

LA PUBLICIDAD EN LA PRENSA FRANCESA DEL SIGLO XVIII: PARÁMETROS DEL ANTIGUO Y DEL NUEVO REGÍMENES

CARLOS ORTIZ DE ZÁRATE DENIS
Universidad de Las Palmas de Gran Canaria

RESUMEN

El objeto de este artículo es analizar los grandes cambios de mentalidad que se produjeron en la Francia del siglo XVIII. La evolución política fue inmensa: desde la idea de un gran Estado, representada en el reinado de Luis XIV, desmembrada, posteriormente, en los Municipios hasta que la República «una e indivisible» creara las bases del Estado-Nación. A la muerte de Luis XIV se produce un período de desarrollo económico, las especulaciones de Law y el aumento de la productividad agrícola, aportaron un desahogo a la crisis financiera y lanzaron un consumo interno capaz de dinamizar la industria incipiente. El descalabro de la aventura de Law y la crisis agrícola posterior, hundieron la economía francesa en un caos. Asistimos al empobrecimiento de los grupos sociales implicados en la economía tradicional y al aumento progresivo del poder de las burguesías.

Estos procesos se reflejan en las mentalidades, que toman una línea más pragmática y materialista, como se observa en la publicidad de la prensa francesa de la época.

ABSTRACT

The purpose of this paper is to analyze the great changes undergone by France in the eighteenth century. From the idea of a strong state, represented by the reign of Louis

XIV, to the dismemberment of its power, which now will be concentrated on the town halls untill the new state is created in the form of the «Federation» and then the Republic. When Louis XIV dies there comes a period of economic development, first carried out by Law's theories and then maintained for some time until the crisis, brought about by agriculture produces, both the impoverishment of those social groups involved in traditional economy and the rising power of the bourgeois class. All those processes are reflected upon the French people, who acquires a more pragmatic, materialistic mentality as shown in the advertisements of the French papers of the time.

La Francia del siglo XVIII tiene una particular riqueza de acontecimientos. Los reinados de Luis XIV, Luis XV, Luis XVI y la Revolución representan etapas políticas, económicas y sociales cruciales en la historia del país. De una afirmación del Estado y en coherencia con la concepción de la época, del poder real, con Luis XIV, se pasa a un debilitamiento progresivo del mismo con Luis XV y Luis XVI, hasta llegar a la total descomposición del poder en los municipios del principio de la época revolucionaria. De esta descomposición surgirá un nuevo modelo de Estado, a partir de la *Fédération* que culminará en la constitución de 1793.

Económicamente se pasa de la bancarrota financiera del final del reinado de Luis XIV a la euforia especulativa que desencadena Law, para pasar a la expansión económica estable de los años 1715-1774 y a la recesión que se produce a partir de los años 1776-1777 y que se agudiza progresivamente hasta 1790.

La fase inflacionista que se extiende con mayor o menor rigor a través del período 1734-1817 y la progresiva práctica de los grandes negocios, de la finanza y de la industria, justifican una profunda transformación social que se expresa en el incremento de las grandes fortunas implicadas en estas actividades económicas, mientras que las capas sociales inmersas en la economía tradicional se enriquecen moderadamente en la época de expansión económica y se empobrecen fuertemente con la crisis.

El cambio de mentalidades que acompaña a estas transformaciones ha quedado reflejado en múltiples facetas de la producción cultural de la época, así como en los variados testimonios de la vida política, económica y social. Hay, sin embargo, una faceta que me parece más expresiva, se trata de la publicidad aparecida en una prensa que juega ya un papel considerable en la sociedad del siglo XVIII.

En este artículo me propongo presentar algunos aspectos de la evolución de las mentalidades a través de una serie de modelos publicitarios aparecidos en la prensa francesa del siglo XVIII. A este fin me plantearé la importancia del papel jugado por esta prensa, definiré la forma adoptada por la publicidad, estableceré los diferentes modelos de la misma y seleccionaré dentro de los mismos algunos ejemplos que sirvan para ilustrar el objeto.

