

El Comercio del Libro y Material Impreso en Cádiz durante el Periodo 1807-1830

Un Análisis a través del Diario Mercantil

Rafael Vidal Rodríguez-Sabio

13 de noviembre de 2025

Índice

RESUMEN	2
1. INTRODUCCIÓN	2
1.1 Contexto histórico	2
1.2 Objetivos de la investigación	2
1.3 Relevancia del estudio	3
2. MARCO TEÓRICO	3
2.1 La prensa como fuente para la historia del libro	3
2.2 El mercado editorial español a principios del siglo XIX	3
2.3 Cádiz como centro editorial	3
3. METODOLOGÍA	4
3.1 Fuentes	4
3.2 Variables analizadas	4
3.3 Procesamiento de datos	4
3.4 Limitaciones	4
4. RESULTADOS	5
4.1 Análisis temporal de la actividad publicitaria	5
4.2 Análisis de precios	5
4.3 Análisis de autores y traductores	6
4.4 Geografía comercial: lugares de venta	7
4.5 Características materiales de las publicaciones	8
4.6 Análisis temático de las publicaciones	8
4.7 Evolución temporal de las temáticas	10
5. DISCUSIÓN	12
5.1 Cádiz como laboratorio editorial	12
5.2 Estructura del mercado editorial	12
5.3 Precios y accesibilidad	12
5.4 Comparación con otros mercados editoriales españoles	13
5.5 Limitaciones y sesgos	13
6. CONCLUSIONES	13
6.1 Principales hallazgos	13
6.2 Contribución historiográfica	14
6.3 Líneas de investigación futura	14
6.4 Reflexión final	14
7. BIBLIOGRAFÍA	15
ANEXO: FIGURAS Y GRÁFICOS	15
Nota metodológica	18

Análisis cuantitativo de los anuncios publicitarios del Diario Mercantil de Cádiz

RESUMEN

Este estudio analiza la venta de libros y material impreso en Cádiz entre 1789 y 1830 (con concentración principal en 1807-1830) a través del examen de 181 anuncios publicitarios extraídos del Diario Mercantil de Cádiz. Los resultados revelan un mercado editorial dinámico y diversificado, con **predominio de contenido musical (14.4%)**, seguido de jurídico (6.1%), militar (5.0%) y comercial (5.0%), con picos de actividad durante la Guerra de Independencia (1808: 20 anuncios) y el Trienio Liberal (1820-1823). El precio mediano de las publicaciones fue de 10 reales, con una distribución asimétrica que evidencia tanto productos accesibles como obras especializadas de alto valor. La Librería de Hortal y Compañía dominó la actividad comercial con el 21.5% de los anuncios, seguida de la Imprenta de este Periódico (13.8%) y Picardo (13.3%). Este trabajo contribuye al conocimiento de la historia del libro en España, documentando el papel de Cádiz como centro cosmopolita de circulación cultural y musical durante un periodo de transformación política y social.

Palabras clave: Historia del libro, Cádiz, comercio editorial, Diario Mercantil, siglo XIX, prensa histórica, Guerra de Independencia, Trienio Liberal.

1. INTRODUCCIÓN

1.1 Contexto histórico

El periodo comprendido entre 1807 y 1830 representa una de las épocas más turbulentas y transformadoras de la historia española. La invasión napoleónica (1808-1814), la promulgación de la Constitución de Cádiz (1812), el retorno de Fernando VII y el Sexenio Absolutista (1814-1820), el Trienio Liberal (1820-1823) tras el golpe de Riego, y la nueva restauración absolutista (1823-1833) tras la intervención de los Cien Mil Hijos de San Luis configuraron un escenario de profundas tensiones políticas, sociales y culturales. Estos vaivenes políticos generaron consecuencias dramáticas, incluyendo el primer gran exilio liberal español (1814 y 1823), la represión política sistemática y la fractura ideológica de la sociedad española.

En este contexto, Cádiz desempeñó un papel neurálgico no solo político y económico, sino también intelectual y editorial. Sin embargo, este protagonismo no fue un fenómeno súbito. La importancia de Cádiz como centro cultural y comercial era resultado de un largo proceso histórico: el traslado de la Casa de Contratación desde Sevilla en 1717 consolidó a la ciudad como puerto privilegiado del comercio americano durante todo el siglo XVIII. Este monopolio comercial atrajo comerciantes, intelectuales y familias de toda Europa, configurando una sociedad cosmopolita, ilustrada y económicamente dinámica décadas antes de la Guerra de Independencia.

La ciudad gaditana, refugio de las Cortes Constituyentes durante la ocupación francesa (1810-1814), experimentó una explosión editorial sin precedentes. La prensa periódica proliferó, las librerías se multiplicaron y la circulación de impresos alcanzó niveles extraordinarios (Gómez Imaz, 1910; Gil Novales, 1991). El Diario Mercantil de Cádiz, fundado en 1802, constituye una fuente primaria excepcional para el estudio de este fenómeno, al documentar sistemáticamente la oferta editorial disponible en la ciudad.

1.2 Objetivos de la investigación

Este trabajo se propone:

1. Cuantificar y caracterizar la actividad comercial del libro y material impreso en Cádiz durante el periodo 1807-1830.
2. Identificar los principales actores del comercio editorial (libreros, impresores, autores).

3. Analizar la evolución temporal de la oferta editorial en relación con los acontecimientos políticos.
4. Examinar las características materiales de las publicaciones (formatos, precios, encuadernación).
5. Clasificar temáticamente las publicaciones para determinar las preferencias del público lector gaditano.

1.3 Relevancia del estudio

La historia del libro en España ha experimentado un notable desarrollo en las últimas décadas (Botrel, 1993; Martínez Martín, 2001). Sin embargo, los estudios cuantitativos sobre el comercio editorial en ciudades específicas durante el primer tercio del siglo XIX siguen siendo relativamente escasos. Este trabajo aporta datos empíricos sobre un mercado editorial local en un momento histórico crucial, contribuyendo así al conocimiento de las dinámicas culturales y comerciales del periodo.

