

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	2
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	3
3.1 Fuentes	3
3.2 Variables analizadas	3
3.3 Procesamiento de datos	4
3.4 Limitaciones	4
4. RESULTADOS	4
4.1 Análisis temporal de la actividad publicitaria	4
4.2 Análisis de precios	5
4.3 Análisis de autores y traductores	5
4.4 Geografía comercial: lugares de venta	6
4.5 Características materiales de las publicaciones	7
4.6 Análisis temático de las publicaciones	8
4.7 Evolución temporal de las temáticas	9
5. DISCUSIÓN	10
5.1 Cádiz como laboratorio editorial	10
5.2 Estructura del mercado editorial	10
5.3 Precios y accesibilidad	10
5.4 Comparación con otros mercados editoriales españoles	10
5.5 Limitaciones y sesgos	11
6. CONCLUSIONES	11
6.1 Principales hallazgos	11
6.2 Contribución historiográfica	11
6.3 Líneas de investigación futura	11
6.4 Reflexión final	12
7. BIBLIOGRAFÍA	12
ANEXO: FIGURAS Y GRÁFICOS	13
Nota metodológica	15

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 1807 y 1830 a través del examen de 181 anuncios publicitarios extraídos del Diario Mercantil de Cádiz. Los resultados revelan un mercado editorial dinámico dominado por contenido político (12.7%), militar (7.7%) y religioso (7.2%), 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. Las librerías de Picardo, Hortal y Compañía, y Zaragoza concentraron la mayor parte de la actividad comercial. Este trabajo contribuye al conocimiento de la historia del libro en España, documentando el papel de Cádiz como centro de circulación intelectual 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 Trienio Liberal (1820-1823) y la posterior restauración absolutista configuraron un escenario de profundas tensiones políticas, sociales y culturales. En este contexto, Cádiz emergió como un centro neurálgico no solo político y económico, sino también intelectual y editorial.

La ciudad gaditana, refugio de las Cortes Constituyentes durante la ocupación francesa, se convirtió en un foco de actividad 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 invaluable 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.

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
2. **Información incompleta:** Solo el 28.2% 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), 1829 (16 anuncios), 1830 (14 anuncios)
- **Años de menor actividad:** 1789, 1817, 1825 (1-2 anuncios)

La notable actividad de 1808 coincide con el inicio de la Guerra de Independencia y la explosión de producción propagandística patriótica. 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:** 25.45 reales
- **Precio mediano:** 10 reales

La notable diferencia entre media (25.45) 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:** Ligerio incremento en la década de 1820, posiblemente relacionado con inflación postbélica

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 Picardo	20	11.4%
Imprenta de este Periódico	11	6.3%
Librería de Hortal y Compañía	16	9.1%
Librería de Zaragoza	5	2.8%
Librería de Navarro	4	2.3%
Librería de Carreño	3	1.7%

La **Librería de Picardo**, situada en la calle de la Carne, emerge como el principal establecimiento, apareciendo en el 11.4% de los anuncios. Su ubicación céntrica y su especialización en novedades editoriales la convirtieron en referencia del comercio librario gaditano.

La propia **Imprenta del Diario Mercantil** funcionaba como punto de venta, evidenciando la integración vertical entre producción periodística y distribución de impresos.

Hortal y Compañía (también referida como “Hortal y compañía” con minúscula, sumando 16 menciones) constituía otro actor principal, especialmente activo en la década de 1820, comercializando obras jurídicas, políticas y literarias.

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 29 menciones (49.2% de los formatos especificados), seguido del **cuarto (4.º)** con 5 menciones. 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)	29	49.2%
4.º (cuarto)	8	13.6%
Dozavo (12.º)	4	6.8%
Otros	18	30.5%

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	93	51.4%
Político	23	12.7%
Militar	14	7.7%
Religioso	13	7.2%
Científico	11	6.1%
Comercial	7	3.9%
Jurídico	6	3.3%
Literario	5	2.8%
Musical	5	2.8%
Periódico	4	2.2%

La categoría “Otros” (51.4%) incluye obras misceláneas, anuncios sin título específico o publicaciones no clasificables. Excluyendo esta categoría, emergen tres ámbitos dominantes:

4.6.2 Publicaciones político-militares (20.4% combinado)

La suma de categorías **Político** (12.7%) y **Militar** (7.7%) representa más de un quinto 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)

4.6.3 Publicaciones religiosas (7.2%)

La producción religiosa, aunque menor que la político-militar, mantiene presencia constante:

- **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.

