
AGENTES DEL MEDITERRÁNEO EN EL SIGLO XVII. COMERCIO Y FIDELIDADES TRANSREGIONALES EN LAS FAMILIAS DE NEGOCIOS MILANESAS

JOSEP SAN RUPERTO ALBERT*

RESUMEN

En los últimos años, el debate que despiertan los estudios sobre historia global, transnacional o transregional ha suscitado un creciente interés entre los historiadores que analizan agentes sociales y económicos en la Edad Moderna. En este contexto presentamos nuestro estudio de caso sobre las familias milanesa de negocios Cernezzi y Odescalchi y su red de fidelidades en el siglo XVII. Estas, originarias de Como (Milán), generaron un complejo entramado de negocios que conectó el Mediterráneo y el centro de Europa. Su red inicial de milaneses y las relaciones con otros agentes mediterráneos nos sirven como herramientas de análisis de múltiples aspectos. Es por eso que nos preguntamos cómo fue posible la creación, consolidación y expansión de esta compañía en el siglo XVII y nos proponemos estudiar si ésta fue una “diáspora milanesa” y de qué modo podemos analizarla dentro de las escalas mediterráneas y transnacionales para entender los espacios en los que incidieron.

* [Universidad de Valencia], España. *E-mail*: jose.ruperto@uv.es.

Este trabajo es posible gracias a las ayudas para la contratación de investigadores predoctorales que financia la Generalitat Valenciana con el programa VALi+d y a la financiación del proyecto “Nuevas perspectivas de historia social en los territorios hispánicos del Mediterráneo Occidental en la Edad Moderna” (HAR2014-53298-C2-1), financiado por el Ministerio de Economía y Competitividad.



ABSTRACT

Mediterranean Agents in the 17th Century. Commerce and transregional loyalties in the Milanese trade alliance. In recent years the debate generated by the studies of global, transnational and transregional history has raised an increasing interest among historians who analyse the social agents and international economic trade companies of the Early Modern Era. It is in this context that we present our case of study on the Cenezzi and Odescalchi's trade alliance during the 17th century and their loyalty networks. Those were from Como (Milan) but built a complex framework connecting central Europe and the Mediterranean. Their Milanese network and the relationships between other Mediterranean agents allow us to use them as a tool with multiple aims. Subsequently, we wonder how the creation, consolidation and expansion of the company were possible in the 17th century. We aim to study to what extent this was a Milanese family diaspora or a circulation family and how we can consider the Mediterranean, transnational or global scales to understand the spaces they worked within.

El objetivo que se persigue a través de este estudio sobre algunas familias milanesas del siglo XVII, en especial los Cernesio o Cernezzi² y los Odescalchi, es responder a dos cuestiones generales: ¿cómo consiguieron estas familias establecerse y consolidarse como grandes empresas en el espacio europeo a principios del siglo XVII? y ¿de qué personas y medios se sirvieron para conectar territorios más allá de las fronteras? Éstas son las cuestiones que a continuación queremos desenmarañar.

² Este *casato* es originario de la ciudad de Como, en el Estado de Milán. Si bien en lengua italiana su apellido apareció escrito habitualmente como Cernezzi, al trasladarse parte de la familia a Valencia se tradujo por Cernesio, forma en la que más veces aparece escrita aunque, de todos modos, su grafía cambiaba a Sarnesi, Sernesi, Cernesí. Así pues, durante el trabajo utilizaremos un único criterio onomástico: Cernezzi

Nuevas perspectivas de análisis para las comunidades mercantiles “circulantes”.

En primer lugar, debemos decir que en los últimos tiempos los historiadores y las historiadoras han venido trabajando sobre los conceptos múltiples de frontera(s) y espacio(s). Las nuevas metodologías y aportes han enriquecido el panorama historiográfico y han dado luz sobre paradigmas interpretativos consolidados. Por esa razón queremos enmarcar nuestro caso de estudio sobre las firmas mercantiles-financieras Cernezzi y Odescalchi (C & O) dentro de dos grandes líneas: las nuevas perspectivas transnacionales/transregionales y la consideración de estos agentes transfronterizos como una comunidad en movimiento. Creemos que los debates que surgen desde estos nuevos puntos de vista y las metodologías que se desprenden, nos pueden ayudar a entender desde otro punto de vista las fronteras y los espacios en la Edad Moderna.

Los contextos en los que se movieron los Cernezzi y Odescalchi son totalmente diversos. Desde Como se enviaron miembros de la familia a Núremberg, Cracovia, Venecia, Génova, Milán, Roma y Valencia. De qué manera trabajar estas escalas locales, regionales o europeas, entendiendo que las escalas en sí no son nuestro objetivo de análisis sino la herramienta con la que podemos entender el conjunto de la evolución del linaje, nos plantea diversos problemas. En este sentido, queremos apuntar que las perspectivas de análisis transnacionales nos ayudan a salir de los corsés que han generado los paradigmas interpretativos a través del Estado-Nación, una cuestión que para la historiografía modernista ha despertado un creciente interés en los últimos tiempos. Aunque la literatura al respecto se ha multiplicado, queremos señalar algunos de los trabajos que inciden en esta dirección como el de Thelen³, Cohen & O'Connor⁴,

³ David Thelen, “The Nation and Beyond: Transnational Perspectives on United States History,” *The Journal of American History* 86-3 (1999): 965-975.

⁴ Deborah Cohen y Maura O'Connor, “Comparative History, Cross-National History, Transnational History – Definitions,” en eds. Idem, *Comparison and history: Europe in cross-national perspective* (New York: Routledge, 2004).

Trivellato⁵, Yun Casalilla⁶, Fusaro⁷, por citar trabajos teóricos y reflexiones junto a ensayos que parten de estas perspectivas y han conseguido dar luz sobre la temática.

De hecho, la propuesta para salir de un análisis macrohistórico que, por lo general, ha trazado fronteras “nacionales”, “religiosas” o “vasalláticas”, por nombrar algunas, reside en combinar la perspectiva transnacional con el análisis a partir de un caso de estudio que tenga en consideración lo local y lo individual, pero que lo conecte a través del factor humano, con diferentes espacios, permitiéndonos situar nuestra atención en los diáfanos límites en los que se movilizaron los agentes mediterráneos en el espacio europeo.

