


La consolidación de la empresa editorial en Monterrey, 1860-1874

Felipe Bárcenas García

Posdoctorante del Instituto de Investigaciones Bibliográficas (UNAM)

Seminario Interdisciplinario de Bibliología



Durante el siglo XIX, la imprenta se desarrolló a ritmos diferentes en México. Mientras que en ciudades como Guadalajara o la capital de la república se establecieron talleres donde se publicaron periódicos de renombre nacional desde la década de 1820, en Monterrey, Nuevo León, las actividades editoriales tuvieron un débil desempeño: fue hasta los años setenta cuando consiguieron constituirse como un negocio estable y rentable.

Este panorama se explica si consideramos que hacia 1850 la capital nuevoleonense contaba con apenas 13,534 habitantes aproximadamente y su economía se sustentaba sobre todo en actividades agropecuarias. Además, el mal estado de los caminos aunado al deficiente sistema de correos dificultaba la circulación de impresos desde otras latitudes, así como la compra constante del material de imprenta necesario para mantener en funcionamiento

un taller¹. Sin embargo, durante 1855-1864 Monterrey se convirtió en el eje mercantil de una vasta área del noreste mexicano², circunstancia que permitió el desenvolvimiento del ámbito editorial en la década de 1870, toda vez que pequeños y grandes comerciantes demandaron productos, así como servicios de imprenta.

En este trabajo se analiza la consolidación de la empresa editorial regiomontana a través de la trayectoria de los hermanos Desiderio y Alfonso Lagrange, franceses radicados en Monterrey desde 1860. Conscientes de las posibilidades de negocio que representaba la cultura de la imprenta para una región en proceso de expansión mercantil, los Lagrange invirtieron una parte de su capital en la fundación de la "Tipografía del Comercio", la cual comenzó a operar en 1874 y, a diferencia de las imprentas que le precedieron, fue lucrativa y se mantuvo en funcionamiento por décadas.

El arribo de los Lagrange a Monterrey

Tras la firma del Tratado Guadalupe Hidalgo (1848), el reajuste de la frontera entre México y Estados Unidos fue un aliciente para llevar a cabo múltiples actividades económicas en el noreste del país, sobre todo por la posición privilegiada para el comercio binacional. Mercaderes mexicanos y estadounidenses concurrieron en las zonas

1 Entre 1824-1867 únicamente se imprimieron alrededor de 4 libros y 10 periódicos, estos últimos tuvieron una duración efímera. Héctor González, *Siglo y medio de cultura nuevoleonesa* (Monterrey, Nuevo León: La Biblioteca de Nuevo León, 1993), 145-167.

2 Mario Cerutti, "El préstamo prebancario en el noreste de México: La actividad de los grandes comerciantes de Monterrey (1855-1890)", en Leonor Ludlow y Carlos Marichal (coords.), *La banca en México, 1820-1920* (Ciudad de México: Instituto Mora, El Colegio de Michoacán, El Colegio de México, Instituto de Investigaciones Históricas-UNAM, 1998), 53.

aledañas al Río Bravo; en ambos lados fueron fundadas varias ciudades, como Reynosa y Nuevo Laredo³.

En 1858, el gobierno de Tamaulipas estableció una zona de excepción fiscal, que abarcaba los municipios fronterizos de la entidad (alcanzando en la práctica parte de Nuevo León). En esta zona libre, la población estaba exenta del pago del impuesto de consumo sobre los artículos extranjeros que ingresaban al país. Tal situación propició que numerosos hombres de negocios se trasladaran a la frontera mexicana, con la intención de constituirse como intermediarios del comercio binacional⁴.

Los intercambios mercantiles entre México y el vecino país del norte se intensificaron hacia 1862, cuando estalló la guerra de secesión estadounidense, porque el bloqueo portuario que Abraham Lincoln impuso a los estados confederados provocó que estos últimos transportaran su producción algodonera por el noreste mexicano y la exportaran desde el puerto de Matamoros. A la vez, Coahuila-Nuevo León (unificados en un solo estado entre 1855-1864) y Tamaulipas abastecieron de plomo, plata, productos manufacturados y alimentos a las entidades confederadas⁵. En consecuencia, comenzó a conformarse “un espacio económico común en torno al Bravo, un espacio binacional que habría de reforzarse en déca-

3 María Aparecida Lopes, “El intercambio en la frontera norte de México: comercio internacional en el ámbito regional, 1850-1884”, *Secuencia. Revista de Historia y Ciencias Sociales*, núm. 73 (2009), 63-84.

4 Octavio Herrera Pérez, *La zona libre: excepción fiscal y conformación histórica de la frontera norte de México* (Ciudad de México: Secretaría de Relaciones Exteriores, 2004), 122-123.

5 Mario Cerutti. “Comercio, guerras y capitales en torno al río Bravo”, en Mario Cerutti, y Miguel González Quiroga (comp.), *El norte de México y Texas (1848-1880): Comercio, capitales y trabajadores en una economía de frontera* (Ciudad de México: Instituto Mora, 1999), 54-58.

das posteriores”, enlazado por un circuito mercantil que iba de Piedras Negras a Matamoros⁶.

Monterrey era el centro político más importante del noreste mexicano, desde el cual Santiago Vidaurri, cacique y gobernador de Coahuila-Nuevo León, controló el comercio regional. Diversos mercaderes extranjeros decidieron administrar desde ahí sus negocios establecidos en otras localidades de la región. Por ejemplo, en los años sesenta, el español Mariano Hernández, dueño y socio de las casas mercantiles “Hernández Hermanos y Cía.” y “Hernández Hermanos Sucesores”, fijó su base de operaciones en la capital nuevoleonense, pero tuvo oficinas en Matamoros y Brownsville. En la misma década, el irlandés Patricio Milmo, yerno de Vidaurri, afincó su comercio “Patricio Milmo y Cía.” en Monterrey, el cual contó con sucursales en Matamoros y Piedras Negras⁷.

Durante 1855-1864, una actividad que resultó lucrativa para los hombres de negocios en el noreste de México fue el otorgamiento de créditos y préstamos en efectivo a Vidaurri, quien recurrió a diversas fuentes de recursos para sufragar los elevados gastos militares que caracterizaron a su administración. El lanzamiento del Plan de Tacubaya y la intervención francesa provocaron que los cargos a la tesorería estatal incrementaran. Como compensación a todos aquellos comerciantes que solventaran los gastos de gobierno, se concedieron rebajas arancelarias significativas para importar mercancías a través de distintas aduanas de Coahuila y Tamaulipas que eran controladas por Vidaurri⁸.

