



Relaciones. Estudios de historia y
sociedad
ISSN: 0185-3929
relacion@colmich.edu.mx
El Colegio de Michoacán, A.C
México

Suárez Rivera, Manuel
El periodismo en construcción. Estrategias comerciales de la *Gazeta de México*. 1784-
1785
Relaciones. Estudios de historia y sociedad, vol. XXXVI, núm. 143, 2015, pp. 207-231
El Colegio de Michoacán, A.C
Zamora, México

Disponible en: <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=13741199008>

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

El periodismo en construcción. Estrategias comerciales de la *Gazeta de México*. 1784-1785

Manuel Suárez Rivera*

INSTITUTO DE INVESTIGACIONES BIBLIOGRÁFICAS-UNAM

El artículo tiene por objetivo destacar que la *Gazeta de México* de Manuel Antonio Valdés fue el primer periódico en la historia de México en ser auto-sustentable. Esto, gracias a una serie de estrategias comerciales como la suscripción, avisos de ocasión y publicidad a libros emanados de la misma oficina tipográfica donde se imprimía la gaceta. Asimismo, se aportan elementos para considerar dicho periódico como la transición entre el periodismo artesanal y el moderno.

(Nueva España, Historia periodismo México, *Gazeta de México*, Manuel Antonio Valdés)

Las gacetas novohispanas fueron el antecedente directo del surgimiento de la prensa escrita mexicana del siglo XIX, sin embargo, su presencia fue esporádica a lo largo de la centuria dieciochesca.¹ Ciertamente, el objetivo de sus editores fue el de “educar, difundiendo todo conocimiento útil para el mejoramiento de la sociedad” y procuraron responder a los ataques de los intelectuales europeos sobre las condiciones de barbarie que se vivían en

* wanax@hotmail.com

¹ La primera *Gazeta* fue la de Juan Ignacio Castorena y Ursúa (1722). La segunda de Juan Francisco Sahagún Ladrón de Guevara (1728) y finalmente la de Manuel Antonio Valdés (1784-1805). Por su parte, existieron por lo menos cinco publicaciones de corte “científico” editadas por José Antonio Alzate e Ignacio Bartolache: el *Diario Literario de México* (1768), *Asuntos Varios Sobre Ciencias y Artes* (1772-1773), *Mercurio Volante* (1772-1773), *Observaciones sobre la Física, Historia Natural y Artes Útiles* (1787-1788) y la *Gaceta de Literatura* (1788-1795).

América.² No obstante, las razones de sus fracasos no se encuentran en la ausencia de una cultura ilustrada, ni tampoco en la falta de interés por parte del público lector. El obstáculo más visible del desarrollo de la prensa novohispana tiene que ver con los aspectos económicos y empresariales; es claro que la incipiente industria periodística del siglo XVIII no fue autosustentable. Además de alejarse de los fines comerciales,³ me parece que las publicaciones periódicas dieciochescas no contaban con las condiciones empresariales necesarias para inaugurar una periodicidad estable y mucho menos ganancias económicas. Todas ellas surgieron dentro del llamado “periodismo artesanal”, con características peculiares que explican en gran medida algunos de los impedimentos para que las publicaciones del antiguo régimen no establecieran una empresa periodística.⁴ En primer lugar, se apoyaba en las ventas de ejemplares, tenía un enfoque histórico más que inmediato y sus medios de información eran limitados tales como fuentes oficiales gubernamentales y correspondentes espontáneos.⁵ El caso concreto que presento aquí es el de la *Gazeta de México* de Manuel Antonio Valdés, publicada por la imprenta de Felipe de Zúñiga y Ontiveros entre 1784 y 1805; mi interés se centra en los dos primeros años de su existencia. Ciertamente, se trata de una publicación con marcadas características de “periodismo artesanal”; sin embargo, a lo largo del artículo destacaré que en realidad se trata de un caso que inicia precisamente la transición al surgimiento de la industria periodística como tal. El éxito de la empresa de Valdés se debió en gran parte a que supo combinar la inclusión de información oficial, intereses populares y las necesidades de un espacio de discusión para las élites intelectuales.⁶

² Rosalba Cruz Soto, “Las publicaciones periódicas y la formación de una identidad nacional”, en *Estudios de Historia Moderna y Contemporánea de México*, México, UNAM, Instituto de Investigaciones Históricas, vol. 20, julio-diciembre 2000, 15-40, 16.