Por otra parte, Trivellato⁸ y Aslanian⁹, a través del análisis de las comunidades transregionales sefarditas y armenias, ponen en cuestión las características sobre las que Cutin definió a las ‘*trade diasporas*’ con tal de recuperar una perspectiva que se base en redes más amplias, contando con experiencias individuales más que con modelos teóricos macroanalíticos. En esta dirección F.Trivellato, nos propone ampliar la mirada mediante el análisis de las relaciones inter-grupo más allá de las consideraciones intra-grupo, consideradas homogéneas socio-culturalmente, habiendo tenido este análisis a asociar grupo cultural con ‘nación’. La autora propone la utilización de un enfoque de red (*network approach*) para el análisis de

⁵ Francesca Trivellato, *Familiarity of strangers. The Sephardic Diaspora. Livorno, and Cross-Cultural Trade in the Early Modern Period* (New Heaven-London: Yale University Press, 2009).

⁶ Bartolomé Yun Casalilla, “Localism’, Global History and Transnational History. A Reflection from the Historian of Early Modern Europe,” *Historisk Tidskrift* 127-4 (2007): 659-678. Ídem, “Transnational history. What lies behind the label? Some reflections from the Early Modernist’s point of view,” *Culture & History Digital Journal* 3-2 (2014).

⁷ Maria Fusaro, “Commercial Networks of Cooperation in the Venetian Mediterranean: The English and the Greeks, a Case Study,” en *Commercial Networks in the Early Modern World*, eds. Diogo Ramada Curto y Anthony Molho (Florenca: EUI, 2002). Maria Fusaro et al. *Trade & Cultural Exchange in the Early Modern Mediterranean. Braudel’s Maritime Legacy* (London-New York: I.B Tauris Publishers, 2010).

⁸ Trivellato, *Familiarity of strangers*.

⁹ Sebouh Aslanian, *From the Indian Ocean to the Mediterranean. The Global Trade Networks of Armenian* (Berkeley: University of California Press, 2001).

los grupos de comercio o sociedades en circulación, con el propósito de analizar las relaciones de grupo como algo dinámico, ya que las identidades no deben entenderse como caracteres fijos, permitiéndonos ver las relaciones fuera de los “grupos naturales”.

En conclusión, este rico contexto historiográfico nos introduce en diversos debates y perspectivas que nos llevan a considerar una metodología y una visión que aplicaremos a nuestro caso de estudio singular -pero no anecdótico- que puede entrar en diálogo, a través de la experiencia individual y las relaciones en comunidad, con los problemas que las fronteras pueden representar en los estudios históricos enfocados en esta dirección. De hecho, este modelo de acercamiento viene siendo utilizado recientemente para las investigaciones de redes transnacionales y se ha saldado con actualizadas Tesis Doctorales como las de A.García Montón¹⁰ y Y.R.Ben Yessef Garfia¹¹.

Las familias de negocios milanesas y el estudio de los Cernezzi y Odescalchi en el siglo XVII.

Desde mediados del siglo pasado los milaneses, junto al resto de italianos, fueron condenados por la historiografía tradicional a soportar una crisis económica, pero sobre todo estructural, a partir de finales del siglo XVI, sobre la cual no tuvieron los suficientes recursos para superarla, desplazados, en parte, por la competencia en el Mediterráneo de ingleses y holandeses, tal y como lo resumen y expresan bien Stefano d’Amico¹², Giovanna

¹⁰ Alejandro García Montón, “Génova y el Atlántico (c.1650-1680). Emprendedores mediterráneos frente al auge del capitalismo del Norte” (Tesis, European University Institute, 2014).

¹¹ Rocío Ben Yessef Garfia, “Una familia entre la Monarquía Hispánica y la República: Battista Serra como modelo de red transnacional para la comprensión de un sistema policéntrico (finales del siglo XVI- mediados del siglo XVII)” (Tesis, Universidad Pablo de Olavide, 2015).

¹² Stefano D’Amico, *Spanish Milan. A City within the empire, 1536-1707* (New York: Palgrave Macmillan, 2012). “In traditional historiography, Milan, like other Italian cities, began to decline in the seventeenth century as its merchants were no longer able to compete with their English, Dutch, and French counterparts. Urban manufacturers virtually collapsed and only the countryside showed signs of vitality”.

Tonelli¹³ o Giuseppe De Luca¹⁴, que han puesto de relieve la necesidad de realizar una profunda revisión sobre el tema. De hecho, han destacado cómo, en ese periodo, las ciudades norte italianas siguieron teniendo un papel protagonista en la economía y por consiguiente sus agentes. Podemos encontrar muchos ejemplos de familias de emprendedores milaneses, bien en relación con la inmigración a la Península Ibérica en los trabajos de R. Franch¹⁵, R.Girón¹⁶, K.Kaps¹⁷, B.Crivelli¹⁸, o en sus relaciones europeas, como en los estudios de A.Abbiati¹⁹, que estudió parte de la familia Benzi entre Como, Venecia y Ámsterdam, los asentistas investigados por De Luca o “i negozianti milanesi nell XVII secolo” trabajados por G.Tonelli. En definitiva, estas investigaciones nos muestran a los agentes milaneses cruzando los límites de su “Estado” para comerciar y prestar diversos servicios. Podríamos decir que, al igual que los genoveses o los florentinos, desarrollaron un sistema de comercio transnacional que situaba a diferentes agentes en puntos estratégicos del comercio global.

13 Giovanna Tonelli, *Affari e lussuosa sobrietà. Traffici e stili di vita dei negozianti milanesi nel XVII secolo (1600-1659)* (Milán: Franco Angeli, 2012).

14 Giuseppe De Luca, “Hombres de negocios milaneses al servicio de la Monarquía Hispánica,” *Torre de los Lujanes: Boletín de la Real Sociedad Económica Matritense de Amigos del País* 46 (2002).