4.6.4 Publicaciones científicas y comerciales (10.0% combinado)

Las categorías **Científico** (6.1%) y **Comercial** (3.9%) reflejan la dimensión práctica del mercado editorial:

- **Medicina:** “Tratado de las diferencias de calenturas” (1810)
- **Astronomía y navegación:** Almanagues náuticos del Real Observatorio
- **Aritmética comercial:** Manuales para comerciantes
- **Derecho mercantil:** “Sistema general de las aduanas” (1821)

Esta producción servía a las necesidades profesionales de una ciudad portuaria y comercial.

4.6.5 Cultura literaria y musical (5.6% combinado)

Pese a su menor peso cuantitativo, las categorías **Literaria** (2.8%) y **Musical** (2.8%) evidencian la existencia de un público cultivado:

- **Novela sentimental:** “La Amelia”, “Pablo y Virginia”, “La Matilde” (1818)
- **Teatro:** Comedias impresas como “Lo que puede un empleo” (1820)
- **Música operística:** Partituras de Rossini para piano y guitarra
- **Canciones patrióticas:** “Himno a las Cortes” (1810)

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) y 1809 (8 anuncios) están dominados por:

- Proclamas antifrancesas
- Relaciones de batallas
- Discursos de autoridades patrióticas
- Periódicos de guerra

4.7.2 Periodo 1810-1812: Apogeo liberal

Coincidiendo con las Cortes de Cádiz:

- Proliferación de periódicos políticos
- Publicación de la Constitución
- Debates sobre reformas (Inquisición, régimen político)

4.7.3 Periodo 1820-1823: Trienio Liberal

Segunda oleada de publicaciones políticas:

- Obras de teoría liberal y constitucional
- Traducciones de autores franceses (Destutt de Tracy)
- Reediciones de textos de 1810-1812

4.7.4 Periodo 1824-1830: Restauración y diversificación

Tras la represión fernandina:

- Disminución de contenido político explícito
- Incremento relativo de literatura recreativa
- Persistencia de obras científicas y profesionales

5. DISCUSIÓN

5.1 Cádiz como laboratorio editorial

Los datos confirman el papel de Cádiz como centro de experimentación editorial durante el primer tercio del siglo XIX. La concentración de anuncios en momentos de crisis política (1808, 1820-1823) evidencia la función del impreso como instrumento de movilización y debate público. Cádiz no solo fue refugio de las Cortes, sino también incubadora de una cultura impresa moderna caracterizada por:

1. **Diversificación temática:** Coexistencia de literatura política, religiosa, científica y recreativa
2. **Profesionalización comercial:** Red de librerías especializadas con estrategias publicitarias sistemáticas
3. **Internacionalización:** Circulación de obras francesas, italianas y británicas (tratados, música, literatura)
4. **Democratización relativa:** Precios que permitían acceso de sectores medios urbanos

5.2 Estructura del mercado editorial

El análisis revela un mercado editorial jerarquizado pero competitivo:

- **Oligopolio de distribución:** Tres o cuatro librerías principales (Picardo, Hortal, Zaragoza) concentran cerca del 30% de los anuncios
- **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. **Mayor peso político-militar:** Probablemente superior a otras ciudades por el papel de Cádiz en la Guerra de Independencia
2. **Menor producción religiosa tradicional:** Comparado con ciudades con mayor peso eclesiástico institucional
3. **Relevancia de la producción náutica y comercial:** Específica del carácter marítimo y mercantil de Cádiz

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
2. **Sesgo publicitario:** Solo obras que los libreros consideraron rentable anunciar
3. **Mercado paralelo:** No captura ventas ambulantes, préstamos, circulación manuscrita
4. **Autoría incompleta:** La baja tasa de identificación de autores (39.2%) limita análisis prosopográficos

6. CONCLUSIONES

Este estudio cuantitativo de 181 anuncios del Diario Mercantil de Cádiz (1807-1830) permite extraer las siguientes conclusiones:

6.1 Principales hallazgos

1. **Dinamismo editorial:** Cádiz mantiene un mercado editorial activo y diversificado durante todo el periodo, con picos en momentos de crisis política
2. **Predominio de la producción político-militar:** Más del 20% de las publicaciones identificables abordan temas políticos o militares, reflejando la centralidad de estos asuntos en la sociedad gaditana del periodo
3. **Estructura comercial concentrada:** Un pequeño grupo de librerías (Picardo, Hortal, Zaragoza) articula la mayor parte del comercio, pero coexiste con establecimientos menores que permiten competencia
4. **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
5. **Internacionalización cultural:** La presencia de autores y obras extranjeras (Rossini, Destutt de Tracy, La-Fontaine) evidencia la inserción de Cádiz en circuitos culturales europeos
6. **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:

