

**MIRADAS AL COMERCIO
DESDE LA HISTORIA DEL
ARTE. EL MERCADO, ESPACIO
DE RELACIÓN SOCIAL Y
ECONÓMICA**

**Facultad de Comercio y Turismo
Universidad Complutense de Madrid
Madrid, 2022**

**Herbert González Zyma
Ana Valtierra Lacalle
(eds.)**



UNIVERSIDAD
COMPLUTENSE
MADRID

HISTORIA DEL ARTE
UNIVERSIDAD COMPLUTENSE DE MADRID

Publicación de la Facultad de Comercio y Turismo hecha con motivo de la efeméride del 50 aniversario de la adscripción de los estudios de Comercio a la Universidad Complutense de Madrid.

Facultad de Comercio y Turismo
Universidad Complutense de Madrid
Avenida de las Islas Filipinas, nº 3
28003, Madrid
comercioyturismo.ucm.es

Copyright de los textos, los autores.
Copyright de la presente edición, Facultad de Comercio y Turismo.

ISBN: 978-84-09-39504-0

Depósito legal: M-9808-2022

Portada: Logotipo 50 Aniversario
Facultad de Comercio y Turismo
Diseño de *Simone Tripaldi- ArtÉnos*

Maquetación: *Simone Tripaldi*

Editores: Herbert González Zyma y Ana Valtierra Lacalle

Impresión: Imprenta Taravilla SL. Mesón de Paños 6, 28013, Madrid.

Impreso en España Unión Europea.

ÍNDICE

Dr^a María Francisca Blasco López

Prólogo: Desafíos futuros ante los 50 años de la adscripción de la Facultad de Comercio y Turismo a la Universidad Complutense de Madrid.....7

Dr. Herbert González Zymla y Dr^a Ana Valtierra Lacalle

Prólogo de los editores.....11

Dr. Herbert González Zymla

Los estudios en Comercio en España y la relevancia de la Facultad de Comercio y Turismo de la Universidad Complutense de Madrid.....15

Dr^a Ana Valtierra Lacalle

El ágora de la antigua Atenas como mercado: imágenes y estructuras arquitectónicas para un comercio interterritorial.....21

Dr. José Carlos Sáenz Preciado

El macellum y las tabernae: tipos arquitectónicos y evidencias arqueológicas.....41

Dr. Jesús Salas Álvarez

Commercium et negotium en el mundo romano: los casos de Portus/Ostia Antica y Pompeya.....63

Dr^a Marisa Bueno Sánchez y Dr. Herbert González Zymla

Zocos, caravasares, alcaicerías y mercados globalizados en el mundo islámico.....83

Dr. José Arturo Salgado Pantoja

Los usos profanos del atrio parroquial en la extremadura castellana: mercados, juegos y espacios de relación socioeconómica125

Dr. Iban Redondo Parés

Ferias y comercio internacional de arte en Castilla en la Baja Edad Media.....143

Rubén de Diego Pérez

Mercados globalizados y el inicio del proyecto de la modernidad: Sevilla, México y Manila.....155

Dr^a Ana Rosado Cubero

De las ferias medievales a la globalización: ventajas e inconvenientes.....165

Claudia Carbonari García

Anticuarios: La compraventa de antigüedades entre los siglos XIX y XX.....177

Dr^a Laura Luceño Casals

Origen e historia de la Boutique.....187

Dr. Víctor J. Martín Cerdeño

Del comercio tradicional a la Omnicanalidad. Un nuevo escenario para una vieja costumbre.....199

Dr. Pablo Campos Calvo-Sotelo

Espacio identitario versus no-lugar. Arquitectura, arraigo e interacción humana.....221

Dr^a Mercedes Rodríguez Sánchez

Del e-commerce al social commerce: ágoras y mercados líquidos.....239

ZOCOS, CARAVASARES, ALCAICERÍAS Y MERCADOS GLOBALIZADOS EN EL MUNDO ISLÁMICO

Dr^a Marisa Bueno Sánchez

Departamento de Historia de América y Medieval y Ciencias
Historiográficas de la Universidad Complutense de Madrid
mabusa@ucm.es

Dr. Herbert González Zymla

Departamento de Historia del Arte
Universidad Complutense de Madrid
hgonzale@ucm.es

Resumen: El imaginario colectivo de la humanidad ha consagrado tres ideas básicas sobre la civilización islámica y su relación con el comercio: La primera afirma que la visión positiva del comercio en el mundo islámico se debe a que el profeta Mahoma había sido mercader. La segunda establece que una de las claves culturales del islam fue haber surgido en un contexto socio económico nómada y pastoril, que se transformó en urbano y mercantil. En tercer lugar, se afirma que el mundo musulmán estuvo formado por un conglomerado de pueblos extraordinariamente diversos que, al compartir una misma religión y establecer rutas caravaneras comerciales y religiosas estables, acabó conformando uno de los primeros espacios comerciales globalizados de la Historia. El presente artículo tiene por objeto analizar desde la perspectiva de la Historia del Arte y la cultura material el impacto que el comercio tuvo en las producciones artísticas musulmanas, algunas tan singulares como el zoco, el bazar, el caravasar, la alcaicería y la alhóndiga.

Palabras clave: Mahoma, islam, zoco, bazar, mercado, caravasar, alcaicería.