Renaudot inició la publicación de la prensa francesa en enero de 1631, con *Nouvelles ordinaires de divers endroits*. Protegido de María de Médicis, refundió su publicación en mayo del mismo año en *La Gazette*. El nuevo periódico obtuvo en 1631 un privilegio que aseguraba al editor el derecho de imprimir y vender las *Cazettes*. Publicación semanal, el periódico alcanzaba una tirada de 1.200 ejemplares en 1638¹. Naturalmente Renaudot toma una posición oficialista; posteriormente compartirá el monopolio de la prensa francesa con otros dos periódicos del régimen, *Le Journal des Savants* y *Le Mercure*. Marie-Noël Grand Mesnil señala que Mazarino utilizó ampliamente la prensa durante la Regencia de Ana de Austria². Seguin constata manipulaciones en épocas anteriores que se remontan a la prehistoria de la propia prensa³. Luis XIV y Luis XV se sirvieron de la prensa para crear una imagen triunfadora de sus reinados, hasta el punto que se ha llegado a afirmar que la misma se ha impuesto al historiador, dando a estos reinados una gloria que no les correspondería⁴.

Para La Bruyère, Saint-Simon, Voltaire y Napoleón, por citar algunos personajes, Luis XIV encarna la dignidad de Francia. Bou-

langer y Bourgeois⁵ crearán el mito que destroza Rossel y Bordenave⁶ considera a Luis XIV el principal creador de Francia.

No se puede negar la crisis financiera, social y militar a la que arrastró a Francia la pretensión de predominio europeo del rey Sol. Tampoco es posible ignorar la autocrítica de esta ambición, contenida en el testamento político del propio rey. Frente al esplendor de Versailles y al predominio europeo de la cultura francesa, la población está sumida en la miseria⁷, el déficit del Estado amenaza bancarrota y sólo un milagro salvó al país de la ocupación extranjera.

El papel jugado por el discurso periodístico, controlado y hasta incluso, inspirado por el propio Luis XIV, ha sido bien puesto de manifiesto por Rossel. Jean-Marie Apostolidès⁸ muestra que la manipulación no es exclusivamente un fenómeno de prensa, sino que toda la vida social y cultural del reino de Luis XIV es un espectáculo que surge del mismo cuerpo del rey, expuesto al público desde el nacimiento hasta la muerte, pasando de la Corte al país entero y terminando proyectado en el extranjero.

Estas afirmaciones no niegan la capacidad gubernamental de Luis XIV, sino que, por el contrario, afirman la misma, aportando una prueba de la habilidad política del Soberano. La imagen, las imágenes, se imponen a la historia con tal fuerza, que, pese al considerable progreso de las ciencias históricas y al de las ciencias humanas en general, es cada vez más difícil separar mundo real-mundo imaginario. En realidad el último se impone al primero, modificándolo incluso.

El fin del reinado de Luis XIV es también el del monopolio de la prensa oficial, el Gobierno permite las publicaciones periodísticas que han obtenido la autorización pertinente. Las nuevas publicaciones no estaban autorizadas a tratar temas políticos de actualidad, por tanto toman un carácter cultural. A partir de 1777 aparecen los primeros diarios franceses, pero el rigor de la ley y el control de las corporaciones no permitían el desarrollo de una prensa informativa que no fuera gubernamental.

El artículo XI de la Declaración de los Derechos del hombre establece la libre comunicación del pensamiento y de las opiniones. Esta iniciativa y la de la supresión de las corporaciones permitió un rápido desarrollo de la prensa francesa que en el período 1789-1800 produjo un total de 1.500 nuevos periódicos.

El poder de los medios informativos alcanzó con la Revolución proporciones desconocidas hasta entonces. La represión que se abate sobre ella a partir de agosto de 1792 constituye una buena prueba.

La publicidad periodística surge en Francia casi al mismo tiempo que la propia prensa. Renaudot publicaba a partir de 1632 la *Feuille du Bureau d'adresse*, compuesta de anuncios y que será el modelo de la prensa publicitaria de la segunda mitad del siglo XVIII. El contenido de la publicidad tiene el privilegio de escapar a las suspicacias del poder. Por otra parte esta sección mantiene relaciones intensas, que surgen y se mantienen por el principio de realidad de la oferta y la demanda, con la clientela del periódico. Ésta a su vez asume el protagonismo de las relaciones emisor-receptor, pudiéndose constituir en ambos. Finalmente el objeto del mensaje no es el mundo, sino el mercado, la oferta representa una existencia y la demanda una necesidad. Se trata pues de la vivencia, no de la visión. Claro que los últimos elementos se dan mezclados: se vive bajo el modelo de la visión y se visiona a partir de la vivencia. Precisamente esta mezcla contiene la mayor riqueza de la publicidad: refleja los modos de vida de una sociedad que tiene acceso, y accede, a un medio de comunicación determinado. Traduce, pues, en la vida cotidiana los modelos ideológicos transmitidos por el medio.

