

## **PRENSA ECONOMICA DEL SIGLO XVIII: EL ALMANAK MERCANTIL O GUIA DE COMERCIANTES (1795-1808)**

*Paloma Fernández Pérez*

El estudio de la prensa de información económica de la España del siglo XVII, y en concreto el estudio del *Almanak Mercantil o Guía de Comerciantes*, ofrece interés para la historia económica española, y en general para la historia del Despotismo Ilustrado en nuestro país.

Entre otras cosas, el *Almanak* es útil por tres elementos: el tipo y la cantidad de datos que aparecieron en sus hojas periódicas, la amplia geografía (Península, islas y América española) y cronología que cubrió, y la conexión que tuvo con el poder político, con las corrientes ilustradas que propugnaban cambios económicos sin transformaciones estructurales, y con las necesidades informativas de la burguesía mercantil.

Algunos de los datos del *Almanak* han sido parcialmente utilizados por distintos historiadores de la economía española (P. Vilar, R. Fernández, P. Molas, J. Fontana, P. Tedde, R. Franch), pero salvo excepciones de una forma poco crítica.

La evidente importancia del *Almanak* como fuente para la historia económica y la falta de un estudio previo de este anuario son los dos hechos que justifican la necesidad de un trabajo sobre la *Guía de Comerciantes*.

El *Almanak*, como todo periódico del siglo XVIII, tiene interés en sí mismo, en tanto que ejemplo de prensa ilustrada. Pero, por sus particulares características, debe estudiarse además poniéndolo en relación con la situación económica, política e ideológica de la España de fines de la centuria.

Distinguiendo etapas en la evolución de la prensa económica, fue a partir de las medidas prohibitivas de 1791 y 1799 cuando se potenció la elaboración y difusión en la prensa de noticias amplias y articuladas destinadas específicamente a los agentes productivos de la sociedad. Ejemplos de este tipo de prensa fueron los ya estudiados *Semanario de Agricultura y Artes dirigido a los Párrocos* (1797-1808) y *Correo Mercantil de España y sus Indias* (1792-1808). Junto a ellos, y relacionado con ellos, se situó el *Almanak Mercantil o Guía de Comerciantes* (1795-1808).

El editor de la *Guía* fue Diego María Gallard, abogado de los Reales Consejos, individuo de la secretaría de la superintendencia de la Real Hacienda, intendente de Avila hacia 1799, secretario de la Balanza de Comercio de 1795 a 1799, director de la Real fábrica de tejidos de algodón de Avila, miembro de la Real Academia de Derecho Público de Santa Bárbara, miembro de la Sociedad Económica de Amigos del País de Segovia, y editor del *Correo Mercantil de España y sus Indias* y otra serie de publicaciones.

Tanto en su actividad como funcionario como en su labor editorial, Gallard destacó repetidamente la necesidad de facilitar las actividades mercantiles y de mejorar los sistemas de tributos; gracias a éstos, Hacienda cobraría más, lo cual para Gallard conduciría al bienestar general.

Con el *Almanak* Gallard se propuso difundir conocimientos útiles y prácticos para los comerciantes y fabricantes. Para este propósito contó con la ayuda del Estado, que le facilitó datos procedentes de oficinas estatales (algo sólo concedido a contados editores), obligó a los Consulados de Comercio a enviarle los datos que él pidiera y no

interrumpió su publicación en una época de trabas a la continuidad de las obras periódicas.

Anualmente, y durante 14 años, el *Almanak* difundió muchos y variados datos, agrupables en secciones fijas y eventuales. Las fijas fueron: advertencia al lector, donde se pedía el envío de datos y se disculpaba por los posibles errores; arancel general de aduanas, que, ocupando un 50% del total de páginas, recopilaba las disposiciones legales vigentes referidas al comercio; nómina de plazas de comercio de España, que ofrecía los nombres de las instituciones, oficinas, comerciantes, fabricantes y otros datos de interés relativos a numerosas plazas de comercio de España y de América; fábricas y casas de comercio de distintas ciudades y pueblos de España; fechas de celebración de las principales ferias de España; tablas para calcular el interés de los vales reales; tablas de correspondencia de monedas, pesos y medidas de algunos países extranjeros respecto a Castilla. Entre las secciones eventuales destacó la aparición, en tres volúmenes, de diversos datos relativos al comercio de nueve plazas mercantiles extranjeras.