2. MARCO TEÓRICO

2.1 La prensa como fuente para la historia del libro

Los periódicos del siglo XIX constituyen repositorios de información inestimable sobre el comercio del libro. Los anuncios publicitarios, pese a su carácter comercial, proporcionan datos sistemáticos sobre títulos disponibles, precios, lugares de venta y características materiales de las publicaciones (Martínez Rus, 2019). El Diario Mercantil de Cádiz, por su naturaleza comercial y su periodicidad diaria, resulta especialmente idóneo para este tipo de análisis.

2.2 El mercado editorial español a principios del siglo XIX

El mercado editorial español del primer tercio del siglo XIX se caracterizó por:

- **Fragmentación regional:** existencia de centros editoriales con dinámicas propias (Madrid, Barcelona, Valencia, Cádiz).
- **Preeminencia de la producción política y religiosa:** la coyuntura histórica favoreció la proliferación de opúsculos políticos, proclamas y literatura devocional.
- **Convivencia de producción nacional e importación:** especialmente de obras francesas e italianas.
- **Precios variables:** dependientes del formato, número de tomos y tipo de encuadernación.
- **Redes comerciales locales:** concentración de la venta en librerías especializadas y despachos de periódicos.

2.3 Cádiz como centro editorial

La posición de Cádiz como puerto comercial y refugio de las Cortes la convirtió en un laboratorio de la modernidad política española (La Parra López, 2010). La libertad de imprenta decretada en 1810 estimuló una explosión editorial sin precedentes. Estudios previos han documentado la importancia de la ciudad como centro impresor (Ramos Santana, 1988), pero el análisis cuantitativo del comercio librario requiere mayor desarrollo.

3. METODOLOGÍA

3.1 Fuentes

El corpus analizado está constituido por 181 anuncios publicitarios de libros y material impreso extraídos del Diario Mercantil de Cádiz, correspondientes al periodo 1789-1896, con concentración principal entre 1807-1830. Los anuncios fueron identificados y transcritos previamente por el proyecto de digitalización patrimonial.

La distribución temporal del corpus presenta vacíos documentales significativos. La ausencia de registros para los años 1813-1816 coincide con el periodo de mayor inestabilidad bélica y el retorno de Fernando VII. Asimismo, los años 1824 y 1825 (con solo 3 y 2 registros respectivamente) reflejan probablemente la represión fernandina tras la caída del Trienio Liberal. Estas lagunas no obedecen necesariamente a la inexistencia de actividad editorial, sino posiblemente a la no conservación de números del periódico, a la autocensura del Diario Mercantil en contextos represivos, o a limitaciones del proceso de digitalización. Dos registros aislados de 1896 han sido excluidos del análisis por quedar fuera del ámbito cronológico del estudio.

3.2 Variables analizadas

Para cada anuncio se registraron las siguientes variables:

- **Temporales:** fecha de publicación, año, mes, trimestre.
- **Bibliográficas:** título, autor, traductor, número de tomos.
- **Materiales:** formato, tipo de encuadernación.
- **Comerciales:** precio, lugar de venta.
- **Textuales:** transcripción completa del anuncio.

3.3 Procesamiento de datos

El análisis se realizó mediante técnicas de estadística descriptiva y visualización de datos. Se emplearon herramientas de procesamiento de lenguaje natural para:

- extracción de precios mediante expresiones regulares;
- identificación de lugares de venta (librerías, imprentas, despachos);
- clasificación temática automática basada en palabras clave del título.

Las categorías temáticas empleadas fueron: Religioso, Político, Militar, Comercial, Literario, Científico, Periódico, Musical, Jurídico y Otros.

3.4 Limitaciones

El estudio presenta las siguientes limitaciones:

1. **Sesgo documental:** solo se analizan anuncios conservados, sin certeza de exhaustividad. La ausencia de registros en 1813-1816 y la escasez en 1824-1825 limitan la representatividad del periodo.
2. **Información incompleta:** solo el 26.5% de los registros incluye precio, y el 39.2% identifica autor.
3. **Clasificación temática:** la categorización automática por palabras clave puede no capturar completamente el contenido de las obras.

4. RESULTADOS

4.1 Análisis temporal de la actividad publicitaria

4.1.1 Distribución general

El análisis del corpus revela una actividad publicitaria irregular pero persistente a lo largo del periodo estudiado. De los 181 registros totales, la distribución temporal muestra:

- **Periodo de mayor actividad:** 1808 (20 anuncios, 11.0% del total).
- **Picos secundarios:** 1828 (22 anuncios, 12.2%), 1829 (16 anuncios, 8.8%), 1830 (14 anuncios, 7.7%).
- **Años de menor actividad:** 1789, 1817, 1825 (1-2 anuncios).
- **Ausencias significativas:** 1813-1816 (sin registros conservados), coincidiendo con el final de la Guerra de Independencia y el inicio del Sexenio Absolutista.

La notable actividad de 1808 coincide con el inicio de la Guerra de Independencia y la explosión de producción propagandística patriótica. El vacío documental de 1813-1816 puede deberse a la no conservación de números del Diario, la interrupción de su publicación durante el periodo más represivo del retorno fernandino, o a limitaciones del proceso de digitalización. La recuperación de la actividad publicitaria en 1817-1818 y especialmente durante el Trienio Liberal (1820-1823) confirma la correlación entre libertad política y dinamismo editorial. La nueva caída en 1824-1825 refleja el impacto de la represión absolutista tras la invasión francesa de 1823. El notable incremento de 1826-1830 evidencia una reactivación económica y cierta relajación censora en los últimos años del reinado de Fernando VII. La Tabla 1 recoge la distribución anual completa.

