

Un jove professor de la Universitat de València, Antonio Laguna, presentà a les primeres Jornades de Premsa una interessant comunicació tan amena com per capbussar-se en el passat: *Razones de un nacimiento: el Diario de Barcelona*. Estableix diverses qüestions: per què apareix un periòdic? per què en una ciutat i no en una altra? Finalment, per què el *Diario de Barcelona* neix el 1792? Aspira a interpretar el fenomen. Reprodueix el seu esquema fet el 1790 a València amb el *Diario de Valencia*.

Així interrelaciona fets diversos: indica la interconnexió entre el creixement de les forces productives i el naixement d'una demanda informativa diària. La raó del nou producte té un nom: es deia mercat. Històricament el lligam entre premsa i economia és clar, Weill, Gaeta, Albert, etc. ens parlen de les "fogli d'avissi" i de les "messrelationen", vinculades a l'arribada de vaixells venecians a port les primeres i amb els mercats de Frankfurt les segones. El creixement de les ciutats fa la resta. La transició del feudalisme al capitalisme tindrà en la premsa un puntal clau.

A Madrid un francès, Jacques Thevin, l'1 de gener de 1788 canvia el "*Diario noticioso, curioso-erudito, comercial, público y económico, sencillament en Diario de Madrid*". Els noms llargs ja no s'estilaven. A París, ben senzill: *Journal de Paris* (1777) tampoc els noms amb altres referències. El 1787 el *Correo de los Ciegos* serà el *Correo de Madrid*. A València, Sevilla i Saragossa apareixen diaris aquests anys de finals del XVIII: 1790, 1792, 1797...

En els números prospectes de tots ells les mateixes dades: surten per aconseguir objectius

Esclaus i comerç i un nou diari

JOSEP M. FIGUERES*

econòmics en relació amb la indústria, l'agricultura i el comerç. Tots aquests diaris s'assemblen, fins i tot ho diuen textualment: "*Diario semejante en todas sus partes al de Madrid*", diu el nou de Barcelona. Aquesta estructura formal tindrà una factura idèntica. El pla d'edició serà la segona similitud: foment del mercat i extensió de la cultura. Que hi hagi, en tercer lloc, diu Laguna, estrangers en tots els diaris, Thevin, Lacroix o el mateix Usson de Lapezarán al *Diario de Barcelona*, és una coincidència o hi havia alguna relació? Per què aleshores els diaris fan un acord comercial per a la subscripció i venda i podien comprar-se el de Cadis o el de Sevilla a Barcelona?

Barcelona creixia, al número prospecte es parla d'unes innovadores píncoles que estalvien l'escorbut i surt la paraula clau, els negres: "*Una libra de este alimento basta para mantener a 40 negros, si se deshace en arroz, habas o garbanzos*". Josep M. Fradera, en un excel·lent llibre, *Indústria i mercat. Les bases comercials de la indústria catalana moderna (1814-1845)*, té pràcticament mig primer capítol dels quatre de l'obra dedicat a la importància econòmica del tràfic. Un comerç que no fou abolit fins al 1820 i, per tant, era perfectament legal importar i exportar. Uns trenta mil esclaus foren duts a Cuba per catalans entre el 1790 i el 1820, uns setanta mil per espanyols. Econòmicament té tanta importància com

l'exportació de vi. El *Diario de Barcelona* informa al prospecte d'un avantatge per establir malalties —l'escorbut— i ho fa en un article que ocupa la meitat de les quatre pàgines. També indica que dirà la relació de vaixells entrats i sortits, les seves incidències comercials, etc. Les companyies i els comerciants, incloent-hi els negrers, necessitaven una eina comunicativa.

Naturalment també la necessitaven els comerciants de grans, els burgesos que volien una minyona o els menestrals a la recerca d'una dida. Objectivament, atesa la importància de la publicitat en el periòdic, els primers interessats en l'èxit de la iniciativa eren els sectors més dinàmics del món comercial. Aquest suggerent article del qual he recollit alguna impressió —m'he deixat els comentaris al fet revolucionari francès (allò dels francesos, fuet de Déu el 1793) o l'evolució del comerç marítim entre Barcelona i València, etc.— l'he hagut de mirar en preparar l'edició d'unes actes i no he sabut aguantar la temptació de recomanar-lo, ja que permet veure com amb imaginació i esperit crític, interrelacionant factors diversos, poden extreure's interrogants amb resposta o sense però sempre interessants pel que fa referència a les preguntes per a la història.

*Josep Maria Figueres és historiador i professor de la Universitat Autònoma de Barcelona