Souks, caravanserais, alcaicerías and globalized markets in the Islamic world

Abstract: *The collective imaginary of humanity has enshrined three basic ideas about Islamic civilization and its relationship with commerce: The first affirms that the positive vision of trade in the Islamic world is because the Prophet Muhammad had been a merchant. The second establishes that one of the cultural keys of Islam culture was to have appeared in a nomadic and shepherding socio-economic context that became urban and commercial. Third, it is stated that the Muslim world was made up of a conglomeration of extraordinarily diverse and heterogeneous peoples who, by sharing the same religion and establishing stable commercial and religious caravan routes, ended up forming one of the first globalized commercial spaces in History. This article tries to analyze from the perspective of the Arts History and Material Culture the impact that trade had on Muslim artistic productions, some as unique as the souk, the bazaar, the caravanserai, the alcaicería and the alhondiga.*

Keywords: *Muhammad, islam, souk, bazaar, market, caravanserai, alcaicería.*

La importancia del comercio en el mundo musulmán está al margen de cualquier consideración que se haga desde el ámbito académico. El imaginario colectivo ha consagrado una imagen de la civilización y cultura material musulmanas asentada sobre un doble pilar: el nomadismo y la vida urbana. El nexo entre estos dos conceptos, contradictorios entre sí, casi antitéticos, ha sido el comercio y el viaje de peregrinación a los lugares sagrados de La Meca, Medina y Jerusalén. A la hora de definir la civilización islámica Oleg Grabar estableció en tres principios básicos: unidad frente a diversidad, tradición frente a renovación, tradición étnica y tradición geográfica¹²⁷.

Con estos presupuestos la actividad comercial en el mundo islámico ha tenido y tiene una especial importancia, no solo por las formas de vida de las sociedades nómadas preislámicas que marcaron las rutas caravaneras, sino por la especial transformación que supone el islam en unas sociedades cuyas actividades económicas quedaron marcadas por la sharía tras la Hégira. En este sentido, la economía islámica se fundamenta en el Corán, la sunna y los hadices, como cualquier otro aspecto del islam y en ellos hemos de encontrar datos fundamentales sobre los paradigmas comerciales del mundo musulmán.

Frederic van der Meer, en su *Atlas de la Civilización Occidental*, considera que, entre los siglos VIII y X se dio una situación peculiar y aparentemente contradictoria, en la que, frente a una sociedad nómada y de tradiciones culturales rudimentarias, propia de los habitantes del desierto, apareció con potencia una civilización urbana, cuyo poder mercantil y globalizador puso en contacto oriente y occidente. Los grandes centros del islam fueron las ciudades de Damasco, Al Fustat (El Cairo), Samarra, Bagdad y Córdoba¹²⁸.

El comercio es parte de un sistema económico ancestral que permite la creación de estructuras de intercambio que, en la sociedad islámica, están marcadas por sólidos valores éticos. Los productores necesitan lugares donde exponer y vender la mercancía, lo que determina el origen de las ferias, los zocos y los bazares. Las rutas comerciales a larga distancia deben estar provistas de postas y albergues para los comerciantes y los animales de las caravanas, camellos, caballos, asnos, etc. Durante muchos siglos los caravasares fueron la solución para el problema que suponía organizar este tipo de comercio. Muchos de ellos funcionaron como pequeños centros de intercambio y dieron lugar a importantes ciudades, como Samarkanda. Aunque existen distinciones administrativas, religiosas y lingüísticas a lo largo de los antiguos puertos y antiguas rutas terrestres, las ciudades de Asia Central han desarrollado una forma tradicional de mercado y un diseño arquitectónico que ha perdurado en el centro de algunas de ellas y aún pueden ser analizados por los historiadores del arte y los especialistas en urbanismo. Ese será el objeto del presente artículo: dar una visión de conjunto sobre los zocos y mercados del mundo musulmán y su importancia en la Historia del Arte y el Urbanismo.

¹²⁷ GRABAR, 1990: 13-28.

¹²⁸ MEER, 1952.

La importancia del Comercio en la Arabia preislámica: Las ferias

El mundo islámico ha tenido siempre una visión muy positiva del hecho de comerciar, lo que se debe, sin duda, a que el propio profeta, Mahoma, antes de recibir la revelación, fue mercader. Mahoma nació en la Meca, en el año 570. Fue el hijo póstumo de un comerciante, miembro de la familia de los Quraysh, dentro del clan familiar de los Hachemíes, que eran los que se encargaban de la protección del santuario de la Kaaba, su custodia, limpieza, apertura y cierre, ubicado en el supuesto lugar donde la tradición fijaba el sacrificio de Isaac por Abraham y el abandono de Ismael y Agar, supuesto bíblico origen genealógico de los árabes¹²⁹. Contaba 12 años cuando se enroló por primera vez en la caravana de su tío, tomando a su cargo el cuidado de los camellos, por lo que conoció de primera mano las rutas caravaneras que atravesaban el desierto y tuvo contacto con nestorianos bizantinos, asimilando su pensamiento religioso y algunos rasgos esenciales del monoteísmo. Su pertenencia a la familia Quraysí le daba un buen posicionamiento socioeconómico, lo que le permitió contraer matrimonio con una viuda rica, Hadiya, para la que había trabajado guiando las caravanas hacia Siria. La ruta de las caravanas en la Península Arábiga preislámica estaba muy desarrollada; por un lado, la existencia de ciertos puertos que centralizaban la llegada de productos desde oriente, como el puerto de Moudza, en la entrada del Mar Rojo¹³⁰, por otro lado, la existencia de las ferias de carácter regional, *aswāq*, no permanentes y realizadas en distintas ciudades fundamentalmente durante los meses sagrados. La obra de Saīd al-Afghanī, analiza el carácter de estos mercados estacionales previos a la instauración del islam. Uno de los más conocidos es el Sūq ‘Ukāz, un mercado estacional que operaba durante dos semanas cada año durante el mes de Dhu al-Qadah (noviembre-diciembre), activo entre el 542 y el 726 en un punto estratégico de la Ruta de las Especias. Su proximidad al monte Arafat y a La Meca lo convirtieron en un importante mercado estacional donde se reunían los árabes preislámicos para establecer acuerdos tribales, resolver disputas, emitir juicios sobre litigios comerciales y realizar intercambios económicos. La importancia del lugar decayó tras el surgimiento del islam, en concreto este lugar fue saqueado y destruido por los jariyíes hacía el 726. Otra feria muy conocida era la de al-Sīrh, celebrada en la falda del monte del Profeta Hūd, encontrándose bajo la protección sagrada de la Meca.

