



# Mercados y espacios económicos en el siglo xv

**El mundo del mercader Torralba**

David Abulafia

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

Mercados y espacios  
económicos en el  
siglo xv

# Mercados y espacios económicos en el siglo xv

El mundo del mercader Torralba

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



UNIVERSITAT DE  
BARCELONA

Edicions

MEDITERRANEUM

# Índice

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

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

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

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

V. REDES MERCANTILES EN EL ESPACIO EUROPEO

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

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

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

# El mundo de Joan de Torralba, un mercader del siglo xv\*

## *The world of Joan de Torralba, a merchant in the 15th century*

DAVID ABULAFIA

University of Cambridge

MARÍA DOLORES LÓPEZ PÉREZ

Universitat de Barcelona

El 7 de enero de 1426 dos mercaderes aragoneses, ciudadanos de Barcelona, Joan de Torralba y Fortuny de Manariello, y uno zaragozano, Juan Feixas, se reúnen en Zaragoza, ante el notario Salvador de la Foz, para constituir oficialmente una compañía que se había puesto en marcha el 1 de diciembre del año anterior, y deciden concretar una duración de dos años, hasta el 1 de diciembre de 1427. Con el objetivo de «mercadiar en Aragón, y en Catalunya, y en Ytalia, y en Benecia y allá hon ben vis sea a les demunt dits companyons», suman un considerable capital, 10.000 libras barcelonesas, de las que Feixas aporta 4.000 y los restantes socios, 3.000 cada uno. Su interés se concreta en el trigo y la lana aragoneses, productos fuertemente demandados en el mercado barcelonés, el primero, y en las plazas italianas el segundo.

Joan de Torralba será el *cap*, la cabeza dirigente, y gestionará los negocios de la compañía desde la sede de Barcelona. En Zaragoza la dirección correrá a

\* Esta contribución se ha realizado en el marco de dos proyectos: «Mercados y espacios económicos en el Mediterráneo Occidental: la formación de un entorno internacional de comercio europeo en el tránsito a la modernidad» (HAR2015-65285-R MINECO/FEDER, UE) y «Globalización económica y nuevos espacios internacionales: mercados europeos y redes comerciales bajomedievales en el Mediterráneo Occidental» (PID2019-104157GB-I00 MICINN), y se ha beneficiado igualmente de la financiación concedida por la Fundación La Caixa (ID 100010434) al proyecto «FENIX. La formación de un entorno internacional de comercio en red: los negocios de un mercader catalán en el tránsito a la modernidad» (2017ACUP0195) y en el marco del Grup de Recerca Consolidat en Arqueologia Medieval i Postmedieval (GRAMP-UB) (Generalitat de Catalunya 2017SGR 833).

cargo de Juan de Manariello, sobrino de Fortuny, con la obligación de rendir cuentas a Torralba. En Tortosa, donde convergen a través del Ebro los cargamentos de cereal y lana negociados por Manariello, un *jove* se encargará de los asuntos de la empresa; y otros tres *joves* asistirán a Torralba, Manariello y Feixas, siempre disponibles para desplazarse allá adonde fuesen requeridos.

El buen hacer de los socios y una favorable coyuntura para la comercialización del trigo y la lana justificarían la renovación de la sociedad en 1428. En esta ocasión, el capital social es aportado a partes iguales por los tres socios y asciende a un total de 12.000 libras, a razón de 4.000 libras cada uno de ellos. Tras un nuevo bienio, la sociedad es renovada en septiembre de 1430, con una variación en cuanto a capital y socios. Los cambios en la composición de la asociación apuntan hacia una simplificación del organigrama, al quedar reducido el órgano directivo a dos únicos socios. La defunción de Fortuny de Manariello y la decisión de Feixas de abandonar la compañía condicionan las resoluciones del único socio restante, Joan de Torralba. Juan de Manariello, gestor en Zaragoza de las dos compañías anteriores, se incorpora entonces como socio. El capital social pasará a ser de 10.000 libras de moneda barcelonesa, aportadas a partes iguales por Joan de Torralba y Juan de Manariello. El resto de las características permanecen invariables, en cuanto a las áreas de intervención mercantil —Aragón e Italia— y los productos objeto de comercio —grano y lana—. La gestión, por tanto, se aventura a un período corto, renovable según perspectivas, rasgo asimilable a la mayoría de las compañías analizadas en Barcelona, Valencia y Mallorca para esta época.