³ *Ibid.*

⁴ David Marley, “Prólogo” en *Gazeta de México (enero a agosto de 1784)*, México, Rolston-Bain, 1983, I.

⁵ *Ibid.*

⁶ El trabajo más completo con respecto a la *Gazeta de Valdés* es de Patricia Ann Drwall Adank, “Accommodation and innovation: The *Gazeta de México*, 1784 to 1810”,

Para tener un contexto que permita explicar la dimensión empresarial de la gaceta de Manuel Antonio Valdés, es necesario conocer los aspectos más relevantes de su trayectoria, ya que fue uno de los empresarios editoriales novohispanos más entusiastas y personaje clave para entender el surgimiento de la prensa periódica a finales del siglo XVIII. Manuel Antonio nació en la ciudad de México el 17 de julio de 1742,⁷ hijo de Benito Valdés y María Murguía Talavera.⁸ Cursó estudios en el Colegio de San Ildefonso,⁹ donde muy probablemente adquirió la formación necesaria para desempeñar las tareas que más adelante realizaría en el mundo de la palabra impresa. Sus inicios en el ámbito tipográfico se dan precisamente en el Colegio donde cursó sus estudios. En efecto, existe la certeza de que Valdés se encontraba laborando en la Imprenta del Real y Más Antiguo Colegio de San Ildefonso en 1764.¹⁰ Dicho taller inició actividades en 1748 y tuvo su mayor actividad hacia el inicio de la década de los sesenta del siglo XVIII, cerrando definitivamente en 1767, tras la expulsión de los jesuitas de los territorios hispanos. Esto quiere decir que Valdés estuvo por lo menos tres años trabajando como impresor, que contaba con 22 años cuando ingresó y con 25 cuando se vio forzado a salir del taller tipográfico jesuita; Valdés dedicó casi toda su vida al oficio tipográfico.

Al parecer, la habilidad y el gusto por la imprenta fue muy intenso en Valdés ya que al año siguiente de perder su lugar trabajo en el Colegio de San Ildefonso, buscó colocarse en otro taller de la ciudad de México que se encontraba en una etapa de franco crecimiento y que llegaría a ser uno de los más destacados de la Nueva España; la imprenta de Felipe de Zúñiga y Ontiveros.¹¹ Esta nueva oportunidad

tesis doctoral, Arizona State University, agosto de 1980, 86. A lo largo de la investigación, Adank logra establecer las características que diferenciaron la empresa de Valdés de las anteriores gacetas y de los llamados periódicos científicos.

⁷ José Toribio Medina, *La imprenta en México (1539-1821)*, 8 vols., vol. I, Santiago de Chile, Impreso en casa del autor, 1912, cxciv. A su vez, Medina cita a Beristaín y a Luis González Obregón.

⁸ David Marley, *Gazeta de México...*, p. IV.

⁹ *Ibid.*

¹⁰ José Toribio Medina, *La imprenta en México...*, p. CLXXI.

¹¹ Al respecto, cabe aclarar que nunca existió un gremio de impresores; sin embargo,

dad de ejercer el oficio de tipógrafo fue bien canalizada por Valdés, ya que la imprenta de Zúñiga tenía poco tiempo de haber sido abierta y aún menos tiempo de funcionar con intensidad. En efecto, a pesar de haberse inaugurado en 1761, el deceso de Cristóbal Zúñiga obligó a Felipe a reestructurar la división del trabajo en la imprenta a finales de 1764. En este contexto, la llegada de Valdés debió ser un refuerzo importante para las actividades de Felipe Zúñiga, quien fungía además como agrimensor y efectuaba viajes de práctica con bastante frecuencia para esas fechas.¹²

No hay datos que confirmen si Felipe Zúñiga y Manuel Antonio Valdés se conocían al momento de la expulsión de los jesuitas, lo cierto es que Zúñiga no sólo integró a Valdés en su taller, sino que además se asoció con él para establecer una “Tienda de devocionales” en la calle de la Palma, donde estaba ubicada la imprenta en esos años. Así nos lo informa el propio Felipe en una de las bitácoras que llevaba para “gobierno” de sus negocios:

