

Italie et Espagne entre Empire, cités et États



Constructions d'histoires communes
(XV^e-XVI^e siècles)

sous la direction de Alice Carette, Rafael M. Girón-Pascual,
Raúl González Arévalo, Cécile Terreaux-Scotto

viella

I libri di Viella

260

Italie et Espagne entre Empire, cités et États

Constructions d'histoires communes (XV^e-XVI^e siècles)

sous la direction de
Alice Carette, Rafael M. Girón-Pascual,
Raúl González Arévalo, Cécile Terreaux-Scotto

viella

Copyright © 2017 - Viella s.r.l.
Tutti i diritti riservati
Prima edizione: novembre 2017
ISBN 978-88-6728-602-7



viella
libreria editrice
via delle Alpi, 32
I-00198 ROMA
tel. 06 84 17 758
fax 06 85 35 39 60
www.viella.it

Sommaire

ALICE CARETTE, CÉCILE TERREAUX-SCOTTO	
Introduction générale	11
Première partie. Interactions économiques et commerciales	
RAÚL GONZÁLEZ ARÉVALO	
Introduction	21
ADELA FÁBREGAS	
Redes. El espacio de actuación internacional del comercio nazarí	25
RAFAEL MARÍA GIRÓN-PASCUAL	
Juros, cambios y préstamos por “hacer placer y buena obra” : las actividades financieras de los mercaderes genoveses de Granada en la segunda mitad del siglo XVI	43
LUISA D’ARIENZO	
Mercanti lombardi nella Corona di Castiglia nel Quattrocento	67
JUAN MONTERO DELGADO	
Andrea Pescioni, librero, tipógrafo y traductor en Sevilla	87
PEDRO RUEDA RAMÍREZ	
El mercader de libros veneciano Simone Vassalini en la Corte española : el <i>Index librorum</i> (Madrid, 1597) y la venta por catálogo	101
Deuxième partie. Relations diplomatiques et politiques	
I. Vers la professionnalisation de la politique	
CÉCILE TERREAUX-SCOTTO	
Introduction	127

RAÚL GONZÁLEZ ARÉVALO	
Cisma, comercio y política. Las relaciones diplomáticas entre la República de Florencia y la Corona de Castilla, de Enrique II a Enrique IV (1366-1474)	131
DAVID IGUAL LUIS	
Diplomacia y comercio entre Venecia y los reinos hispánicos (1450-1520)	151
JEAN-MARC RIVIÈRE	
La légation en Espagne de Francesco Guicciardini, entre expérience individuelle et processus de formation collectif	169
II. <i>De la suprématie militaire espagnole à la construction d'une image impériale</i>	
CÉCILE TERREAUX-SCOTTO	
Introduction	187
JEAN-CLAUDE ZANCARINI	
Un modèle militaire espagnol ? La façon de combattre des Espagnols dans les écrits de Niccolò Machiavelli, Paolo Giovio et Francesco Guicciardini	191
JEAN-LOUIS FOURNEL	
Gonzalve de Cordoue, la carrière italienne d'un hidalgo andalou : vice-roi ou capitaine d'Empire ?	203
JUAN CARLOS D'AMICO	
Les Républiques de Sienne et de Gênes : deux destins divergents dans l'Empire de Charles Quint	225
MARCO FEDERICI	
Nápoles y la conquista de al-Mahdiyya (1550) : alianzas militares y reflejos literarios del suceso	245
Troisième partie. <i>Regards croisés</i>	
ALICE CARETTE	
Introduction	263

EDUARD JUNCOSA BONET	
De Eiximenis a Guicciardini. Reflexiones en torno a la ciudad desde dos orillas del Mediterráneo	271
SERGE STOLF	
L'Espagne et les Espagnols : le regard d'Enea Silvio Piccolomini	287
ROXANE CHILÀ	
Les hommes du roi. Essai de sociologie administrative sous le règne d'Alphonse le Magnanime à Naples	301
LUDOVIC FINA	
Domenico Sauli : un Génois à la cour de Milan (1524-1546)	321
CARLO BITOSI	
Antispagnolismo e filospagnolismo nella cultura politica genovese del Cinquecento e del primo Seicento	339
CÉCILE TERREAUX-SCOTTO	
Isabelle la Catholique dans la <i>Relazione di Spagna</i> de Guicciardini et le <i>Prince</i> de Machiavel	355
ALICE CARETTE	
Actualités italiennes et relations hispano-italiennes dans le <i>Bellum adversus Granatenses</i> d'Alfonso de Palencia	377
JEAN-PIERRE PANTALACCI	
L'Espagne dans l'Empire de Charles Quint. Spécificité et enjeux à travers le témoignage des ambassadeurs vénitiens	401
DENIS MENJOT	
Remarques de conclusion. L'Espagne et l'Italie : connexions inter-péninsulaires à l'aube de la « première mondialisation »	415
Bibliographie	433
Index onomastique	491
Index des lieux	511

ADELA FÁBREGAS

Redes.

El espacio de actuación internacional del comercio nazarí

Si las relaciones entre los reinos de la Península Ibérica e Italia a finales de la Edad Media se han abordado durante mucho tiempo a partir de una óptica prevalentemente económica, en el caso de las últimas tierras de al-Andalus, como recientemente bautizaba Antonio Malpica al reino nazarí,¹ esta perspectiva ha sido prácticamente la única afrontada de manera sistemática. La proyección exterior de este reino a través del comercio ha sido, y sigue siendo, un aspecto frecuentemente tratado a la hora de abordar su caracterización económica. No es difícil comprender el interés, pasado y presente, ante un espacio que, analizado en esta clave comercial y en el contexto de estas relaciones, se propondría como un observatorio adecuado desde el que analizar las primeras evoluciones del capitalismo en las fases inmediatamente previas a la eclosión americana, con toda la complejidad que ello implica.