Si bien diversos estudios establecen la existencia de unas 20 ferias que se celebraban con carácter cíclico durante los meses sagrados, el estudioso árabe establece también la existencia de circuitos de carácter cíclico en los mercados. Conviene advertir que no todas las informaciones relativas al funcionamiento de estas ferias son homogéneas. Abu Ali al-Marzūqī (m.1030), explica un cierto carácter restrictivo de las ferias al decir:

¹²⁹ MANDEL, 2002.

¹³⁰ CHALMETA, 1953: 40

“Los habitantes de la comarca de una feria no iban a ningún otro lado, excepto si se comprometían a comprarles al mismo precio que solían comprar sus compatriotas...los nobles regionales asistían a las ferias de sus comarcas, en cambio acudían a Uzkaż de todas partes”¹³¹.

En cualquier caso, con independencia del grado de movilidad, las ferias funcionaron en el mundo preislámico y prueba de ello son los límites de la influencia político-religiosa de La Meca. Las tribus exigían a los quraisíes una tasa de protección por tránsito¹³², ya que el espacio circundante de la Meca era sagrado¹³³ y así se establece en los hadices (recomendaciones y dichos del profeta recogidos por sus primeros acompañantes), donde se recoge que la Meca fue un espacio sagrado desde su creación, debiendo permanecer sagrado hasta el día de la Resurrección.

Los desplazamientos podían realizarse libremente, pero era necesario buscar una escolta material o simbólica, lo que se denomina una *ināya*, es decir, un cortejo de varios miembros de la tribu protectora, o mediante un objeto simbólico que representa al protector. Los intercambios comerciales que se producían en el mundo en el que nació y se educó Mahoma estaban altamente ritualizados y existían códigos en las diferentes ferias para cerrar los tratos. En realidad, en cada feria existía disparidad de usos comerciales.

Es posible que en estos primeros momentos el precio de los productos no estuviese tasado, y que el intercambio de productos entre los nómadas se hiciese sobre la base de equivalencias tradicionales según los propios usos de cada tribu¹³⁴. La rapidez de la expansión del islam y la falta de tradiciones culturales sedentarias propias de la Arabia preislámica obligó al primer islam a adaptarse a las culturas preexistentes de los lugares que conquistaba, en un ejercicio de eclecticismo muy pragmático. En opinión de Chueca Goitia:

“El islam no crea, pues, elementos culturales nuevos, ni formas artísticas propias. Todo lo asimila y lo adapta porque lo que sí es el islam es una nueva concepción de la vida, impuesta por una religión rigorista y poco flexible y por una teocracia”¹³⁵.

La opinión de Chueca Goitia, en cuanto a la capacidad de innovación del islam, ha sido discutida, entre otros, por Oleg Grabar, que analiza el proceso de formación del arte islámico de modo diacrónico con el objetivo de encontrar las mutaciones que hacen de la incorporación de elementos artísticos de otras culturas al islam en formación un arte diferenciado con características propias¹³⁶. Si bien en un principio las tribus mequíes convertidas al islam usaron las rutas y las ferias preexistentes, las dotaron de una nueva naturaleza derivada de la doctrina revelada por el Profeta.

¹³¹ AL MARZUQUI, 1914, II: 164, 166, CHALMETA, 1973: 50.

¹³² SERJEANT, 1997: 167-184.

¹³³ EI AWASI, 2017: 24-47.

¹³⁴ CHALMETA, 1973: 58.

¹³⁵ CHUECA GOITIA, 1995: 66.

¹³⁶ GRABAR, 1973: 292-293.

de un contrato escrito por un escribano con testigos, de modo que se minimicen los malentendidos y sea fácil invocar la justicia si fuera necesario¹⁴⁰.

Las dos restricciones más importantes que se introducen en las prácticas comerciales del islam son dos: por un lado, se establece la diferencia entre el intercambio ético, que era permitido, y la usura, que estaba prohibida¹⁴¹. También se advierte contra el materialismo y la acumulación de propiedades, incluida la posesión de bienes muebles e inmuebles, debiendo siempre primar las obligaciones de la comunidad y las obligaciones religiosas sobre los intereses de la propia familia o el clan¹⁴².

Así mismo, basado en el Corán y en los hadices, hubo múltiples regulaciones detalladas en los bazares y zocos. Por ejemplo, no hay limitaciones comerciales para los no musulmanes en los bazares, lo que importa es que las transacciones se hagan con justicia en cada negocio. También, asociadas al comercio, se desarrollan una serie de regulaciones que tratan de buscar el equilibrio entre la sociedad, instituyéndose el *waqf*, donación perpetua de un particular a una obra pública, mezquita, baños¹⁴³; el *nathr*, promesas que conllevan la entrega de una cantidad de dinero a alguna institución; el *zakāt*, la obligación de dar limosna a instituciones encargadas de su reparto entre los más necesitados. Todas estas fórmulas legales buscaban un cierto equilibrio social en el reparto de la riqueza. Los hadices ponen de manifiesto la existencia de prácticas comerciales articuladas en los zocos organizados, posiblemente herederas de la época preislámica, pero con nuevas prescripciones éticas y morales a la hora de realizar las transacciones.