15 Ricardo Franch Benavent, “El papel de los extranjeros en las actividades artesanales y comerciales del Mediterráneo español durante la Edad Moderna,” en *Los extranjeros en la España Moderna: Actas del I Coloquio Internacional*, dirs. M^a Begoña Villar García et al. (Málaga, 2003), 39-71. Ídem, “La inmigración italiana en la España moderna,” en *La inmigración en España: Actas del Coloquio*, eds. Domingo L. González Lopo y Antonio Eiras Roel (Santiago de Compostela, 2004), 103-45.

16 Rafael M. Girón Pascual, “Mercaderes milaneses y regidores de Huéscar en el siglo XVI: Los Cernúsculo,” en *Campesinos, nobles y mercaderes. Huéscar y el Reino de Granada en los siglos XVI y XVII*, ed. Julián Pablo Díaz López (Granada: Ayuntamiento de Huéscar, 2005), 51-74.

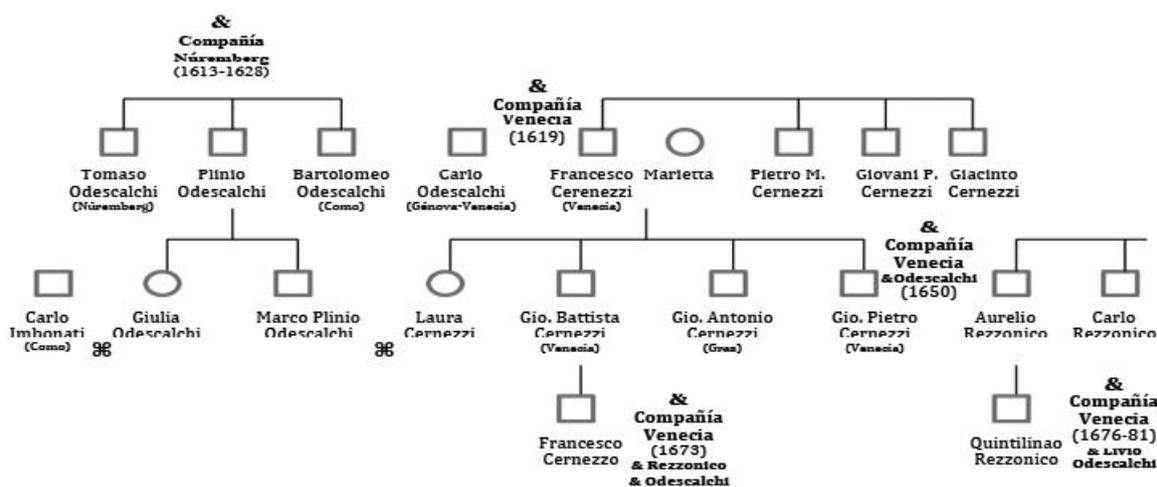
17 Klemens Kaps, “¿Una burguesía mercantil periférica? Redes y prácticas de negocio de comerciantes lombardos en Cádiz en la segunda mitad del siglo XVIII”, en *XII Reunión de la Fundación Española de Historia Moderna, VVAA* (Sevilla: Universidad de Sevilla, 2014).

18 Benedetta Crivelli, “Commerci e affari tra Milano e la penisola iberica: l'integrazione dei mercanti-banchieri milanesi nel sistema imperiale spagnolo nella seconda metà del XVI secolo,” en *Lombardia ed Europa. Incroci di storia e cultura*, ed. Danilo Zardini (Milán, Ed. Vite e Pensiero, 2014).

19 Antonia Abbiati, “Fra Como, Venezia e Amsterdam. Percorsi economici, strategie sociali e conflitti: il caso di Giovanni Battista e Francesco Benzi nella seconda metà del XVII secolo,” en *La Lombardia spagnola. Nuovi indirizzi di ricerca*, eds. Elena Bambrilla y Giovanni Muto (Milán: Università di Milano, 1997), 154-74.

Las preguntas que nos hacemos son si es posible identificar al grupo de milaneses como grupo de nación, con la especificidad de formar parte de la Monarquía Hispánica, y si generaron sus propias redes a través de las principales familias en el exterior, creando un grupo de frontera como milaneses para desarrollar sus negocios y ser competitivos. Avanzamos ahora que, en la mayoría de casos, se nos demuestra, a través de un enfoque de reconstrucción de su red, que no solo salieron del espacio geográfico milanés sino que también cruzaron la frontera de pertenecer a la “nación milanese” fuera de Italia.

Con tal de destacar la importancia de las familias de comercio durante la Época Moderna hemos representado sus lazos de parentesco a través de diferentes árboles genealógicos que nos muestran la capacidad de integración que tuvieron los diversos linajes. Aunque en este artículo nuestra intención es observar las redes de fidelidades generadas más allá de las fronteras interiores de estos protagonistas, entender su sistema de relaciones familiares resulta clave.



1. Árboles Genealógicos y compañías comerciales de Venecia y Núremberg²⁰

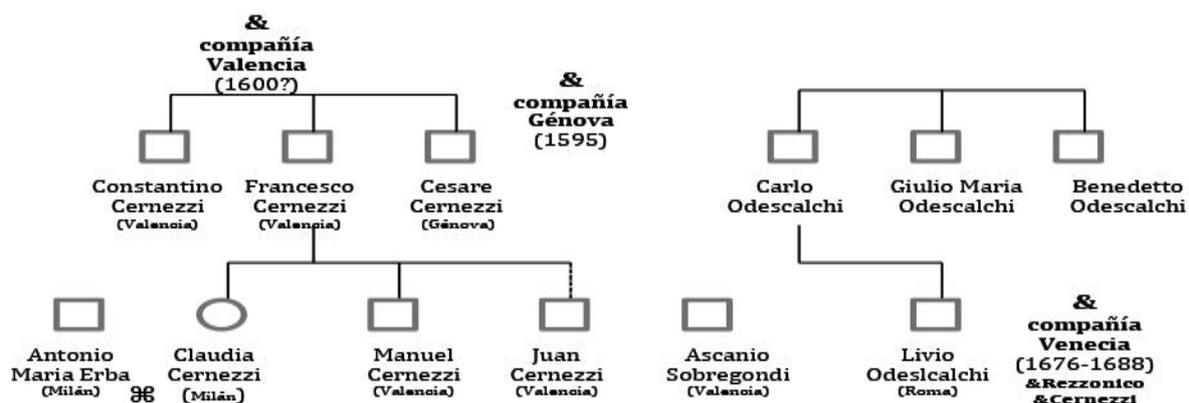
Las familias Cernezzi y Odescalchi²¹, originarias de Como, eran diferentes ramas de linajes que se entrelazaron a partir del siglo XVII. Presen-

²⁰ Árbol genealógico elaborado a partir de fuentes documentales.