Se trata de una opción al parecer auspiciada, mantenida y explotada por las más altas esferas del poder, por los mismos reyes nazaríes, que optaron por esta estrategia como vía de supervivencia económica del pequeño reino, prácticamente desde el primer momento. Aprovecharían seguramente para ello una disposición previa de apertura de la economía productiva andalusí a fórmulas especulativas y vinculadas a sistemas de intercambio.² En concreto, esa construcción de un modelo de mercado dependiente del poder público, de ese « mercado imperfecto », como lo denomina también

1. Malpica, *Las últimas tierras de al-Andalus*.

2. Watson, *A case of non-diffusion*, pp. 241-265; Malpica, *Il traffico commerciale*, pp. 351-381; Acién, *El origen de la ciudad*, pp. 15-22.

Malpica,³ parece que pudo haberse iniciado ya como línea estratégica seguramente en época almohade.⁴

No conocemos por el momento muchos detalles en relación al sistema de mercado interior nazarí, que constituye la base de desarrollo de cualquier actividad de intercambio, más allá de poder constatar su existencia. En todo caso, lo que sí se puede afirmar ya con una cierta seguridad es que, a pesar de disponer de una estructura comercial ya consolidada, en ningún momento el cuerpo mercantil nazarí parece que fuera capaz de intervenir directamente en esa proyección exterior tan destacada de su comercio, al menos en su desarrollo en el mundo latino. En este ámbito internacional resultó siempre, en buena parte de los casos, imprescindible la mediación extranjera.

Representantes de ese gran comercio europeo se habían establecido en el reino, constituyendo comunidades organizadas y diseñando todo un programa de actuación en el medio local. Éste contemplaba la preparación de una sólida red de colaboradores, indígenas, abarcaba todo el territorio y recorría todo el espectro social nazarí, incluyendo desde representantes de los más altos estamentos de poder, hasta miembros del cuerpo mercantil indígena local, a quienes recurrían como interlocutores con las bases productivas de la población.

En este proceso de convergencia de Granada con los grandes mercados del momento en Occidente, sabemos que se conseguiría tener presencia en las dos grandes áreas de negocios del momento, a saber, el bloque

3. Malpica, *El agroecosistema irrigado* (en prensa). Agradecemos al autor la posibilidad que nos ha dado de consultar el trabajo.

4. No es el momento de entrar en detalle en una cuestión tan compleja y sugestiva como ésta, que está siendo tratada en los últimos años desde diferentes perspectivas por varios autores y que está proporcionando una nueva imagen de la estructura socioeconómica del mundo nazarí. Baste sólo recordar que son varios los testimonios que nos indican la participación en empresas de transporte y comercio internacional por parte de las más altas estancias del mundo político nazarí y que esta implicación de las más altas esferas del poder en el negocio mercantil alcanza incluso a los reyes nazaríes (Sánchez Martínez, *Mallorquines y genoveses en Almería*, pp. 103-162; Fábregas García, *Actividad comercial*, pp. 171-190). Por otro lado, conviene también recordar que existen indicios de la vinculación existente entre ciertos sectores productivos de naturaleza claramente especulativa y los intereses y propiedades privadas de los reyes nazaríes. López de Coca, *Granada y la ruta de Poniente*, pp. 149-177, especialmente p. 177; Malpica, *Un asentamiento fortificado*, pp. 197-225, especialmente p. 202; Id., *Las ciudades nazaríes*, pp. 17-47; García Porras, Muñoz Waissen, *Un espacio singular*, pp. 137-170.

septentrional y los mercados mediterráneos, tanto del mundo latino, representado, aunque ni mucho menos de manera exclusiva, por las plazas italianas (genovesa, por supuesto, veneciana y toscana y áreas meridionales), como de los mercados islámicos. No todos ellos se nos muestran por ahora con la misma definición. Ni tampoco con la misma fuerza. Pero en todos los casos aparece, ya decimos, como elemento caracterizador común la participación del factor mercantil italiano como agente de mediación en esta proyección comercial granadina en el exterior. Esto ha llevado a considerar durante mucho tiempo al reino nazarí como un espacio dependiente económicamente de estas potencias italianas, ajustándose al perfil de colonia comercial genovesa, algo que por nuestra parte intentamos matizar desde hace tiempo. En todo caso no dejamos de reconocer por ello, repetimos, la realidad ineludible de esta mediación, diríamos que imprescindible, a la hora de encontrar su sitio en el mercado internacional.

1. *Los espacios de comercio*

Por supuesto un ámbito de desarrollo crucial para el comercio granadino fueron *los mercados del norte de Europa*, flamencos e ingleses, principalmente. Hacia allí se dirigieron buena parte de los productos nazaríes, desde la seda hasta los frutos secos y azúcares, pasando por otros artículos como cerámicas de lujo, cuya única salida sería la comercialización en el exterior. Ésta ha quedado suficientemente constatada gracias a la localización de loza dorada nazarí en diversos puntos del norte de Europa, donde sería un artículo apreciado en los ámbitos más refinados.⁵ De hecho, en los documentos notariales editados por Liagre-De Sturler y Doehaerd-Kerremans y relativos a operaciones realizadas a mediados del siglo XIV se ve ya que los puertos nazaríes pudieron ser parada contemplada de manera habitual las escalas a realizar en los trayectos con destinos a puertos atlánticos, fundamentalmente La Esclusa.⁶

Muchos fletes de naves contemplaban esta posibilidad, sin especificar las operaciones que se pudieran realizar en las escalas nazaríes, aunque sí avisando a los patronos de barcos que no podrían exceder una carga deter-