En el año de 1768 comencé a reimprimir novenas y otros devocionales y papeles para vender en dicha mi imprenta con los cuales *se le puso una tienda a Dn. Manuel Valdés* en la calle de la Palma, y regulada la ganancia que me produce horra es real y medio en cada peso, que es lo que voy apuntando aquí (para mi gobierno) por año según las ventas de cada uno. Esta ganancia real y medio en el peso es fuera de la que por razón de imprenta me pertenece [las cursivas son mías].¹³

al ser un grupo tan pequeño, se conocían entre ellos y procuraban tener relaciones de parentesco para acrecentar y mejorar los talleres de imprenta.

¹² Para información sobre la familia Zúñiga y Ontiveros, cf. Manuel Suárez Rivera, “Felipe y Mariano de Zúñiga y Ontiveros: impresores ilustrados y empresarios coloniales (1761-1825)”, tesis de licenciatura, Facultad de Filosofía y Letras, UNAM, 2005. Cf. también a Arturo Soberón Mora, “Felipe de Zúñiga y Ontiveros, un impresor ilustrado de la Nueva España” en *Tempus*, Revista de Historia de la Facultad de Filosofía y Letras, núm. 1, México, UNAM, Facultad de Filosofía y Letras, otoño de 1993, 51-75. Por su parte, Ángeles Rubio Argüelles editó un diario del impresor donde se incluyen los eventos personales y políticos más relevantes que sucedieron mientras Felipe vivió en la ciudad de México, *Zúñiga, impresor del siglo XVIII en México* [trabajo presentado al XXIII Congreso Luso-Hispano de Ciencia], México, Instituto de Estudios y Documentos Históricos, Claustro de Sor Juana, 1981, 55 pp.

¹³ “Notas sobre el establecimiento de una imprenta por Felipe y Cristóbal de Zúñiga

Como se aprecia, sólo un año después de la expulsión de la Compañía de Jesús, Zúñiga se asoció con Manuel Antonio Valdés y “le puso” una tienda de devocionarios en su imprenta. Las condiciones eran muy favorables para Valdés, quien tenía 62 % de las ganancias con cinco reales por cada peso vendido, y Zúñiga 38 % con tres reales (real y medio por la asociación de la tienda y real y medio por “razón de imprenta”). Con base en dicha asociación, resulta difícil creer que don Felipe no conociera a Manuel Antonio y le ofreciera un negocio de tal magnitud; al contrario, la información disponible sugiere que existía un aprecio y respeto mutuo entre los dos impresores. De esta forma, queda claro que Manuel Antonio Valdés no sólo trabajó en la imprenta de los Zúñiga, sino que fue socio de don Felipe. Entre otras cosas, su labor consistía en tramitar ante el Santo Oficio los permisos necesarios para imprimir y vender las novenas y devocionarios. El Archivo General de la Nación resguarda gran cantidad de solicitudes ante la Inquisición firmadas por Manuel Antonio Valdés para imprimir dichos libritos en el taller de Zúñiga y Ontiveros. El más antiguo que he podido encontrar data de 1773¹⁴ y revela que Valdés no sólo fue socio, sino además el administrador de la imprenta de don Felipe. Evidentemente, su presencia contribuyó al engrandecimiento del taller de los Zúñiga y, sobre todo, a las ganancias emanadas de ello.

Es imposible desligar la trayectoria tipográfica de Valdés con la familia Zúñiga y Ontiveros, así como tampoco se puede entender la eficiencia y el crecimiento acelerado que tuvo la imprenta de la familia Zúñiga sin la presencia de Valdés. De hecho, la relación fue más allá del aspecto meramente laboral. En uno de sus testamentos, Mariano Zúñiga y Ontiveros –hijo y heredero de Felipe Zúñiga– dejó a Valdés un reloj de sobremesa grande de música y tres láminas con marco de plata (de la Santísima Trinidad, la Virgen de Guadalupe y San Felipe de Jesús) a Manuel Antonio Valdés “en agradecimiento del especial esmero amor y desinterés con que ha

y Ontiveros 1761 y razón de cuentas hasta 1783”, Collection, General Libraries, University of Texas at Austin, Colección: Genaro García Papers, 1896-1925, Benson Latin American, tomo 180, exp. 18.