Para llenar las páginas del *Almanak* contó Gallard con distintas fuentes de información: oficinas estatales de Hacienda, Cuerpos y Consulados de Comercio, comerciantes y fabricantes, periódicos y, probablemente, cónsules españoles en el extranjero.

El *Almanak* se vendió en Madrid, Cádiz, Málaga, Sevilla, Valencia, Barcelona, Pamplona y Bilbao. Parece claro, pues, que el anuario pretendió dirigirse preferentemente a aquellos puntos geográficos con mayor desarrollo mercantil. Poco sabemos, sin embargo, de la composición numérica y social del público lector del *Almanak*, que probablemente estaría constituido por comerciantes y funcionarios.

El editor declaró que pretendía, con su anuario, ayudar a las actividades mercantiles y redundar en utilidad pública, facilitando el comercio por todas partes y fomentando así la abundancia y riqueza de la nación. Ahora bien, el *Almanak* contribuyó sobre todo a difundir la

idea ilustrada de la necesidad de hacer progresar al país en su economía a base de educación y reformas administrativas, sin plantear nunca cambios políticos o transformaciones en la estructura socioeconómica. En un contexto de crítica situación de la economía española a fines del XVIII y principios del XIX, este periódico ilustrado, editado por un fiel funcionario y apoyado por la Secretaría de Hacienda, trató de fomentar el indispensable desarrollo económico para sostener las necesidades del Estado y los requerimientos de la burguesía mercantil, manteniendo la vigencia ideológica del absolutismo con la cobertura reformista de las ideas ilustradas expresadas en la prensa de información económica.

Desde este último punto de vista, el *Almanak* resulta interesante como fuente para la historia de la Ilustración. Y también es interesante como fuente para la historia económica española considerando los datos contenidos en sus 14 volúmenes.

Evidentemente, estos datos por sí solos no bastan para elaborar un estudio de una parcela de la historia económica española y precisan ser contrastados con otras fuentes. Una serie útil la constituyen, en primer lugar, las listas de nombres de comerciantes, mercaderes y corredores de las distintas plazas de comercio que incluyó en sus páginas. La relación numérica de estos nombres permite al historiador, entre otras cosas: comparar el número de comerciantes, mercaderes, y corredores de distintas plazas de comercio de España entre 1795 y 1808, observar la evolución general de una plaza en ese período, advertir la inexistencia de un bloque social homogéneo de comerciantes, inferir la pérdida o mantenimiento del marco corporativo para el ejercicio del comercio en una plaza, etc.

Otra serie útil de datos la componen las tablas de equivalencias de monedas, pesos y medidas de los distintos lugares de España con las respectivas unidades castellanas. Ello permite realizar comparaciones de estudios regionales cuya base documental contenga unidades de diferentes localidades.

Aprovechar la información de este periódico precisa no sólo contrastarla con otras fuentes, sino sobre todo verificarla en cuanto a su grado de fiabilidad.

Cabe suponer que Gallard sería bastante exacto en la sección de disposiciones legales relativas al comercio, dada su conexión con la Secretaría de Hacienda. Respecto a la sección de plazas de comercio (la segunda en importancia cuantitativa y cualitativa), el mismo editor declaró que no pretendió nunca la exactitud total y que hubo casos de repeticiones y errores. Entonces, ¿hasta qué punto son fiables estos datos?

Considerando el tipo de informantes del periódico, éstos debieron estar interesados en general en facilitar datos lo más exactos posible, puesto que de esta exactitud podían derivarse beneficios. Las oficinas de Hacienda lograrían que los comerciantes conocieran sus deberes y derechos, los comerciantes y fabricantes podrían ver aumentada su clientela con la publicidad y los consulados podrían conseguir con la mejor y mayor información sobre sus plazas un mayor negocio.

Considerando otras fuentes, los datos del *Almanak* relativos a plazas de comercio resultan ser no totalmente exactos, pero sí muy aproximados a la realidad que intentaron reflejar.

Estudiando el provecho extraído de algunos datos de la *Gula* por historiadores de la economía española, puede igualmente concluirse que la fiabilidad es alta, aunque la realidad mercantil de la época no está completamente recogida.

Para finalizar, el trabajo realizado sobre la prensa económica del XVIII, y en concreto sobre el *Almanak Mercantil o Gula de Comerciantes*, aporta a la historia de España una aproximación interpretativa novedosa a un sector de la prensa dieciochesca, y una aproximación crítica a una fuente de gran utilidad para la historia económica de fines del XVIII e inicios del XIX.