En relación con la regulación del mercado, Al Boukhāri, (810 – 870) uno de los compiladores de las tradiciones y dichos del Profeta, dedica un capítulo completo a la regulación de las transacciones del mercado, y pone en evidencia una de las restricciones impuestas por el Corán: la necesidad de cumplir, por encima de cualquier otro interés, las obligaciones religiosas. Los comerciantes debían ser conscientes que nada podría distraerles de la llamada de Dios ni separarles de la oración. Se cuenta un caso citado por Qātada, en el que narra cómo los compañeros del Profeta hacían diversos negocios, pero cuando tenían que cumplir sus obligaciones religiosas nada les distraía de la llamada de Dios¹⁴⁴. Se exalta de esta manera la imagen del comerciante piadoso, para el que las normas religiosas estaban por encima de sus negocios. Esa misma imagen del comerciante honrado y piadoso se observa a la hora de fijar los precios de los productos impidiendo que se jurase en vano para obtener beneficios. Un caso de esta naturaleza es recogido por ‘Abd Allāh b. Abu Awfā, que relata como estando en el mercado, un hombre mostró su mercancía y comenzó a jurar que él había pagado un precio superior al que le daban, y en ese caso, con el objetivo de engañar a

¹⁴⁰ CORÁN, 2:82.

¹⁴¹ CORÁN, 2:275; 3: 130, Ersilia, 2002: 191-203.

¹⁴² CORÁN, 9:24.

¹⁴³ MICHAUD, 1996: 999-1001; DEGUILHEM, 2008: 923-950.

¹⁴⁴ AL BOUHARI, 2003: III, R11.110.

Los antiguos edificios que jalonaban la Ruta Real Persa crecieron en época islámica, distribuyéndose las distintas estancias del caravasar en torno a una plaza fortificada, dando protección y seguridad a quienes allí pernoctasen. Entre sus estancias, el edificio incluía: la posta de los caballos, el almacén, el establo y las habitaciones para los mercaderes. Se esparcen de este a oeste por todo el Medio Oriente. Los caravasares constituyen un aspecto central de las redes comerciales del periodo medieval y la temprana edad moderna en la zona de Asia Central. Constituyen estructuras realizadas y promovidas por los califas para fomentar los intercambios a larga distancia, y por los poderes locales para crear redes de hospitalidad¹⁶⁸. Así mismo el legado más importante de estos caravasares fue su papel como centros de interacción de culturas a lo largo de la Ruta de la Seda. No sólo facilitaron el intercambio de mercancías, sino que fueron en sí mismos centros de intercambio de experiencias, conocimientos y creencias. Los comerciantes debían aprender diferentes idiomas para poder comunicarse en estos centros, así como conocer las normas de etiqueta de otras culturas. Fueron, por tanto, parte de una red intercultural de comercio, que se convirtió en una verdadera red de transmisión del conocimiento.

Desde un punto de vista estrictamente histórico artístico, los caravasares eran edificios funcionales, cuya forma se adapta a la necesidad de dar albergue, reposo y alimentos a los mercaderes y a sus ganados, con garantías de seguridad para ellos y para sus mercancías. Normalmente se ajustan a planta rectangular o cuadrada, aunque excepcionalmente también los hay de planta circular, con una potente muralla, jalonada de torreones, una única puerta con suficiente anchura como para que por ella pasaran los camellos, un patio interior abierto, en cuyo centro estaba situada la fuente para dar agua a la caravana, un oratorio de pequeño tamaño y, alrededor del patio, una serie de nichos separados con muros, a menudo abovedados, dentro de los cuales se emplazaban los establos y las cámaras para los mercaderes y sus mercancías. Los refinamientos decorativos, en caso de haberlos, se concentran en la puerta de acceso, adornada con mocárabes, o en la mezquita en torno al mihrab. Los caravasares más lujosos disponían de letrina e incluso de sala de baños o *hamman*. Además, contaban con una suerte de granero y pajar donde guardar grano y forraje para las bestias. A menudo, los mercaderes cambiaban una parte de los productos que llevaban por los bienes y servicios que necesitaban para continuar su viaje (agua, alojamiento, comida para las bestias, etc.)¹⁶⁹. Estas construcciones pueden considerarse los auténticos nodos de la primera red globalizada del comercio terrestre.

El ejemplo más importante de caravasar selyúcida, acaso el más conocido y citado, está en Agzikarahan. Tiene un tamaño, 1480 m² y es por sí solo un testimonio elocuente de su importancia al centralizar el comercio de Capadocia. Su potente muralla está protegida con 13 torres y tenía una sola puerta de acceso. Gracias a los epígrafes de la puerta principal, enriquecida con mocárabes y relieves desarrollando

¹⁶⁸ O'GHORMAN, 2007: 17-33.

¹⁶⁹ SCHUTYSE, 2012: 20-23.

estrellas, nos consta que fue construido entre 1231 y 1237, durante los gobiernos de los sultanes Aladín Leyrubad I y Giyasedin Keyhúsrev II, y que la obra fue financiada por un mercader llamado Hoca Mesud bin Abdullah. Se organiza en torno a un gran patio, en cuyo centro, sobreelevada en altura sobre cuatro pilares que soportan una bóveda de arista, se sitúa un pequeño oratorio de planta cuadrada, al que se accede por medio de una doble escalinata. Alrededor del patio están las dependencias donde pernoctaban las bestias y, al fondo, organizado en planta basilical de cinco naves, cubiertas con bóvedas de cañón apuntado y cúpula en el centro, el área destinada a alojar a los mercaderes.