Nuevos cambios tienen lugar en 1438. Ese año la sociedad se constituye por dos años (del 1 de enero de 1438 al 31 de diciembre de 1440) e incorpora nuevos socios: Domingo Sanz, habitante en Zaragoza, y el barcelonés, aunque de origen aragonés, Bernat d'Algars. Con un capital sensiblemente inferior, de 6.000 florines (en las anteriores compañías el capital se contaba en libras), invertido a razón de 2.000 florines Torralba y Manariello y 1.000 Sanz y Algars, sus áreas de intervención se concretan en Aragón y Cataluña («per mercadejar en Aragó y en Catalunya») y, aunque no se mencionan expresamente los mercados italianos, se deja abierta la posibilidad de actuar en otros territorios («y en altres parts si per les dites parts concordat será»). Torralba y Manariello se retiran de la gestión directa y delegan la gerencia en los socios minoritarios. Esta estructura empresarial perdurará hasta finales de la década de 1440.<sup>1</sup>

Durante sus más de treinta años de funcionamiento, la compañía entreteje una red de intereses en los mercados italianos aprovechando una favorable coyun-

1. Del Treppo 1972; Sesma 1985; López 2013; López *et al.* 2019; Viu 2019.

tura del mercado lanero y la creciente demanda de los centros textiles italianos. Esta compañía es, por tanto, una demostración palpable de la proyección internacional del Reino de Aragón y del papel ejercido por Zaragoza en las redes del comercio mediterráneo. Una evidencia de cómo la respuesta a las dificultades del Trecentos significó una reorientación de las actividades económicas y una intensificación de las relaciones entre operadores de Cataluña y Aragón, con el objeto de conectar la producción de los territorios del interior con las plazas comerciales costeras (sobre todo, con Barcelona) y lograr una importante proyección internacional, ya constatable en las primeras décadas del siglo xv.<sup>2</sup>

Las informaciones referidas a las actividades de la compañía evidencian unas características similares a las ya documentadas en otras empresas contemporáneas e integradas por operadores de la Corona de Aragón. La excepcionalidad de esta sociedad reside, por tanto, no en su funcionamiento sino en la extraordinaria conservación de una parte de sus registros contables, once libros correspondientes a la gestión de Joan de Torralba. La documentación comercial de carácter privado, dada su propia finalidad, difícilmente se mantiene generación tras generación, al contrario de lo que sucede con los pergaminos o las escrituras de carácter patrimonial, es decir, las relativas a la transmisión de bienes, las que son necesarias porque legitiman las propiedades. Hay, sin embargo, excepciones. La pervivencia de los fondos documentales de algunos de los hombres de negocios más importantes de Europa en el tránsito a la modernidad (como Francesco di Marco Datini) y de algunas compañías (como la dirigida por la familia Salviati o la de Simón Ruiz) han suscitado el interés de los investigadores, de manera que se han generado proyectos vehiculados y financiados alrededor de institutos y grupos de investigación, así como numerosas publicaciones que han difundido los principales resultados de los estudios llevados a cabo.<sup>3</sup> Una situación que contrastaba con el desconocimiento y la insuficiencia de estudios sobre la compañía Torralba. La escasez de libros de contabilidad conservados en los archivos de la Corona de Aragón difiere de la extraordinaria riqueza de los archivos toscanos, donde ya solo entre Florencia y Prato se atesoran unos dos mil quinientos libros de cuentas bajomedievales, libros que registran las operaciones comerciales, bancarias, industriales no únicamente de grandes compañías sino también de sociedades de nivel medio.<sup>4</sup> Ello confiere una importancia innegable a este fondo, cuya información comprende desde la década de 1420 hasta la muerte de Torralba, en los años cincuenta del mismo siglo, una relevancia ya remarcada por Mario del Treppo, quien