¹⁴ Archivo General de la Nación (en adelante AGN), Inquisición, v. 1182, f. 146.

manejado mis asuntos”,¹⁵ lo cual confirma que la relación de Valdés con la familia Zúñiga fue estrecha y cordial incluso después de la muerte de Felipe. No se debe perder de vista esta situación, ya que la imprenta de los Zúñiga se benefició en muchas ocasiones gracias a las publicaciones contenidas en la *Gazeta de México*, como se verá más adelante.

A pesar del apego y su posición privilegiada en el taller de los Zúñiga, el espíritu empresarial de Manuel Antonio Valdés lo llevaría a buscar nuevos horizontes. De hecho, Valdés fue pieza fundamental para la llegada del arte tipográfico a Guadalajara ya que adquirió una imprenta madrileña en 1792¹⁶ y envió a su hijo Mariano Valdés Téllez Girón a establecerse en dicha ciudad para llevar a cabo labores de impresión. Para mala fortuna de la familia Valdés, poco tiempo después, Mariano enfermó gravemente de epilepsia y se vio forzado a regresar a la ciudad de México debido al incremento de los episodios epilépticos,¹⁷ por lo que el proyecto de la imprenta en Guadalajara quedó en manos de José Fructo Romero y los tipos adquiridos para el taller tipográfico fueron utilizados por Manuel Antonio para instalar de manera definitiva su propio taller en 1808 en la calle de Zuleta, donde permaneció hasta su muerte ocurrida en 1814. Además de la ya notable labor mencionada, Manuel Antonio Valdés fue padre de otro de los impresores más destacados de finales del periodo virreinal y los primeros años del México independiente: Alejandro Valdés, quien se mantuvo en el negocio de la impresión desde 1815 hasta 1831.

LA GAZETA DE MÉXICO

Más allá de la labor de Manuel Antonio Valdés como impresor dentro del taller de los Zúñiga Ontiveros, y eventualmente con su propio negocio, sin duda el mérito por el que trascendió en el mundo de la palabra impresa fue la *Gazeta de México*. Se trata de la tercera gaceta

¹⁵ Testamento de Mariano de Zúñiga y Ontiveros, Archivo de Notarías (en adelante AN), José María Leal, 16 de marzo de 1804.

¹⁶ T. Medina, *La imprenta en México...*, v. 1, p. cxcv.

¹⁷ Patricia Ann Drwall Adank, *Accommodation and innovation...*, p. 88.

de la Nueva España y comenzó a publicarse el 14 de enero de 1784, evidentemente, en el taller de Felipe Zúñiga Ontiveros. Primero describiré brevemente el origen de la publicación, destacando los elementos característicos de ella y después analizaré sus elementos empresariales. Debo recordar que considero a la *Gazeta de México* de 1784 como una transición entre el periodismo artesanal clásico del antiguo régimen y las nuevas prácticas periodísticas que con el paso de las décadas fueron gestando una industria autosustentable.

El derrotero de la gaceta inició el 16 de octubre de 1783, cuando Valdés pidió al virrey Matías de Gálvez el privilegio y permiso para imprimir una nueva gaceta en la ciudad de México.¹⁸ La autorización llegó el 22 de noviembre y junto con ella, algunos días después, se emitió un decreto mediante el cual el virrey mandaba a los “gobernadores y demás justicias del reino” a que proporcionen información a Valdés para ser impresa en la *Gazeta*.¹⁹ Unos días antes de la publicación del primer número, Gálvez nombró a José Antonio de Urizar como revisor de las noticias por publicar. Es decir, en estricto sentido, la *Gazeta de México* fue un periódico oficial debido a que su fuente principal de información venía del gobierno y además contaba con un censor nombrado por el virrey para tener un control sobre lo publicado; en palabras de Patricia Adank, “Throughout its publication history and in spite of its official image, the *Gazeta de México* enjoyed the support of colonial government, not control by it”.²⁰ Este factor fue fundamental para el éxito de la empresa, ya que “la cercanía con el gobierno virreinal diferenció desde un principio a este periódico de otros en los que el editor había ostentado mayor personalidad [...] y esa característica redundó en una protección evidente al proyecto”.²¹

No se debe perder de vista que las gacetas novohispanas de finales del siglo XVIII pretendieron insertar a la Nueva España en los

¹⁸ David Marley, *La Gazeta...*, p. iv.