En el actual Irán existen un gran número de caravasares, muchos datan de la época persa, que sufrieron transformaciones que han alterado su aspecto. Entre otros, el caravasar de Kalmard, en el este de Irán, con un patio central rodeado por una muralla en la que se abren puertas. Algunos caravasares poseen torres redondas, como sucede en el caravasar de Zeinodin. Se trata de un edificio construido en el siglo XVI, cerca de la ciudad de Yazd, en Irán. Se trata de uno de los 999 alberges construidos en época de Abas I el Grande con el objetivo de restituir los alojamientos de los comerciantes de la ruta de la Seda. Se situaban en lugares estratégicos, como el caravasar de Khajenazar, en Irán, cerca de las montañas que circundan el río Aras, y entre las ciudades de Jolfa y Culfa. Sus dependencias se disponen en torno a una plaza cuadrangular a las que se abren las diferentes arcadas y ha sido restaurado recientemente¹⁷⁰. En otros casos, los caravasares se sitúan en pasos estratégicos de montaña, como sucede en el caravasar de Tach Rabat. El término Rabat es utilizado en Asia Central para denominar a los caravasares. Fue construido en el siglo XV a 3500 metros de altitud, en la cadena montañosa de Tian Shan, las Montañas Celestes, en la vía que une Kirghizistan con China a través del collado de Torougar. Su emplazamiento se sitúa sobre un antiguo monasterio nestoriano del siglo IX, cuya hospedería fue una posta habitual de mercaderes. Este es uno de los muchos caravasares existentes en Asia Central que han sido sistematizados en un inventario impulsado por la UNESCO, realizado entre 1998 y 2004¹⁷¹.

Las ciudades también ofrecían albergue a los comerciantes, en este sentido uno de los más conocidos y mejor conservados en Turquía es el *Han Koza*, es decir el albergue de los sederos, ya que *koza* significa “capullo de seda”. Fue fundado por el sultán Bayezid II como *waqf*, con el objetivo de financiar su *imaret*, hospedería para pobres, de Estambul. Consta de un patio que mide 45,90 × 37,50 m., rodeado por dos plantas de habitaciones y un establo de un solo nivel, adyacente a la cara oriental. La planta baja del *han* tiene 50 habitaciones. Las salas situadas en las esquinas están cubiertas por bóvedas con paneles y las demás tienen bóvedas de cañón perpendiculares al patio. Frente a las habitaciones hay pórticos, al igual que en los cuatro lados del patio. Estos pórticos, que reposan sobre pilares cuadrados, están

¹⁷⁰ KIANI, 1995: 70.

¹⁷¹ AMANBAEVA, 1998-2004.

construido en el siglo XVIII por el sultán alauita Amin Adiyil, para proporcionar alojamiento y almacén a los mercaderes que llegaban a la ciudad¹⁷⁵.

Las cruzadas permitieron a los reinos de la Europa Occidental monopolizar el comercio desde el Bósforo y Siria, hasta el Estrecho de Gibraltar. La potencia marítima del Imperio bizantino se debilitó y empezaron a tomar el control mercantil las ciudades italianas que así mismo empezaron a proyectar los mercados de productos de lujo orientales en toda la Europa cristiana, estimulando así el interés por el comercio con el mundo islámico¹⁷⁶. Génova y Venecia fueron las principales ciudades italianas que lideraron el comercio con el mundo islámico multiplicando su contacto con los principales puertos del Mediterráneo. Génova en 1186 tenía relaciones comerciales con: Siria, Nápoles, Sicilia, Constantinopla, Ceuta, Magreb, Alejandría, Provenza, Cerdeña y Roma¹⁷⁷. A medida que estas ciudades se fueron haciendo más importantes, se hizo necesaria la construcción de albergues para hospedar a los mercaderes. De esta forma se consolidó la institución del *funduq* en el Mediterráneo medieval¹⁷⁸. De hecho, las repúblicas italianas de Génova y Venecia, tuvieron *fondaci* (sing. *fondaco*), reservados a los mercaderes de diferentes nacionalidades, usados como albergue y depósito de mercancías. Algunos de ellos estaban explícitamente reservados a productos determinados como la seda y las especias. Uno de los más conocidos fue el *fondaco dei Turchi* en Venecia, actual Museo de Ciencias Naturales de Venecia, construido en el siglo XIII y restaurado en 1870, ubicado en el sestierre de Santa Croce y abierto con su monumental fachada al Gran Canal.

Los espacios comerciales en al-Andalus

Con el fin de estudiar mejor las estructuras comerciales en al-Andalus se han elegido tres ciudades relevantes con sus representativos espacios mercantiles: Toledo, Córdoba y Granada, que fueron centros de enorme poder económico y social, de los que se conservan gran cantidad de fuentes escritas y algunas evidencias materiales. En España, si bien muchos de los zocos, alcaicerías y alhónigas tuvieron su desarrollo urbanístico inicial en época islámica, tales espacios, dedicados al comercio, mantuvieron la misma ubicación y uso del suelo después de la conquista cristiana, llegando en algunos casos a nuestros días. Al igual que sucede en Oriente Medio y en el Mediterráneo, existieron en las ciudades andalusíes las mismas estructuras comerciales: zocos, alcaicerías para productos de lujo, mercados en las puertas de las ciudades y espacios de residencia para los comerciantes, como los *funduq* o alhóndigas. Así mismo, en todas las ciudades existen áreas de almacenamiento de productos de diversa naturaleza, los más conocidos son los de espacios destinados al cereal (alhorines y alforins, almodins y almodíes), los de otros productos agrícolas en alhóndigas especializadas (aceite, carbón, etc.), los ganaderos (rafals o rahales, eventualmente albacares), las mercancías en general, en tiendas de zocos

¹⁷⁵ HILLEBRAND, 2004: 240-251.