El Antiguo régimen beneficia, lógicamente, de muy buena integración, vida política-publicidad. El 4 de septiembre de 1729 se produce el nacimiento del Delfín, Luis, que murió sin llegar a reinar, en 1765, pero fue padre de Luis XVI y Luis XVIII. El acontecimiento había sido esperado con ansiedad, puesto que Francia no había celebrado el nacimiento de un Delfín desde el 1 de noviembre de

1661. El reino había conocido situaciones dramáticas con las prolongadas minorías de Luis XIV y Luis XV. La Fronda que se produjo durante la minoría del primero, extendió aún sus secuelas en la crisis parlamentaria y en la intolerancia de la nobleza que se produjo durante el reinado del segundo.

Un sacamuelas, «el Gran Tomás», aprovecha el contexto de las celebraciones⁹, para promocionar su consulta:

Harengue

du grand Thomas, operateur, pour les dents sur le Pont-Neuf, en réjouissance de l'hereux accouchement de la reine et de la naissance du dauphin¹⁰.

Es de observar el tono político de llamada a la concentración ciudadana. Pero en la natural expresión de alegría por el nacimiento del nuevo padre de la patria, el gran Tomás no solamente toma el papel de convocante, sino que se atribuye rasgos de emperador:

Le Grand Thomas, ayant appris le 4 de ce mois sur les cinq heures du matin, que la reine venait d'accoucher d'un dauphin, fit conduire, sur le champ son char sur le Pont-Neuf, il monta dessus, et ordonna à son valet de battre la caisse pour assembler le Peuple, là comme un empereur sur son trône qui revient de la victoire dans l'excès de la joie, il parla au public en ces termes¹¹.

El «emperador» expresa la alegría por haberse conjurado el peligro de una nueva orfandad del pueblo, encarna al padre todo poderoso en su trono imperial. Se presenta al pueblo como el anfitrión, invitando a toda la población de París a un banquete y espera la llegada del padre de la Patria, que no es más que rey. ¿No se trataría de un desafío? Hay indicios de que fuera así¹². Efectivamente, la aventura termina con una confrontación entre los dos rivales y con el establecimiento del orden por la afirmación del poder real:

Le dimanche au soir on lui a fait défense d'exécuter son repas. Le lundi, le peuple s'est assemblé, et ne voyant aucuns préparatifs, il s'est porté à la maison du grand Thomas, dont il a cassé les vitres. On a été obligé

d'envoyer la garde pour la sûreté de sa personne et pour chasser cette populace. Le Pont-Neuf, la place Dauphine et les quais, étaient remplis à ne pouvoir passer. Cela suffit pour montrer qu'on a fort bien fait d'empêcher ce repas, mais il fallait le défendre à la première réquisition, sans attendre que Thomas eût fait ses provisions¹³.

La teatralidad de esta aventura expresa muy adecuadamente las tesis de Jean Marie Apostolidès expuestas anteriormente.

El Gran Tomás también participa en el modelo tradicional de publicidad practicado por la medicina y la farmacia de la época:

AVIS SALUTAIRE AU PUBLIC

Par brevet et permission de M. Dodart, premier médecin du Roy. Guérison radicale et assurée de toutes les maladies secrètes, les plus caractérisées, sans garder le lit ni la chambre, par le Sieur grand Thomas, ancien chirurgien dans les hôpitaux¹⁴.

La garantía de la oferta es institucional, el Hospital Real, la Facultad de Medicina, el médico de Su Majestad, etc.

La misma Corona se sirve frecuentemente de la publicidad. En 1776 Luis XVI quiere apropiarse de los suculentos beneficios generados por las distintas loterías existentes hasta entonces, por la disolución de las mismas y la creación de la lotería real. Veamos el lanzamiento publicitario del nuevo monopolio:

Institution de la loterie royale par Louis XVI. La Fortune, d'une main, dispense ses dons, au hasard... ses cinq doigts dont chacun est une source de richesses, représentent les cinq numéros gagnants... de l'autre main, elle verse le produit des perdants dans la Balance de la Justice qui établit l'équilibre par un caducée, emblème du bonheur qui doit résulter pour la France, de ces bonnes intentions de Louis XVI, en consacrant le produit de la Loterie aux besoins de l'État. Les desirs français se disputent les faveurs de la Fortune¹⁵.