Tabla 1. Distribución temporal de anuncios (1789-1830)

Año	Número de anuncios	Año	Número de anuncios
1789	1	1821	10
1807	6	1822	10
1808	20	1823	7
1809	8	1824	3
1810	6	1825	2
1811	7	1826	12
1812	5	1827	8
1817	1	1828	22
1818	9	1829	16
1819	3	1830	14
1820	9		

4.1.2 Periodicidad estacional

El análisis por trimestres (agregando todos los años) no revela patrones estacionales marcados, sugiriendo una oferta editorial relativamente constante a lo largo del año, aunque con ligeras variaciones posiblemente relacionadas con periodos festivos y la dinámica del mercado.

4.2 Análisis de precios

4.2.1 Estadística descriptiva

De los 181 registros, 51 (28.2%) incluyen información de precio. Esta baja tasa de especificación puede deberse a que muchos anuncios remitían al comprador a consultar el precio en el establecimiento, o correspondían a suscripciones periódicas con modalidades variables.

Los precios expresados en reales de vellón presentan las siguientes características:

- **Precio mínimo:** 2 reales.
- **Precio máximo:** 300 reales.
- **Precio medio:** 26.71 reales.
- **Precio mediano:** 10 reales.

La notable diferencia entre media (26.71) y mediana (10) indica una distribución asimétrica con presencia de publicaciones de precio muy elevado que elevan la media. La mayoría de las obras se situaban en el rango de 8-20 reales, lo que las hacía relativamente accesibles para sectores medios urbanos.

4.2.2 Evolución temporal de precios

La Tabla 2 muestra la evolución de los precios por año. Se observa:

- **Estabilidad relativa:** los precios medianos se mantienen en el rango 4-20 reales.
- **Excepciones notables:** 1820 registra un precio medio de 160 reales, correspondiente probablemente a suscripciones anuales o colecciones completas.
- **Tendencia:** ligero incremento en la década de 1820, posiblemente relacionado con inflación postbélica y recuperación económica tras la Guerra de Independencia.

Tabla 2. Evolución de precios por año (años con datos suficientes)

Año	Precio medio	Precio mediano	Número de registros
1807	5.3	6.0	3
1818	13.5	12.0	4
1821	46.5	17.0	4
1823	17.3	19.5	4
1826	26.2	5.5	6
1828	36.0	8.0	11

4.3 Análisis de autores y traductores

4.3.1 Autoría identificada

El 39.2% de los registros (71 de 181) identifican autor, lo que refleja:

1. **Producción anónima significativa:** común en opúsculos políticos, panfletos y literatura popular.
2. **Obras colectivas o institucionales:** especialmente calendarios, almanaques y reglamentos.
3. **Traducciones sin atribución:** frecuentes en literatura francesa e italiana.

4.3.2 Principales autores

El compositor italiano **Gioacchino Rossini** encabeza la lista con 5 menciones, todas correspondientes a partituras y arreglos musicales de sus óperas, lo que evidencia la popularidad de la música operística italiana en Cádiz. Le siguen:

- **Juan Bautista Acuaza** (3): Autor de obras políticas y patrióticas durante la Guerra de Independencia
- **Clemente Peichler** (2): Compositor y profesor de música
- **Real Observatorio de la ciudad de S. Fernando** (2): Calendarios náuticos y astronómicos

- **José María de Miera Pacheco** (2): Discursos religiosos y patrióticos

La presencia destacada de autores musicales (Rossini, Peichler) y de instituciones científicas (Observatorio) junto con autores político-religiosos ilustra la diversidad del mercado editorial gaditano.

4.4 Geografía comercial: lugares de venta

4.4.1 Concentración en establecimientos especializados

El 97.2% de los anuncios (176 de 181) especifica lugar de venta, lo que demuestra la importancia de esta información para los lectores potenciales. Se identificaron 26 establecimientos diferentes, revelando una red comercial diversificada pero con clara jerarquización.

4.4.2 Principales puntos de venta

Tabla 3. Principales lugares de venta de libros y material impreso

Lugar	Frecuencia	Porcentaje
Librería de Hortal y Compañía	39	21.5%
Imprenta de este Periódico	25	13.8%
Librería de Picardo	24	13.3%
Librería de Zaragoza	15	8.3%
Librería de Navarro	12	6.6%
Librería de Carreño	7	3.9%

La **Librería de Hortal y Compañía** emerge como el principal establecimiento, apareciendo en el 21.5% de los anuncios (39 menciones), especialmente activo en la década de 1820, comercializando obras jurídicas, musicales, políticas y literarias. Su posición dominante en el mercado evidencia su papel central en la distribución editorial gaditana.

La propia **Imprenta del Diario Mercantil** funcionaba como segundo punto de venta más importante (25 menciones, 13.8%), evidenciando la integración vertical entre producción periodística y distribución de impresos.

La **Librería de Picardo**, situada en la calle de la Carne, constituye el tercer establecimiento más relevante, apareciendo en el 13.3% de los anuncios (24 menciones). Su ubicación céntrica y su especialización en novedades editoriales la convirtieron en referencia del comercio librero gaditano.

4.4.3 Distribución espacial

Los establecimientos se concentraban en:

- **Calle de la Carne:** Eje comercial principal (Picardo)
- **Plazuela de San Agustín:** Zona de librerías especializadas (Hortal, Zaragoza, Navarro)
- **Calle Ancha:** Arteria comercial (Carreño, otros)
- **Calle de San Francisco:** Comercios diversos (Font y Closas)

Esta geografía comercial refleja la estructura urbana de Cádiz, con concentración de actividades intelectuales y comerciales en el casco histórico.

4.5 Características materiales de las publicaciones

4.5.1 Formatos

El 32.6% de los registros (59 de 181) especifica formato. El **formato octavo (8.º)** domina claramente con 32 menciones (54.2% de los formatos especificados), seguido del **cuarto (4.º)** con 9 menciones (15.3%). El predominio del octavo refleja:

1. **Portabilidad:** formato manejable para lectura personal.
2. **Economía:** menor coste de producción que el folio.
3. **Versatilidad:** adecuado tanto para obras literarias como ensayos políticos.