5. Gutiérrez, *Mediterranean pottery in Wessex households*.

6. Doehaerd, Kerremans, *Les relations commerciales*.

minada, que siempre era suplementaria a la carga principal especificada en el flete en cuestión.⁷ El caso es que se trata de escalas bastante comunes, tanto como para incluirlas de manera genérica y especificar incluso en algún caso que podrían estar en esos puertos dos o tres días realizando operaciones.⁸ Las escalas nazaríes fueron preferentemente Málaga,⁹ seguida de Almería,¹⁰ y también Almuñécar y Velez Málaga (la desembocadura del río Vélez). Sólo en una ocasión, por el momento, se especifica la naturaleza de las operaciones que se podían realizar: cargaron fruta, frutos secos, al igual que sucede en Ibiza, pudiendo, a su vez, dejar paños.¹¹

No nos vamos a dedicar más a esta cuestión, quizás la más conocida por el momento, aunque si quisiéramos recordar que posiblemente la razón que explique el protagonismo de los mercados atlánticos como centros de demanda de artículos granadinos sea su carácter de centros de negocios fundamentales de los mercaderes y compañías genovesas activos en el reino de Granada. Serían ellos los que establecieran esa conexión, los que crearan y dirigieran esa demanda desde los mercados atlánticos, los que desarrollaran, en definitiva, ese espacio de proyección comercial del mundo nazarí. El más brillante de todos. Se trata, junto con el propio mercado genovés, del área de actuación prioritaria de muchos de los grandes hombres de negocios italianos presentes en Granada.¹² Es allí donde, seguramente de forma subsidiaria a sus intereses prioritarios vinculados con el negocio textil, desarrollaron una próspera actividad ligada a la exportación y venta de frutos secos y azúcares granadinos, que constituían una de las principales bazas comerciales del reino granadino.¹³ Hasta tal punto es así, que se proponen los contactos mantenidos entre Granada y Brujas, por ejemplo, como enmarcados en un sistema de relaciones complementarias,¹⁴

7. En la mayor parte de los casos alumbre. Liagre-De Sturler, *Les relations commerciales*, docs. 118, 123, 127, 158.

8. Liagre-De Sturler, *Les relations commerciales*, docs. 118, 123, 127.

9. Liagre-De Sturler, *Les relations commerciales*, docs. 118, 123, 127. Ivi, docs. 158, 200.

10. Liagre-De Sturler, *Les relations commerciales*, docs. 158, 200.

11. Liagre-De Sturler, *Les relations commerciales*, doc. 158.

12. Petti Balbi, *Le strategie mercantili*, pp. 379-393; Basso, *Note sulla comunità genovese*, pp. 249-268, especialmente pp. 254-260.

13. Melis, *Malaga nel sistema economico*, pp. 3-65; López de Coca Castañer, *La Ratio Fructe Regni Granate*, pp. 121-131; Id., *Granada y la ruta de Poniente*, pp. 149-177; Fábregas García, *Vías de acceso del azúcar*, pp. 23-54.

14. Petti Balbi, *I rapporti tra Genova e il mondo fiammingo*, pp. 9-18.

algo que, en realidad, como veremos seguidamente, parece extensible, a otro nivel, al resto de los contactos internacionales del mercado nazarí.

2. *El mundo islámico*

Es desde luego el espacio menos tratado hasta el momento, entre otras cosas por la dificultad que presenta el acceso a informaciones que nos permitan reconstruir el trazado de su estructura de intercambios.

Sabemos que el área de actuación sería bastante amplia. Las primeras pistas acerca de eventuales rutas y objetivos de comercio nos las da el seguimiento de uno de los bienes más solicitados en el exterior y al que nos hemos referido anteriormente: la loza dorada nazarí, una cerámica de lujo creada exclusivamente para su exportación y que efectivamente gozaba de un alto aprecio, tanto en los mercados latinos como islámicos.¹⁵ Un seguimiento superficial, casi aleatorio – ya que no se ha realizado hasta el momento un trabajo sistemático de identificación y seguimiento del rastro de comercio que va dejando la presencia de esta cerámica en el mundo islámico –, nos ilumina ya de manera general acerca del radio de extensión de esta conexión. Abarcaría desde los más cercanos mercados meriníes, desde Ceuta y Fez, por supuesto, y la misma Alcazarseguer, hasta los extremos orientales del Egipto mameluco, con una presencia en Alejandría y la misma Fustāt.¹⁶

Sabemos que, al menos en el caso de los espacios más cercanos, el sistema de conexiones entre las costas nazarí y magrebí se nutría de un tráfico muy denso y dinámico, que hacía llegar a los mercados africanos los mismos artículos de lujo que vendían en otros mercados europeos (frutos secos, loza, paños de la alcaicería, como dicen las fuentes, es decir telas de seda lujosas...). Y sabemos también que estos mercados islámicos constituían el principal, casi el único espacio, exceptuando posiblemente el área valenciana, donde el hombre de negocios granadino llegaba a alcanzar una

15. La validez del análisis de pautas de distribución del registro cerámico como elemento de identificación y reconstrucción de vías de comercio está ya bien aceptado. Panela, *Le anfore di Cartagine*, pp. 53-67; McCormick, *Orígenes de la economía europea*; Abulafia, *The Pisan Bacini*. También ha sido propuesto en el reino nazarí en algún momento, fundamentalmente desarrollado para el caso de los mercados italianos por García Porras, *Transmisiones tecnológicas*, pp. 827-843.