¹⁷⁶ PIRENNE, 1956: 25-26.

¹⁷⁷ ABULAFIA, 2005: 121.

¹⁷⁸ VALERIAN, 2004: 677-688.

el kermes o falsa púrpura, la bisutería en relación con la joyería, etc. Aunque el origen de las *Leyes suntuarias* debe buscarse en el derecho romano, los musulmanes también establecieron normas relacionadas con el lujo. Es así como surgen las alcaicerías: mercados, dentro del zoco, donde tienen que establecerse aquellos mercaderes y artesanos que ofertan esta clase de productos (orfebres, mercaderes de la seda, trabajadores de eboraria...), de modo que en ese mercado, que está situado dentro del mercado, se desarrollaba un control fiscal más cuidadoso y una vigilancia más atenta, porque lo que allí se vendía era supuestamente más valioso y se grababa su precio con impuestos especiales. La palabra alcaicería, de hecho, deriva del término *al-qaysāriyya*, a su vez procedente del término latino *Caesar*, es decir, lo que allí es vendido fiscalizaba directamente a favor del poder establecido. Es por eso que, a un nivel impositivo, las alcaicerías tenían directa protección de los sultanes, emires o califas y los impuestos especiales que allí se pagaban por esta clase de consumos iban directamente a sus arcas. Las alcaicerías más importantes en Al-Andalus, al principio, comerciaban exclusivamente con seda en bruto, pero, con el tiempo, empezaron a hacerlo con seda ya tejida y con toda clase de textiles y productos como el cuero, el cordobán, la joyería, el azúcar, las especias, el cambio de moneda... Las más famosas alcaicerías hispanas estuvieron en Sevilla, Granada, Toledo (Alcaná) y Calatayud cuya alcaicería aduanera controlaba el comercio entre Aragón y Castilla¹⁷⁹.

Se ha conservado mención en al-Ándalus de una serie de zocos rurales extramuros, en ciudades como Elvas, Lorca, Carmina, Cabra, Morón de la Frontera, Córdoba o Granada, manteniendo su duración hasta época cristiana¹⁸⁰. En el caso de Málaga, el mercado de los jueves, fuera de la muralla, se menciona en un documento de 1493 indicándose que era “*el tradicional mercado de los Sábados*”, lo que hace pensar que su origen fue andalusí, previo a la conquista de Málaga en 1489 por los Reyes Católicos¹⁸¹. Extramuros serían los mercados que dieron nombre a la Puerta del Azogue en Murcia y a la Bāb al-Suwayqa de Écija¹⁸².

En el caso de Toledo, la ciudad se desarrolla en un recinto murado dividido en dos áreas, la medina propiamente dicha y el recinto del Alficén, que debemos interpretarlo como una ciudad palatina dentro de la ciudad. En época visigoda, la mayor parte de los edificios representativos del poder y las instituciones se encontraban en la Vega Baja, en lo que hoy llamaríamos un espacio suburbano, amortizándose iglesias y palacios como espacios productivos periurbanos en época islámica. La ciudad islámica se sitúa en el cerro, bien protegida y aislada por el Tajo que la rodea, estableciéndose en torno a la misma una muralla y varios puentes. El Toledo islámico aprovechó estructuras arquitectónicas previas, mayoritariamente casas y estructuras hidráulicas, existiendo restos de época tardo-romana¹⁸³. En origen, la medina tendría un trazado hasta cierto punto ortogonal, heredado del sistema urbano

¹⁷⁹ TORRES, 1949: 431-441. FUENTE, 1983: 141-148.

¹⁸⁰ CHALMETA, 1979: 147.

¹⁸¹ TORRES, 1970: I, 304.

¹⁸² CHALMETA, 1979: 148.

¹⁸³ CARROBLES, MAQUEDA et alii, 1989: 66-71.

Bibliografía

- ABULAFIA, David, (2005): *The Two Italies*, Cambridge University Press.
- AL-MUQADDASI, (1896): *Description of Syria: including Palestine*, ed. LE STANGRANGE, G., London: Palestine Pilgrims' Text Society, 1896.
- AL MARZUQUI, (1914): *Kitab al-azmina wa-l-amkina*, ed. Dā'irat al-Ma`ārif, vol. II.
- AL-BOUHARI, (2003): *Le sahīd de Al-Bouhāri*, ed. HARKAT, Ahmed, Beyrout, Saida.
- AMANBAEVA, B. (1998-2004): *Inventaire analytique et systématique des caravansérails d'Asie centrale*, UNESCO.
- BOLADO, A. (1998): *Poesía árabe clásica*. Madrid, Grijalbo Mondadori, traducción de Federico Corriente y selección de Alfonso Bolado.
- ERSILIA, Francesca, (2002): "Religious observance and market law in medieval Islam", *Revue des mondes musulmans et de la Méditerranée*, 99-100 y 191-203.
- EL-AWAISI, Khalid, (2017): "Mapping the Sacred: The Haram Region of Makkah", *Milel ve Nihal*, 14 (2), 24-47.
- CALVO CAPILLA, Susana, (2014): *Las mezquitas de al-Andalus*. Córdoba. Fundación Ibn Tufyal.
- CARRERO DE DIOS, Manuel, (1981): *Las murallas y las puertas de Toledo*, Toledo: Instituto Provincial de Investigaciones y Estudios Toledanos.
- CARROBLES SANTOS, Jesús; MAQUEDA, Ana, *et alli*, (1989): "Excavación de urgencia de un yacimiento tardo-romano en el nuevo mercado de abastos de Toledo", *Boletín de la Asociación Española de Amigos de la Arqueología*, 26, 66-71.
- CERVERA VERA, Luis, (1990): *Plazas Mayores de España*. Madrid, Espasa Calpe.
- ÇIRAK, Ayşegül Altınörs; YÖRÜR, Neriman, (2007): *Strategic meaning of the historical city center while designating the future of a city: İzmir Kemeraltı Bazaar Case*. 43rd ISOCARP Congress of CENDOC/ESAN, 2007, consultado el 20 de Agosto de 2021.
- CONSTABLE, R. Olivia, (1996): *Trade and traders in Muslim Spain*. Cambridge University Press.
- CRONE, Patricia, (1987): *Meccan Trade and the Rise of Islam*. Princeton, Princeton University Press.
- CORTÉS MARTÍN, Juan (2018): *Mayrit. Guía ilustrada del Madrid medieval*. Madrid, Ediciones La Librería.