2. Sesma 1982; 1985; 2005; Viu 2019.

3. Benavides, Casado 2019.

4. Tognetti 2012.



en la década de 1970 dio a conocer la existencia de esta documentación, al tiempo que expresaba su deseo de poder llegar algún día a hacer la edición íntegra de los libros de contabilidad.<sup>5</sup>

Todos los indicios y las primeras aproximaciones a esta gran colección de documentos revelaban las numerosas posibilidades y el potencial de esta documentación para conocer los procesos de europeización de la sociedad bajomedieval y la génesis de un vasto ideario de valores y formas de vida, claves en la comprensión de nuestra forma de ser europeos y en las posibilidades de transmitir este rico patrimonio cultural a las generaciones futuras. De ahí la necesidad, según consideramos, de dar a conocer este fondo documental, mayoritariamente inédito, por lo que se planteó como línea de investigación prioritaria de nuestro grupo GRAMP-UB. Con este propósito se solicitó un Proyecto I+D al Ministerio de Economía y Competitividad, que fue otorgado en la convocatoria de 2015 con el título «FÉNICE. Mercados y espacios económicos en el Mediterráneo Occidental: la formación de un entorno internacional de comercio europeo en el tránsito a la modernidad» (HAR2015-65285-R). Paralelamente se presentó una propuesta a la convocatoria de ayudas a la investigación del Programa Recercaixa 2017, y la financiación se concedió al proyecto titulado «The formation of an international trade network: the business of a Catalan merchant at the dawn of Modernity» (2017ACUP0195). Ambos proyectos contemplan la puesta en valor de la documentación del fondo Arxiu del Palau-Requesens (ANCI-960) a partir de la transcripción, edición y estudio de los once libros contables.<sup>6</sup> Conocer la totalidad de la documentación y su alcance real era un paso clave para poder profundizar en el conocimiento de la estructura empresarial, las actividades comerciales de esta sociedad y las estrategias empleadas por la empresa. La concesión este mismo año de un nuevo proyecto I+D del Ministerio de Ciencia e Innovación, titulado «GÉNESIS. Globalización económica y nuevos espacios internacionales: mercados europeos y redes comerciales bajomedievales en el Mediterráneo occidental (PID2019-104157GB-I00)», nos permitirá seguir avanzando en el estudio de los procesos de internacionalización del comercio y en la problemática en torno a la conformación de redes mercantiles.

Esta obra colectiva es uno de los resultados de esa investigación, fruto de la implicación de reconocidos especialistas en el ámbito de la economía y las redes de comercio medievales. Los trabajos presentados abordan el mundo del merca-

5. Del Treppo 1972.

6. Inventariados con las signaturas ANCI-960-T-690; ANCI-960-T-691; ANCI-960-T-694; ANCI-960-T-695; ANCI-960-T-700; ANCI-960-T-701; ANCI-960-T-703; ANCI-960-T-705; ANCI-960-T-706; ANCI-960-T-708 y ANCI-960-T-721..

der Torralba desde ópticas diversas y complementarias. Josep Maria Sans Travé, Daniel Piñol, Esther Travé e Iván Casado acometen el estudio de las fuentes documentales y las herramientas precisas para su análisis. Las operaciones de la compañía en el espacio aragonés, donde se aprovisiona del trigo y la lana (productos en los que basa su negocio la Torralba), centran los trabajos de María Viu, Germán Navarro y Sandra de la Torre. Estas mercancías se comercializan en los mercados mediterráneos, donde Joan de Torralba cuenta con comisionados que velan por los intereses de la sociedad y los suyos propios. Enrico Basso analiza el mercado genovés, hacia donde, además de Florencia, Venecia, Ancona y Ragusa (Dubrovnik), se canalizan las exportaciones de lana. Dominique Valérian, María Dolores López y Miguel Ángel de Bunes inciden en el escenario político del espacio hafsí y en los negocios magrebíes de Torralba centrados en la plaza de Túnez. Si bien las inversiones de la compañía se circunscriben al área mediterránea occidental, no cabe duda de que los poderosos cambios económicos, también sociales y culturales, acaecidos en Europa en el tránsito de la Edad Media a la Edad Moderna, contribuyeron a delinear un nuevo espacio europeo, un espacio en el que los intensos intercambios humanos, de mercancías, de ideas dieron lugar por primera vez a un universo comercial entendido en términos modernos. Los trabajos de Adela Fábregas, Juan Manuel Bello y Jesús Ángel Solórzano sitúan la península ibérica en ese nuevo espacio integrador, como punto de encuentro entre el Mediterráneo y el Atlántico, entre espacios islámicos y cristianos.