Hasta entonces los beneficios de las loterías habían servido a diversas instituciones o personas para sufragar los gastos de construcción de iglesias o edificios de interés público, como fue el caso

de algunas construcciones de París tales como las iglesias de Santa Genoveva y de San Sulpicio, del Panteón actual, de la Escuela Militar y del Puente Real.

La Lotería real se reafirma en la misma vocación de creación de bien público. La afirmación es, sin embargo, mucho más profunda, porque establece que es el Estado quien asumirá esta función. La balanza de la Justicia garantizará la distribución de los beneficios. Naturalmente el rey es la encarnación del Estado.

Las ofertas y demandas de bienes y servicios de particulares reflejan una sociedad típica de Antiguo Régimen, caracterizada por una ausencia de reconocimiento oficial del mundo de los negocios y del de la finanza en general. Se ofrecen «oficios» del Estado:

A vendre la charge de Lieutenant-Général criminel du Sénéchal d'Armagnac au Siège de la ville de Leitoure, aux gages sur les États du Roi, de cinq cents cinquante livres: ceux qui voudront en faire l'acquisition, doivent s'adresser à M. Laclaverie, propriétaire et officier de la dite charge¹⁶.

También se encuentran ofertas de oficios de corporaciones:

Un privilège de Maître barbier et perruquier en la ville de Noyon, à vendre ou à louer, appartenant à monsieur Bettault qui en est propriétaire, dont le montant des pratiques d'hommes est de 2 à 900 livres par an et celles des femmes de 4 à 1400 livres par an¹⁷.

La presencia especulativa se limita a ofertas de baja rentabilidad en las que el énfasis está concentrado en la solvencia:

Contrats de rentes, l'un au capital de 2000 livres à 4%, avec hypothèque spéciale; un autre de 800 livres à 5%, sans rétention, avec hypothèque spéciale; un autre de 5000 livres à 5%, aussi avec hypothèque spéciale; un autre de 4000 livres à 5%, sur un bon particulier de Dijon, à vendre¹⁸.

La pervivencia de creencias en brujas y monstruos tiene también su eco. Se trata de una especie de dragón devorador de doncellas:

La bête du Gévaudan a recommencé ses ravages. Le 19 mai elle dévora une fille dans les bois de Servilange en Auvergne. Le 22, on l'aperçut sur les 4 heures du soir, près de Malésieux; on le poursuivit vigoureusement, et on lui fit passer une riviere à la nage; un chauffer la tira à vingt pas, et la manqua. Le 24 elle dévora une fille à Mazelle, et une autre eût eu le même sort à Marsillac, sans un jeune homme de quatorze ans, qui vint à son secours, et lui fit lâcher prise, en lui enfonçant une bayonnette dont il était armé, dans le flanc, et l'en retira pleine de sang. L'animal rentra ensuite dans les bois de Clavières¹⁹.

El prestigio del Estado absolutista de Enrique IV y Luis XIV pervive como ejemplo:

On vient de m'adresser le prospectus d'un ouvrage périodique qui va s'imprimer à Paris, sous le titre de *Gazetin du comestible*. Cet ouvrage ne peut manquer d'être très accueilli du public, puisqu'il ne tend pas moins qu'à favoriser la science économique au sein de laquelle repose le bonheur de l'humanité. Sully et Colbert ont tiré l'agriculture et le commerce de l'état d'avilissement où ils languissaient. Aujourd'hui il ne s'agit plus que de les faire marcher d'un pas égal, et c'est du concours libre et naturel de ces deux principes, l'agriculture et le commerce, qu'il peut résulter un bien réel pour l'État. Or on doit convenir que de toutes les branches du commerce, celle qui a trait aux comestibles est aussi la plus intimement liée à l'agriculture²⁰.

