



Estudios de historia moderna y contemporánea de México

ISSN: 0185-2620

Instituto de Investigaciones Históricas, UNAM

Reyes Patiño, Reynaldo de los

Felipe Bárcenas García, *Imprenta, economía y cultura en el noreste de México: La empresa editorial de Desiderio Lagrange, 1874-1889*, Monterrey, Consejo para la Cultura y las Artes de Nuevo León, 2017

Estudios de historia moderna y contemporánea de México, núm. 55, 2018, Enero-Junio, pp. 338-341

Instituto de Investigaciones Históricas, UNAM

DOI: <https://doi.org/10.14482/INDES.30.1.303.661>

Disponible en: <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=94171756012>

- Cómo citar el artículo
- Número completo
- Más información del artículo
- Página de la revista en redalyc.org

UNAM
redalyc.org

Sistema de Información Científica Redalyc

Red de Revistas Científicas de América Latina y el Caribe, España y Portugal
Proyecto académico sin fines de lucro, desarrollado bajo la iniciativa de acceso abierto

Felipe Bárcenas García, *Imprenta, economía y cultura en el noreste de México: La empresa editorial de Desiderio Lagrange, 1874-1889*, Monterrey, Consejo para la Cultura y las Artes de Nuevo León, 2017.

REYNALDO DE LOS REYES PATIÑO

El Colegio de México, Ciudad de México, México

Phileas Fogg no le habría dado la vuelta al mundo de no haber sido por los periódicos. Hombre de precisión matemática, este caballero inglés inició su largo viaje debido a que, en octubre de 1872, el cotidiano londinense *The Daily Telegraph* informó que la apertura de una nueva sección del ferrocarril en la India posibilitaría recorrer el mundo en tan sólo 80 días. Luego de iniciar su aventura a lado de Jean Passepartout, ambos descubrieron que el diario se había equivocado y que el camino entre Bombay y Calcuta estaba incompleto. Como algunos relojes, dijo Fogg antes de comprar un elefante para seguir su aventura, los periódicos tienen la manía de adelantarse y anunciar prematuramente los hechos.

En las sociedades burguesas del siglo XIX, como afirma Marie-Eve Thérenty, los diarios tuvieron una función tan importante como la del reloj, debido a que la lógica productiva requería cada vez más de información rápida y precisa. En otras palabras, la información, como el tiempo, era dinero, y los errores podían ser muy costosos y provocar contratiempos como al señor Fogg. Dado que no querían permitirse este lujo, los agentes económicos demandaron información confiable, y las regiones en plena expansión se convirtieron en una oportunidad de iniciar empresas editoriales. Esta es la idea que retoma Felipe Bárcenas en su libro *Imprenta, economía y cultura en el noreste de México: La empresa editorial de Desiderio Lagrange, 1874-1889*, donde busca “explicar el desarrollo y repercusión de la cultura impresa en el norte oriental del México decimonónico” (p. 15). Para ello, el autor examina las actividades editoriales de Desiderio Lagrange, un impresor, editor y fotógrafo francés que radicó desde los 11 años en la ciudad de Monterrey, adonde llegó en 1860 acompañado de su hermano Alfonso.

El Monterrey de aquella época no era ni la sombra de lo que sería en la siguiente centuria. En el primer capítulo, Bárcenas explica que entre 1848 y 1862, el reajuste de la frontera entre México y Estados Unidos, la guerra de secesión de aquel país y el establecimiento de la llamada “zona libre” dejaron al noreste mexicano en una posición privilegiada para el comercio binacional. Es en este contexto que los hermanos Lagrange arribaron a Monterrey, donde Alfonso comenzó a trabajar con el comerciante y prestamista francés Salvador Jarrié, antes de fundar su propia casa mercantil, A. Lagrange y Hno., en 1869. La relación con Estados Unidos, que hasta la década de 1870 funcionó a través de Matamoros y su conexión con los principales puertos estadounidenses, permitió a los Lagrange hacerse de insumos y maquinaria, así como entablar relaciones de negocios con agentes de aquel país. Los galos incluso contrajeron matrimonio con las hijas de unos comerciantes franceses avecindados en Nueva Orleans, quienes posteriormente emigraron a Monterrey.

En 1874, dado el crecimiento de la ciudad y las oportunidades de negocio en la capital neoleonesa, los Lagrange tomaron la decisión de establecer una imprenta, la Tipografía del Comercio, como un ramo más de su firma comercial. En ella Desiderio fungió como impresor y editor de múltiples y variadas publicaciones, al mismo tiempo que incursionó en el comercio de papel. Esta diversificación, para Bárcenas, era una clara estrategia de adaptación a las condiciones del mercado aún limitado del noreste de México, donde “Alfonso y Desiderio operaron [...] de manera semejante a los prominentes hombres de negocios, tanto nacionales como extranjeros” (p. 34).