²¹ Los Odescalchi han sido estudiados por: Giuseppe Mira, *Vicende economiche di una famiglia italiana dal XIV al XVII secolo* (Milán: Società Editrice “Vita e pensiero”, 1940). Un estudio centrado

tamos en este trabajo las uniones comerciales y cómo a su vez eso generó uniones matrimoniales²².

Exponemos dos ramas diferentes de los Odescalchi, la formada por Tomaso, Plinio y Bartolomeo (Fig.1) y la compuesta por Carlo, Giulio María y Benedetto (Fig.2) unidas por su tatarabuelo, y otras dos de los Cernezzi. A todos les unieron los negocios y, tal y como se puede ver en los cuadros genealógicos, las firmas comerciales se siguieron estableciendo de manera secular, representadas con el símbolo &. Los diferentes miembros de la familia fueron enviados a sitios privilegiados de observación del mercado, tal y como podemos advertir en función de las ciudades en las que residieron y situaron las sedes de sus compañías, como en Núremberg²³, Venecia²⁴, Génova²⁵ y Valencia²⁶, disponiendo cada una de las empresas creadas de una amplia independencia de actuación, pero con fuertes lazos comunicativos entre ellas.



2. Árboles Genealógicos y compañías comerciales de Génova y Valencia²⁷

sobre todo en el siglo XV y XVI, con algunas consideraciones para el siglo XVII.

²² BCCo, *Fondo Odescalchi*, b.230, fascículo (fasc.).1. Quiero agradecer al personal de la Biblioteca Comunale de Como su disponibilidad y amabilidad.

²³ BCCo, *FO*, b.250, fasc. 6.

²⁴ Ídem.

²⁵ Ídem.

²⁶ AHN, *Sección Nobleza*, PARCENT, C.135, D.1.

²⁷ Árbol genealógico elaborado a partir de fuentes documentales.

Aun así, y dado que éste es un trabajo en curso, realizaremos un estudio sincrónico que nos permita observar a través de una foto fija la construcción de estas redes de fidelidad transregionales. Para eso nos situaremos en una cronología, como vamos a explicar a continuación, establecida en los años veinte del siglo XVII.

Las redes de fidelidades transregionales: más allá de las fronteras

Para una primera aproximación a las redes que comandaban los C & O, hemos realizado un análisis de la correspondencia enviada desde Venecia a Como -nodo central de la compañía-, y algunas misivas desde Valencia, ampliando la información con documentos notariales como testamentos o contratos y otros trabajos bibliográficos.

Estas redes se tejían a partir de la confianza, los conocimientos técnicos y el sistema de información, siendo los catalizadores sobre los cuales se generaron las relaciones capaces de hacer florecer la compañía comercial mediterránea durante el siglo XVII. Debemos apuntar, además, que la familia era uno de los vínculos más fuertes a la hora de comenzar una actividad mercantil, aunque los lazos de parentesco no eran garantía de éxito. De hecho, queremos advertir que las relaciones entre Tomaso Odescalchi, situado en Núremberg y el nodo principal de las compañías situado en Como, terminó por romperse en 1628, sin significar eso la pérdida de capacidad económica en la plaza alemana²⁸.

Las fidelidades entre agentes de comercio: ¿a través de la rivalidad o la cooperación?

La pregunta que nos formulamos para averiguar de qué modo y quién podía estar involucrado en las redes de fidelidades más allá de la familia es clara: ¿se generaban redes excluyentes para las compañías de negocios basadas en la rivalidad comercial o, en cambio, existió cooperación entre

²⁸ BCCo, FO, 250, Fasc. 6, 1628, Disolución de la compañía de Bartolomé, Tomaso y Plinio Odescalchi, hermanos.

los agentes del Mediterráneo en el siglo XVII?. En esta dirección se vienen proponiendo ideas de colaboración entre grupos nacionales diversos²⁹ y también entre grupos que aparentemente debían de ser competidores, como ingleses y holandeses³⁰. Una cooperación que no tenía por qué estar exenta de momentos de confrontación, como bien apuntan C. Álvarez Nogal o M. Fusaro.

A modo ilustrativo, proponemos el ejemplo de los genoveses Spínola, asentistas de la Monarquía Hispánica y plenamente interrelacionados con los agentes milaneses, en parte porque la Monarquía necesitaba liquidez en territorios como Milán o Flandes. Para realizar operaciones financieras de gran calado, los Spínola se sustentaron entre otros en las compañías C & O. Antes de 1633 ya se habían creado tejidos de confianza a través de operaciones financieras entre ellos³¹. Así pues, en ese año los genoveses consiguieron manejar una gran operación financiera mediante la colaboración con milaneses. A Francesco y Constantino Cernezzi de Valencia les pidieron entregar 74.000 reales castellanos en Madrid por vía de su agente en la Corte. A cambio, los Cernezzi cobrarían un interés del 8%, más un 1% por sus servicios, un alto porcentaje³². Pero la operación no se cerraba solo con los agentes situados en Valencia, sino que se activó también la red familiar de Génova y Venecia. Fueron los C&O de Venecia, quienes giraron parte del asiento a los Países Bajos³³, ya que eran capaces de dar liquidez a

²⁹ Carlos Álvarez Nogal, “La rete finanziaria della famiglia Spinola: Spagna, Genova e le fiere dei cambi (1610-1656)”, en *Quaderni Storici* 124/ a XLII, n° 1 (2007), pp. 1-14.

³⁰ Colin Heywood, “The English in the Mediterranean, 1600-1630. A Post-Braudelian Perspective on the ‘Northern Invasion’”, en *Trade and Cultural Exchanges in the Early Modern Mediterranean. Braudeli’s Maritime Legacy*, eds. Maria Fusaro et al. (London-New York: I.B. Tauris Publishers, 2010).