6 Mario Cerutti, “Estudio introductorio”, en Mario Cerutti y Miguel González Quiroga (comp.), *Frontera e historia económica: Texas y el Norte de México, 1850-1865* (Ciudad de México: Instituto Mora, 1993), 10.

7 Mario Cerutti, *Burguesía y capitalismo en Monterrey (1850-1910)* (Ciudad de México: Claves Latinoamericanas, 1983), 18-22.

8 Cerutti, “El préstamo prebancario en el noreste de México: La actividad de los grandes comerciantes de Monterrey (1855-1890)”, 53-55.

El comercio binacional y el financiamiento de la deuda de la administración vidaurrista (así como de pequeños y medianos mercaderes) propiciaron que a partir de la segunda mitad del siglo XIX la economía de la región entrara en una fase de acumulación de capitales, los cuales se concentraron en Monterrey. Según Mario Cerutti, hacia la década de 1870, una vez agotado el ciclo intenso de guerras, “para la burguesía en formación [...] emergieron posibilidades diferentes para el uso y reproducción ampliada de sus recursos”⁹. El dinero adquirido por los hombres de negocios fue utilizado para impulsar una variedad de actividades económicas, entre las cuales figuró la imprenta.

Como parte del flujo migratorio de comerciantes que arribó al noreste del país después de la guerra México-Estados Unidos, en 1860 llegaron a Monterrey los hermanos franceses Alfonso y Desiderio Lagrange, quienes destacarían por su papel como impulsores del ámbito editorial regiomontano. Su trayectoria empresarial exhibe cómo el desenvolvimiento de la imprenta regiomontana respondió a las dinámicas económicas de la época.

En el siguiente apartado explicaré la inmersión de los Lagrange en el mundo de la cultura impresa tras su llegada a Monterrey. Para llevar a cabo esta labor, se estimará que Alfonso y Desiderio operaron en el noreste de México de manera semejante a los prominentes comerciantes tanto nacionales como extranjeros que se establecieron en la capital nuevoleonense durante la segunda mitad del siglo XIX.

La “Tipografía del Comercio”

Proveniente del departamento de Jura, Francia, Alfonso Lagrange arribó a Monterrey en 1860 acompañado de su hermano menor Desiderio, cuando este último contaba con once años. Así como los numerosos extranjeros afin-

9 Cerutti, “El préstamo prebancario en el noreste de México...”, 59.

cados en el norte oriental del país a partir de la segunda mitad del siglo XIX, llegó a la capital nuevoleonense para trabajar como representante comercial de un negocio ya establecido, la “Mercería Francesa”, propiedad del mercader gallo Salvador Jarrié¹⁰.

Inicialmente, Alfonso se encargó de cobrar los préstamos otorgados por el establecimiento de Jarrié a pequeños y medianos comerciantes. Sin embargo, conforme avanzaron los años sesenta, se asoció con la firma “J. Jarrié y Compañía, Sucesores”, fue contratado como apoderado de otros personajes y, para el ocaso de la década, se encontraba realizando empréstitos por cuenta propia.¹¹ Fue quizás el clima favorable para desarrollar negocios el motivo por el cual los hermanos Lagrange decidieron trasladar a Monterrey todo su capital desde Francia y constituir su propia casa mercantil¹².

El 10 de julio de 1860, los Lagrange notificaron al Ayuntamiento de Monterrey, que contaban con un surtido de mercería con valor en París de 13,632 francos, equivalente a un monto total de capital en giro de 3,926.52 reales. Con estos recursos, bajo la denominación “A. Lagrange y Hno.”, Alfonso y Desiderio fundaron el 15 de julio de 1869 una mercería en la calle del Comercio número 36¹³. Evidentemente, los hermanos galos no estaban probando suerte en el mundo mercantil, era un ámbito que ya conocían tanto en Francia como en el noreste de México. Tampoco fue casualidad que hayan decidido fundar una mercería, pues Alfonso tenía experiencia en la administración de ese tipo de establecimientos.

Las mercerías del siglo XIX, según el diccionario de autoridades de Aniceto de Pagés, se encargaban del co-

10 AGENL, *Catálogo de protocolos notariales de Tomás Pacheco, 1856-1865*, 164.

11 AGENL, *Catálogo de protocolos notariales de Tomás Pacheco, 1866-1870*, 18, 109, 132, 171.

12 AHM, ramo civil, volumen 293, expediente 44.

13 AHM, ramo misceláneo, volumen 84, expediente 9.

mercio de cosas menudas y de poco valor, como alfileres, botones, cintas, comestibles, aceite o jabón¹⁴. En el México decimonónico, éstas también ofrecían artículos manufacturados y de novedad, entre ellos, impresos. Uno de los primeros contactos de los hermanos Lagrange con el mundo editorial –que he logrado documentar– está relacionado precisamente con su mercería: en 1875, fue uno de los tres sitios en los cuales se vendió oficialmente el libro *Reglas de Urbanidad en verso y algunas fábulas de Esopo, traducidas del latín y puestas en sonetos castellanos*, escrito por el secretario de gobierno Juan de Dios Villalón y adoptado por decreto gubernamental como texto obligatorio en las escuelas primarias¹⁵. Posteriormente, en 1876, “A Lagrange y Hno.” consiguió firmar un acuerdo con el Ayuntamiento de Monterrey para abastecer a los institutos educativos de libros (muy probablemente del título de Villalón)¹⁶.

No es fortuito que los hermanos Lagrange hayan incursionado en el comercio libresco a través de su mercería. A mediados de los años setenta, el libro escolar auguraba un mercado potencial debido al incremento de las instituciones educativas en la entidad, particularmente en la capital nuevoleonense. En 1873, el gobierno del estado censó 138 establecimientos educativos para niños y 33 para niñas, señalando que había 70 escuelas más en relación con el año anterior; además, informó que “han aumentado las escuelas públicas, en virtud de las excitativas

14 Aniceto de Pagés de Puig, *Gran diccionario de la lengua castellana (de autoridades), con ejemplos de buenos escritores antiguos y modernos, ordenados con arreglo a la última edición de la Real Academia Española y enriquecido con numerosas voces, acepciones, frases y refranes que no constan en ningún otro diccionario, tomo tercero* (Barcelona, España: Fomento comercial del libro, 1902), 162.

15 AGENL, *Periódico Oficial*, 20 de febrero de 1875, p. 4. Los otros dos puntos de expendio del libro de Villalón eran: la agencia de publicaciones de Jesús M. Margaín, y la librería “El libro Mayor”.