16. Fábregas García, *Un espacio de comercio singular*, pp. 299-310.

actuación a nivel internacional. Túnez, donde también se localizan restos materiales de estos contactos, se propone como un mercado estratégico. Los contactos entre los dos espacios, Túnez y Al-Andalus, serían lo suficientemente sólidos como para sustentar la presencia de una comunidad mercantil granadina en la capital ḥafṣī. Conocemos algunos de sus personajes notables y representantes, que pudieron llegar a alcanzar una muy alta consideración social.¹⁷ Sabemos, por ejemplo, de la centralidad de Túnez como destino de exportación de la seda andalusí, y sobre todo conocemos la función de redistribución de esta seda hacia mercados orientales, egipcios, que habían asumido los comerciantes tunecinos con anterioridad a esas fechas, a partir del siglo XI, según confesaban los autores de la correspondencia cairota de la Genizá.¹⁸ Y sabemos también de la presencia de andalusíes en Túnez, constante y destacable desde mediados del siglo XIII, coincidiendo con las emigraciones forzadas por el desplazamiento de la frontera castellana. Brunschvig llegaba incluso a confirmar la existencia de comunidades oficialmente constituidas también en Bujía, por ejemplo, o la no improbable existencia de un pequeño barrio andalusí en Qayrawān,¹⁹ y por supuesto en la capital, Túnez.

Estos comerciantes granadinos de más alto nivel, los protagonistas incluso de la constitución de comunidades mercantiles en el exterior del territorio nazarí, pudieron utilizar medios de transporte propios,²⁰ o bien hacer uso de las muchas embarcaciones occidentales, genovesas, venecianas, catalano-aragonesas, que realizaban esos mismos trayectos y que se ponían a su servicio. Los trabajos de autores que se han dedicado en algún momento a tratar contactos con el norte de África aparecen salpicados de referencias constantes a este tipo de colaboraciones,²¹ que aún tampoco

17. El viajero ‘Abd al Bāsiṭ narraba su encuentro en Túnez con Abū’ l-Qasim al-Bunḡulī al-Garnaṭī al-Andalusī, residente en Túnez y cabeza de la comunidad de mercaderes de la zona. Brunschvig, *Deux récits de voyage inédits*, p. 21.

18. Goitein, *A Mediterranean Society*, I, p. 214. La seda andalusí gozaba de una buena distribución en mercados egipcios como Alejandría, p. 303.

19. Brunschvig, *La Berbérie orientale*, II, pp. 155-156.

20. En 1317 llegaba la coca nazarí propiedad del rais de Málaga, y que tenía previsto seguir viaje hacia Túnez. Dufourcq, *Aspects internationaux de Majorque*, pp. 5-52, especialmente p. 36.

21. Ejemplos de ello en Sánchez Martínez, *Comercio nazarí*, pp. 41-86, especialmente p. 82; López Pérez, *La Corona de Aragón*; Salicrú, *Documents*, pp. 300-301; Rodríguez Gómez, *Las riberas nazarí*.

han sido estudiadas de forma adecuada, aunque anunciamos que estamos ya en ello.

Y es que junto a esta vía de trabajo protagonizada exclusivamente por el mundo islámico, encontramos también bien definida una línea de conexión Granada-Magreb liderada por el mundo italiano de los negocios, que mantenía intereses directos, tal y como hizo en Granada, en buena parte de las plazas norteafricanas.²² Fueron ellos, y es lo que a nosotros más nos interesa en este momento, quienes compusieron un sistema de vínculos, mediatizados por su actuación, que van más allá de las relaciones entre mercados del área islámica y que pueden llegar a construir un sistema regional mucho más amplio en el que se detectan indicios de complementariedad.

La fórmula de navegación y comercio de cabotaje, práctica habitual del modelo de comercio genovés,²³ se aplicaba a los mercados norteafricanos y constituía una vía de conexión sólida con el reino granadino y con otros mercados mediterráneos. Se trata de una estrategia de mercado extraordinariamente abierta, que aprovechaba al máximo las oportunidades que se ofrecían en cada escala. Estos viajes « per costeriam » componían rutas circulares a instancias de capital mercantil, de origen principalmente genovés en nuestro caso, aunque también veneciano, puede ser, a partir del establecimiento tardío de la muda de Berbería.²⁴ Con ello integraban espacios de su propia órbita de negocios.

Un ejemplo de este tipo de navegación y el alcance que llegaría a tener, nos lo ofrece el viaje del barco patroneado por Filippo di Negro durante el año de 1445, que cubrió un trayecto « per costeriam », es decir, de cabotaje, con origen en Southampton y destino final en Quíos, realizando una ruta con escalas.²⁵ Conocemos el viaje con cierto detalle y sabemos

22. Petti Balbi, *Negoziare fuori patria*.

23. Heers, *Gênes et l'Afrique du Nord*, pp. 233-245; Cruselles, *La organización del transporte marítimo*, pp. 155-177.

24. Doumerc, *Venise et l'émirat hafside de Tunis (1231-1535)*; Stöckly, *Le système de l'Incanto des galées*, pp. 169 ss.; López de Coca Castañer, *Granada, el Magreb y las galeras*, pp. 23-55.

25. El documento en cuestión se conserva en una copia entregada a los oficiales genoveses el 6 de abril de 1448 por Jacobo de Nigro, y trasladada al registro aduanero. ASG, BS.G., Sala 14, Carattorum Veterum, reg. 1552, fols. CCCXV-CCCXVIII. Heers, *Gênes et l'Afrique du Nord*, hizo una amplia glosa del mismo. Por nuestra parte lo estudiamos de manera más detallada en su momento y en relación a las costas nazaríes en *Redes de comercio*, pp. 69-102.

que incluyó paradas oficiales en Cádiz, Málaga, Orán, Túnez y Sicilia y otras tantas escalas, más o menos pactadas, en ningún caso reflejadas en los registros oficiales, en Túnez, Honein, Bujía y Orán. A pesar de que se le concedió una importante libertad de actuación que le permitiría adaptarse a las circunstancias del momento, el patrón recibió indicaciones muy detalladas acerca de cómo debería actuar con cada uno de los cargamentos a su cargo, ofreciéndosele mercados prioritarios y segundas opciones en las que debería gestionar las ventas.