De regreso a los escenarios frecuentados por Joan de Torralba, Matthieu Scherman y Angela Orlandi centran su atención en dos compañías toscanas, la Salviati y la Datini, y ponen de manifiesto aspectos relevantes de su funcionamiento empresarial. Desde una perspectiva más general, Gerard Marí y Karen Álvaro desgran las informaciones aportadas por el notario pisano Scarsi e identifican aquellas sociedades catalanas, también toscanas, operativas en la Pisa de la década de 1420, plaza donde nuestra compañía opera a través de dos de sus más cercanos colaboradores: Juan Esparter y Roberto Aldobrandi. Concluida la asociación con Manariello, Algars y Sanz, Joan de Torralba reorienta sus inversiones y acuerda una nueva sociedad con intereses en Sicilia, lugar hacia el que nos traslada Damien Coulon. El autor elige como objeto de análisis las conexiones establecidas con la isla desde la plaza de Perpiñán, estrechamente vinculada a la compañía Torralba, y reconstruye las redes de mercaderes y las operaciones llevadas a cabo por comerciantes de esta ciudad.

Los vínculos más estrechos y privados, la ritualidad, las relaciones entre hombres y mujeres de la pequeña nobleza y la alta burguesía son el tema del estudio de Coral Cuadrada, quien evidencia el papel de la mujer y el matrimonio como instrumento de concertación de alianzas. Pero no es el único: Gemma

Colesanti y Martina Del Popolo reconstruyen la gestión y el emprendimiento de una mujer, Caterina Llull, vinculada a nuestra compañía a través del segundo matrimonio del yerno de Torralba, Joan de Sabastida, tras una temprana viudedad.

Y todo ello en un contexto, el del segundo tercio del siglo xv, considerado por la historiografía de recuperación económica, de salida de una profunda e hiriente «crisis» que había dejado tocados los cimientos de las sociedades medievales. Una crisis, no obstante, interpretada en la actualidad más como una alternancia estructural y una reconversión, una «destrucción creadora», que promovería una dinámica de crecimiento. Una interpretación, por tanto, en positivo de la crisis del Trecentos, hoy teoría prevalente, que valoriza los aspectos positivos del *crack* del siglo xiv.<sup>7</sup> Y es en el tráfico internacional donde se perciben los cambios más rápidos vinculados al crecimiento del comercio interior terrestre y a los mercados locales. Una gran reestructuración, siguiendo las palabras de David Abulafia, que sigue a la peste negra y motiva la aparición de nuevos centros de negocio y de nuevos grupos de comerciantes.<sup>8</sup> En definitiva, estamos ante una «Primera Edad Global», caracterizada por la aparición de nuevas rutas, nuevos intercambios, nuevas técnicas y nuevas mercancías.<sup>9</sup>

El espacio europeo así definido se erige en el escenario principal de actuación de muchos y muy variados operadores, de agentes económicos de origen muy diverso que llevaron a cabo un ejercicio de innovación de primer orden, cuyos efectos todavía son palpables, no solo en nuestra manera de acceder al crédito o de desarrollar actividades económicas, sino también en la forma en que entendemos Europa y nos definimos a nosotros mismos. Una Europa mediterránea, con un papel primordial y en absoluto secundario respecto a unas economías del norte europeo en las que una parte de la historiografía ha querido ver los polos del crecimiento moderno, desdeñando así el papel de los centros mediterráneos. Por el contrario, al hilo de los estudios más recientes pensamos en un sur de Europa con zonas de potente desarrollo económico. Un papel de liderazgo atribuido a la economía italiana,<sup>10</sup> pero que consideramos que puede igualmente adjudicarse a las principales plazas peninsulares donde actúan grandes hombres de negocios.<sup>11</sup> Y, entre esas plazas, se hallan Barcelona y Zaragoza, puntos neurálgicos del entramado societario de Torralba y centros mercantiles y financieros de primer orden en la primera mitad del Cuatrocientos, según se asevera a partir de las informaciones