16 AHM, ramo actas de Cabildo, volumen 999, expediente 1877/052.

del Gobierno a los Ayuntamientos para que atiendan preferentemente esa noble institución”¹⁷. Al respecto, en el *Periódico Oficial* de Nuevo León se publicó que: “Después de D.F., Nuevo León ocupa el segundo lugar entre los estados por el número de escuelas, según lo coloca el ministro de instrucción pública en su memoria”¹⁸. Por otra parte, *El Progreso* de Matamoros afirmaba: “Nuevo León es el Estado modelo fronterizo [...] Lo que más [...] hace saltar de placer nuestro corazón, es el desarrollo y adelanto que cada día tiene allí la educación pública, primaria y secundaria”¹⁹.

Las evidencias indican que la venta de textos escolares a pequeña escala fue una actividad recurrente en la trayectoria comercial de Alfonso y Desiderio. No obstante, fueron las labores editoriales desarrolladas por ellos las que popularizaron el apellido Lagrange.

En 1874, los hermanos tomaron la decisión de establecer su propia imprenta: la “Tipografía del Comercio”. Aunque ambos eran dueños de ella, Desiderio fue el impresor-editor responsable de administrarla. El taller se instaló inicialmente en el número 4 de la Plaza del Comercio, pero al poco tiempo fue trasladado a la calle de Puebla número 3. Este fue el comienzo de una fructífera empresa editorial que operó –hasta donde he podido rastrear– durante 29 años de manera casi ininterrumpida (dejó de funcionar momentáneamente en 1886 debido al

17 AGENL, *Memoria que el gobierno del estado de Nuevo León presentó al soberano congreso del mismo, y que fue leída por el Secretario del despacho en la sesión del 21 de septiembre de 1874, sobre el estado de los ramos de la administración pública*, Monterrey, Imprenta del Progreso, a cargo de Domingo Ortiz, Calle de San Francisco número 52, 1874, 15.

18 AGENL, *Periódico Oficial*, 27 de febrero de 1875, 3.

19 AGENL, *Periódico Oficial*, 5 de mayo de 1875, 4.

encarcelamiento de Desiderio), lo que ninguna otra imprenta había logrado antes²⁰.

De acuerdo con Isidro Vizcaya, la “Tipografía del Comercio” empezó a funcionar con una “prensita” operada manualmente. Sin embargo, “en el curso de los siguientes años [Alfonso y Desiderio] fueron introduciendo tantos aparatos para trabajos de litografía, fotolitografía y estereotipa, que personas conocedoras aseguraban que en toda la república, sólo un periódico de la ciudad de México que se llamaba *El Artista* hacía trabajos similares a los de los señores Lagrange”²¹.

Tal y como la mayoría de las firmas de la región, la imprenta de la calle de Puebla fue de naturaleza familiar, administrada directamente por los propietarios y vinculada al patrimonio de la familia. Como ya señalé anteriormente, el capital total de los Lagrange era de 3,926.52 reales. Según Laura Solares Robles, una imprenta a mediados del siglo XIX costaba alrededor de 4,000 reales²². Teniendo en cuenta que los hermanos galos invirtieron sólo una parte de sus bienes para establecer su taller, puede deducirse que éste fue pequeño, pero relevante para Monterrey. Aun así, es posible hablar de los Lagrange en

20 Desiderio fue encarcelado en 1886 porque los miembros del Ayuntamiento de Cadereyta Jiménez (Nuevo León) lo acusaron de ultraje, debido a que publicó en *La Revista de Monterrey* un artículo sin firma, en el cual se afirmaba que dicho Cabildo extorsionaba a los ciudadanos para el pago de contribuciones, y toleraba que distintas escuelas permanecieran cerradas. AGENL, fondo industria y comercio, 1826-1898, caja núm. 1.

21 Isidro Vizcaya Canales, 1882: *Crónica de un año memorable* (Monterrey, Nuevo León, México: Archivo General del Estado de Nuevo León, 1998), 76.

22 Laura Solares Robles, “La aventura editorial de Mariano Galván Rivera. Un empresario del siglo XIX”, en Laura Suárez de la Torre (coord.), *Constructores de un cambio cultural: impresores-editores y libreros en la ciudad de México, 1830-1855* (Ciudad de México: Instituto Mora, 2003), 54.

términos empresariales. Un empresario es quien dirige o ejecuta innovaciones en:

1) La introducción de un nuevo bien –esto es, uno con el que no se hayan familiarizado los consumidores– o de una nueva calidad de un bien. 2) La introducción de un nuevo método de producción, esto es, de uno no probado por la experiencia en la rama de la manufactura de que se trate [...] 3) La apertura de un nuevo mercado, esto es, un mercado en el cual no haya entrado la rama especial de la manufactura del país de que se trate [...] 4) La conquista de una nueva fuente de aprovisionamiento de materias primas o de bienes semimanufacturados [...] La creación de una nueva organización de cualquier industria, como la de una posición de monopolio [...] o bien la anulación de una posición de monopolio existente²³.

Desde esta concepción aludo a los Lagrange como empresarios y a su imprenta como empresa. Si bien, la “Tipografía del Comercio” no constituyó una gran unidad económica, consiguió impulsar el sector editorial regional.

Los primeros proyectos editoriales emprendidos por Desiderio (que he documentado) son *Discurso pronunciado el 16 de septiembre 1874, por el ciudadano Dr. J. Eleuterio González*²⁴ y *Roma y el evangelio. Estudios Filosóficos-religiosos, teórico-prácticos, publicados por el Círculo Cristiano-Espiritista de Lérida, y reimpresso por el Círculo*

23 Joseph Schumpeter, *Teoría del desenvolvimiento económico. Una investigación sobre ganancias, capital, crédito, interés y ciclo económico* (Ciudad de México: Fondo de Cultura Económica, 1978), 77.

24 *Discurso pronunciado el 16 de septiembre 1874, por el ciudadano Dr. J. Eleuterio González* (Monterrey, Nuevo León, México: Tipografía del Comercio, Plaza del Comercio núm. 4, 1874).

*Espírita "Buena Esperanza" de Monterrey*²⁵. Hacia 1878 comenzó a editar periódicos.

Una parte de las ganancias del taller recayeron en la venta de pequeños impresos, como facturas u hojas sueltas, que solían adornarse con imágenes. Los Lagrange equiparon su imprenta con una prensa litográfica, la cual no sólo sirvió para brindar servicios de ilustración a los comerciantes de Monterrey, sino también para decorar los recibos de pago de la empresa.

