que resultan estar a la vanguardia del panorama internacional de los negocios.

Por supuesto no se limitan a una actividad desarrollada en el marco de la sociedad familiar, aunque hemos de decir que sí aparece en todo momento en estricta sintonía con los intereses de la misma. La gestión concreta de cada negocio parece recurrir a fórmulas de inversión como la comenda⁵⁴, si bien ésta puede aparecer también bajo una fórmula más desarrollada y tendente, por lo general, hacia una mayor estabilidad, con la participación de un socio capitalista, aportando el resto su capacidad operativa a través de sus contactos y extrema movilidad⁵⁵.

En cuanto a las fórmulas de intercambio, se recurre a un amplio espectro de las mismas, desde los pagos en efectivo, operaciones a crédito, y también aquéllas que combinan pagos al contado y créditos a término. Por último, aparecen operaciones de permuta (*baratta*). La permuta resulta una práctica no sólo muy recurrida, sino de gran interés por cuanto que parece ser una fórmula más que eficaz de garantizar el aprovisionamiento de otros artículos tan valorados como la seda y el azúcar. En este sentido el abastecimiento de paños al por mayor o en lotes más reducidos, que ocupa gran parte de la actividad y de las transacciones realizadas por nuestros mercaderes, ve multiplicar su margen discreto de ganancia al convertirse en la excusa u ocasión de obtener beneficios mucho más importantes. No olvidemos que una gran parte de los mercaderes locales con quienes se mantienen contactos aparecen como negociantes de paños, en cuya compra se muestran muy activos e interesados.

No participan en esta producción y en muchos casos no tendrían contactos directos con los productores, a no ser que estos sean identificados dentro de uno de los grupos arriba citados con los que mantienen relaciones. Y esto nos lleva hasta el último punto que tenemos intención de esbozar en este trabajo.

-Ya hemos comentado que la relación con el poder de algunos de estos comerciantes es evidente, no sólo como beneficiarios de un trato de favor, sino como colaboradores, interlocutores e incluso agentes comerciales. A través de ellos identificamos en los círculos de poder a los únicos elementos nazaríes activos en el panorama mercantil exterior.

Sabemos, pues, que resultan ser los únicos actores comerciales. ¿Tienen estos peso productivo? En el caso de la Corona parece ser que sí y queda por dilucidar el caso de

⁵⁴ Constatada en su fórmula más clásica en operaciones específicas llevadas a cabo con Agostino Spinola o en otros negocios concretos como la compra de lotes de pieles o de paños. A modo de ejemplo citamos algunos casos. A D-G., S, man. 1842, XXXVI v., XXXX v., XXXXI v., XXXXIII v., XXXXVII v.

⁵⁵ En concreto Francesco Spinola ofrece varios ejemplos de este tipo de sociedad comanditaria activa en Granada, con socios como Bartolomeo y Bandinelo Sauli, para Nicolò de Fornario y Franco de Vivaldi, en una de ellas, o Luca Centurione, Enrico Pinelo y Pietro Spinola q. Zacaria en otra estipulada en el mismo reino en 1451.

otros mercaderes que podrían participar en áreas muy restringidas y particularmente penetradas por el comercio. Las propiedades que compra en 1492 Francisco de Madrid⁵⁶ muestran a los antiguos dueños de algunas aduanas localizadas en Motril. Una de ellas, la mayor, se dice que era propiedad del alfaquí Basti, contaba además con un fadín de tres marjales de cañas y con una enorme extensión de seiscientos marjales de la que no se especifica su dedicación. Una segunda pertenecía a la reina Horra, que, recordemos, era propietaria también de los derechos de explotación de las salinas localizadas en Motril y que parece mantener en régimen de monopolio, con un control que llega incluso a la comercialización de la sal, efectuada, al parecer, en tiendas de su propiedad. Por otro lado, trabajos recientes de otros autores⁵⁷ coinciden en subrayar la necesidad de abordar este punto de manera mucho más detenida. En este sentido se apunta la necesidad de tener en cuenta las posibilidades de aprovechamiento comercial de territorios como el secano e incluso de áreas de regadío como algunas zonas de la vega granadina, o de la vega de Salobreña, posiblemente asumidas como parte del patrimonio real nazarí a través de mecanismos legales de apropiación de tierras como la vivificación, sin que ello suponga una interferencia decisiva y perjudicial en la dinámica productiva interna.

⁵⁶ A.H.N., Diversos (Títulos y Familias), leg. 1794.

⁵⁷ Antonio MALPICA CUELLO: «Sobre el mundo agrícola nazarí. La alquería de Escóznar en el siglo XIV», en *Poder y sociedad en la Baja Edad Media hispánica. Estudios en homenaje al profesor Luis Vicente Díaz Martín*. Valladolid, 2002, pp. 1007-1024. José Enrique LÓPEZ DE COCA CASTAÑER: «Granada y la ruta de poniente: el tráfico de frutos secos (siglos XIV-XV)», en Antonio MALPICA CUELLO (ed.): *Navegación marítima...*, pp. 149-177.