³¹ Archivio di Stato di Roma (ASRo), *Fondo Odescalchi (FO)*, 2A 6. Se conservan dos letras de cambio firmadas por “Francesco Spínola et David Imperiale”, que se entregan en Piacenza a los Odescalchi. También de Squarza Figli y Spínola de 200.000 escudos.

³² Carlos Álvarez Nogal, “La rete finanziaria della famiglia Spinola: Spagna, Genova e le fiere dei cambi (1610-1656)”, *Quaderni Storici* 124/ a XLII-1 (2007): 8-12.

³³ Carlos Álvarez Nogal, “La transferencia de dinero a Flandes en el siglo XVII: Dinero en efectivo o letras de cambio”, en *XIV International Economic History Congress*, Helsinki (2006).

la Monarquía en las ciudades principales. Para cerrar la operación, los Spínola devolvieron el dinero con la plata hispánica que llegó a Génova, donde los C & O situados en esa ciudad se dirigieron al puerto para recoger sus remesas ingresadas directamente en las cuentas de las compañías.

En definitiva, más allá de poder hablar de unos negocios milaneses o genoveses, nos encontramos ante unas redes transregionales, sostenidas por su capacidad para no fallar en movimientos de capital de gran envergadura. Todo esto, gracias a que contaban con los recursos, humanos y materiales, necesarios.

Estas redes eran útiles no solo para intercambiar bienes o realizar operaciones financieras, sino también recursos humanos. Muchos se formaban con milaneses y terminaban trabajando para los genoveses, como el caso de Bernardino Benzi que trabajó de procurador para los Cernezzi, entre otros con el negocio de la cochinilla³⁴, un colorante americano que se introdujo en Europa. Finalmente este terminó siendo agente de los Spínola en Piacenza³⁵.

Igual pasaba con los florentinos. Aunque se vivieron momentos de tensión, sobre todo por la inauguración de las ferias de Novi Ligure y Piacenza como ferias de “genoveses” y “florentinos” respectivamente³⁶, los C & O acudieron a ambas. De hecho, aunque pensaban que “quei fiorentini hann’stuffato tutto il mondo, [...] e sono in tanta strettezza che se non falisse qualchuno sarà miraculo”³⁷, se sirvieron de ellos para muchos negocios. En Núremberg, querían contactar con los Benivieni, florentinos y agentes de fidelidades múltiples, útiles por no tener “credo” según dijo Francesco Cernezzi desde Venecia³⁸, y que interpretamos como que no estaban ligados a un patrón, aunque se podrían debatir las implicaciones

³⁴ ASRo, FO, 2A 6, Lettera 1622, julio 16. De Francesco Cerenzzo desde Venecia.

³⁵ Claudio Marsilio, *Dove il denaro fa denaro. Gli operatori finanziari genovesi nelle fiere di cambio del XVII secolo* (Novi Ligure: Città del silenzio. Biblioteca di cultura moderna e contemporanea, 2008), 184.

³⁶ Ídem.

³⁷ BCCo, FO, 250, Fasc. 5, Lettera 1622, agosto 27.

³⁸ BCCo, Fo, 250, Fasc. 5, Lettera 1622, octubre 29.

religiosas de la expresión. Se apoyaron en los Braccionlini de Pistoia³⁹ y a Cracovia enviaron a un joven Odescalchi con la familia Cellari, de Lucca, para su formación⁴⁰. Después de ser formado por estos, a los 33 años, Pietro Francesco Odescalchi enviaba una lista de servidores fieles que se habían conseguido a favor de la Casa para negociar en Hungría⁴¹. También se sirvieron de los conocimientos técnicos de los Volpi, toscanos, que eran conocidos por los C & O y a quienes solicitaron sus servicios en diversas ocasiones para resolver problemas en las ferias de Fráncfort⁴².

Hemos visto que las relaciones de los milaneses se entrelazaban con las de otros italianos, como los genoveses y florentinos, al menos durante los años 20 del siglo XVII. No obstante, se relacionaron con agentes más allá de lo que podía entenderse como la ‘nación’ italiana, aunque en ese momento dividida políticamente en diversos estados. En Valencia lo hicieron, entre otros, con Ventura Lozoya, un agente comercial bastante oscuro, con quien organizaban un juego de cambios para poder conceder créditos a particulares sin ser acusados de usureros, siendo Lozoya procurador y colaborador suyo en las supuestas ferias de Medina del Campo⁴³. En Barcelona Miquel Sala enviaba plata y mercancías a cargo de los Cernezzí de Valencia. Desde Venecia los contactos hacia el Atlántico norte pasaron, entre otros, por un joven, Abraham de Marez, probablemente calvinista, quien diez años después fue director de navegación y comercio de la Compañía de Levante de Ámsterdam⁴⁴. También se relacionaron con el banquero situado en Venecia Paolo Bassadona, proveedor de Corfú, Zante y Cefalonia. Además de otros, como Hans Kessler de Colonia y Moneri Michellí

³⁹ Ídem.

⁴⁰ Rita Mazzei, *Itinera Mercatorum. Circolazione di uomini e beni nell'Europa centro-orientale, 1550-1650* (Lucca: Maria Pacini Fazzi Editore, 1999).