7. Abulafia 2000; Epstein 2006; Igual 2007; Furió 2010; 2015; Goldthwaite 2013.

8. Abulafia 2000; 2005; 2013.

9. Casado 2011.

10. Malamina 2011.

11. Casado 2016; Torre 2018; Viu 2019.

aportadas por nuestra documentación, siempre atendiendo a la precaución por la parcialidad de manejar datos contables referidos a una única compañía. Y es desde esta perspectiva desde donde se ha planteado el presente libro, con el propósito de deparar unas primeras respuestas a los numerosos interrogantes planteados.

Las cuestiones referidas a las fuentes documentales y la problemática derivada de su manejo e interpretación son abordadas en primer lugar. La perdurabilidad de los registros contables y demás escrituras de los negocios de Torralba tiene que ver con la política matrimonial desarrollada por este mercader, una cuestión que ha sido analizada por Josep Maria Sans Travé. El Arxiu Nacional de Catalunya, donde se conservan en la actualidad, ha centrado una de sus líneas de actuación prioritarias en la recuperación de los archivos patrimoniales, en especial los nobiliarios catalanes. Archivos prácticamente inéditos, dado que durante siglos han permanecido custodiados por los propios linajes, en la mayoría de los casos, sin que se posibilitara el acceso a los investigadores. Este autor señala cómo el enlace de una de las hijas de nuestro mercader, Antonia, con el noble Joan de Sabastida, que continuó una parte de los negocios de su suegro, hizo que el grueso de la documentación pasase a su archivo. Tras un segundo matrimonio de Sabastida con Caterina, el fondo Torralba fue legado a los Llull y, después, a los Requesens por la unión posterior de ambas familias. Con la cesión del fondo documental Palau-Requesens al Arxiu Nacional de Catalunya en 2011 por parte de la Compañía de Jesús —depositaria de la documentación desde 1921, fruto de un acuerdo con los condes de Sobradíel, descendientes de los Requesens—, la colección de libros de cuentas del mercader Torralba y de su yerno Sabastida (ANC1-960-T) deviene pública y al alcance de los investigadores.

La documentación referida a la compañía Torralba se halla no solo en el Arxiu Nacional de Catalunya sino también en otros fondos archivísticos localizados en aquellos centros vinculados a la compañía y a sus socios. Resultan fundamentales las informaciones referidas en los contratos rubricados ante notario. Procuraciones, testamentos, actas de constitución de sociedades, contratos de aprendizaje, de contratación de factores, compraventas de mercancías, de inmuebles... permiten reconstruir ese mundo del mercader que apenas se vislumbra o incluso que únicamente se intuye en las anotaciones de los registros contables. Daniel Piñol dibuja esa estrecha relación existente entre mercaderes y notarios evidenciada en tres ámbitos: tienda, plaza y casa. La tienda, abierta a la calle, cerca de la entrada de la casa, y próxima al escritorio, una mesa, un mueble donde tomar apuntes, llevar las cuentas del negocio, guardar los libros, y también donde redactar las peticiones para solicitar al notario la escritura de un contrato. Es en la plaza donde se relacionan los mercaderes, donde tienen lugar los encuentros comerciales, y es allí donde se halla el notario para cerrar acuer-

dos el día de mercado. Y la casa, adonde acude el notario en el momento previo a la muerte, cuando el moribundo solicita poner en orden su legado y dejar por escrito sus últimas voluntades. Torralba recurre a Joan Sallent, activo en Barcelona en el tercer cuarto del siglo xv, y decide disponer sus asuntos poco antes de fallecer, en 1458.

