

VIU FANDOS, María, *Una gran empresa en el Mediterráneo medieval: la compañía mercantil de Joan de Torralba y Juan de Manariello (Barcelona-Zaragoza, 1430-1437)*, Madrid, Consejo Superior de Investigaciones Científicas, 2021, 456 pp. ISBN: 978-84-00-10878-6.

Reseña de acceso abierto distribuida bajo una [Licencia Creative Commons Atribución 4.0 Internacional \(CC-BY 4.0\)](https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/). / Open access review under a [Creative Commons Attribution 4.0 International License \(CC-BY 4.0\)](https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/).
DOI: <https://doi.org/10.24197/em.24.2023.813-816>

A la hora de abordar una valoración de esta obra el adjetivo excepcional me sugiere un doble sentido. Por un lado, en lo relativo a la conservación de la documentación directa de la que se nutre. Por el otro, como explicaré en las próximas líneas, por la calidad del estudio. Este ha sido resultado de una investigación doctoral que ha llevado a su autora a sumergirse en el fondo Requesens del Arxiu Nacional de Catalunya, pero también a consultar una decena de archivos en ciudades como Zaragoza, Barcelona, Bolonia, Florencia o Prato. María Viu ofrece su análisis en tres partes con sus respectivas conclusiones parciales, lo que resulta muy útil para la consulta del libro, como también los índices que facilitan la búsqueda de personajes y lugares, las equivalencias de monedas, pesos y medidas, que para un tipo de trabajo de estas características, que se mueve en múltiples espacios, se vuelven imprescindibles, y por último también reúne las actas de constitución de las compañías de Joan de Torralba.

La idoneidad del tema tratado queda fuera de toda duda si atendemos a los proyectos científicos que desde la Universitat de Barcelona ha encabezado Dolores López en los últimos años. Nos encontramos ante la sociedad Torralba-Manariello, una de las empresas mercantiles que Joan de Torralba mantuvo entre 1425 y 1458. Originario del reino de Aragón, este mercader se instaló en Barcelona para forjar una fortuna sobre la base del negocio de exportación de lana aragonesa con destino a las factorías textiles italianas. En esta obra, María Viu parte de un examen de la Torralba-Manariello desde el punto de vista de la empresa y se aleja así de las más transitadas historias familiares para mostrarnos con claridad la diversidad de negocios comerciales y bancarios de Joan de Torralba y Juan

de Manariello y describir en detalle el funcionamiento interno de la empresa en su día a día.

La primera parte de la monografía está dedicada a la historia interna de la empresa entre 1430 y 1437. Su análisis pormenorizado permite a su autora plantear la definición precisa de la dimensión del negocio, la gestión de riesgos y la selección de inversiones, que arrojan cifras mayores a las intuitas en los estudios previos sobre la compañía. Aparecen aquí ante nuestros ojos socios, personal y clientela, además de parientes y amistades. Una de las primeras llamadas a la reflexión que nos hace María Viu tiene que ver con la importancia de la doble sede de la Torralba-Manariello en Zaragoza (dirigida por Manariello) y Barcelona. Este método facilita el sistema de transmisión de la información gracias a un experto manejo de la correspondencia comercial. En este sentido, el reclutamiento de empleados, insiste Viu, resulta fundamental para crear una red de confianza sobre la base de una identidad corporativa compartida que trabaja por la “toma eficaz y razonada de decisiones estratégicas” (p. 364).

La integración de la Torralba-Manariello en los mercados europeos es el objeto de la segunda parte de la publicación. Para ello, su autora realiza una pormenorizada caracterización de la actividad mercantil y bancaria, así como del peso de los diferentes territorios y productos. Sobre estos, las fuentes primarias trabajadas permiten conocer sus características, cantidad y precio, lugares de aprovisionamiento y de destino, así como las fluctuaciones operadas en la oferta y la demanda. Sin duda, la lana (que supone más del 50% de los ingresos) de origen aragonés y Venecia como destino (los toscanos impiden la penetración en Génova y Pisa, que juegan un papel secundario) constituyen los dos pilares del negocio de la sociedad, apoyados por Tortosa, “vértice decisivo” (p. 365) dentro de la estructura empresarial. Al mismo tiempo, la excepcional documentación de la empresa hace posible la reconstrucción del proceso de formación de los precios (incluyendo costes de transporte e impuestos). En lo que respecta a los medios de pago, flujos de capital y reinversión en actividad financiera y bancaria descritos en esta segunda parte, subraya María Viu que la Torralba-Manariello trabaja como mediadora de las grandes compañías italianas, especula con letras de cambio, seguros marítimos o fletes, y ello le permite cumplir el papel de soporte financiero a miembros de la casa real y personajes de primer orden de la política aragonesa. Esta compañía mercantil-bancaria (según la define Viu) jugó un papel relevante en las redes comerciales en las que se integraba, tal y como sustentan las cifras que aporta este estudio. No solo enfatiza la autora la continuidad de la

Torralba-Manariello con las sociedades precedentes, sino el hecho de que ocupó junto a otras compañías formadas en la Corona de Aragón el espacio que la Datini dejó tras 1410 en la exportación de lana ibérica a Venecia.