Sin embargo, voluntaria o involuntariamente se olvida la teoría económica así como las iniciativas industrializadoras de ambos ministros. Persisten los prejuicios contra la industria que acapararía una mano de obra necesaria a la agricultura y sobre todo, que destruiría la sociedad de «estados»:

La récolte des cocons a été plus que bonne dans le Bas-Dauphiné: le prix des soies se soutient cependant! Le luxe est si grand et si général que tous les états sont ressemblants. L'on aime à imaginer et à se flatter qu'une heureuse révolution de goûts, ou de fantaisies, fournira les moyens de donner à nos laines tout le crédit dont elles sont susceptibles²¹.

Cuando se trata de anuncios entre particulares se insiste en las cualidades contenidas en la ideología dominante:

Un homme seul demeurant à la campagne, demande une femme de 35 à 40 ans, en état de conduire un ménage de campagne, qui sache blanchir et repasser, une cuisine bourgeoise et un peu coudre; on exige de bonnes mœurs et de la religion²².

En las colonias el ser humano se confunde con el objeto ofrecido:

A vendre une chaise, six chevaux et un cocher. Il faut s'adresser au Sr. Novion, au Cap²³.

El 14 de julio de 1789 es tan simbólico que el mismo Luis XVI ignoraba la importancia de los acontecimientos de la Bastilla; sin embargo, la evolución política de Francia desde la convocatoria de los Estados Generales era innegable; veamos algunos ejemplos publicados en el *Journal de Versailles*:

A MM. les députés des trois ordres. Monsieur Garnier, marchand papeter, fabricant de porte-feuilles, et mécanicien en ferrures, demeurant au Palais-Royal, à Paris, n° 228, a transporté une partie de son commerce en cette ville pour la commodité de messieurs les députés²⁴.

El señor Garnier, consciente de los nuevos tiempos, busca su clientela en la clase política que dirigirá el país.

En el mismo sentido, un diputado por el clero se identifica con esta nueva clase cuando busca un compañero de vivienda:

M. le curé Balard, député aux États-Généraux, désirerait trouver pour demeurer avec lui, un de M.M. les députés ou une autre personne connue, qui passerait le temps des États à Versailles, ayant un appartement commode pour deux personnes. Le prix est de quarante livres par mois²⁵.

El párroco Balard quiere compartir alojamiento con un Diputado. Los compartimientos entre Estados, o los ideológicos, han desaparecido. Surge, sin embargo, una nueva gama de criterios de selección. El anunciante se identifica con un grupo amplio de personas que jueguen un papel en los acontecimientos políticos o sociales —diputado o persona conocida.

En algunos casos se mantiene obstinadamente el sistema de valores del Antiguo régimen:

Une dame estimée d'une personne respectable par son rang, et plus encore par sa vertu, que des affaires retiennent pour quelque temps encore à Versailles, désirerait trouver à louer, pour le premier août prochain, dans les rues qui avoisinent le plus comme celle du Potager, Saint-Louis et la rue Royale, mais point dans la triste rue de Tournelles, qui fourmille d'un peuple bruyant et redoutable, un très petit appartement propre, depuis le second jusqu'au quatrième, mais point en mansarde, dans une maison gaie, honnête, où il y ait le moins de locataires possible, point d'ouvriers et très peu de voisinage. Comme elle est fort sédentaire et absolument isolée, elle veut une habitation analogue à ses goûts solitaires et champêtres; une tranquillité invariable, beaucoup d'air et croisées sur plusieurs jardins situés au midi ou au levant. Elle souhaite de le trouver tout meublé, ou au moins qu'on lui fournisse un excellent lit de maître, et un de domestique, avec du linge de lit et de table, et que le prix en soit modique²⁶.

En realidad el excesivo rechazo expresado en el anuncio de esta señora expresa más bien el reconocimiento de la nueva sociedad que el mantenimiento de la anterior.

La creación de un periódico de anuncios matrimoniales en 1790 muestra la cristalización de los nuevos estilos de vida:

Une fille âgée de trente ans, qui fait bien la cuisine et la pâtisserie, qui est encore dans une bonne maison, et qui a beaucoup de linge et de vêtements, avec trois mille quatre cents livres, tant en argent comptant qu'en effets au porteur, désire se marier avec un garçon ou un homme veuf, sans enfants, âgé de trente à quarante-cinq ans, qui fût la cuisine, la pâtisserie et l'office, et qui eût au moins six mille livres en argent comptant, pour, avec ces deux sommes, établir une maison de traiteur dans Paris²⁷.

