

Síntesis

Con el título de *La publicidad en los orígenes de la prensa gaditana. El Diario Mercantil de Cádiz, 1810-1813*, la presente Tesis Doctoral, dirigida por el Dr. D. Antonio Checa Godoy, pretende ofrecer un estudio de la publicidad en Cádiz durante los años en que en dicha ciudad estuvieron ubicadas las Cortes Generales y Extraordinarias de España.

Su finalidad, por tanto, es el estudio del ejercicio publicitario en unos momentos en que esta práctica se encontraba todavía en una fase casi experimental, de incipiente introducción y poco desarrollada, en la prensa del momento. Considerando la proliferación de todo tipo de publicaciones que tuvo lugar, sobre todo a raíz del decreto de libertad de imprenta dado en la Real Isla de León el 10 de noviembre de 1810, hemos preferido escoger, por razones metodológicas y funcionales, uno de los periódicos más significativos del momento como fue el *Diario Mercantil de Cádiz*. Esta elección viene avalada por el hecho de ser, entre todos los periódicos gaditanos del momento, el que registra una mayor presencia de la publicidad en sus páginas.

Hay que tener en cuenta que los años que historiamos, henchidos de grandes acontecimientos y relevantes personalidades, están muy marcados en la historiografía al uso por un fuerte contenido político, cuyo principal botón de muestra es la Constitución de 1812, la primera de nuestra historia, y, por extensión, la amplia obra legislativa de las Cortes de Cádiz. Todo ello sin olvidar, claro está, el trasfondo bélico donde se desarrollaron estos acontecimientos, como fue la Guerra de la Independencia (1808 - 1814). Esta situación especial supuso, pues, un más que importante cambio, tanto cualitativo como cuantitativo, en el devenir de Cádiz y sus habitantes, con una población sobredimensionada que exigió una serie de atenciones y servicios en una medida tal como no se había conocido hasta entonces.

Esa misma prensa irá más allá de su función meramente informativa, como había tenido hasta ese momento, e irá adoptando una nueva faceta, la de la opinión pública. Junto a ello, la prensa cubrirá una importante necesidad social a través de la publicidad, pues serán los anuncios los mejores vehículos de encuentro de todas clases sociales, de sus gustos y necesidades. De paso, se convertirá asimismo en un gran campo interactivo de numerosas utilidades públicas, de ahí que un estudio de la



publicidad en esos años ha de contribuir a ofrecernos una visión alternativa de la ciudad, muy distinta a la que ordinariamente estamos acostumbrados a tener de ella y que la complementa. Junto con estos objetivos, el presente trabajo lo hemos compartimentado en las siguientes dos partes bien diferenciadas:

A.- Una primera parte, *la ciudad y su prensa*, en la que analizamos el marco histórico y sus habitantes, en unos momentos tan cruciales para Cádiz como fueron los años de las Cortes. Puesto que es la prensa del momento el único vehículo donde la publicidad va a ser proyectada, en esta misma parte abordamos el análisis de esta nueva prensa gaditana surgida a raíz del decreto de libertad de imprenta. Cuestiones como el propio concepto de publicidad, su conexión y diferenciación con la propaganda, las características del mensaje publicitario, así como el propio análisis sociológico, incluyendo la propia función social de la publicidad, serán también objeto de su correspondiente tratamiento.

B.- Seguidamente, una segunda que podemos entender como de análisis sectorial de esa `publicidad. Toda una tipología del anuncio se dejará ver a lo largo de las páginas del *Diario Mercantil* como principal fuente de referencia. Una oferta de lo más variada en la que destaca en primer lugar el complejo ámbito del servicio doméstico, perfectamente explicable en un Cádiz repleto de políticos, militares, funcionarios y emigrados de cierto nivel económico. También la variada oferta de espectáculos y lugares de ocio y diversión, muy propia de una ciudad que vivió dos años y medio de un asedio y cuyos habitantes, salvo por mar, tenían vedada cualquier posibilidad de comunicación terrestre con su entorno. Teatro, bailes, corridas de toros (una vez levantado el asedio), sin olvidar un considerable número de cafés, botillerías, confiterías, casas de comidas, fondas y cervecerías, se consagrarán como los más genuinos centros de sociabilidad y de reunión en Cádiz. A todo ello hay que sumar toda clase de productos que se publicitan: libros, alimentos, modas... así como profesionales, más o menos cualificados, que ofrecen sus habilidades: docentes, preceptores, médicos, curanderos, librerías... Por último un apartado singular, más propio del anuncio que de la publicidad comercial como es el relativo a las pérdidas y extravíos, con la consiguiente carga humana y anecdótica que inevitablemente se desprende de ellos.

Junto con diversas ilustraciones intercaladas en dichas partes, al final figura el apartado correspondiente a fuentes, bibliografía y apéndices.