Torralba gozó de una larga vida. A su muerte, cuando debía de tener en torno a 70 años, su única hija sobreviviente, Antonia, heredó sus bienes, y con ellos la memoria de sus negocios, sus libros de contabilidad. El ingente volumen de información contenida en los miles de asientos registrados en los once libros que han pervivido hacía inviable una gestión eficaz de la información. Por ello se ha diseñado un sistema de gestión integrada de la información que hemos denominado FENIX, cuyo protocolo de funcionamiento y manejo centran la aportación de Esther Travé e Iván Casado. Una base de datos pensada para la difusión de resultados en función de la gestión efectiva de la información a través del análisis matemático de los sistemas de redes complejas, siempre con el objetivo de llevar a cabo una explotación y un procesado de los datos compilados con criterios analíticos y estadísticos a fin de poder interpretarlos desde una doble clave: económica y cultural.

Los once libros conservados de la compañía Torralba suponen, no obstante, una ínfima parte de aquellos que debieron de generar los movimientos económicos registrados en las dos sedes principales —Barcelona y Zaragoza—, en la delegación de Tortosa y de manera individual por los factores encargados de gestionar los negocios de la sociedad en las plazas de Génova, Pisa y Venecia, seguramente también en Ancona y Ragusa. Recordemos que se trata de una compañía caracterizada por un elemento poco común dentro de la organización de las compañías medievales conocidas, como es el establecimiento de dos sedes, una en Zaragoza y otra en Barcelona. Torralba, en Barcelona, y Manariello, en Zaragoza, gestionaron al unísono la compañía entre 1430 y 1437, período en el que actuaron como únicos socios inversores. María Viu aborda en su intervención el funcionamiento de esta doble sede, prestando especial atención a las atribuciones propias de cada una de ellas, el grado de comunicación entre ambas y su peso en la toma de decisiones estratégicas de la compañía. Las dos, concluye Viu, son centros neurálgicos de la compañía. La posición estratégica de ambas ciudades en las redes mercantiles de las primeras décadas del Cuatrocientos justificaría, sin duda, la *originalidad* del diseño empresarial de la Torralba-Manariello, en el cual Zaragoza tendría, incluso, un papel más relevante que Barcelona. De Aragón son originarios los socios y es en ese territorio donde se aprovisionan de las mercancías que conforman el grueso de los negocios de la compañía, el trigo y la lana, productos que, en el siglo xv, se han convertido en el motor de la economía aragonesa.

La Zaragoza de Manariello es recreada por Sandra de la Torre. Centro logístico de primer orden, a esta ciudad arribaban las materias primas de alta calidad de los centros productores del interior y de fuera del reino, de manera que Zaragoza ejercía la labor de redistribuidora a la industria y/o los consumidores. Más del 60 % del valor de las mercancías que salían hacia el exterior del reino desde la ciudad provenía, remarca Sandra de la Torre, de los tres productos básicos del movimiento mercantil aragonés —lana, aceite, cereal— de producción propia pero también de procedencia castellana. Plaza estratégica, y además financiera. Negociaciones de comandas, concertación de créditos e inversiones en deuda pública recogidas en las actas notariales evidencian el papel determinante jugado por Zaragoza en el comercio del dinero, que fomentaría la atracción de empresas mercantiles y financieras de ámbito internacional, promovida a través de iniciativas aprobadas por las instituciones del reino. En la parroquia de San Gil, de San Andrés, de San Pedro, se concentran los espacios habitacionales y de negocio del sector mercantil; una adquisición de viviendas que posibilitará a los mercaderes, según señala la autora, un considerable poder en el gobierno urbano, especialmente en aquellas parroquias con una amplia representación.