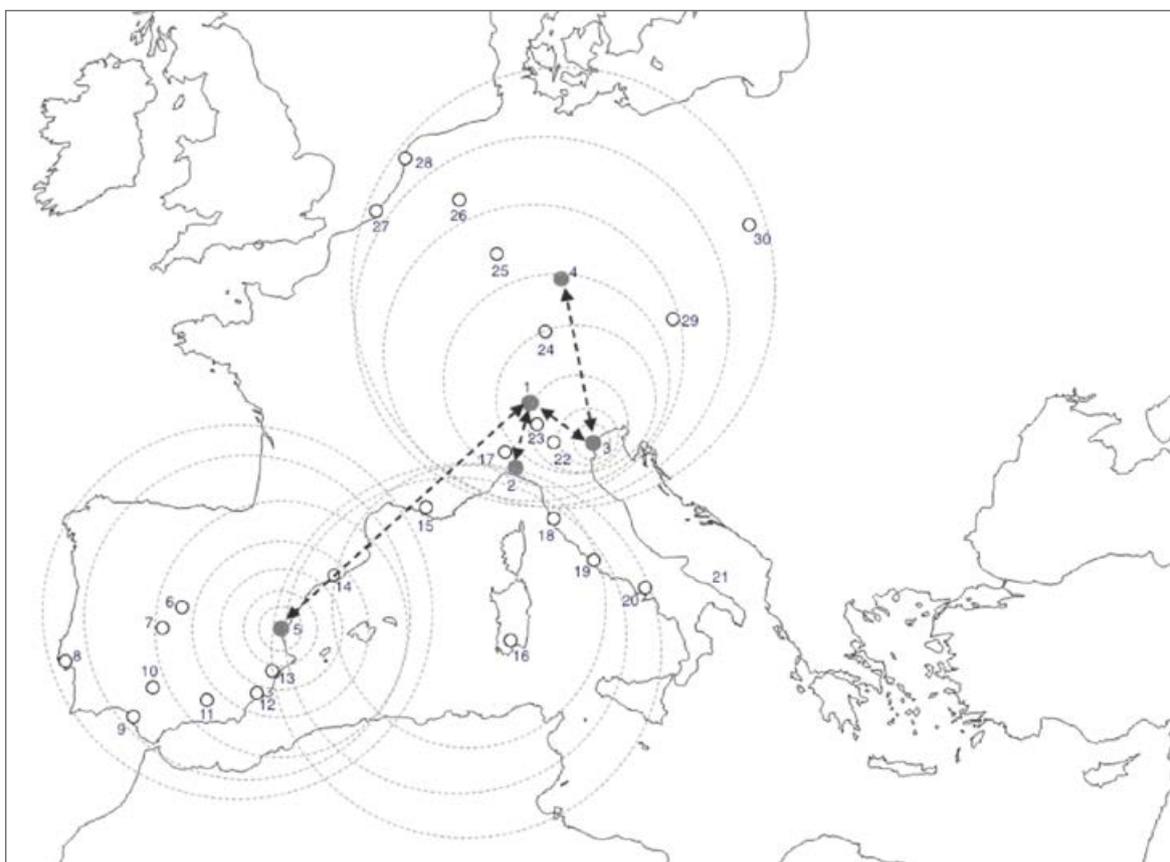
⁴¹ BCCo, FO, 250, Fasc. 5, Lettera 1622, agosto 27.

⁴² BCCo, FO, 250, Fasc. 5, Lettera 1622, septiembre 10.

⁴³ Archivo de Protocolos Corpus Christi de Valencia (APCCV), *Protocolos*, 230. Felipe Ruiz Martín, “La plaza de cambios de Valencia (siglos XIV-XVIII)”, en *Economía, cultura y sociedad. Homenaje a Juan Velarde Fuertes*, coord. José Luis García Delgado, (Madrid: EUDEMA, 1992), 181-210.

⁴⁴ Isaac Le Longe, *De Koophandel Van Amsterdam*.

situado en Livorno, personajes y relaciones sobre los cuales indagaremos en un futuro. Todas estas relaciones transregionales e inter-grupales eran gestionadas desde diversos nodos de control, como aparece reflejado en el mapa 1.1, que podemos dividir entre Mediterráneo occidental y Atlántico ibérico, controlados por Génova y Valencia y la gestionada por las sedes de Venecia y Núremberg que controlaba la Europa central y norte.



3. Mapa del control de las redes de fidelidades desde Núremberg, Venecia, Génova y Valencia.⁴⁵

⁴⁵ Elaborado a partir de fuentes documentales. 1 - Como; 2 - Génova; 3 - Venecia; 4 - Núremberg; 5 - Valencia; 6 - Madrid; 7 - Toledo; 8 - Lisboa; 9 - Cádiz; 10 - Sevilla; 11 - Granada; 12 - Cartagena; 13 - Alicante; 14 - Barcelona; 15 - Marsella; 16 - Cagliari; 17 - Novi Ligure; 18 - Livorno; 19 - Roma; 20 - Nápoles; 21 - Bari; 22 - Piacenza; 23 - Milán; 24 - Augsburgo; 25 - Fráncfort; 26 - Colonia; 27 - Amberes; 28 - Ámsterdam; 29 - Viena; 30 - Cracovia.

El 'know-how' de los agentes milaneses, unas técnicas compartidas

Pero, ¿cómo se podía conseguir establecer esta compleja red multinodal? Para triunfar en el mercado internacional de bienes y finanzas era imprescindible conseguir una sólida base de fidelidades que se basara en la confianza y en la capacidad técnica de analizar el mercado, tanto coetáneamente como predecir movimientos futuros⁴⁶. Este sistema, llamado *know-how*, se ha atribuido a 'diásporas' como la sefardí o genovesa, muchas veces desde la perspectiva de observación del 'intra-grupo'. Parece que la técnica iba ligada a la solidaridad que tenían sus individuos por pertenecer a una misma 'nación' territorial o religiosa. Como hemos ido señalando, las actividades de estos agentes mediterráneos milaneses durante el siglo XVII, su *know-how* fue la clave de su éxito, y lo fue gracias a saber relacionarse con diferentes grupos y generar unas redes que permitían, en primer lugar, analizar el mercado, en segundo conocer la competencia, también examinar el ambiente económico y social y por último las fortalezas y debilidades a las que se exponían, gracias a un sistema informativo exclusivo y predictor, tal y como se expresa bajo los parámetros de G. Doria. Es por eso que puede que debamos de considerar éstas como unas técnicas compartidas por grupos de comerciantes, ya que, como hemos visto, entre ellos colaboraron genoveses, florentinos, venecianos, holandeses, y también espacios físicos de contacto, aunque con especificidades milanesas, como apunta De Luca⁴⁷. Vamos a desgranar este sistema mediante los ejemplos de los Cernezzi, desde sus sedes de Valencia y de Venecia.

Los *brokers* Cernezzi, mirador del *know-how* milanés.