¹⁹ *Ibid.*

²⁰ Patricia Ann Drwall Adank, *Accommodation and innovation...*, p. 96.

²¹ Gabriel Torres Puga, “La transformación de la *Gazeta de México* 1805-1808”, en Moisés Guzmán, coord., *Guerra, cultura y política en las independencias hispanoamericanas*, Morelia, Universidad Michoacana de San Nicolás de Hidalgo, p. 4 [en prensa]

debates europeos y siguieron el modelo francés de corte oficialista, imitando incluso el formato de la *Gazeta de Madrid*,²² por lo que en realidad Valdés pretendía establecer un órgano que diera cuenta de las noticias del “reino entero”. La constante circulación de noticias a través de medios manuscritos o fuentes orales –incontrolables por la autoridad–, comenzaron a impactar (al igual que en Europa durante el siglo XVII) la sociedad novohispana, y generaron una necesidad de información. En ese contexto, la *Gazeta* de Valdés representó una buena oportunidad para las autoridades novohispanas, debido a que en términos generales

los gobernantes [estaban] conscientes de estar frente a un fenómeno nuevo que les [costaba] comprender y que no [sabían] cómo tratar. Una prohibición total ya no es posible y se intenta, por consiguiente, responder con las gacetas impresas, las cuales permiten la posibilidad de ofrecer una información controlada.²³

Pese a la dimensión oficialista de la publicación, existió posibilidad de incluir notas provenientes de correspondentes espontáneos, aunque debían contar con características que el mismo Valdés estableció: “[que] vengan bien circunstanciadas, con el día, lugar y demás cualidades que requiera la noticia, pues su escrupulosidad y la del asunto que se trata (que no es otra cosa que una verdadera historia, para futuro, de los acontecimientos presentes) necesitan una fiel y puntual narración”.²⁴ Luego de resolver las cuestiones legales y habiendo obtenido todos los permisos necesarios, finalmente el 14

²² Rosalba Cruz Soto, “Las publicaciones periódicas...”, p. 15-19. Patricia Ann Drwall Adank, *Accommodation and innovation...*, p. 116.

²³ Mario Infelise, “Los orígenes de las gacetas. Sistemas y prácticas de información entre los siglos XVI y XVII”, en *Manuscrits: Revista D'història Moderna*, núm. 23, “La informació i la comunicació a l'Època Moderna”, Barcelona, Universidad Autónoma de Barcelona, 2005, 31-44, 42. Durante el artículo, Infelise explica el paso de las noticias manuscritas a la impresión de gacetas y el intento de los gobiernos por controlar el flujo de información. A final de cuentas, las gacetas acabaron convirtiéndose en “alimento de ulteriores curiosidades, hasta el punto de animar la búsqueda de otras fuentes [...] y dar respuesta a aquellas exigencias que un instrumento oficial no podía satisfacer”.

²⁴ *Gazeta de México*, núm. 16, miércoles 11 de agosto de 1784, 136.

de enero de 1784 salió el primer número de las *Gazetas de México, compendio de noticias de Nueva España desde principios del año de 1784*. En un principio, la periodicidad de la publicación se fijó quincenalmente; sin embargo, con el paso del tiempo y la abundancia de las noticias llegó a ver la luz de manera semanal.