Se trata de un comportamiento característico de este tipo de actuaciones, en las que se aprovechaba al máximo y de manera casi espontánea, la oportunidad que ofrecía cada plaza para las características del cargamento del barco en ese momento. Éstas eran oportunamente valoradas por el patrón y por los distintos contactos, informadores y colaboradores destinados a aquellas plazas y que intervenían en las distintas fases del viaje de negocios.

Por supuesto se trata sólo de un ejemplo, bien conocido, eso sí, de lo que se nos muestra como una tendencia bastante consolidada en el área, según atestigua la documentación notarial genovesa, y que derivará en la posibilidad de constituir incluso espacios de actuación coordinados en el caso de operaciones a gran escala.

En este contexto debemos incorporar al discurso la última área de proyección comercial que se construye desde el espacio nazarí a la que prestaremos atención en esta ocasión: el de *los mercados italianos del sur*.

El interés reside en constatar la posibilidad de que entre espacios de trabajo incluidos, al igual que Granada o que los mercados norteafricanos, en los sistemas de negocios ligures, se pudiera establecer un sistema de intercambios complementario. Estos no siempre contemplarían dinámicas de intercambio directas entre ambas áreas, pero en todo caso si que supondrían un apoyo notable a los intereses mercantiles de Génova, al desarrollo de esos mercados y al desarrollo de espacios de mercado regionales más complejos.

Esta integración de espacios económicos se puede vislumbrar en el caso de Granada con los espacios meridionales de la Península Italiana, en concreto con las regiones de Nápoles y Sicilia, que completarían el triángulo de actuación construido con los mercados norteafricanos incluidos en la órbita genovesa.

La conexión Granada-Sur de Italia se inauguraría con Sicilia, si atendemos a la precocidad de sus testimonios. Estos se inician a partir del

s. XIII con los cálculos de cambios entre el « tarí » y la dobla de Almería reflejados en el Anónimo Manual de mercadería pisano datado en 1278,²⁶ que muestran unos contactos muy tempranos con el área, refrendados poco después, a finales del mismo siglo, por Adamo da Citella.²⁷

Sin embargo, los datos concretos más relevantes acerca de la dinamicidad de este espacio común proceden del área napolitana y nos trasladan ya al siglo XV. A principios del siglo XV, en 1414, tenemos ya noticias de embarcaciones que, partiendo de la región de Nápoles, donde realizarían diversas escalas, preveían la posibilidad de completar su viaje mercantil de cabotaje dirigiéndose hacia Occidente, donde aparecían como escalas y mercados de negocio imprescindibles Málaga y Cádiz, pudiendo terminar el viaje en la misma Flandes o en puertos norteafricanos no especificados.²⁸ Es también en estos momentos cuando la regulación impositiva genovesa refleja la vigencia de esta línea de negocios desarrollada por ciudadanos genoveses.²⁹ Las tasas impuestas sobre el comercio desarrollado por estos en relación al reino granadino contemplaba cuatro direcciones de trabajo, a saber: Inglaterra y Flandes, Castilla y Portugal, Corona de Aragón y Sur de Italia, especificando como mercados adscritos al área los de Sicilia, Nápoles y Gaeta.

Así que no debe extrañar el constante contacto entre los mercados nazaríes y del sur de Italia, que a lo largo de este siglo se muestran como parte del sistema de comercio de cabotaje practicado por Génova en las riberas del Mediterráneo occidental, incluyendo e integrando también, generalmente, aquellos mercados del norte de África. Los pocos registros aduaneros del puerto de Génova que se conservan para estas fechas aluden en alguna otra ocasión a la vigencia de estas rutas que conectaban los puertos granadinos con Nápoles. Es el caso de dos embarcaciones registradas en las aduanas genovesas en el año de 1445, que según declaraban cubrirían trayectos amplios que abarcarían la práctica totalidad del arco mediterráneo, contando siempre como escalas los puertos nazaríes y del napolitano.³⁰

26. López, Airaldi, *Il più antico manuale italiano*, pp. 99-133.

27. Simbula, *Apertura de las rutas comerciales*, p. 251.

28. ASG, 480, Iulliano Canella, ff. 144v-146v.

29. Gioffré, *Liber Institutionum*, doc. I, pp. 3-22, especialmente p. 7 (ff. IVv-Vr del documento original).

30. Conrado Gentile, por ejemplo, cargaría ese año en Quíos para hacer entregas en Nápoles, Gaeta, Túnez, Mallorca, Málaga o Cádiz. ASG, BS.G., Carattorum Veterum, reg. 1552, f. CXXVI vto. La nave de Cosme Dentuti declaró un trayecto de cabotaje desde Rodas a Flandes, con escalas en Alejandría, Quíos, Túnez, Gaeta, Nápoles, Porto Pisano,

Con esta forma de hacer viajes y negocios, al interés económico prioritario de rentabilizar al máximo las grandes operaciones de transporte de grandes lotes de mercancías entre las dos grandes plataformas económicas del Mediterráneo y el Atlántico, se añade el interés subsidiario, nada desdeniable, que supone el negocio que podrían realizar los “bazares ambulantes” en que se convertían estas grandes naves, sobre todo en los trayectos de vuelta desde los mercados atlánticos. Es éste el verdadero acicate para la dinamización regional de los espacios mediterráneos que se incluyen dentro de la órbita de actuación genovesa, al posibilitar los contactos entre los diversos elementos de un sistema mercantil interregional.

No son muchas las pruebas, que en todo caso no vamos a trasladar aquí, porque ya lo hemos hecho en otro sitio,³¹ pero si creemos que son lo suficientemente significativas para poder lanzar la idea de la construcción de sistemas complementarios, que no dependientes, entre diversos mercados del arco mediterráneo amparados bajo la iniciativa comercial genovesa.