Desde Venecia el *broker* Francesco Cernezzi controlaba a los agentes que iban a las ferias, de los que se valoraba su actividad, como las dudas sobre

⁴⁶ Giorgio Doria, "Conoscenza del mercato e sistema informativo: il know-how di mercanti-finanieri genovesi nei secoli XVI e XVII," en *La repubblica internazionale del denaro tra XV e XVII secolo*, ed. Aldo De Maddalena, Quaderno 20, Annali dell'Istituto Storico Italo-Germanico (Bologna: il Mulino, 1986), 57-122.

⁴⁷ Giuseppe De Luca, "Hombres de negocios milaneses al servicio de la Monarquía Hispánica," *Torre de los Lujanes: Boletín de la Real Sociedad Económica Matritense de Amigos del País* 46 (2002): 124.

Giovanni Batitista Agliati⁴⁸ como representante, aunque a veces se consideraba asistir personalmente⁴⁹. Se tenía la información de quienes eran óptimos agentes para la compañía y quienes no, y si había que prescindir de alguien⁵⁰. También se analizaban las nuevas plazas en las que trabajar y las oportunidades que se podían generar, por ejemplo en Augusta, Fráncfort o Cracovia. En definitiva, reunían toda una maquinaria de trabajo duro y un espíritu de negocios que debía dejar constancia de la diferencia para que “a questa Cassa [Odescalca] occorono li più belli negoci che forze a nessuna Casa vecchia capitano”⁵¹.

Uno de estos casos de confianza, control y análisis del mercado se plasma concretamente en la situación de quiebra de algunas casas comerciales de Amberes y Ámsterdam en 1622. Las compañías de Balda, Dorchi, Pesino, Turcone y Colpin & Benôit, se encontraban en una situación de incertidumbre económica, algunas llegando a la quiebra de sus negocios. Los intereses de los C & O en estas compañías corrían riesgo y eso solo podía solucionarse a través de la reparación de la situación generada mediante contactos fieles. Si en febrero del 1622 la situación parecía irreversible⁵², los contactos del *broker* veneciano Francesco Cernezzi, provocaron que a los tres meses se pudiera esperar una recuperación del 50% de los negocios de Amberes a través de Giovanni Dorchi⁵³, con quien se habían restablecido los lazos de confianza y quien gestionó directamente la recuperación de capital de Ámsterdam, ciudad sobre la cual en Venecia no se tenían noticias. En verano “li falimenti sono cessati” y Dorchi conseguía que alrededor del 40% de las posiciones y créditos de los Odescalchi se

48 Agliati trabajaba para las firmas comerciales de los C&O. Un año antes, el 16 de julio de 1622 se había trasladado a Bari para negocios relacionados con la seda, al que Francesco Cernezzi calificaba como “L’Agliati [...] se bene è valent huomo et ancora assai buono [...] pero durerà fatica acomodarsi al’uso di qui Paesa”.

49 BCCo, FO, 250, Fas. 5. Lettera 1623, 20 mayo.

50 BCCo, FO, 250, Fas. 5. Lettera, 1622, 12 febrero.

51 BCCo, FO, 250, Fas. 5. Lettera 1623, 25 octubre.

52 BCCo, FO, 250, Fas. 5. Lettera 1622, 26 febrero.

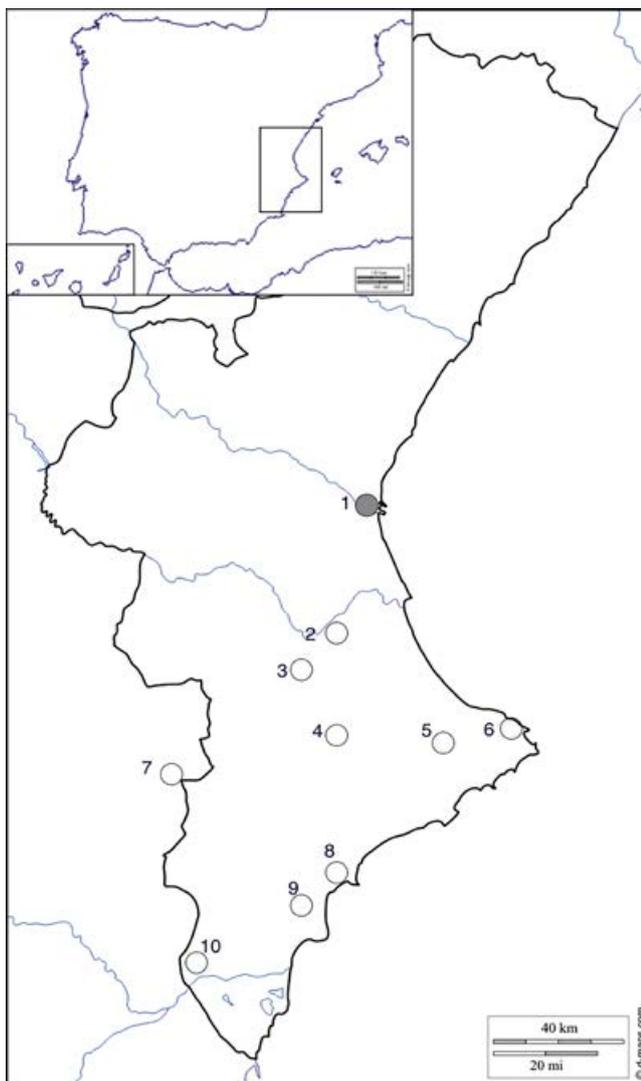
53 BCCo, FO, 250, Fas. 5. Lettera 1622, 5 mayo.

recuperara en Ámsterdam en 1623. La situación, que ahora se gestionaba a través de este agente, que destacó en sus servicios, debía de continuar con mucha más precaución, incrementando el control sobre los negocios, a realizarse a partir del momento de manera más laxa.

Pero, aparte de las personas, conocer el sector en el que actuar era imprescindible y a eso iban ligadas las oportunidades, mayores o menores, con las que las Compañía podían encontrarse.

Desde Valencia, la compañía de Constantino & Francesco Cernezzi, también tenía observadores privilegiados en el mercado interior del Reino de Valencia y otros territorios.