Entender a los Lagrange como empresarios y colocar a la editorial como un elemento clave para entender la integración de los mercados regionales es uno de los principales méritos del libro. Aunque en sus primeros años las publicaciones de la Tipografía del Comercio tuvieron un cariz literario, el auge económico de la década de 1880 abrió la puerta para que estas dieran un giro comercial, como se explica en el segundo capítulo. Esto se manifestó principalmente con la publicación del primer periódico de circulación cotidiana en la ciudad, *La Revista de Monterrey*, que contribuyó a que en poco tiempo Desiderio fuera reconocido como el editor más importante del norte de México. El periódico fue fundamental para dar a conocer las novedades mercantiles, el flujo

de bienes o los avatares de la economía. Estas ventajas operaron no sólo para los comerciantes de México, sino también para los de Estados Unidos, quienes buscaron expandirse al sur del Bravo sin correr el riesgo de abrir sucursales.

A pesar de que Lagrange era un empresario con “finés de lucro”, nos dice Bárcenas, no debe subestimarse su interés por “el progreso del espíritu de los neoleoneses” (p. 55). Este se manifestó en diversas publicaciones literarias como *Flores y Frutos*, donde participaron algunas de las grandes plumas de la época. Aunque estas tuvieron como principal consumidor a un grupo privilegiado, las prácticas de lectura colectiva entre las clases menesterosas (como recupera el autor con un testimonio de la época) permitían extender el radio de influencia. El fenómeno de recepción no es estudiado en el libro, pero constituye un campo prometedor para futuros estudios en esta línea.

Otro aspecto en el que Lagrange contribuyó a la “cultura impresa” regiomontana (concepto que, por cierto, no define el autor), fue la difusión de libros. Como se estudia en el tercer apartado, las publicaciones del francés no sólo sirvieron para promocionar a las librerías de la región, sino que la Tipografía del Comercio incursionó en la edición e impresión de algunas obras en formato de folletín para distribuir las entre sus suscriptores. Lagrange incluso pretendió impulsar una biblioteca económica, pero al parecer esta no tuvo éxito y sólo se editó un tomo.

En contraste, un proyecto que sí tuvo éxito y que sintetizó los objetivos económicos y culturales de Desiderio fue la edición e impresión de textos escolares. Nuevo León, nos dice el autor, era la entidad con más escuelas después de la capital mexicana, por lo que los libros de texto eran sin duda un negocio prometedor que Lagrange supo hacer suyo gracias a su prestigio y a su cercanía a las esferas de poder. Así se editaron, por ejemplo, dos *catecismos* de Hermenegildo Dávila y un catálogo botánico de José Eleuterio González. Los primeros trascendieron dada su repercusión en la formación de la identidad regional, y el segundo debido a que con la novedosa técnica de fotolitografía se incluyó la firma e imagen de González, entonces recién nombrado benemérito del estado.

Desiderio continuó con innovaciones editoriales hasta finales del siglo XIX, aunque su trayectoria periodística se vio truncada hacia 1886 por dos razones.

La primera es que desde 1884 operó en México una ley postal que complicó la distribución de diarios, y la segunda y definitiva fue su encarcelamiento debido a un conflicto con el ayuntamiento de Cadereyta. Aunque el autor le da peso al episodio, resulta complicado para el lector dimensionar el hecho, debido a que el marco político de la entidad es poco abordado. Si Lagrange tenía tan buenas relaciones con la élite regiomontana, ¿cómo es posible que un hecho aparentemente irrelevante haya podido detener una exitosa carrera periodística? Quizás la respuesta tenga que ver con las disputas entre ayuntamientos, la relación de estos con el gobierno estatal, y la de este con el gobierno federal, pero se nos ofrecen pocas pistas al respecto.

Si bien el ámbito político queda un tanto descuidado, otro mérito del libro es combinar el análisis económico con el de los estudios de la edición. Bárcenas García, formado en la Universidad Autónoma de Nuevo León y en el Instituto Mora, evidencia en su trabajo la herencia de ambas instituciones al combinar la historia económica del norte de México, particularmente el trabajo de Mario Cerutti, con la historia de la edición decimonónica que ha consolidado Laura Suárez en el Instituto Mora. Del primero retoma la idea de que los individuos que se enriquecieron durante este periodo, independientemente de sus raíces nacionales, se desarrollaron como agentes socioeconómicos en un marco regional binacional. De la segunda, retoma que para entender la relevancia de los impresos es necesario “examinar cuáles fueron los intereses personales del editor, así como los cambios en los contextos de producción y distribución de su imprenta” (p. 22). De alguna forma, la primera tradición contribuye al estudio de la estructura y la segunda al análisis del individuo.

En suma, *Imprenta, economía y cultura en el noreste de México* es un valioso aporte para entender la repercusión de las empresas culturales durante el siglo XIX. Phileas Fogg no le hubiera dado la vuelta al mundo de no haber sido por los periódicos, y los comerciantes regiomontanos no habrían sido tan exitosos de no haber sido por diarios como el editado por Lagrange. El libro de Bárcenas ayuda no sólo a entender este proceso, sino a cuestionarnos, en pleno auge de las tecnologías de la información, cuál es la función de las industrias culturales, cuáles son los retos que enfrentan y cuál es el futuro que les depara.