Durante el siglo XIX, la litografía fue una de las técnicas más utilizadas para imprimir imágenes en numerosos soportes, principalmente de naturaleza mercantil: periódicos, almanaques, etiquetas para todo tipo de artículos embotellados (por ejemplo, vinos, fármacos o perfumes), facturas, letras de cambio, papel para cigarrillos, cajas de cartón, entre otros²⁶. En una ciudad como Monterrey, que transitaba hacia una economía comercial, los quehaceres litográficos resultaban un negocio prometedor. Esta situación permite observar que los Lagrange buscaron atraer al sector mercantil, un grupo que día a día cobraba relevancia y representaba un consumidor potencial de productos impresos.

Otro rubro en el que los hermanos franceses incurrieron a través de su imprenta fue el comercio de papel, lo cual no es de extrañar. La mayoría de los impresores decimonónicos del país aprovecharon su contacto con las industrias papeleras, ya fuesen nacionales o extranjeras, para vender distintos tipos de folios²⁷. Del mismo modo,

25 *Roma y el evangelio. Estudios filosóficos-religiosos, teórico-prácticos, publicados por el Círculo Cristiano-Espiritista de Lérida, y reimpresso por el Círculo Espírita "Buena Esperanza" de Monterrey* (Monterrey, Nuevo León, México: A. Lagrange y Hno., Tipografía del Comercio, Plaza del Comercio núm. 4, 1876).

26 Eugenio Maillefert, *Directorio del comercio del Imperio Mexicano* (Ciudad de México: Instituto Mora, 1992).

27 José Ortiz Monasterio, "La Revolución de la lectura durante el siglo XIX en México", *Historias. Revista de la Dirección de Estudios*

Alfonso y Desiderio fungieron como intermediarios entre los fabricantes de papel y la sociedad regiomontana.

Cabe señalar que en 1884, diversos periódicos de la Ciudad de México anunciaron que los Lagrange pensaban instaurar en Monterrey una fábrica de papel, y que inclusive el gobierno estatal ya los había exentado del pago de impuestos por el término de diez años²⁸. Sin embargo, por razones que por el momento no puedo demostrar, el proyecto no se concretó. Si se me permite especular, es posible que el motivo tuviese que ver con una crisis económica experimentada por la “Tipografía del Comercio” ese mismo año, ocasionada por una ley postal que obligaba a los editores a pagar altos impuestos por las suscripciones distribuidas en el país y en el extranjero. Que Alfonso y Desiderio hayan pensado en producir la materia prima con la cual seguramente hubieran abastecido su taller, además de otros comercios del noreste, es sintomático de su faceta empresarial y de cómo intentaron controlar todas las aristas del ramo editorial. Este tipo de práctica de negocios se observa nítidamente hasta principios del siglo xx, cuando las familias Garza-Sada fundaron una fábrica de corcholatas metálicas y otra de vidrio, con el propósito de aprovisionar una cervecería que habían fundado en 1890 (la “Cervecería Cuauhtémoc”).

El hecho de que los Lagrange vendieran papel en su taller y ejercieran la litografía permite deducir que poseían la maquinaria adecuada para cortar folios, etiquetas, facturas, volantes, hojas sueltas, entre otros productos, según las necesidades de una población cada vez más urbana y demandante de productos de imprenta. A principios de los años ochenta, Monterrey contaba con 324 talleres y pequeñas fábricas, 1,329 operarios que tra-

Históricos del Instituto Nacional de Antropología e Historia, núm. 60 (2005): 64.

28 *El Nacional*, 4 de enero de 1884, p. 3. *El Tiempo*, 17 de enero de 1884. *La Voz de México*, 17 de enero de 1884, p. 3.

bajaban en dos molinos de trigo, seis fábricas de fideos, una de cerillos, otra de cajas de fierro laminado, dos de hielo, una más de ácidos sulfúricos, dos aserraderos, doce hojalaterías, cuarenta y dos carpinterías, veinticinco herrerías, cuarenta y dos zapaterías, catorce talabarterías, diez tenerías, otras tantas platerías, tres cobrerías y cuatro alfarerías²⁹. Este contexto ayuda a entender por qué era relevante una imprenta en la década de 1880.

En el taller de Alfonso y Desiderio se editaron periódicos, folletos, libros escolares, novelas, códigos penales y civiles, memorias gubernamentales, reglamentos para instancias privadas, un calendario, así como boletas y diplomas para instituciones de educación. Toda esta producción advierte que la "Tipografía del Comercio" no se especializó en un solo tipo de impreso, sino que buscó abarcar múltiples aspectos de la vida cotidiana.

Inicialmente, la "Tipografía del Comercio" debe entenderse como un ramo más de los múltiples rubros administrados por la firma "A. Lagrange y Hno.", dependiente económicamente de los recursos generados en otros ámbitos. Con dicha denominación mercantil, los hermanos galos también ejercieron comercialmente la litografía, así como la fotografía, según he constatado en la publicidad de la época, en los comprobantes de pago utilizados por la empresa y en el sello comercial que estamparon en algunos de sus productos³⁰.

En el siglo XIX, era complicado mantener un negocio rentable únicamente a través de la producción y venta de material impreso, dados los altos costos de producción y el reducido público lector. Por esta razón, las labores tipográficas solían complementarse con otras faenas,

29 José Fuentes Mares, "Monterrey a comienzos de los ochenta", en Celso Garza Guajardo (comp.), *Nuevo León, textos de su historia*, tomo II (Ciudad de México: Instituto Mora, Gobierno del Estado de Nuevo León, 1989), 6-7.

30 AHM, ramo misceláneo, vol. 315, expediente 20.

generalmente relacionadas con el ramo editorial. Por ejemplo, Mariano Galván, reconocido impresor de la ciudad de México, era editor y librero, vendió en su taller anteojos, microscopios, partituras, bacías de metal para barberos, herramientas para encuadernadores, láminas con imágenes religiosas, cadenas de acero para el cuello y relojes con sellos³¹. Así, no es de extrañarse que los Lagrange desempeñaran múltiples actividades en su taller: expendieron libros, papel, máquinas de escribir y ofrecieron servicios de litografía; además, en la “Tipografía del Comercio” estampaban su sello comercial en las fotografías que vendían en una galería que instalaron en la calle Hidalgo.

Héctor González afirma que, en 1875, Alfonso y Desiderio establecieron una librería en la esquina noreste de las actuales calles Morelos y Galeana, llamada “Librería Central”, pero no he localizado documentos que lo demuestren. Si González está en lo correcto, la librería debió tener una corta existencia, porque en los años ochenta la “Tipografía del Comercio” figuraba como el único sitio utilizado por los Lagrange para la venta de libros.