CHALMETA GENDRÓN, Pedro, (1973): *El señor del zoco en España: edades media y moderna, Contribuciones al estudio del mercado*. Madrid, Instituto de Cultura Hispano Árabe.

CHUECA GOITIA, Fernando (1995): *Breve historia del urbanismo*. Madrid, Alianza editorial.

DE EPALZA FERRER, Miquel, (1991): “Espacios y sus funciones en la ciudad árabe”, en *Simposio Internacional sobre la ciudad islámica: ponencias y comunicaciones*, Zaragoza, Institución Fernando el Católico, 9-30.

DEGUILHEM, Randi, (2008): *The Waqf in the City*, Leyden, Brill.

DENOISE, Sylvie et alli., eds. (1999) : *Le Khan al-Khalili et ses environs: Un centre commercial et artisanal au Caire du XIIIe au XXe siècle*. Cairo: Institut français d'archéologie orientale.

DEMIRALP, Y., (1999): *Los inicios del arte otomano. La herencia de los emiratos*, Madrid.

ELISSEEFF, Vadime, (ed), (1998): *The Silk Roads: Highways of Culture and Commerce*. UNESCO Publishing. Paris. Reprint: 2000.

EDGÜ *et alii*, (2012): “Traditional Shopping: A Syntactic Comparison of Commercial Spaces in Iran and Turkey. *8th International Space Syntax Symposium, Santiago/ŞİLİ, 4 Ocak 2012*.”

FANGI, G. (2019): “Alepo, before and after”, The International Archives of the Photogrammetry, Remote Sensing and Spatial Information Sciences, Volume XLII-2/W9, 2019 8th Intl. Workshop 3D-ARCH “3D Virtual Reconstruction and Visualization of Complex Architectures”, 6–8 February 2019, Bergamo, Italy, 333-338.

FAROQHI, Suraiyah, (2005): *Subjects of the Sultan: Culture and Daily Life in the Ottoman Empire*. I B Tauris

FUENTE COBOS, Concepción de la, (1983): “La alcaicería de Calatayud y el Monasterio de Piedra”, *Papeles Bilbilitanos. Primer encuentro de Estudios Bilbilitanos*. Calatayud, Institución Fernando el Católico, 141-148.

GARZÓN CARDENETE, Jose Luis, (2004): *Real Sitio y Fuerte la Alcaicería de Granada*, Granada, Caja de Granada.

GONZÁLEZ ZYMLA, Herbert, (2011): *Año 929. El califato de Córdoba*. Madrid, Laberinto.

GRABAR, Oleg, (1973) : *La formation de l'art islamique*, Flammarion, París; reed. 1990, Cátedra.

GÜLERSOY, Çelik, (1980): *Story of the Grand Bazaar*. Istanbul: Istanbul Kitaplığı.

HILLEBRAND, Robert, (1994): *Islamic Architecture, form, function and meaning*, New York. Columbia University Press.

IBN FADLAN, (2012): *Ibn Fadlan and the Land of Darkness: Arab Travellers in the Far North*, ed. LUNDE, Paul, STONE, Caroline, Londres, Penguin.

IBN HAYYAN, (1981): *Crónica del Califa Abderramán III An-Nāsir entre los años 912 y 942 = ;(Al-Muqtabis V); Ibn Hayyan, de Córdoba; Vigera Molins, M^aJ., CORRIENTE, F., Anúbar, Valencia.*

KIANI, M.Y., (1995): *Iranian caravanserais*, ICHTO, Teheran.

KOROĞLU, B. A., ECERAL T. Ö., UĞURLAR, A., (2009): "The Story of a Jewellery Cluster in Istanbul Metropolitan Area: Grand Bazaar (Kapalıçarşı), G.U.", *Journal of Science* 22 (4): 383-394.

LEBIGRE, Pierre, (2011): "Tash Rabat et Gardaneh-ye-Nir - Deux caravansérails remarquables". 4^o *Congrès du Réseau Asie & Pacifique 2011*, Sep 2011, Paris, France. {hal-00776234}

LEVY-PROVENÇAL, Evariste, (1957): "El urbanismo musulmán", in: *Mélanges d'histoire et d'archéologie de l'Occident musulman, Hommage à G. Marçais, Alger*, 219-231.