La igualdad ante la ley se realiza con el goce de la propiedad. Oferta y demanda están basadas en criterios de posesión de riquezas y en la capacidad para incrementar la misma. Es de señalar el pragmatismo que caracteriza la estimación de la fortuna, especifi-

cando si se trata de metálico, de rentas vitalicias u otras fuentes. Se da importancia a todos los detalles que puedan afectar la situación económica. Se busca una pareja libre de cargas familiares, en la mayor parte de los casos indiferentemente viuda o soltera (el divorcio no ha sido aún reconocido), lógicamente con buena salud y de edad similar.

Naturalmente la contrarrevolución se expresa con los mismos tintes de nostalgia que hemos podido observar anteriormente:

Etablissement d'une maison d'éducation, pour de jeunes demoiselles, au ci-devant hôtel de Corberon, rue Barbette, au coin de celle des trois Pavillons, n° 473, à Paris. Cet établissement est formé par une femme que la révolution a ruinée, comme beaucoup d'autres, mais à qui il reste (ce qui n'est pas aussi commun), les ressources d'une éducation extrêmement soignée, par l'illustre Madame Leprince-de-Beaumont. M. l'abbé Sicard, instituteur des sourds-muets, maison de saint Magloire, rue du Faubourg Saint-Jacques, donnera de plus amples renseignements à ce sujet; ainsi qu'il est spécifié dans le prospectus qu'on m'a fait parvenir²⁸.

El gran prestigio que goza Inglaterra entre los revolucionarios moderados tiene también su eco en publicidad:

Dragées de la Mecque. Ce remède est excellent pour les personnes sujettes aux maux de poitrine, ou affectées de consommation, même au degré le plus alarmant; c'est ce qu'ont éprouvé plusieurs personnes, depuis dix ans que ce remède est connu en Angleterre, d'où il a été envoyé dans presque toute l'Europe²⁹.

Basta un argumento para legitimar el producto: la procedencia y la comercialización inglesas. De hecho el gran éxito obtenido por Linguet³⁰, en su obra periódica cuya publicación se inicia en Londres en la primera mitad del siglo XVIII, muestra la importancia numérica de los partidarios de una monarquía parlamentaria a la inglesa.

El cosmopolitismo no se limita a Inglaterra; el continente africano también puede servir de soporte publicitario:

M. Duvivier, chirurgien des navires qui vont à la traite des Nègres, fait part au public qu'il vient d'apporter de l'Afrique l'anti-vénérien des Sauvages. Il observe, à cet égard, qu'on n'a jamais douté que les Africains ne possédaient les remèdes les plus propres à combattre avec succès les maladies les plus opiniâtres. En 1786, M. Duvivier voyait avec regret que les remèdes anti-vénériens ordinaires étaient employés sans succès par plusieurs malades de l'équipage confiés à ses soins, lorsqu'arrivé en Afrique plusieurs habitants de cette vaste contrée lui ayant fait connaître le remède qu'il offre aujourd'hui, et la manière de le préparer, il eut la satisfaction de rétablir des gens dont la guérison lui paraissait désespérée. M. Duvivier répéta dans la même année ses expériences en Amérique et en France, et le succès qu'il en obtint l'engagea à s'embarquer de nouveau pour l'Afrique³¹.

También en este caso se utilizan viejas imágenes, el mito del buen salvaje, el «Eldorado» que oculta la sabiduría. El exotismo y el exoterismo. Claro que estos mitos son compatibles con la sumisión a la esclavitud de los seres mitificados.

La época del Terror no parece ser tan dura para los ciudadanos que poseen los medios adquisitivos. La publicidad ofrece gran variedad de calidades en los productos:

Beurre frais, première qualité, en motte, pour le marchand en gros 145 livres le quintal; pour le détaillant 159 livres 10 sous, et la livre 1 livre et douze sous. Seconde qualité, 135 livres le quintal pour le marchand en gros; 148 livres 10 sous pour le détaillant, et la livre une livre et dix sous. Troisième qualité, à la livre au roulé, 127 livres 10 sous le quintal pour le marchand en gros; 140 livres 5 sous pour le détaillant, et 1 livre 8 sous la livre. Quatrième qualité commun, 120 livres le quintal pour le marchand en gros; 132 livres pour le détaillant, et 1 livre 6 sous 6 deniers la livre. Beurre salé, en pot, d'Isigny, pour les marchands en gros, 128 livres 2 sous le quintal; pour le détaillant, 140 livres 6 sous et 1 livre et 8 sous la livre³².