La presencia marginal de formatos mayores (folio) confirma el carácter predominantemente no académico de la producción editorial analizada.

Tabla 4. Distribución de formatos

Formato	Frecuencia	Porcentaje
8.º (octavo)	32	54.2%
4.º (cuarto)	9	15.3%
Dozavo (12.º)	5	8.5%
Otros	13	22.0%

4.5.2 Encuadernación

Solo el 13.8% de los anuncios (25 de 181) menciona tipo de encuadernación. De estos:

- **Rústica:** 11 menciones (44%).
- **Pasta:** 10 menciones (40%).
- **Pergamino:** 2 menciones (8%).
- **Holandesa:** 1 mención (4%).

La frecuente mención de precios diferenciados “en rústica” y “en pasta” indica que los libreros ofrecían opciones de encuadernación según el poder adquisitivo del comprador. La rústica (encuadernación sencilla en cartón o papel) resultaba más económica, mientras la pasta (con cubiertas de cartón forradas en papel o piel) implicaba mayor calidad y durabilidad.

4.5.3 Número de tomos

El 27.1% de los registros (49 de 181) indica número de tomos. La distribución muestra predominio absoluto de obras en uno o dos tomos, adecuadas para consumo inmediato y precio asequible. La presencia marginal de obras en múltiples tomos (7, 8, 12, 45 tomos) corresponde a colecciones, enciclopedias o suscripciones periódicas anuales.

4.6 Análisis temático de las publicaciones

4.6.1 Clasificación categorial

La clasificación temática automática basada en palabras clave del título revela la siguiente distribución:

Tabla 5. Distribución temática de las publicaciones

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
Otros	98	54.1%

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
Musical	26	14.4%
Jurídico	11	6.1%
Militar	9	5.0%
Comercial	9	5.0%
Periódico	8	4.4%
Político	7	3.9%
Religioso	6	3.3%
Literario	5	2.8%
Científico	2	1.1%

La categoría “Otros” (54.1%) incluye obras misceláneas, anuncios sin título específico o publicaciones no clasificables. Excluyendo esta categoría, emerge un panorama claramente dominado por la **producción musical** (14.4%), seguida de contenidos jurídicos, comerciales y político-militares.

4.6.2 Publicaciones musicales (14.4%)

La categoría **Musical** (14.4%, 26 publicaciones) constituye el ámbito dominante del mercado editorial gaditano identificable, superando ampliamente a todas las demás categorías. Esta producción incluye:

- **Ópera italiana:** partituras de Gioacchino Rossini para piano y guitarra (El Barbero de Sevilla, La Italiana en Argel, Otelo, Tancredi, La Cenerentola).
- **Música vocal:** himnos patrióticos, canciones guerreras, arias.
- **Música instrumental:** arreglos para fortepiano, guitarra y flauta.
- **Compositores activos:** Clemente Peichler, Francisco de Layglesia y Darrac.

La preeminencia de Rossini como autor más mencionado del corpus (5 menciones) y la abundancia de partituras operísticas evidencian la popularidad de la música italiana en Cádiz y el cosmopolitismo cultural de la ciudad portuaria.

4.6.3 Publicaciones jurídico-normativas (6.1%)

La categoría **Jurídico** (6.1%, 11 publicaciones) refleja la modernización administrativa y legal del periodo:

- **Reglamentos y códigos:** normativas comerciales, aduaneras, militares.
- **Decretos y bandos:** disposiciones gubernamentales.
- **Manuales jurídicos:** obras de derecho y procedimiento.

4.6.4 Publicaciones político-militares (8.9% combinado)

La suma de categorías **Político** (3.9%) y **Militar** (5.0%) representa aproximadamente el 9% del total. Esta producción incluye:

- **Proclamas y manifiestos:** documentos de Juntas Supremas, autoridades militares.
- **Literatura patriótica:** discursos, poemas y canciones antinapoleónicas.
- **Documentación oficial:** bandos, reglamentos, tratados internacionales.
- **Prensa política:** periódicos como “El Observador”, “La Ley”, “El Cetro”.

Ejemplos representativos:

- “Lo que son Franceses! Discurso declamatorio” (1808)

- “Rafael del Riego, o la España libre” (1822)
- “Tratado definitivo de Paz, amistad y alianza entre España y Gran-Bretaña” (1809)

Pese a la relevancia política de Cádiz durante el periodo, la producción político-militar no domina el mercado editorial, representando menos del 10% del total.

4.6.5 Publicaciones comerciales (5.0%)

La categoría **Comercial** (5.0%, 9 publicaciones) refleja el carácter mercantil de Cádiz:

- **Almanaques comerciales:** De París y otras plazas europeas
- **Manuales de aritmética:** Para comerciantes
- **Tratados sobre aduanas y comercio:** Normativa mercantil

4.6.6 Publicaciones religiosas (3.3%)

La producción religiosa, aunque minoritaria (3.3%, 6 publicaciones), mantiene presencia:

- **Ejercicios devocionales:** Especialmente para Semana Santa
- **Hagiografías y vidas de santos**
- **Controversia religiosa:** Como la “Apología de la Inquisición” (1811)
- **Homilías pontificias:** Traducción de textos papales

Esta literatura evidencia la persistencia de la demanda de contenidos piadosos pese al contexto de secularización política, aunque su peso relativo es menor de lo tradicionalmente asumido para el mercado del libro español.