La tercera y última parte de la monografía tiene una mayor carga de análisis cualitativo. El interés se centra aquí en el ascenso social y político de los socios. Dentro de un contexto de movilidad de elites entre los territorios de Aragón y Cataluña, Viu reflexiona sobre el papel de estos personajes que forman parte de la elite ciudadana. La trayectoria vital de los mercaderes está trazada por los aspectos biográficos de Joan de Torralba y Juan de Manariello (familia, patrimonio, linaje, piedad y participación política) extraídos de notas manuscritas, cartas, testamentos, etc. Recalca la autora que ambos se afanaron en la construcción de una "calculada identidad burguesa" (p. 24), proceso en el que el trabajo por el bien común aporta capital simbólico y sirve de "trampolín para sus carreras políticas" (p. 362).

Tras las conclusiones finales, un epílogo nos permite asomarnos en un rápido vistazo al final de una época que ha quedado magistralmente perfilada en las páginas anteriores. La autora hace un seguimiento a Juan de Manariello hasta su fallecimiento (1449) y también tras la desaparición de Joan de Torralba (1458) a sus compañías, gestionadas a partir de ese momento por el yerno de este último, Joan de Sabastida, futuro esposo de la conocida en el mundo de los negocios Caterina Llull. Sin duda fue este un momento de importante cambio para quienes siguieron, como el aragonés Bernat d'Algars, vinculados a las empresas de Torralba en su giro hacia Nápoles y Sicilia.

Como afirmaba al inicio, esta monografía resulta un éxito por la calidad de las fuentes primarias y en la misma medida por la pericia que demuestra María Viu Fandos, por un lado, en el detalle en la reconstrucción de la contabilidad a partir de la identificación y secuenciación de la docena de libros contables supervivientes (pp. 34-35) y, por el otro, en la interpretación de los datos, pues esta investigadora hace suyos planteamientos teóricos de otras ciencias sociales como las economías del conocimiento, de la información y de la identidad o la teoría de la empresa. Esta combinación de ricos materiales y excelente saber hacer llevan a la obra reseñada a destacar en el panorama historiográfico de las últimas décadas por la atención al factor social y la aplicación de nuevas perspectivas de la historia económica.

Esta publicación sobre la sociedad de negocios Torralba-Manariello se suma a las aportaciones que el Grupo CEMA de la Universidad de

Zaragoza ha realizado en una de sus líneas de investigación más fructíferas desde que J. Ángel Sesma publicara en 1982 la obra (*Transformación social y revolución comercial en Aragón durante la Baja Edad Media*) que desbancó la idea de un reino de Aragón meramente espectador de los operadores foráneos que extraían de él materias primas. Aragón aportó estos productos, pero también una sólida base social a una compañía internacional (p. 25) como ha quedado probado. Y tampoco debe quedar como anecdótico el hecho de que este estudio aporta una visión de conjunto entre el tráfico marítimo y el interior de la Península Ibérica bajomedieval.

La investigación realizada por María Viu sigue las líneas delimitadas por Federico Melis para la historia empresarial (*storia aziendale*) y por ello ofrece un modelo de una gran empresa mercantil ibérica del siglo XV, que es diferente al modelo específico de la Toscana, preferente en la historiografía económica. Asimismo, esta autora establece un nuevo punto de partida al constatar la aplicación de saberes técnicos novedosos por parte de los miembros de la Torralba-Manariello, lo que supone una penetración mayor de este conocimiento práctico de lo que se creía hasta el momento. Recupera Viu el análisis de las compañías comerciales de la Edad Media (en la línea de las grandes Salviati, Borromei o Datini) y así retoma para la historiografía medievalista la problemática de la complejidad de los flujos comerciales y financieros mediterráneos y europeos y el análisis del desarrollo de las economías regionales y su integración en redes internacionales de largo recorrido, para regocijo de quienes trabajamos en esta línea de investigación.

Sandra DE LA TORRE
Universidad de Zaragoza
sandra.torre@unizar.es