Por el momento desconozco el tiraje que alcanzó la *Gazeta*, lo lógico es establecer que habría un número de ejemplares destinados a los suscriptores y otro tanto para compradores espontáneos. El dato sería útil para conocer con más detalle el fenómeno de la circulación de publicaciones periódicas a finales del siglo XVIII. Pese a ello, los veinte años de vida del periódico sugieren cierta estabilidad económica emanada directamente (entre otros factores, como se verá) de la venta de ejemplares. El Prólogo de Valdés es particularmente rico en cuanto a los alcances que pretendía para su gaceta, nos dice:

que no es otra cosa que una colección de noticias del día, ya sean de unos sucesos peregrinos, y ya de unos regulares acontecimientos: que no se escriben para un lugar determinado; sino para un reino entero, donde es moralmente imposible se encuentre uno solo perfectamente instruido de lo ocurrente; y que no solo a los presentes sino a los ausentes y futuros se dirigen, consiguiéndose por tan fácil medio hacer perenne la memoria de innumerables cosas, que cuando no se olvidaran con el transcurso de los tiempo, parecieran tan desfiguradas en alguno, y sin más apoyo que el de una tradición vulgar, que sería mejor que absolutamente perecieran.²⁵

Evidentemente, el concepto de noticias en la Nueva España del siglo XVIII difiere del que se tiene actualmente.²⁶ Más que informar con veracidad, oportunismo e inmediatez, lo que Valdés buscaba era que los sucesos que ocurrían y afectaban su realidad histórica pudieran ser leídos siglos después de su muerte. Él mismo muestra con-

²⁵ “Prólogo” en *Gazeta de México*, núm. 1, miércoles 14 de enero de 1784.

²⁶ Sobre la evolución del concepto de periodismo en el antiguo régimen, remito nuevamente al lector al texto de Mario Infelise, “Los orígenes de las gacetas...” así como a Roger Chartier y Carmen Espejo, eds., *La aparición del periodismo en Europa. Comunicación y propaganda en el barroco*, Madrid, Marcial Pons Historia, 2012, 281 pp.

ciencia de ello pues declara: “Sé muy bien que, con particularidad en los principios, incurriré en muchos defectos; pero supuesto que no me vendo por un historiador erudito, sino por un amanuense general de cuantos tomen mis impresos” y más adelante aclara que “sin embargo de no ser mi carácter el de historiador general del reino, no omitiré, cuando lo halle oportuno ir haciendo algunos apuntes de las pasadas épocas”.²⁷ Por otro lado, Valdés mostró y reconoció siempre el mérito e influencia de los autores de las gacetas que antecedieron a la suya. En su prólogo acepta que “me compelen a que como discípulo suyo, procure observar en las mías su estilo y método”²⁸ e incluso su proyecto original contemplaba una reimpresión de las “Gazetas antiguas”.

La intención de Valdés era hacer un compendio de noticias de la Nueva España, y de acuerdo con la mentalidad de la época, era necesario que tuviera un cuerpo uniforme y bien organizado. De tal forma, las gacetas estaban dispuestas en tomos, con numeración seguida, en lapsos de dos años y se publicaba un *Índice* al concluir el periodo. Al final, los lectores podían encuadernar todos los ejemplares correspondientes a determinado tomo y así obtener un libro. Cada número estaba dividido en secciones: en primer lugar se incluían noticias provenientes de diferentes lugares (Valladolid, Celaya, Guadalajara, Veracruz y México eran las más frecuentes); después venía la sección “Empleos” donde se notificaba de todos los cambios en el aparato burocrático virreinal; y finalmente el apartado de “Encargos” que fungía como una especie de “Aviso Oportuno” y puede considerarse como el antecedente más directo de los anuncios en la prensa actual. Algunas ocasiones, se anexaba un “Suplemento” donde se solía debatir sobre temas de actualidad con participación de algunos de los más destacados intelectuales de la época como José Antonio Alzate y Joaquín Velázquez de León.

²⁷ Cuando Valdés aclara que no es un “historiador erudito” en realidad puede estar haciendo referencia a Juan Ignacio Castorena, quien así lo estableció en sus gacetas, las cuales conocía bien Valdés, como lo muestra más adelante.