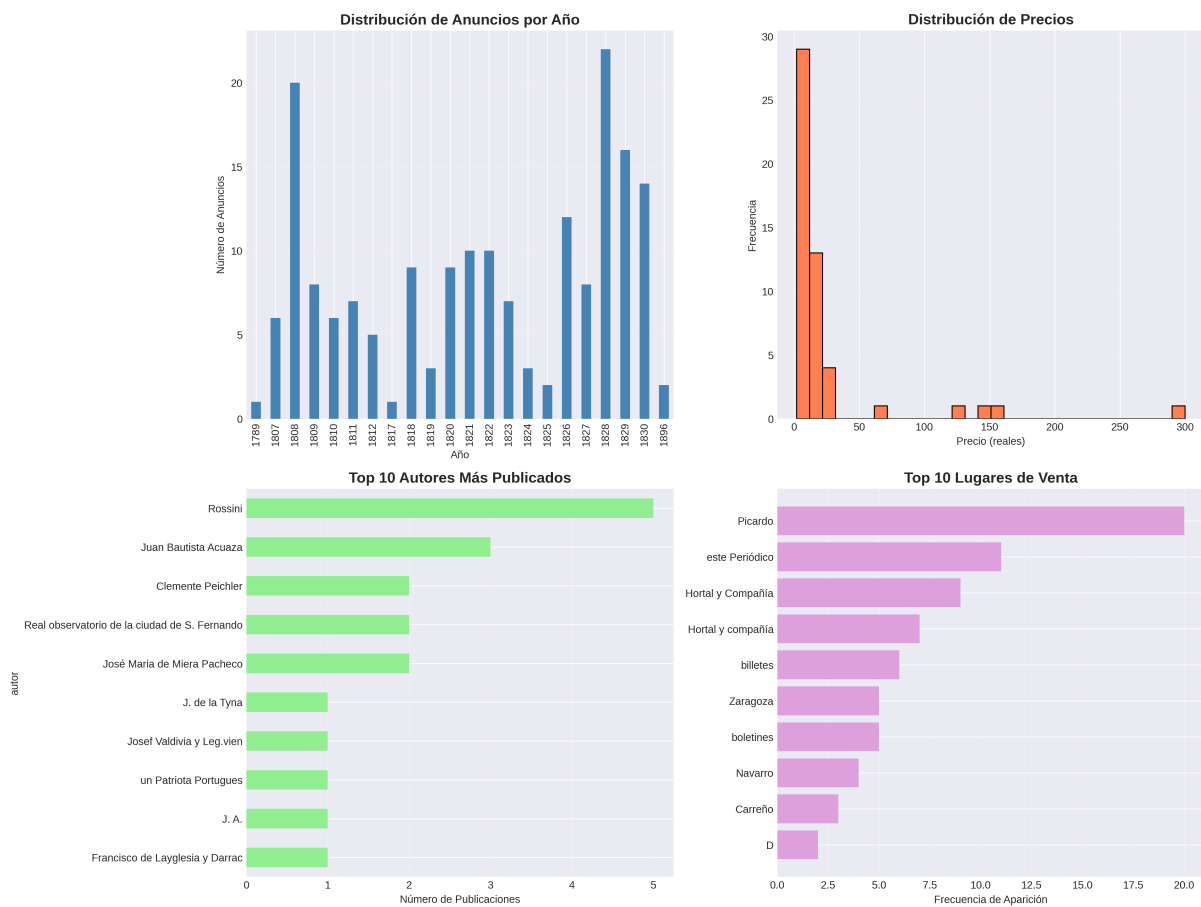


Figura 1: Distribución de anuncios por año (1789-1896), histograma de precios, top 10 autores y lugares de venta