Los primeros periódicos editados en la “Tipografía del Comercio” por Desiderio fueron *El Horario* (1878) y *Flores y Frutos* (1879-1881), los cuales, según el cronista José P. Saldaña³², fueron la materialización de las inquietudes culturales de una generación de jóvenes liberales que celebraba tertulias en la imprenta de los Lagrange. Cabe señalar que, en el siglo XIX, los editores se consideraron como profesionistas situados al lado de las tareas intelectuales y artísticas, cuyo objetivo primordial apuntaba “a buscar textos, a descubrir autores, a vincularlos con la casa editora, a controlar el proceso que va desde la

31 Laura Solares Robles, “La aventura editorial de Mariano Galván Rivera. Un empresario del siglo XIX”, 37.

32 José P. Saldaña, *Estampas antiguas de Monterrey* (Monterrey, Nuevo León, México: Gobierno del Estado de Nuevo León, Talleres Linotipográficos de Ricardo Covarrubias, 1981), 26.

impresión de la obra hasta su difusión”³³. Desiderio reunió todas las aptitudes de un editor: además de su entendimiento del mercado regional, estableció relaciones con escritores, buscó textos para publicar, diseñó colecciones literarias (que vendió vía suscripción) y figuró como responsable de todos los periódicos que imprimió.

Posiblemente durante las reuniones organizadas en la “Tipografía del Comercio” Desiderio forjó los vínculos que le permitieron esbozar proyectos editoriales. Después de todo, en el México decimonónico las imprentas solían ser espacios de reunión que congregaban a individuos interesados en impulsar el arte y la ciencia. Por ejemplo, el negocio de Mariano Galván se destacó por las tertulias llevadas a cabo en su interior, “donde se dieron cita renombrados personajes del ámbito político e intelectual”³⁴. De igual manera, el librero José María Andrade realizó célebres veladas en su establecimiento, a las cuales acudieron figuras de la talla de Guillermo Prieto³⁵. La empresa de los Lagrange no fue la excepción:

Afables, comunicativos, [Alfonso y Desiderio] constituyeron el centro de los intelectuales [de Monterrey], formándose en sus oficinas una especie de “peña” o “mentidero”. Escritores, poetas, publicistas y cuantos la daban por cualquier aspecto del arte, allí recalaban. Entre los más asiduos concurrentes pueden citarse a los abogados Enrique Gorostieta, Jesús Garza Flores, Justo Cárdenas,

33 Roger Chartier, *Libros, lecturas y lectores en la Edad Moderna* (Madrid, España: Alianza Editorial, 1993), 37.

34 Laura Solares Robles, “La aventura editorial de Mariano Galván Rivera. Un empresario del siglo XIX”, 39.

35 Lilia Guiot de la Garza, “El competido mundo de la lectura: librerías y gabinetes de lectura en la ciudad de México, 1821-1855”, en Laura Suárez de la Torre (coord.), *Constructores de un cambio cultural: impresores-editores y libreros en la ciudad de México, 1830-1855* (Ciudad de México: Instituto Mora, 2003), 458.

Juan J. Barrera, Hermenegildo Dávila. Rafael Garza Cantú, Alfredo Torrella, Aurelio Lartigue y Ricardo Cellard [...] Se platicaba de preferencia sobre literatura y política³⁶.

Puede decirse que la “Tipografía del Comercio” no sólo respondió a motivos económicos, sino también culturales. Sin embargo, no ahondaré en estos últimos. Por ahora me interesa enfatizar el cariz comercial de las actividades de imprenta.

El marco geográfico de acción de la “Tipografía del Comercio”

En la introducción de este trabajo mencioné que un obstáculo para el desenvolvimiento de la imprenta en Monterrey durante la primera mitad del siglo XIX fue la dificultad para importar constantemente material tipográfico ¿En dónde compraban Alfonso y Desiderio los productos necesarios para mantener en funcionamiento su taller? Los periódicos de la época arrojan pistas para responder esta cuestión. A mediados de los años setenta, el *Periódico Oficial* de Nuevo León anunció que “A. Lagrange y Hno.” fungía como distribuidora de casas mercantiles estadounidenses, vendiendo en Monterrey artículos como polvos químicos y máquinas de coser³⁷. Posteriormente, el diario *La Revista* informó en una columna dedicada a los comerciantes que los hermanos franceses se abastecían de mercancías en el vecino país del norte³⁸.

Hasta los años ochenta, el comercio exterior se efectuaba sobre todo por mar, así que, para llevar a cabo

36 José P. Saldaña, *Estampas antiguas de Monterrey*, 26.

37 AGENL, *Periódico Oficial*. Se tomó como referencia la publicidad del mes de junio de 1875.

38 *La Revista: diario independiente de política, artes, oficios, ciencias, literatura, telegramas, noticias y anuncios*, se tomó como base el mes de junio de 1883.

sus actividades, los Lagrange primeramente debieron recorrer en diligencia el eje Monterrey-Matamoros, y desde este último punto viajar en barco a Nueva Orleans, Nueva York o Corpus Christi, que eran las principales ciudades a través de las cuales ingresaban artículos extranjeros al noreste de México³⁹.

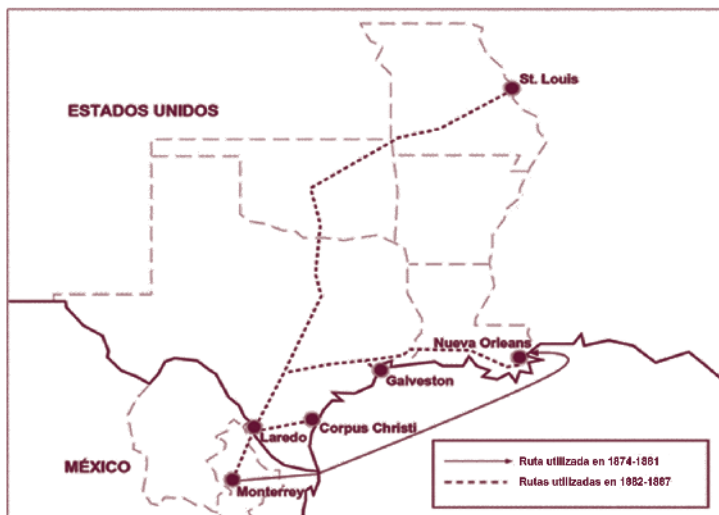
En 1882 la capital nuevoleonense quedó comunicada con Estados Unidos mediante el ferrocarril. El hecho propició que la importación de maquinaria se agilizará y abaratará. Desiderio se valió de esta coyuntura para modernizar su taller, introduciendo la primera prensa cilíndrica en Nuevo León (probablemente de vapor), con la cual dejó atrás el sistema artesanal de impresión para empezar a laborar mediante un proceso mecanizado. A partir de ese año, las operaciones mercantiles se efectuaron principalmente por el circuito ferroviario Monterrey-Laredo-San Antonio, el cual se enlazaba con otras rutas que iban a Saint Louis, Galveston y Nueva Orleans. Las últimas tres ciudades mencionadas contaban con fábricas de maquinaria de imprenta, fundiciones de tipos y almacenes de papel que vendieron sus productos a los editores de Monterrey –por lo menos– en los años ochenta⁴⁰.