Aunque no entraremos en detalle en el análisis interno de esta compañía, resulta interesante señalar cuál fue la complejidad para conocer el mercado (oferta-demanda) hecho por el cual no podían permanecer en lo que podemos considerar la frontera marítima que se suponía la capital del reino de Valencia⁵⁴. Los observadores privilegiados debían estar en posiciones estratégicas para conocer



4. Mapa del control de las redes de fidelidades en el Reino de Valencia (1621)

⁵⁴ En el mapa aparecen las principales poblaciones donde enviaron o se establecieron agentes: 1 - Valencia; 2 - Alzira; 3 - Xàtiva; 4 - Cocentaina; 5 - Muro; 6 - Dénia; 7 - Yecla; 8 - Alicante; 9 - Elx; 10 - Oriola.

las novedades del mercado. De hecho, sabían cuál iba a ser la recolecta de trigo⁵⁵ y por tanto podían situarse como principales importadores de este alimento, ostentando en los años treinta el monopolio de la importación de trigo en Valencia y siendo reconocidos por ellos como caballeros de la ciudad⁵⁶. Así, también tuvieron informadores sobre el negocio de la seda, un producto clave en el desarrollo económico valenciano. A modo de ejemplo, podemos ver como Bartolomeo Achiante escribía en Alcira el 7 de mayo de 1621 para informar del estado de la compañía en la ciudad y de cómo se estaba integrando el negocio de la seda:

“tiene noticia della casa de negocios que aquí [en Alzira] hemos puesto con intensión dellos señores Cernecios de Valencia [...]. La muda della seda para acá va buena. Hoigamos V.S nos avise del modo va ay, pues tenemos entendido que está grandiosa y si se pone a precio acomodado podrá ser demos horden por alguna y así no dejarà de hazerlo con brevedad juntamente con mandarnos muchas cosas de su servizio aquí”⁵⁷.

La gestión de controlar puntos claves de observación la podemos examinar, por ejemplo, en la apertura de la sede de Alicante, el 27 de marzo de 1621. Se enviaron cartas a 94 compañías comerciales formadas por los “principali amici”, situados en 18 ciudades diferentes⁵⁸ del Mediterráneo occidental, incluyendo Sevilla, Cádiz y Lisboa. A ellos, se les ofrecía la capacidad de negocio de la plaza de Alicante, los beneficios que trabajar con los C & O les podía reportar, pero sobre todo era una carta en la que se trasladaba la confianza que podían depositar en los *broker* de Valencia: “chi per noi solo havete a credere alle mani d’ambi nominati [Cernezzi]”. Con

⁵⁵ ASRo, FO, X B 6, Vol. 1, Lettera 1621, 8 mayo.

⁵⁶ Josep San Ruperto Albert, “Familia, redes mercantiles y poder en el siglo XVII: la llegada al Reino de Valencia de los Cernesio,” *Tiempo modernos: Revista Electrónica de Historia Moderna* 7-27 (2014): 1-34.

⁵⁷ ASRo, FO, X B 6, Vol. 1, Lettera 1621, 7 mayo.

⁵⁸ ASRo, FO, X B 6, Vol. 1, Lettera 1621, 27 de marzo.

un tono de exclusividad se brindaba la posibilidad de enviar las mercancías de aquellos que lo solicitasen a cualquier parte, ellos les garantizaban el funcionamiento de su red internacional.

Este documento nos muestra dos asuntos clave. Por una parte, la disposición de observadores, agentes, colaboradores y clientes en sitios estratégicos, que podemos considerar fronteras marítimas o centros de poder. En segundo lugar, vemos el traspaso de la muralla de la ciudad de Valencia para adentrarse en el mercado regnícola con la intención de conocer mejor la oferta y la demanda y, en definitiva, pronosticar las necesidades que tendrían ciertos espacios. Esta era la clave para que el conjunto de las firmas funcionase y, por tanto, puede que sucediera no solo en Valencia, sino también en los diversos territorios, aunque esto habría que comprobarlo para otros casos.

Conclusiones

Llegados a este punto nos preguntamos si hay que considerar ésta como una diáspora comercial o una red en circulación milanesa, mediterránea o europea y de qué manera percibieron los espacios “nacionales” y “europeo”, en la participación comercial y financiera, los agentes que la conformaron.

Dado que éste es un trabajo en curso, podemos decir que no tenemos respuestas definitivas, pues las indagaciones deberán incidir en la consideración de los espacios. Lo que sí que estamos en condiciones de adelantar es que existió un grupo de milaneses, a buen seguro menos numeroso en términos cuantitativos que el genovés, que tuvo negocios de gran envergadura y que se consiguió prolongar en el tiempo debido a un *know-how* compartido con otros mercaderes -genoveses, florentinos, venecianos, valencianos, castellanos, holandeses-, y la capacidad de elección de su red de fidelidades que se fue reformando y adaptando a las nuevas situaciones económicas que el siglo XVII trajo consigo.

En esta centuria fueron muchas las familias milanesas, y en concreto *comas*, que se esparcieron por puntos claves del comercio europeo mediterráneo y atlántico. Los Somigliana, Muralti, Muzio, Parravicino, Loppio, Lumaga o los Cernezzi y Odesclachi, que dieron un respiro a la afectada economía milanesa. Observar a estos agentes resulta interesante para adentrarse en las estrategias de grupos económicos que traspasaron sus fronteras para poder competir con las viejas casas de negocios en sus andaduras comerciales. Desde el mundo católico pasaron al reformado, desde una región sin puerto se adentraron al Mediterráneo occidental y oriental, desde la ciudad controlaban el campo y del campo abastecieron la ciudad. Atravesaron estas regiones, que para ellos eran porosas, para poder relacionarse con todos los sujetos capacitados para dar el mayor beneficio a su empresa. Sin olvidar su centro neurálgico, Como, se crearon compañías independientes, pero conectadas, en Valencia, Génova, Venecia, Núremberg y más allá. Las perspectivas transnacionales y un análisis cualitativo de las redes nos ofrecen nuevos panoramas sobre los que incidir. En definitiva, nuevas maneras de entender el comercio, las finanzas y el espacio europeo durante la Edad Moderna. ■