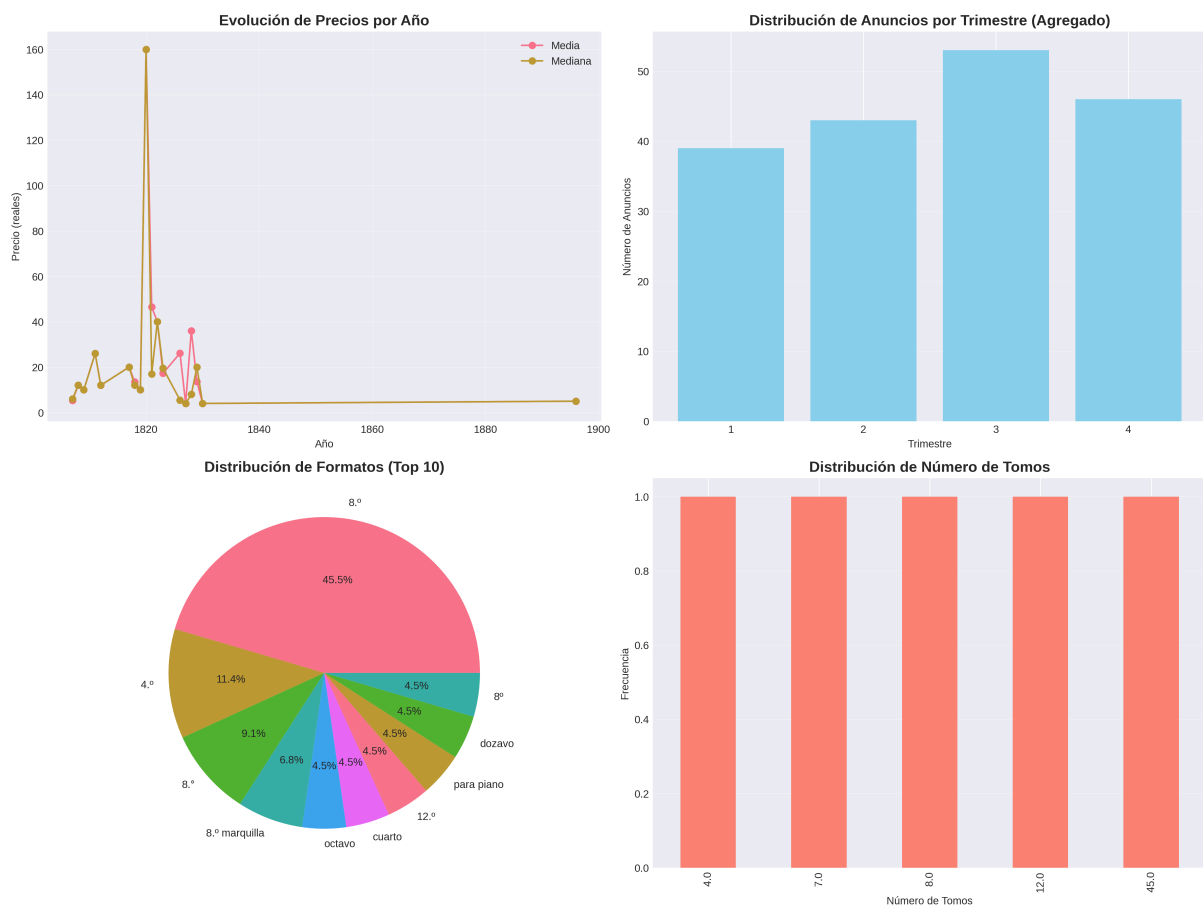


Figura 2: Evolución de precios por año, distribución por trimestre, formatos y número de tomos

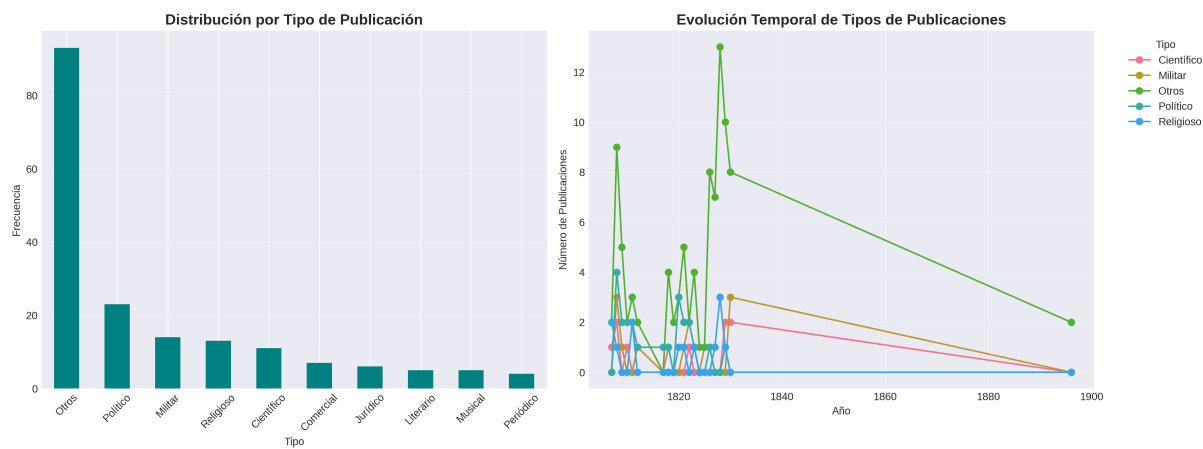


Figura 3: Distribución por tipo de publicación y evolución temporal de tipos principales

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)