4.6.7 Prensa periódica (4.4%)

La categoría **Periódico** (4.4%, 8 publicaciones) documenta la proliferación de publicaciones seriadas:

- “El Observador”, “El Telescopio Político”, “Almacén Patriótico”
- Diarios y gacetas de información

4.6.8 Cultura literaria (2.8%)

Pese a su menor peso cuantitativo, la categoría **Literaria** (2.8%, 5 publicaciones) evidencia la existencia de un público interesado en obras de ficción:

- **Novela sentimental:** “La Amelia”, “Pablo y Virginia”, “La Matilde” (1818)
- **Teatro:** Comedias impresas como “Lo que puede un empleo” (1820)

4.6.9 Publicaciones científicas (1.1%)

La categoría **Científico** (1.1%, 2 publicaciones) es marginal, limitándose principalmente a:

- **Medicina:** “Tratado de las diferencias de calenturas” (1810)
- **Astronomía náutica:** Almanaques del Real Observatorio

4.7 Evolución temporal de las temáticas

El análisis diacrónico revela claras correlaciones entre contenidos editoriales y acontecimientos históricos:

4.7.1 Periodo 1808-1814: hegemonía político-militar

La invasión napoleónica genera una explosión de literatura patriótica. Los picos de 1808 (20 anuncios, 11.0%) y 1809 (8 anuncios, 4.4%) están dominados por:

- proclamas antifrancesas;
- relaciones de batallas;
- discursos de autoridades patrióticas;
- periódicos de guerra.

El vacío documental de 1813-1816 impide conocer la actividad editorial durante el final de la guerra y el crucial periodo del retorno de Fernando VII (mayo de 1814) y el inicio del Sexenio Absolutista. Este periodo, marcado por la abolición de la Constitución, la represión de los liberales y el primer gran exilio político español, queda tristemente ausente del corpus.

4.7.2 Periodo 1810-1812: apogeo liberal gaditano

Coincidiendo con las Cortes de Cádiz:

- proliferación de periódicos políticos;
- publicación de la Constitución;
- debates sobre reformas (Inquisición, régimen político).

4.7.3 Periodo 1817-1819: recuperación moderada

Tras el vacío documental de 1813-1816, la reaparición de registros en 1817 (1 anuncio), 1818 (9 anuncios, 5.0%) y 1819 (3 anuncios, 1.7%) evidencia una tímida recuperación de la actividad publicitaria bajo el absolutismo fernandino. La producción dominante es musical y literaria, con escasa presencia política explícita.

4.7.4 Periodo 1820-1823: Trienio Liberal

Tras el golpe de Riego (enero de 1820) y el restablecimiento de la Constitución, segunda oleada de publicaciones políticas:

- obras de teoría liberal y constitucional;
- traducciones de autores franceses (Destutt de Tracy);
- reediciones de textos de 1810-1812.

La distribución anual muestra actividad sostenida: 1820 (9 anuncios, 5.0%), 1821 (10 anuncios, 5.5%), 1822 (10 anuncios, 5.5%), 1823 (7 anuncios, 3.9%), hasta la caída del régimen constitucional en octubre de 1823 tras la invasión de los Cien Mil Hijos de San Luis.

4.7.5 Periodo 1824-1830: represión, recuperación y diversificación

La restauración absolutista de 1823 genera un nuevo colapso de la actividad publicitaria documentada: 1824 (3 anuncios, 1.7%), 1825 (2 anuncios, 1.1%). Este mínimo refleja probablemente la represión política, el segundo gran exilio liberal y la autocensura editorial.

La notable recuperación de 1826-1830 evidencia una reactivación económica y cultural:

- 1826: 12 anuncios (6.6%)
- 1827: 8 anuncios (4.4%)
- 1828: 22 anuncios (12.2%)
- 1829: 16 anuncios (8.8%)
- 1830: 14 anuncios (7.7%)

Predomina contenido musical, comercial y profesional, con disminución de contenido político explícito. Esta diversificación temática evidencia la adaptación del mercado editorial a las restricciones políticas.

5. DISCUSIÓN

5.1 Cádiz como laboratorio editorial

Los datos confirman el papel de Cádiz como centro cosmopolita y diversificado de circulación editorial durante el primer tercio del siglo XIX. Lejos de limitarse a ser un laboratorio político surgido súbitamente con la Guerra de Independencia, Cádiz emerge como plaza cultural compleja forjada durante el siglo XVIII y caracterizada por:

1. **Predominio de la cultura musical:** la ópera italiana (especialmente Rossini) domina el mercado identificable, evidenciando el gusto cosmopolita de las elites gaditanas forjado durante décadas de intercambio mediterráneo.
2. **Diversificación temática:** coexistencia equilibrada de contenidos musicales, jurídicos, comerciales, político-militares, religiosos y literarios.
3. **Profesionalización comercial:** red de librerías especializadas con estrategias publicitarias sistemáticas, liderada por Hortal y Compañía.
4. **Internacionalización mediterránea:** Cádiz como puerto de entrada de cultura italiana, francesa y británica, continuando el papel comercial y cultural ejercido desde el traslado de la Casa de Contratación en 1717.
5. **Democratización relativa:** precios que permitían acceso de sectores medios urbanos.
6. **Correlación política-editorial:** los vacíos documentales de 1813-1816 y 1824-1825 coinciden con los periodos de máxima represión absolutista, evidenciando el impacto de la censura y la autocensura en el mercado del libro.

5.2 Estructura del mercado editorial

El análisis revela un mercado editorial jerarquizado pero competitivo:

- **Oligopolio de distribución:** Tres establecimientos principales (Hortal y Compañía, Imprenta del Periódico, Picardo) concentran cerca del 48.6% de los anuncios, con Hortal ejerciendo un claro liderazgo (21.5%)
- **Integración vertical:** Algunas imprentas (como la del Diario Mercantil) funcionan también como puntos de venta
- **Especialización parcial:** Ciertos establecimientos (Observatorio para náutica, Peichler para música) ofrecen productos específicos
- **Publicidad sistemática:** El uso del Diario Mercantil como plataforma publicitaria indica estrategias comerciales modernas

5.3 Precios y accesibilidad

El precio mediano de 10 reales requiere contextualización. En 1820, un jornal urbano rondaba los 8-12 reales diarios (Moral Ruiz, 2009). Esto implica que:

- **Obras básicas** (panfletos de 2-4 reales): Accesibles para artesanos y empleados
- **Obras estándar** (libros de 8-20 reales): Requieren ahorro pero alcanzables para sectores medios
- **Obras de lujo** (50-300 reales): Reservadas a profesionales liberales, comerciantes y aristocracia

La distribución de precios sugiere segmentación del mercado con productos para diversos estratos sociales.