En todo caso es difícil comprender las razones por las que el Gobierno revolucionario permitía encarecer el producto de casi un 10% cuando éste se vendía al comerciante al detalle. Es más grave, sin embargo, que este encarecimiento aumente a medida que baja la

calidad de la mantequilla. Se supone que la política de los precios máximos tenía como objeto el proteger a los consumidores y especialmente a los de más bajo poder adquisitivo.

La moda descubre una coquetería «republicana»:

La citoyenne Lisfrand, jadis Teillard, auteur des robes de fantaisie, a l'honneur de prévenir les citoyennes qui ont la bonté de lui donner leur confiance, pour les nouveaux objets qu'elle a des faits pour le printemps et l'été, en toutes sortes d'étoffes, comme pékin rayé, républicaines sans envers, façonnées, veloutées, pékini rayé, florence gragramme, chinoises, raz de soie, sicilienne toute soie, taffetas d'Italie, rayé, chiné et uni³³.

Es lógico, porque aunque los espectáculos están depurados de forma que ofrecen esencialmente obras «edificantes», su generosa oferta permite una intensa vida social³⁴.

Vida social cada vez más a la imagen del régimen:

Fête nationale du 10 août. Programme. Le 23 thermidor, il y aura, au Champ-de-Mars ou de la Réunion: course à pied, course à cheval, course de bagues, exercice aérostatique. Et aux Champs-Élysées: concert, illumination, feu d'artifice, bal. A trois heures de l'après-midi, les concurrents dans les courses sortiront en pompe de l'École Militaire, précédés de plusieurs corps de musique³⁵.

El creciente militarismo del Directorio, que comienza ya a inquietar a los propios Directores, ante el protagonismo que está tomando Bonaparte, se refleja en los premios exclusivamente armamentistas que se dará a los participantes al concurso:

Pour la course à pied, 1er, un sabre, 2e, une paire de pistolets de poche. Pour la course à cheval, 1er, une belle carabine, 2e, une paire de pistolet d'arçon. Pour la course de bagues, 1er, une carabine, 2e, une paire de pistolets de poche. Les armes seront de la manufacture nationale de Versailles. Les courses finies, les six vainqueurs seront promenés sur un char de forme antique, trainé par quatre chevaux, précédé de différents corps de musique, et suivi d'un nombreux cortège. Ils feront ainsi le tour du Champ-de-Mars, et ils se rendront aux Champs-Élysées par le chemin qui borde la rivière: leur arrivée sera le signal du concert³⁶.

Las campañas militares se incluyen en la publicidad con ocasión de los botines de obras artísticas obtenidos en las mismas:

Le second convoi des objets d'art receuillis à Turin qui doit arriver sous peu de jours à Paris, contiendra plusieurs petites idoles antiques, égyptiennes, grecques ou romaines; des Apis, Canope, etc., des Vénus, Cybèles, etc. et des meubles antiques, curieux³⁷.

El marco de este artículo constituye un imperativo de reducción del objeto, limitado a mostrar los grandes rasgos de la evolución de las mentalidades en la Francia del siglo XVIII, reflejados en la prensa francesa de la época. Es necesario, sin embargo, tener en cuenta que la representatividad de las diferentes etapas de esta prensa es muy diferente, como he explicado en la introducción. Sería necesario distinguir el período hasta el final del reinado de Luis XIV del resto y, en este último, considerar la especificidad de la primera prensa de la Revolución, hasta 1800. Incluso, dentro de esta clasificación, habría que distinguir las diferentes interpretaciones del artículo XI de la Declaración de los Derechos del hombre.

En todo caso este artículo muestra un gran paralelismo entre los acontecimientos políticos y la evolución de las mentalidades y descubre perspectivas amplias de futuras investigaciones, concretamente con respecto a la etapa del *Terror*, ¿Se produjo realmente un control tan riguroso del precio máximo como se cree? ¿Es tan evidente y drástica la paralización del mercado?

NOTAS

- 1 ALBERT, P. y TERROU, F. *Histoire de la presse*, París, PUF, «Que sais-je», 970, p. 11.
- 2 NOËL GRANMESNIL, M. *Mazarin, La Fronde et la presse (1647-1649)*, París, A. Colin, 1967.
- 3 SEGUIN, J. P. *L'Information en France de Luis XII à Henri II*, Ginebra, Droz, 1961.