En el caso granadino, el aprovisionamiento de cereal parece constituirse en uno de los elementos claves, aunque ni mucho menos único, para la construcción de este sistema. Desde el último cuarto del siglo XIV, al menos, tenemos constancia de estas importaciones sicilianas a Granada.³² En todos los ejemplos, tanto en el más temprano como en los referentes a las primeras décadas del XV, se sigue un esquema muy similar. La nave elegida era fletada en Génova para viajar a la isla de Sicilia, normalmente hasta el puerto de Mesina, desde donde iniciaría un trayecto alrededor de la isla. A lo largo del viaje por las costas sicilianas se detendría en uno o dos puertos para cargar la cantidad de trigo acordada, que sería la destinada a su venta en la misma Génova o en puertos occidentales que incluían escalas granadinas como Almería, Almuñécar o Málaga.

En cuanto a los mercados magrebíes, sabemos de la situación granadina como mercado abierto a la compra de cereal africano.³³ En este caso, tal y como proponíamos como norma general, la intervención genovesa no es siempre tan evidente. O al menos no es la única. Recordemos que los

Mallorca, Málaga, Cádiz e Inglaterra. Ivi, reg. 1552, fol. CXXVIIr-CXXX vto. ASG, NA, 481, Iulliano Canella 1414, 7 noviembre, ff. 76v-77r.

31. Fábregas García, *Il regno nasride di Granada*, pp. 333-349

32. ASG, NA, Theramo di Magiolo 322/II, ff. 29rv.

33. Vernet, *Les relations céréalières*, pp. 321-335.

contactos Granada-Magreb, pueden realizarse con una mayor autonomía del cuerpo mercantil nazarí, que aquí sí puede actuar sin una intervención de intermediarios extranjeros.³⁴ Y en todo caso se muestran abiertos a la mediación de operadores de otro origen. Hasta Málaga³⁵ llegaban barcos de todas las nacionalidades, genoveses, castellanos,³⁶ valencianos, mallorquines,³⁷ e incluso cagliaritanos,³⁸ cargados íntegra o parcialmente de cereales y legumbres.

Este bien, que no parece ser producido nunca en cantidades suficientes en nuestro propio territorio, es completado constantemente con importaciones provenientes de los mercados magrebíes e italianos, que solían dirigirse hacia esas áreas deficitarias del reino. En los momentos de máximo esplendor económico del reino, entre mediados del siglo XIV y mediados del siglo XV, se suceden testimonios en ese sentido. No abundantes, aunque sí constantes, sin que de ello se pueda deducir en el caso granadino una estrecha dependencia de aprovisionamiento de grano extranjero, ni constante ni grave para el equilibrio interno de la economía nazarí. Todo lo contrario. Las áreas receptoras de cereal, curiosamente, parecen corresponder a zonas costeras, principalmente, adyacentes a ciertos entornos urbanos y puertos de salida mercantil internacional, que pudieron constituirse en importantes espacios productivos de carácter especulativo. Ello nos ha llevado a reforzar nuestra idea de que estas importaciones de cereal formarían parte de un programa bien diseñado de estructuración de espacios productivos complementarios en la región, que sí, al menos en el caso granadino, no respondieron a una iniciativa y tutela directa por parte del capital mercantil genovés, sí que pudieron claramente beneficiar sus intereses en sus propios cuadros internacionales.

34. López Pérez, *La Corona de Aragón*, p. 393.

35. ASG, NA, 481, Iulliano Canella; Alarcón y Santón, García de Linares, *Los documentos árabes*, doc. 59.

36. Como la del sevillano Ginés González. Salicrú, *Documents*, doc. 103, pp. 175-177.

37. Se ha llegado a decir que la principal actividad comercial que liga a mallorquines y nazaríes es el transporte de grano magrebí hasta nuestras costas en naves y a manos de mercaderes de esta nacionalidad. Cateura Benasser, *Notas sobre las relaciones*, pp. 151-165, especialmente p. 154.

38. Tristany Fortuny, de Cagliari, cargó en 1431 a instancias de mercaderes granadinos y de Tremecén grano y otras mercancías en Orán con destino a Málaga. Salicrú, *Documents*, doc. 252, pp. 300-301.

3. *¿Cómo se establecen estos contactos?*

Ciertamente este espacio complementario que hemos intentado describir en relación a algunas áreas mediterráneas vinculadas a la actuación genovesa, no podría funcionar de ninguna manera si no fuera estableciendo una comunicación fluida y una colaboración abierta y coordinada. Una actuación conjunta de los diversos destinos que permitiera que discurriera con flexibilidad el sistema de intercambio basado en coyunturas ocasionales de mercados favorables.³⁹ Así nos lo muestran las constantes indicaciones y libertad de actuación que se da a los patrones de barcos, ofreciéndoseles la posibilidad de efectuar destinos diversos, que serían decididos sobre la marcha a criterio suyo y por indicación de los distintos operadores mercantiles que encontrarán en el camino. Esta flexibilidad viene expresada en actos mercantiles como fletes o seguros, y constatada en las indicaciones expresas que los hombres de negocios dan a este respecto al patrón de un barco y que éste refleja en su diario personal.

Aquel famoso manual de navegación de la nave de Filippo di Negro que ya hemos citado, nos brinda una oportunidad excelente de completar algunos elementos del sistema de conexiones que utilizaba el gran comercio regional de carácter internacional. Una primera consideración que se ofrece es el recurso a unas redes de contactos que combinan los vínculos familiares y societarios con las colaboraciones externas. La declaración de Filippo di Negro atestigua este extremo, aplicable por supuesto a los mercaderes presentes en la plaza malagueña, que en esta ocasión muestran la relación de la misma con las plazas africanas y castellanas. Se trata de cuatro hombres de negocios que, en calidad de receptores o remitentes de lotes, deben tener contacto con el patrón a su llegada al puerto nazarí: Agostino Spinola, Jane Marchono, conectado con Túnez a través de Raffaello Marchono, Paolo Centurione y Filippo Spinola quondam Ambrosi.