En el Mapa 1 pueden observarse los circuitos comerciales entre el noreste de México y Estados Unidos que utilizaron los impresores-editores de Monterrey durante 1874-1887. Cabe señalar que, antes de la fundación de la “Tipografía del Comercio”, Alfonso y Desiderio contrajeron matrimonio con las hermanas Elena y Flora Cachot,

39 Le Roy Graf, “Historia económica del bajo Río Grande (1820-1875)”, en Mario Cerutti y Miguel González Quiroga, *Frontera e historia económica* (Ciudad de México: Instituto Mora, Universidad Autónoma Metropolitana, 1993), 38.

40 *La Revista: diario independiente de política, artes, oficios, ciencias, literatura, telegramas, noticias y anuncios*, 20 de junio de 1883, p. 2, 21 de junio de 1883, p. 3, 4 de agosto de 1883, p. 3, 24 de agosto de 1883, p. 3, 2 de octubre de 1883, p. 3, y 4 de enero de 1884, p. 3.

respectivamente, hijas de una pareja de comerciantes franceses radicados en Nueva Orleans (quienes posteriormente emigraron a Monterrey). Mencionar este hecho es importante porque evidencia una de las ciudades con las cuales se conectaron los Lagrange.



Mapa 1. Rutas mercantiles utilizadas por los impresores de Monterrey, 1874-1887. Las líneas punteadas indican rutas ferroviarias, mientras que la flecha continua denota un circuito recorrido primeramente mediante diligencia y después vía marítima. Fuente: Elaboración propia.

Es evidente que Alfonso y Desiderio, del mismo modo que Hernández o Milmo, buscaron vincularse con Estados Unidos. No es de extrañarse este proceder, pues con una vasta zona del territorio nacional entrando o saliendo de guerras civiles, con un mercado interno débil e incomunicado, sin medios de transporte efectivos que conectaran los mercados locales y con bandoleros acechando los caminos, comerciar con el centro de México era escabroso⁴¹. Así, el vecino país del norte se presentaba ante los mercaderes norestenses como la vía más adecua-

41 Mario Cerutti, *Burguesía y capitalismo en Monterrey (1850-1910)*, 17.

da para emprender negocios, sobre todo si se trataba de una imprenta.

Para producir una publicación, una tipografía necesitaba encargar con anticipación todas las resmas de papel que consumiría y que éstas llegaran sin retardo de forma constante. Era complicado que las fábricas mexicanas de papel (casi todas ubicadas en el centro del país) cumplieran este requerimiento al negociar con imprentas de Monterrey, ya que los artículos tardaban inclusive meses en llegar, arribando muchas veces en malas condiciones⁴². A este factor adverso, debe añadirse que las industrias papeleras no bastaban para satisfacer las necesidades de todos los talleres de la nación, además, de acuerdo con un diario editado en la "Tipografía del Comercio", el papel mexicano era malo y caro⁴³.

En suma, los hermanos Lagrange aprovecharon la configuración de un dinámico comercio entre la franja norte oriental de México y el sureste de Estados Unidos para impulsar las actividades editoriales en Monterrey. Así, la cultura impresa de la localidad ingresó en una etapa de desarrollo, cuyos cambios estuvieron en ocasiones determinados por la manera en que Alfonso y Desiderio se adaptaron a las transformaciones mercantiles de la región.

"La Tipografía del Comercio" marca un antes y un después en la historia de la imprenta regiomontana, porque en los años previos a su fundación el ámbito editorial se había desenvuelto muy poco. En términos numéricos, en este taller se elaboraron 16 de los 22 libros y folletos publicados entre 1874-1887, y 5 de los 10 periódicos producidos en dicho lapso⁴⁴. Estas cifras advierten que Desiderio incidió en el incremento de las publicaciones de Monterrey.

42 AGENL, fondo imprenta de gobierno, caja núm. 2, 1874-1914.

43 *La Revista: diario independiente de política, artes, oficios, ciencias, literatura, telegramas, noticias y anuncios*, 28 de agosto de 1883, p. 3.

44 Los datos son aproximados, fueron recabados del catálogo: Héctor González, *Siglo y medio de cultura nuevoleonesa* (Monterrey, Nuevo León, La Biblioteca de Nuevo León, 1993).

Sin embargo, la importancia del editor galo no radica tanto en la cantidad de impresos que estampó. Como ya mencioné, Desiderio introdujo la prensa cilíndrica, con la cual imprimió el primer periódico de circulación diaria de Nuevo León, a saber, *La Revista: diario independiente de política, literatura, comercio, agricultura y anuncios*. A través de la publicidad presentada en este diario, propició que Monterrey se vinculara cotidianamente a los mercados libresco y tipográfico (tanto de México como de Estados Unidos). También fue pionero en la publicación de revistas y novelas.

La historia de la “Tipografía del Comercio” aporta información valiosa acerca del desarrollo de la imprenta regiomontana, porque a diferencia de los talleres que le precedieron fue una empresa duradera y lucrativa. ¿Qué permitió la subsistencia de esta imprenta respecto a los años anteriores? Primeramente, la posesión y uso estratégico del capital: Alfonso y Desiderio corrieron el riesgo de invertir en un negocio editorial debido a que desempeñaban múltiples actividades mercantiles que les permitieron asegurar la permanencia de su taller, pese a posibles pérdidas; en segundo lugar, la habilidad de los empresarios franceses para adaptarse a la dinámica económica de la región, así como a las modas editoriales del momento. En tercer término, el acceso relativamente fácil al mercado estadounidense, necesario para la compra constante de material de imprenta.

Desiderio Lagrange, impresor

Como ya se mencionó, aunque los dos hermanos Lagrange eran socios de todos los establecimientos vinculados con “A. Lagrange y Hno.”, Desiderio se hizo cargo del ramo de imprenta: fungió como impresor y fue el editor responsable de todas las publicaciones elaboradas en su taller. Por su parte, Alfonso continuó dedicándose a cuestiones

relacionadas con el comercio. Si bien, ambos eran beneficiarios del negocio familiar, tomaron rumbos distintos.