5.4 Comparación con otros mercados editoriales españoles

Los datos gaditanos presentan peculiaridades respecto a Madrid o Barcelona:

1. **Predominio de música operística:** La extraordinaria presencia de partituras de Rossini (14.4% del mercado identificable) distingue radicalmente a Cádiz, evidenciando su carácter portuario y mediterráneo
2. **Relevancia de contenido jurídico-administrativo:** Reflejo de la modernización legal del periodo (6.1%)
3. **Producción político-militar significativa pero no dominante:** Pese al papel de Cádiz en la Guerra de Independencia y el Trienio, representa solo el 8.9% del total
4. **Relevancia de la producción náutica y comercial:** Específica del carácter marítimo y mercantil de Cádiz (5.0%)
5. **Menor producción religiosa y científica:** Comparado con el imaginario tradicional del libro en España (3.3% y 1.1% respectivamente)

5.5 Limitaciones y sesgos

Es crucial reconocer que el corpus analizado presenta sesgos:

1. **Conservación documental:** solo anuncios en números del Diario conservados y digitalizados. Los vacíos de 1813-1816 y 1824-1825 constituyen limitaciones graves que impiden evaluar la actividad editorial durante periodos políticos cruciales.
2. **Sesgo publicitario:** solo obras que los libreros consideraron rentable anunciar.
3. **Mercado paralelo:** no captura ventas ambulantes, préstamos, circulación manuscrita ni comercio clandestino de obras prohibidas.
4. **Autoría incompleta:** la baja tasa de identificación de autores (39.2%) limita análisis prosopográficos.
5. **Autocensura no cuantificable:** la represión fernandina pudo generar autocensura editorial que infravalora artificialmente la producción político-liberal en ciertos periodos.

6. CONCLUSIONES

Este estudio cuantitativo de 181 anuncios del Diario Mercantil de Cádiz (periodo 1789-1830, con concentración principal en 1807-1830) permite extraer las siguientes conclusiones:

6.1 Principales hallazgos

1. **Dinamismo editorial condicionado políticamente:** Cádiz mantiene un mercado editorial activo y diversificado durante todo el periodo, con picos en momentos de crisis política (1808, 1820-1823) y colapsos durante la represión absolutista (1813-1816, 1824-1825).
2. **Predominio de la producción musical:** el 14.4% de las publicaciones son musicales, principalmente ópera italiana (Rossini), evidenciando a Cádiz como centro de cultura musical cosmopolita forjado durante el siglo XVIII gracias a su papel comercial mediterráneo.
3. **Relevancia de la producción político-militar:** aproximadamente el 8.9% de las publicaciones abordan temas políticos o militares, reflejando la importancia de estos asuntos durante la Guerra de Independencia y el Trienio Liberal, pero sin dominar el mercado.

4. **Estructura comercial concentrada:** un pequeño grupo de establecimientos articula la mayor parte del comercio. La Librería de Hortal y Compañía domina con el 21.5% de los anuncios, seguida de la Imprenta de este Periódico (13.8%), Picardo (13.3%) y Zaragoza (8.3%), pero coexisten con establecimientos menores que permiten competencia.
5. **Accesibilidad parcial:** los precios (mediana de 10 reales) sitúan muchas publicaciones al alcance de sectores medios urbanos, aunque obras especializadas o de lujo permanecen reservadas a elites.
6. **Internacionalización cultural:** la presencia destacada de autores y obras extranjeras, especialmente musicales (Rossini encabeza la lista de autores con 5 menciones), junto con obras francesas (Destutt de Tracy, La-Fontaine) evidencia la inserción de Cádiz en circuitos culturales europeos y su papel como puerto de entrada de cultura mediterránea, continuidad del monopolio comercial americano ejercido desde 1717.
7. **Formato y materialidad:** predominio del formato octavo en rústica o pasta, optimizado para producción económica y portabilidad.

6.2 Contribución historiográfica

Este trabajo aporta datos empíricos a tres campos de investigación:

1. **Historia del libro:** Cuantificación y caracterización de un mercado editorial local específico
2. **Historia de Cádiz:** Documentación de la infraestructura cultural y comercial de la ciudad en periodo crítico
3. **Historia de la prensa:** Demostración del papel del Diario Mercantil como plataforma comercial del sector editorial

6.3 Líneas de investigación futura

Los resultados sugieren varias vías de profundización:

1. **Análisis prosopográfico:** Estudio detallado de libreros, impresores y autores identificados
2. **Reconstrucción de inventarios:** Cotejo con catálogos de librerías conservados en archivos notariales
3. **Análisis comparativo:** Contraste con anuncios de prensa de Madrid, Barcelona o Sevilla
4. **Recepción y lectura:** Estudio de bibliotecas privadas para determinar correlación entre oferta anunciada y demanda real
5. **Análisis de contenido:** Lectura de las obras identificadas para verificar clasificación temática

6.4 Reflexión final

El comercio del libro en Cádiz durante 1807-1830 no puede entenderse al margen del excepcional contexto político vivido por la ciudad. La simultaneidad entre revolución política (Constitución de 1812) y explosión editorial no es casual: ambos fenómenos formaban parte de un mismo proceso de modernización cultural que transformó España en el primer tercio del siglo XIX. El impreso, anunciado sistemáticamente en el Diario Mercantil, se convirtió en vector de ideas, instrumento de movilización y mercancía comercial. Estudiar sus canales de distribución, precios y temáticas permite comprender mejor cómo las transformaciones políticas se articularon con dinámicas culturales y comerciales, configurando un espacio público moderno del que Cádiz fue indudable protagonista.