- 4 ROSSEL, A. *Le faux grand siècle, 1604-1715*, París, A l'enseigne de l'arbre verdoyant, 1985.
- 5 BOULANGER, J. *Le Grand Siècle*, París, Hachette, 1911.
BOURGEAIS, E. *Le Grand Siècle*, París, Hachette, 1896.
- 6 BORDENAVE, G. *Les rois qui ont fait la France*, t. III, Louis XIV, París, Pygmalion, 1982.
- 7 BONDOIS, P. M. *La misère sous Louis XIV, la disette de 1662*, Poitiers, Imprimerie du Poitou, 1924.
GOUBERT, P. *Louis XIV et vingt millions de Français*, París, Fayard, 1966.
- 8 APOSTOLIDÈS, J.-M. *Le roi-machine. Spectacle et politique au temps de Louis XIV*, París, Minuit, 1981 y *Le prince sacrifié. Théâtre et politique au temps de Louis XIV*, París, Minuit, 1985.
- 9 «Il y aura des feux, des Tè-Deum et des illuminations pendant un mois, pour tous les Corps et Communautés» (BARBIER, J. F., *Journal historique et anecdotique du règne de Louis XV*, París, Société de l'histoire de France, 1847, t. I, p. 295). En este caso, como en las posteriores citas correspondientes al siglo XVIII, se ha actualizado la lengua.
- 10 París, Imprinta de Louis Sevestre, 13 de noviembre de 1727.
- 11 *Ibid*
- 12 «Le grand Thomas, personnage original par sa figure, qui arrache les dents au milieu du Pont-Neuf, a fait quantité de belles choses pour la naissance du Dauphin. Il était présent, sur son espèce de Trône, lors du passage du roi, en sorte que l'ont dit que celui-ci lui a donné une pension. Pour ne pas avoir le dernier en générosité, il a fait annoncer que lundi, 19, il donnerait sur le Pont-Neuf, un grand repas à tout le peuple». (BARBIER, *op. cit.*, pp. 297-298).
- 13 BARBIER, J. F., *op. cit.*, t. I, p. 208.
- 14 París, Imprinta Louis Sevestre, 13 de noviembre de 1727.
- 15 Cartel que se pegó en París en 1776.
- 16 *Annonces, affiches et avis divers, pour la ville de Bordeaux*, Burdeos, 21 de noviembre de 1765.
- 17 *Affiches, annonces et avis divers de Picardie, Artois, Soissonnois et Pays-Bas Francedillois*, 4 de junio de 1774.
- 18 *Affiches, annonces et avis divers de Bourgogne, Bresse, Bugey et Pays de Gex*, 28 de diciembre de 1779.
- 19 *Annonces, affiches, nouvelles et avis divers de l'Orléanois*, 14 de junio de 1765.
- 20 *Affiches d'Austrasie, feuille hebdomadaire*, 18 de diciembre de 1766.
- 21 *Affiches du Dauphiné*, 4 de agosto de 1775.
- 22 *Affiches de Normandie*, 11 de septiembre de 1772.
- 23 *La Gazette de Saint-Domingue*, 23 de abril de 1780.
- 24 *Journal de Versailles*, 20 de junio de 1788.
- 25 *Journal de Versailles*, 26 de julio de 1789.

- 26 *Journal de Versailles*, 25 de julio de 1789.
- 27 *L'Indicateur des mariages*, 16 de marzo de 1790.
- 28 *Actes des Apôtres*, octubre de 1790.
- 29 *Courrier de l'Europe*, 6 de marzo de 1790.
- 30 LIGUET, M. *Annales politiques, civiles et littéraires du dixhuitième siècle*, Londres 1757.
- 31 *Moniteur*, 29 de julio de 1792.
- 32 *Courrier républicain*, 26 de marzo de 1794.
- 33 *Journal de Paris*, 28 de enero de 1794.
- 34 El *Moniteur* del 2 de abril de 1794 ofrece 12 espectáculos teatrales.
- 35 *Gazette nationale ou le Moniteur universel*, 10 de agosto de 1796.
- 36 *Ibid.*
- 37 *Moniteur*, 21 de mayo de 1799.