¿Cómo aprendió Desiderio las habilidades de un impresor? Ésta es una cuestión que no puedo responder con precisión por el momento. Seguramente recibió una instrucción amplia que incluía conocimientos especializados en diversos procedimientos de estampación, pues no debe olvidarse que además de impresor, fue fotógrafo y ofreció servicios de litografía. Así, entre 1874 y 1900 editó una diversidad de impresos que abarcaba periódicos, libros, reglamentos para empresas, memorias gubernamentales, textos escolares y un calendario.

La estabilidad y prosperidad económica que caracterizaron al noreste mexicano después de la segunda mitad del siglo XIX, propiciaron que Monterrey adquiriese un carácter urbano y mercantil. De este modo, la ciudad quedó lista para internarse en una nueva era donde la cultura impresa jugaría un papel importante en múltiples aspectos de la vida cotidiana. La gama de publicaciones producida por Desiderio muestra las inquietudes de este periodo naciente: escritores interesados en vender sus textos, hombres de negocios que requerían constantemente información comercial, así como un gobierno interesado en divulgar asuntos oficiales.

Desiderio se encargó de materializar las inquietudes de su tiempo en tinta y papel, satisfaciendo las necesidades de una sociedad que empezaba a consumir impresos con regularidad. Sus ediciones fueron relevantes para el devenir económico y cultural no sólo de Monterrey, sino también del noreste mexicano.

Se ha escrito que, gracias a las empresas de hombres como Patricio Milmo, Jesús González Treviño y Evaristo Madero, Nuevo León se vinculó con los mercados nacionales (principalmente con los de la zona lagunera, ubicada entre Durango y Coahuila) mediante la venta de

artículos y maquinaria importada desde Estados Unidos⁴⁵. ¿Cómo se enteraron dichos empresarios de las novedades mercantiles, del flujo de mercancías o de los avatares de la economía? ¿Cómo daban a conocer los productos que vendieron? El desarrollo del sector editorial aporta elementos para responder estas preguntas. En *La Revista*, Desiderio publicaba el estado de los artículos comprados por los destacados comerciantes nuevoleonese en el extranjero, desde su arribo a puertos estadounidenses hasta su ingreso a México. Además, en la “Tipografía del Comercio” se ofrecieron catálogos de la maquinaria disponible en los negocios del vecino país del norte⁴⁶.

Al ser Monterrey el núcleo comercial entre el noreste de México y Estados Unidos, los empresarios regiomontanos requirieron de un constante flujo de información, tanto nacional como extranjera. Como comerciante, Desiderio conocía esta necesidad, no es de extrañarse, pues, que publicara noticias sobre el movimiento de barcos, ferrocarriles, mercancías y agentes de negocios establecidos en la capital nuevoleonese.

Hombre de iniciativa y consciente del terreno donde pisaba, Desiderio contribuyó a consolidar la presencia del impreso en la vida cotidiana de los regiomontanos. Aunque en 1926 fue reconocido por el diario *El Porvenir* como “uno de los exponentes más firmes del Monterrey industrial [...] una de las figuras que se destacan con mayor firmeza a través de la historia del desenvolvimiento de las Artes Gráficas”⁴⁷, su faceta como impresor-editor es poco conocida. Las escasas historias locales que lo nombran apenas aportan sucintos datos biográficos, en ocasiones contra-

45 Mario Cerutti, *Burguesía y capitalismo en Monterrey (1850-1910)*, 26.

46 *La Revista: diario independiente de política, artes, oficios, ciencias, literatura, telegramas, noticias y anuncios*, se tomaron como base los meses de junio y julio de 1883.

47 *El Porvenir*, 12 de agosto de 1926, p. 4.

dictorios. Para la historiografía nacional es un personaje desconocido.

La trayectoria de Desiderio está llena de enigmas difíciles de descifrar. Se sabe que era un niño cuando llegó a la capital nuevoleonesa, prácticamente creció en condiciones económicas cómodas bajo el amparo de su hermano mayor. Probablemente en 1865 empezó a ejercer la fotografía⁴⁸, siendo esta actividad la primera que, al parecer, desempeñó y por la cual es conocido por la historiografía de Monterrey. Es posible que a través de su taller fotográfico se haya percatado de la relevancia de contar con una imprenta.

En los años sesenta se popularizó el consumo de fotos en el noreste de México, en consecuencia, se volvió común que los retratos llevaran estampados el sello comercial del fotógrafo en el reverso (espacio utilizado para las dedicatorias). De este modo, el receptor de la imagen necesariamente visualizaba la firma del retratista. Desiderio no fue la excepción, imprimió el sello "A. Lagrange y Hno." en sus fotografías.

Tanto la foto como la impresión de publicaciones eran el resultado de una técnica de estampación y demandaban cortar papel de diferentes tamaños (según el tipo de producto elaborado). A principios de los años sesenta, un ciudadano norestense describió en una misiva personal cómo cierto fotógrafo, además de dedicarse a los gajes propios de su profesión, tenía una "máquina" para imprimir tarjetas⁴⁹. Este testimonio advierte la familiaridad de los fotógrafos con el mundo de la impresión.

Aunque no es posible afirmar tajantemente que las labores fotográficas incitaron a los hermanos Lagrange a fundar la "Tipografía del Comercio", sí puede decirse

48 Ricardo Elizondo, *Pliegues en la memoria del tiempo: fotografía y correspondencia en la frontera norte, 1840-1870* (Monterrey, Nuevo León, México: Fondo Editorial Nuevo León, 2006), 88.

49 Ricardo Elizondo, *Pliegues en la memoria del tiempo...*, 143.

que mediante ellas Desiderio se familiarizó con algunas cuestiones de la impresión. Cabe señalar que, en la década de 1890, el editor galo instaló en su imprenta un taller de fotograbado.

Conclusiones

A lo largo del texto se pudo observar cómo el desarrollo comercial que experimentó el norte oriental mexicano en la segunda mitad del siglo XIX generó un contexto propicio para el ejercicio de las actividades de imprenta en Monterrey. Hacia la década de 1870, la figura del impresor-editor cobró relevancia, sobre todo por su papel en la vida económica.

Si bien, desde los años veinte era aparentemente factible establecer un negocio de imprenta en cualquier parte del país, debido a que las leyes garantizaban la libertad para publicar ideas, las condiciones económicas de Monterrey impidieron que las prácticas editoriales pudieran desempeñarse de manera dinámica durante la primera mitad del siglo. La historia decimonónica del noreste mexicano muestra que no bastaban condiciones jurídicas favorables para que la imprenta se consolidara como una actividad estable, también se requirió de transformaciones en el plano mercantil.