7. BIBLIOGRAFÍA

Botrel, J. F. (1993). *Libros, prensa y lectura en la España del siglo XIX*. Madrid: Fundación Germán Sánchez Ruipérez.

Díaz, E. (1998). *La imprenta en Cádiz durante la Guerra de la Independencia y las Cortes (1808-1815)*. Cádiz: Diputación Provincial.

Freire López, A. M. (Ed.). (2009). *La Guerra de la Independencia en la cultura española*. Madrid: Centro de Estudios Ramón Areces.

Gil Novales, A. (1991). *Prensa, guerra y revolución: Los periódicos españoles durante la Guerra de la Independencia*. Madrid: CSIC.

Gómez Imaz, M. (1910). *Los periódicos durante la Guerra de la Independencia (1808-1814)*. Madrid: Tipografía de la Revista de Archivos.

La Parra López, E. (2010). “Cádiz, 1810-1812: capital de la revolución española”. En A. Ramos Santana y A. Romero Ferrer (Eds.), *1808-1812: Los emblemas de la libertad* (pp. 19-32). Cádiz: Universidad de Cádiz.

Martínez Martín, J. A. (2001). *Vivir de la pluma: La profesionalización del escritor (1836-1936)*. Madrid: Marcial Pons.

Martínez Rus, A. (2019). “La difusión del libro en la prensa periódica española (siglos XIX-XX)”. *Hispania*, 79(262), 345-372.

Moral Ruiz, J. del (2009). “Precios y salarios en España, 1680-1800”. *Revista de Historia Económica*, 27(1), 155-188.

Ramos Santana, A. (1988). *La libertad de imprenta en Cádiz durante la Guerra de la Independencia (1808-1814)*. Cádiz: Diputación Provincial.

Solís, R. (1958). *El Cádiz de las Cortes: La vida en la ciudad en los años 1810 a 1813*. Madrid: Alianza (reed. 2000).

ANEXO: FIGURAS Y GRÁFICOS

El análisis incluye las siguientes visualizaciones:

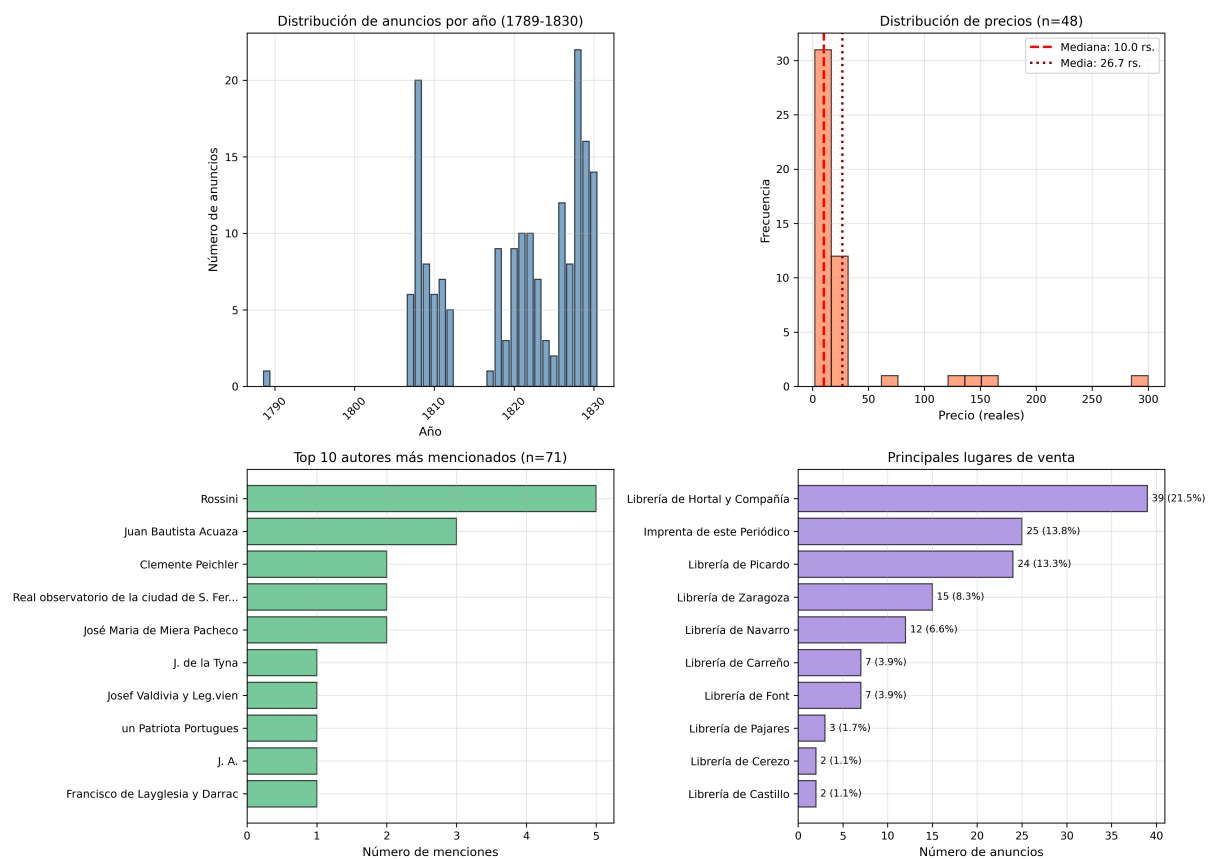


Figura 1: Distribución de anuncios por año (1789-1896), histograma de precios, top 10 autores y lugares de venta