Nos interesa fijarnos en una de esas figuras, de la que se dan más detalles: Agostino Spinola. Miembro de la familia más sólidamente arraigada

39. Una navegación de cabotaje presente en los sistemas de navegación privada, pero también en los públicos. Y no sólo de aquéllos, quizás, más tradicionalmente vinculados con tierras nazaríes, como Venecia, sino en otros como el florentino. A este respecto véase González Arévalo, *Las galeras mercantiles*, pp. 125-149; Id., *Apuntes para una relación comercial velada*, pp. 83-93.

en territorio nazarí, la comunicación desde nuestras tierras con Túnez estaría garantizada en su caso por la presencia de miembros de su sociedad familiar, en esta ocasión representados por Andrea Spinola y Vinciguerra Spinola, o por contactos indirectos, sobre todo en Hunayn, donde cuenta con la presencia del hermano de su colaborador Jane Marchono, Raffaele Marchono. En Cádiz contó también Agostino con la sólida presencia de su cuñado, activo en el área Cádiz-Sevilla, aunque el texto no especifica con suficiente claridad si se trata de Jacobo o Cristiano Lomellino. En todo caso el segundo actuó para el primero en el área occidental andaluza y constituyó, junto a colaboradores castellanos como Francisco de Morales, el soporte en la zona de un mercader asentado al parecer en Sevilla, Jacobo Lomellino, aunque muy activo en el área nazarí a través de los contactos allí presentes (Agostino y Filippo Spinola y Jane Marchono) y por supuesto ligado a los mercados septentrionales a través de otro representante de la familia Spinola destacado.

Terminamos con un último ejercicio de reconstrucción de estas redes de negocios que permiten que este sistema articulado funcione. Hilario Casado⁴⁰ recordaba no hace mucho la oportunidad que brindaban los libros de contabilidad para intentar reconstruir las redes de contactos y colaboraciones a partir de las cuales la actuación de cualquier mercader se volvía realmente efectiva y por tanto rentable para sus intereses. Efectivamente, cuando se cuenta con la posibilidad de recurrir a una fuente de información tan detallada como el registro privado de los movimientos de un mercader, las oportunidades de entender su actuación y la estructura humana sobre la que esta se sustenta aumentan de manera exponencial.

Francesco Spinola q. Pietri parece ser uno de los personajes más destacados de la comunidad genovesa activa durante el segundo cuarto del siglo XV en Granada. Su actividad en nuestra tierra se desarrolló en dos etapas: una primera, a lo largo de la década de los años 30 del siglo XV y la última, en los años 50, ya convertido en vértice de la sociedad familiar y en uno de los personajes más relevantes de la sociedad mercantil nazarí.⁴¹ De ambas etapas dejó rastro en sus libros de contabilidad privados, donde

40. Casado Alonso, *Crecimiento económico*, pp. 17-35.

41. Sus contactos con las más altas esferas políticas del mundo nazarí, incluyendo colaboraciones comerciales con la misma casa real, su participación directa como socio en la principal sociedad de explotación comercial activa en suelo granadino, la conocida Sociedad de la fruta, o el protagonismo que asumió como primer damnificado de la represalia llevada a cabo por el rey de Granada sobre la comunidad mercantil genovesa en

describía con gran detalle sus contactos y actuaciones, dentro y fuera de las tierras nazaríes.⁴² Su extraordinaria exhaustividad nos permite lanzarnos a intentar reconstruir la estructura de contactos que vertebraban su red de negocios. No pretendemos ni mucho menos ser tan metódicos como lo fue él. Nos limitaremos por el momento a ofrecer unas primeras pinceladas generales extraídas principalmente de la contabilidad que llevó en Málaga entre 1451 y 1457.

La red que tejió en torno a sus negocios fue densa y muy completa. Contaba con socios y colaboradores que lo hacían presente y activo en las principales plazas europeas, pertenecientes a la misma sociedad familiar o extraños a la misma. Por supuesto la familia Spinola, familiares directos y allegados, constituyeron el nodo central del entramado. Nuestro hombre actuaba con miembros de la familia destinados en los principales mercados del reino, principalmente en la capital económica, Málaga, que además de su propio centro de operaciones, era escenario de actuación de otros miembros de la familia como Acelino y Alessandro Spinola, Filipo Spinola q. Octoboni y sobre todo con Domenico Spinola q. Georgii, su sobrino y hermano de Pietro Spinola q. Georgii, activo en Génova, Flandes e Inglaterra. Esta movilidad resulta normal entre los miembros más jóvenes de una familia de negociantes, ya que de este modo tenían la oportunidad de completar su periodo de formación adquiriendo la experiencia en cada uno de los puntos en los que habrían de desarrollar con posterioridad su práctica mercantil.

Sigamos con su familia. En Granada trabajaba con Brancaloneo y en Almería con Leonele. Por último en Almuñécar, puerto destacado, junto con Málaga en el tráfico hacia los mercados septentrionales, trabajó con Battista Spinola q. Caroli, estante allí y hermano de Luciano, estante a su

1451, nos ayudan a conocerlo mejor. Airaldi, *Genova e Spagna*; Petti Balbi, *Le strategie mercantili*.

42. Se trata de una serie de cinco libros localizada en la Biblioteca del complejo arquitectónico Durazzo-Giustiniani de Génova, sección Archivo Sauli. En ellos se recoge la contabilidad privada de dos de los miembros de la familia Spinola, Agostino Spinola q. Johanis (Fábregas García, *Un mercader genovés*) y Francesco Spinola q. Pietro, que desarrollaron parte de su actividad comercial en el reino nazarí, donde llegaron a residir durante temporadas considerables, el último al menos entre los años 1434 y 1455. La serie granadina de este último está constituida por dos libros, escritos en 1434-1440, en proceso de estudio, y 1451-1455 (Fábregas García, *La familia Spinola*) que se completan con otros dos redactados en Brujas (1420-1426) y Génova (1446).

vez en Flandes y activo también en Inglaterra. Por último, otros miembros de la familia como Agostino Spinola quondam Johanis o Brancalone Spinola, se ocupaban de mantener los contactos entre el vértice de la comunidad genovesa, representado en este caso por nuestro hombre, y la base mercantil local.