Hay que señalar que los factores económicos no bastan para explicar totalmente el despegue de la imprenta regiomontana. En este trabajo no se tomaron en cuenta variables sociales, como la alfabetización, crucial para examinar la conformación del público lector que consumía publicaciones periódicas.

Estudiar la empresa editorial de los hermanos Lagrange implicó consultar fuentes que me condujeron a elaborar una interpretación primordialmente económica. Mi interés en todo momento fue enfatizar qué factores posibilitaron la consolidación comercial de la imprenta

regiomontana. Quiero mencionar que la mayor parte de los impresos publicados en Monterrey durante el siglo XIX se han perdido o se encuentran resguardados en colecciones privadas. No obstante, las actividades de Alfonso y Desiderio dejaron rastros en los archivos históricos y bibliotecas del país. Por ello, analizar la "Tipografía del Comercio" se presentó como una opción idónea para construir una parte de la historia del ámbito editorial nuevoleonés.

Fuentes de consulta

Archivos

Archivo General del Estado de Nuevo León (AGENL)
Archivo Histórico de Monterrey (AHM)

Hemerografía

El Horario
El Nacional
El Tiempo
La Revista (semanario)
La Revista (diario)
La Voz de México
El Porvenir
La Luz

Bibliografía

Cerutti, Mario. "Estudio introductorio". En Mario Cerutti y Miguel González Quiroga (comp.). *Frontera e historia económica: Texas y el Norte de México, 1850-1865*, 7-25. Ciudad de México: Instituto Mora, 1993.

Cerutti, Mario. "Comercio, guerras y capitales en torno al río Bravo". En Mario Cerutti, y Miguel González Quiroga (comp.). *El norte de México y Texas (1848-1880)*:

- Comercio, capitales y trabajadores en una economía de frontera*, 13-111. Ciudad de México: Instituto Mora, 1999.
- Cerutti, Mario. "El préstamo prebancario en el noreste de México: La actividad de los grandes comerciantes de Monterrey (1855-1890)". En Leonor Ludlow y Carlos Marichal (coords.). *La banca en México, 1820-1920*, 52-70. Ciudad de México: Instituto Mora, El Colegio de Michoacán, El Colegio de México, Instituto de Investigaciones Históricas-UNAM, 1998.
- Cerutti, Mario. *Burguesía y capitalismo en Monterrey (1850-1910)*. Ciudad de México: Claves Latinoamericanas, 1983.
- Chartier, Roger. *Libros, lecturas y lectores en la Edad Moderna*. Madrid, España: Alianza Editorial, 1993.
- Discurso pronunciado el 16 de septiembre 1874, por el ciudadano Dr. J. Eleuterio González*. Monterrey, Nuevo León, México: Tipografía del Comercio, Plaza del Comercio núm. 4, 1874.
- Elizondo, Ricardo. *Pliegues en la memoria del tiempo: fotografía y correspondencia en la frontera norte, 1840-1870*. Monterrey, Nuevo León, México: Fondo Editorial Nuevo León, 2006.
- Fuentes Mares, José. "Monterrey a comienzos de los ochenta". En Celso Garza Guajardo (comp.). *Nuevo León, textos de su historia*, tomo II, 4-7. Ciudad de México: Instituto Mora, Gobierno del Estado de Nuevo León, 1989.
- González, Héctor. *Siglo y medio de cultura nuevoleonesa*. Monterrey, Nuevo León, México: La Biblioteca de Nuevo León, 1993.
- Graf, Le Roy. "Historia económica del bajo Río Grande (1820-1875)". En Mario Cerutti y Miguel González Quiroga. *Frontera e historia económica*, 28-41. Ciudad de México: Instituto Mora, Universidad Autónoma Metropolitana, 1993.

- Guiot de la Garza, Lilia. "El competido mundo de la lectura: librerías y gabinetes de lectura en la ciudad de México, 1821-1855". En Laura Suárez de la Torre (coord.). *Constructores de un cambio cultural: impresores-editores y libreros en la ciudad de México, 1830-1855*, 437-510. Ciudad de México: Instituto Mora, 2003.
- Herrera Pérez, Octavio. *La zona libre: excepción fiscal y conformación histórica de la frontera norte de México*. Ciudad de México: Secretaría de Relaciones Exteriores, 2004.
- Lopes, María Aparecida. "El intercambio en la frontera norte de México: comercio internacional en el ámbito regional, 1850-1884". *Secuencia. Revista de Historia y Ciencias Sociales*, núm. 73 (2009): 63-84.
- Maillefert, Eugenio. *Directorio del comercio del Imperio Mexicano*. Ciudad de México: Instituto Mora, 1992.
- Monasterio, José Ortiz. "La Revolución de la lectura durante el siglo XIX en México". *Historias. Revista de la Dirección de Estudios Históricos del Instituto Nacional de Antropología e Historia*, núm. 60 (2005): 57-76.
- Pagés de Puig, Aniceto de. *Gran diccionario de la lengua castellana (de autoridades), con ejemplos de buenos escritores antiguos y modernos, ordenados con arreglo a la última edición de la Real Academia Española y enriquecido con numerosas voces, acepciones, frases y refranes que no constan en ningún otro diccionario, tomo tercero*. Barcelona, España: Fomento comercial del libro, 1902.
- Roma y el evangelio. Estudios Filosóficos-religiosos, teórico-prácticos, publicados por el Círculo Cristiano-Espiritista de Lérida, y reimpresso por el Círculo Espírita "Buena Esperanza" de Monterrey*. Monterrey, Nuevo León, México: A. Lagrange y Hno., Tipografía del Comercio, Plaza del Comercio núm. 4, 1876.
- Saldaña, José P. *Estampas antiguas de Monterrey*. Monterrey, Nuevo León, México: Gobierno del Estado de

- Nuevo León, Talleres Linotipográficos de Ricardo Covarrubias, 1981.
- Schumpeter, Joseph. *Teoría del desenvolvimiento económico. Una investigación sobre ganancias, capital, crédito, interés y ciclo económico*. Ciudad de México: Fondo de Cultura Económica, 1978.
- Solares Robles, Laura. "La aventura editorial de Mariano Galván Rivera. Un empresario del siglo XIX". En Laura Suárez de la Torre (coord.), *Constructores de un cambio cultural: impresores-editores y libreros en la ciudad de México, 1830-1855*, 27-99. Ciudad de México: Instituto Mora, 2003.
- Vizcaya Canales, Isidro. *1882: Crónica de un año memorable*. Monterrey, Nuevo León, México: Archivo General del Estado de Nuevo León, 1998.