MANDEL KHAN, Gabriel (2002): *Mahoma. El Profeta*. Toledo, ediciones Témpora.

MASOUDI NEJAD, Reza, (2007): *Social and Commercial: Comparative Study of Spatial Role of Iranian in the Historical Cities in Different Socio-economical Context*, University College London.

MEER, Frédéric, Van der, (1952): *Atlas de la civilización occidental*. Berlín.

MICHAUD, Françoise, (1996): "The Scientific Institutions in the Medieval Near East", *Encyclopedia of the History of Arabic Science*, Londres, 985-1007.

MOSAVI, M. S., (2005): "Bazaar and its Role in the Development of Iranian Traditional Cities", in *Conference Proceedings 2005 IRCICA International Conference of Islamic Archaeology*.

NAVARRO PALAZÓN, Julio, (2004): "Evolución del paisaje urbano andalusí. De la medina dispersa a la saturada", *Paisaje y naturaleza en Al-Andalus*, Granada: Fundación El Legado Andalusí, 2004, pp. 232-267.

O'GORMAB K. D. (2007): "Dimensions of Hospitality: Exploring Ancient and Classical Origins". In C. Lashley, P. Lynch and A. Morrison (eds.) *Advances in Tourism Research, Hospitality: A Social Lens*. Elsevier, Oxford, 17-33.

ORIHUELA, Antonio, (2006): "La Alhóndiga nueva o Corral del Carbón en Granada", en *Obras singulares de la arquitectura e ingeniería en España*, ed. Consejería de Cultura de Galicia, Santiago, 90-92.

PARK, Robert Ezra (1952): *Human Communities: the City and Human Ecology*. Glencoe. The Free Press.

PERALDI, Michel, (2009): "Istanbul, le bazar du monde", *La pensée de Midi*, 29, 35-44.

PASSINI, Jean, (2004): *Casas y casa principales urbanas: el espacio doméstico de Toledo a finales del siglo XV*, Madrid, Casa de Velázquez.

PASSINI, Jean, (2006): "Algunos aspectos del espacio doméstico medieval en la ciudad de Toledo", eds. ARÍZAGA BOLUMBURU, B., SOLÓRZANO TELECHEA, J., *El espacio urbano en la Europa medieval*, Nájera, 245-272.

PINON-DEMIRÇIVI, Mathilde, (2006): "Évolution des han (caravansérails) construits à Istanbul entre le début du XVIIIe et le milieu du XIXe siècle", *Histoire de l'Art*, 59, 51-66.

PIRENNE, Henry (1956): *An Economic and Social History of Medieval Europe*, Harcourt.

RAMÍREZ, J. (2019): "Algunos datos inéditos sobre el Corral del Carbón y otras antiguas edificaciones granadinas", *Cuadernos De La Alhambra*, 48(48), 129-142. Recuperado a partir de <https://cuadernosdelaalhambra.alhambra-patronato.es/index.php/cdalhambra/article/view/4>

SAUVAGET, Jean, (1939): "Caravansérails syriens du moyen-âge", *Ars Islamica*, 6,1, 48-55.

SERJEANT, Robert, (1999): "Haram and Hawtah, the Sacred Enclave in Arabia". *The Arabs and Arabia on the Eve of Islam*, ed. PETERS, F., London: Routledge, 167-184.

SCHUTYSER, Tom, (2012): *Caravansérails - Traces, Places, Dialogue au Moyen Orient*, Éditions 5 Continents, Milan.

SMA'EELI Sh; OMRANI, B., (2008): *The history and architecture of Tabriz bazaar* (1st edition). Tabriz: Sotoodeh.

SOUTO LASALA, Juan Antonio, (1994): "Obras constructivas en al-Andalus durante el emirato de Muhammad I según el volumen II del *Muqtabis* de Ibn Hayyan", en *Actas Iº Congresso de Arqueologia Peninsular (Porto, 12-18 de Outubro de 1993)*, 4., ed. Vítor Oliveira Jorge (Porto: Sociedade Portuguesa de Antropología e Etnología, 351-359.

SULTANZAE, H., (1997): *Tabriz A Solid Cornerstone of Iranian Architecture*, Cultural Research Bureau, Tehran.

TORRES BALBÁS, Leopoldo, (1949): Alcaicerías, *al-Andalus*, 15, 431-441.

TORRES BALBÁS, Leopoldo, (1970): *Ciudades hispanomusulmanas*, Madrid, Instituto de cultura hispano- árabe. I.

TAVERNARI, Cinzia, (2013): "Quelques réflexions sur les caravansérails routiers et l'économie des échanges : le cas du Bilād al-Sām aux époques ayyoubide et mamelouke (fin XII^e siècle-début XVI^e siècle)", *Les territoires de la Méditerranée, XI^e-XVI^e siècle*, ed. NEFF, A.L., Rennes, Presses universitaires de Rennes, 217-236.

VALERIAN, Dominique, (2004) : « Le fondouk, instrument du contrôle sultanien sur les marchands étrangers dans les ports musulmans (xii^e – xv^e siècle) ? », en MOATI, Claudia (dir.), *La mobilité des personnes en Méditerranée de l'Antiquité à l'époque moderne : procédures de contrôle et documents*, École française de Rome, coll. École française de Rome 341,677-688.

VAN RENTEERGHEN, Vanessa, (2012): "Controlling and developping Bagdad: Caliphs, Sultans and the balance of power in the Abbasid capital (mid-5th/11th to late 6th/12th centuries)" *The Seljuqs – Politics, Society and Culture*, LANGE, Ch., MECIT, S., (dir.), Edinburgh, Edinburgh University Press, 117-138.