Sus parientes no fueron los únicos que formaron parte del organigrama operativo de nuestro hombre. En 1451 constituyó una sociedad comanditaria junto con Bartolomeo y Benedetto Sauli, Nicolò de Fornario.⁴³ Los comanditarios menores actuaban en calidad de operadores y colaboradores de Francesco. Conocemos a grandes trazos su actividad. Eran mercaderes que mostraron a la vez una gran movilidad y una actividad en los centros mercantiles europeos que conformaban el perímetro operativo de nuestro mercader, a saber Málaga, Londres y Génova. Así, por ejemplo, Bartolomeo Sauli tuvo actividad en Granada en 1451, en Génova en 1453⁴⁴ y en Londres en 1454.⁴⁵ Esta gran movilidad no descarta de una particular representatividad en Génova, que se presenta como su sede principal, donde gestiona operaciones de carácter financiero a favor de Francesco Spinola. Nicolò de Fornaris, presentaba unas características parecidas, aunque, en su caso, quedaría ubicado en Londres, donde gestionó compras y envíos de paños ingleses a Granada y Génova.⁴⁶ No es el único miembro de la familia con el que colaboró Francesco, aunque sí el de relación más estrecha, convirtiéndose en una de las piezas de “ensamblaje” entre la actividad autónoma de Francesco Spinola y su papel en la compañía familiar. Por último Franco de Vivaldi aparece como el más estrecho colaborador de Francesco en el reino granadino durante su primera estancia allí, dirigiendo cantidad de operaciones mercantiles en nombre de aquél⁴⁷ y resultando ser también él uno de los damnificados durante los acontecimientos de 1452.⁴⁸ En 1436

43. Dicha sociedad contaba con un capital social en el momento de su inscripción en la contabilidad de ese año que asciende a un total de 8.077 libras genovesas y 10 sueldos. Francesco Spinola aportaría el 84,2%, quedando los tres miembros comanditarios restantes con un 6,3% para Bartolomeo y Bandinelo Sauli, 5,2% para Nicolò de Fornario y 4,2% para Franco de Vivaldi. Fábregas García, *La familia Spinola*, p. 56.

44. Fábregas García, *La familia Spinola*, p. 106.

45. Fábregas García, *La familia Spinola*, p. 109.

46. Fábregas García, *La familia Spinola*, p. 88.

47. ADG, S, ms. 1839.

48. Airdi, *Genova e Spagna*.

ya tenía relación en Málaga con Francesco de Vivaldi⁴⁹ y colaboraba con Francesco, recibiendo paños que movía nuestro hombre con otros socios Spinola y Vivaldi (Ottaviano de Vivaldis).⁵⁰ Franco Vivaldi recibía las cargas en los puertos granadinos donde éstas llegaran y se encargaba de enviar seda a Génova, siempre en nombre de Francesco. Ese mismo año apareció también como factor o colaborador de Francesco en la coordinación de recogida de frutos secos en Vélez Málaga realizada por Cacim Sibilí entre septiembre y noviembre.⁵¹ No voy a tratar con detalle la información contenida en aquel primer libro de contabilidad, aunque si diré que muestra ya un protagonismo central de este individuo como colaborador directo de Francesco Spinola en sus principales actividades de intercambios de paños y seda y en su adquisición de frutos secos por cuenta de la famosa compañía de la fruta, lo que nos llevaría a proponer su participación en dicha empresa, si no como socio, extremo que por el momento no podemos confirmar, si al menos como operador, como factor de la misma. Posiblemente una larga relación de colaboración, que resultaría, gracias al buen hacer del factor, beneficiosa para los intereses del Spinola y que se reforzaría progresivamente con lazos de confianza llevó, al cabo de los años, a cerrar vínculos más sólidos, elevando finalmente su categoría a socio del gran personaje.

4. Conclusiones

Redes, mercados únicos y complementariedad. Elementos que podrían ayudarnos a comprender el proceso de convergencia de espacios como éste nazarí, en un sistema que estaría naciendo en Occidente a finales de la Edad Media bajo el signo de dinámicas especulativas impulsadas por ese primer capitalismo comercial. En nuestro caso creemos que estos principios podrían aplicarse al análisis de mercados secundarios como los aquí reflejados. Es una propuesta aún poco definida, aunque creemos disponer ya de indicios suficientes como para poder plantearla.

La acción del gran comercio, en nuestro caso al parecer preferentemente de origen italiano, puede ayudar a incorporar al nuevo sistema espa-

49. ADG, S, ms. 1839, f. LIIv.

50. ADG, S, ms. 1839, f. LXIv.

51. ADG, S, ms. 1839, f. CXXIXr.

cios como el nuestro, que han avanzado previamente hacia una definición especulativa de parte de su economía productiva. Una orientación en todo caso siempre parcial, siempre incompleta, imperfecta, que no deja espacio en ningún momento y por otras razones que ahora no viene al caso a desarrollar plenamente fórmulas de producción concentrada, intensiva, que entregaría a esas zonas completamente a merced de los imperativos del gran comercio, que los convertiría, entonces quizás sí, en auténticamente dependientes del exterior. Por el momento nuestro espacio se integra en un área común bajo la influencia de una o varias de las grandes potencias comerciales del momento, activando fórmulas de complementariedad que pueden tener más o menos éxito en el futuro, pero que parecen al menos iniciarse.