Desde Zaragoza, Manariello organiza y dirige las exportaciones hacia Tortosa, siguiendo la vía del Ebro, de los dos productos prioritarios con los que comercia la Torralba: el trigo y la lana. Germán Navarro acomete en su trabajo la problemática de la comercialización del primero de ellos, del trigo, desde una doble perspectiva: la exportación de cereales fuera del reino, en la cual nuestra compañía desempeña un papel primordial, pero también en la distribución interior para el avituallamiento de sus propias poblaciones. Contando con una extensa base documental, Navarro evidencia la conexión directa que hubo en los siglos XIV-XV entre los espacios interiores del comercio terrestre y las grandes rutas marítimas de las costas, reseñando la articulación existente entre el comercio terrestre de corto radio con los intercambios interregionales vinculados a los puertos litorales. La consecuencia más importante sería, por tanto, la convergencia de negocios locales e internacionales, entre los cuales un buen ejemplo es, como señala el autor, la compañía Torralba.

Los libros de contabilidad analizados hasta el momento revelan considerables operaciones de compra de cereal, adquirido por Manariello en Aragón y reexpedido a Tortosa, donde el factor de la compañía, Domingo Pandetrigo, organiza las expediciones hacia Barcelona. Y junto con el trigo, se comerciaba con la lana, que desde el interior aragonés era redistribuida hacia Barcelona y hacia los principales centros textiles italianos. Las mercancías eran embarcadas en alguno de los puntos de concentración situados en el tramo aragonés del río

(Zaragoza, Escatrón, Caspe, Mequinenza) para ser transportadas hasta Tortosa y, desde ahí, redistribuidas hacia los mercados exteriores. La lana —sin duda la mercancía más preciada para los operadores extranjeros— era enviada a Italia: a Venecia, sobre todo, pero también a Pisa, Génova, Ancona y Ragusa. El puerto de Tortosa se configura, en consecuencia, como lugar de convergencia de mercaderes catalanes y aragoneses, así como italianos, interesados en la lana aragonesa. Se conforma de esta forma una extensa red que comprende desde las zonas de producción (Aragón, Maestrazgo) hasta las áreas de comercialización y distribución (Italia).<sup>12</sup>

En Italia, Génova es uno de los mercados donde la compañía cuenta con una corresponsalía. El crecimiento de la demanda de materia prima en los centros textiles italianos durante la primera mitad del Cuatrocientos está en estrecha relación con el éxito de las inversiones realizadas por la Torralba. Escasamente treinta años. La ruptura de la conexión italiana se materializa a mediados del siglo xv, motivada por diferentes factores político-económicos.<sup>13</sup> Sin duda, la introducción de lana castellana, en sustitución de la producida en la Corona de Aragón, empeoró el declive de los negocios vinculados a la exportación de lana, pero para entonces ya se había disuelto la compañía. Mario del Treppo cuantificó, a partir de los balances correspondientes al período 1429-1435 de sus años de funcionamiento, las exportaciones de lana estibada en Tortosa, procedentes del Maestrazgo y Aragón, en un 61 % para el mercado veneciano, un 26 % para el de Pisa y un 13 % para Génova.<sup>14</sup> Según estos datos, el mercado genovés desempeñaría un papel secundario en el entramado mercantil urdido por la Torralba. ¿Las causas? Enrico Basso intenta dar respuesta a esta cuestión y para ello analiza la coyuntura política durante los años de vigencia de la compañía, en coincidencia con la fase más crítica de las relaciones de la Corona de Aragón y el Comune de Génova; una conflictividad gestada en la centuria anterior, sustentada en la disputa por el control de los espacios en el Mediterráneo occidental y que llega a su máxima expresión durante el reinado de Alfonso el Magnánimo. Las tensiones políticas hacían prever un descenso notorio de las relaciones comerciales. Sin embargo, como sugiere Basso, el análisis de la documentación conservada da una respuesta mucho más compleja, dado que los mercaderes, catalanes y genoveses, consiguen mantener activos los intercambios comerciales, a pesar de los obstáculos generados por los respectivos gobiernos.

12. López *et al.* 2019.

13. Melis 1990, p. 271; Mainoni 1982, pp. 26-27; Del Treppo 1972, pp. 546-552.

14. Del Treppo 1972, p. 503. Cuantificaciones provisionales a la espera de recuperar los datos contenidos en los restantes libros contables.