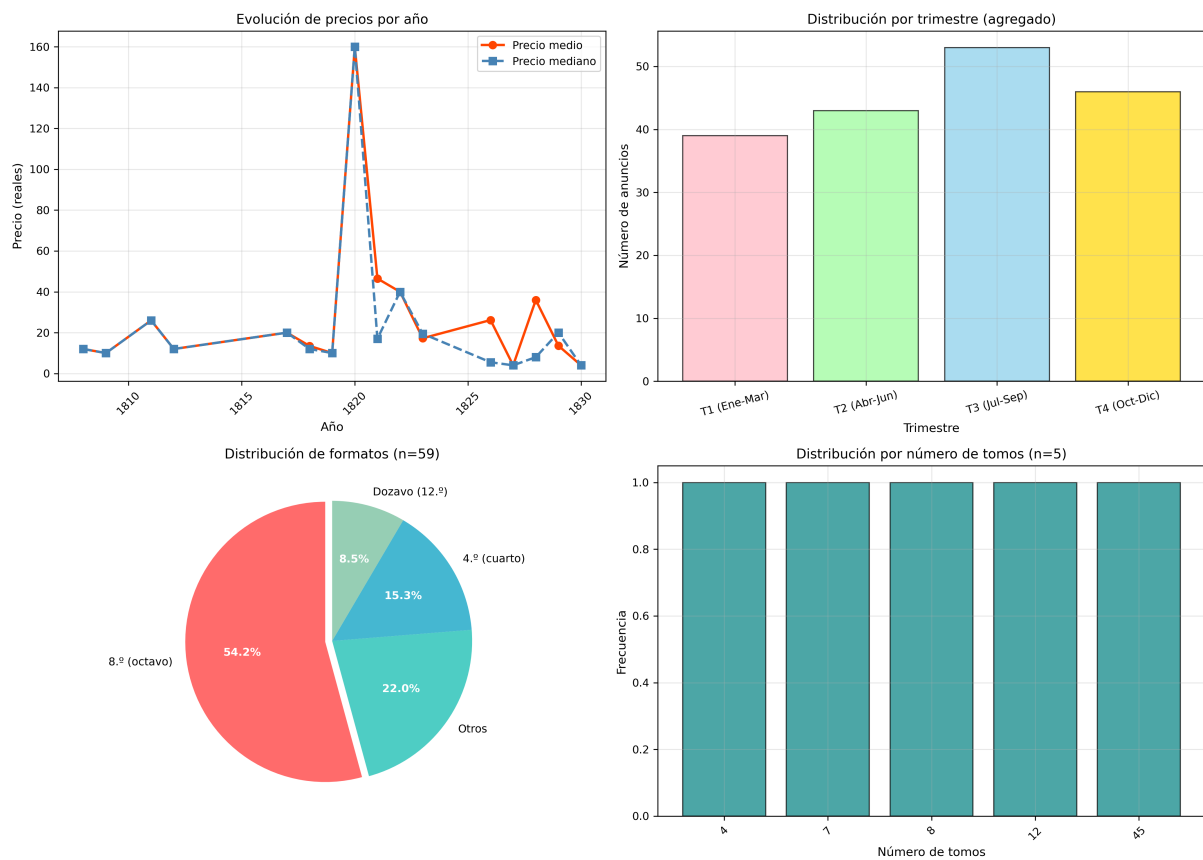


Figura 2: Evolución de precios por año, distribución por trimestre, formatos y número de tomos

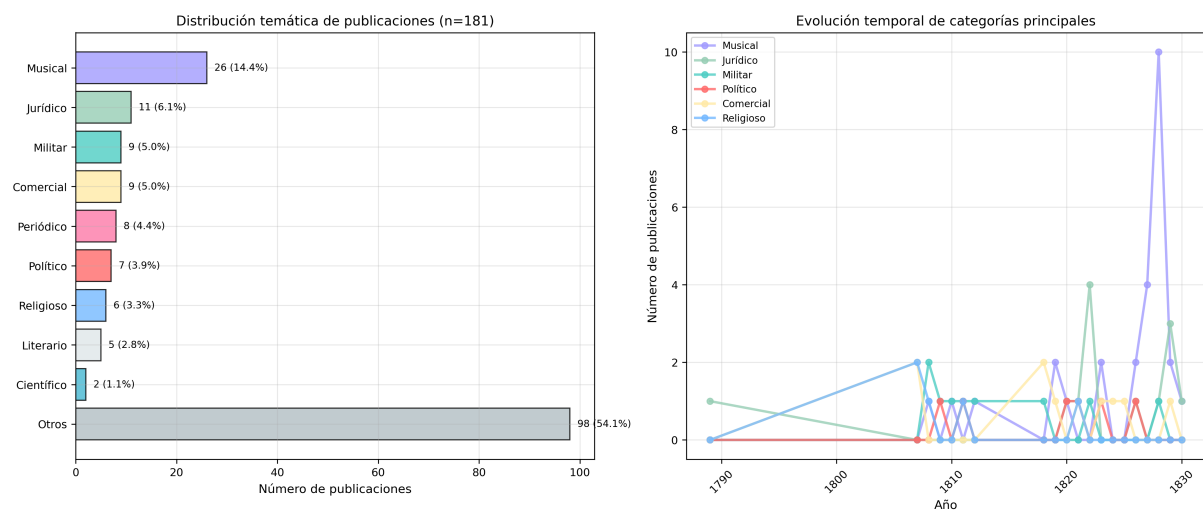


Figura 3: Distribución por tipo de publicación y evolución temporal de tipos principales

Nota metodológica

Los datos brutos, scripts de análisis y visualizaciones están disponibles en el repositorio del proyecto para garantizar reproducibilidad y transparencia metodológica.

Documento generado el 13 de noviembre de 2025 Análisis basado en el corpus del Diario Mercantil de Cádiz Proyecto de investigación: Historia del libro en Cádiz (1807-1830)