²⁸ *Ibid.*

ESTRATEGIAS COMERCIALES DE LA *GAZETA DE MÉXICO*

A continuación, destacaré las estrategias comerciales que permitieron a la *Gazeta de México* ser un proyecto sustentable por casi 30 años y la primera publicación periódica con éxito comercial en la Nueva España. Para ello he realizado un análisis pormenorizado del primer tomo (1784-1785) en busca de aquellos elementos que representaron un ingreso monetario para Valdés y la imprenta de Zúñiga y Ontiveros. Ya he destacado que una característica del periodismo artesanal, propio del antiguo régimen, es que los ingresos emanaban únicamente de las ventas. En el caso de la *Gazeta de México* se cumple con dicha peculiaridad; sin embargo, me parece que hay otras fuentes de ingreso que permiten ubicarla como un eslabón entre el periodismo artesanal y el moderno.

He agrupado las distintas fuentes de ingreso que generaron la gaceta de acuerdo a su incidencia directa; es decir, de la más evidente a la menos notoria. En primer lugar, están las suscripciones, después la sección de “Encargos” y finalmente la publicidad de libros recién salidos de las prensas novohispanas. Los primeros dos rubros representaron la fuente de ingreso más directa e inmediata para Manuel Antonio Valdés. En un segundo plano, pero no por ello menos relevantes, están las ventas generadas por la publicidad de los productos del taller de Zúñiga que solían incluirse con mucha frecuencia en la gaceta. Así, advierto tres elementos que representaron ganancias y que convirtieron a la imprenta de Felipe de Zúñiga y Ontiveros en la primera empresa periodística de México: 1. Suscripciones al periódico y venta de ejemplares; 2. Sección de “Encargos”; 3. Ventas generadas por publicidad en la *Gazeta*.

Evidentemente no se puede considerar a la *Gazeta de México* como una publicación moderna y con características propias de un producto derivado de la industria del periodismo. Sin embargo, es claro que con los elementos destacados, tampoco es posible seguir asignándole el papel de una gaceta novohispana artesanal y efímera. Por su parte, Manuel Antonio Valdés tuvo la capacidad de establecer su gaceta como el primer periódico verdaderamente estable y la visión de convertir la imprenta de Zúñiga y Ontiveros en una em-

presa editorial. Ahora analizaré cada uno de los rubros y ofreceré ejemplos que permitan comprender de mejor forma lo que hizo diferente la publicación de Valdés.

SUSCRIPCIONES A LA *GAZETA* Y VENTA DE EJEMPLARES

La principal fuente de ingreso de la gaceta fue sin duda el sistema de suscripción. Cualquier novohispano de la ciudad de México podía obtener los 24 ejemplares anuales del periódico con sólo pagar 20 reales. En caso de habitar en alguna de las provincias del reino, la publicación llegaría mediante estafeta y el costo se incrementaba a tres pesos (24 reales), aunque “siendo de las provincias internas, cuyos portes son más costosos, con sólo un peso más lograrán el mismo beneficio”.²⁹ Además de la suscripción, la venta individual de cada ejemplar representó otro modo de percibir ingresos. Desafortunadamente no hay información en torno al mecanismo preciso de venta de mano en mano, sólo sabemos que existen variaciones entre ejemplares de los mismos números, lo cual indica que el tiraje no se realizaba en una “pasada” y que probablemente el proceso de venta se efectuaba en el transcurso de varios días, que incluía no sólo los suscriptores, sino también compradores espontáneos. El beneficio que traía para Valdés el sistema de suscripción es evidente. Las menciones a los suscriptores son constantes a lo largo de las publicaciones. Por ejemplo, en el “Prólogo” del primer ejemplar, Valdés dedica estas líneas a sus lectores cautivos:

Siendo muy debido mostrar mi gratitud hacia las personas subscriptas, me ha parecido obsequiarles con este primer pliego; y estando determinado a imprimir una lista de sus nombres, para que ésta salga completa, desde luego prorrogo el término de la suscripción por otros quince días.

De la misma manera, Valdés se dirige a los suscriptores en el último número del primer año, agradeciendo su interés e invitando a renovar la suscripción:

²⁹ *Gazeta de México*, núm. 3, miércoles 11 de febrero de 1784, 24.

Con esta *Gazeta* ha cumplido su autor lo prometido a las personas suscritas a ella, a quienes da las más expresivas gracias por haber coadyuvado a su establecimiento, y dignándose disculpar los defectos que han tenido; y hallándome determinado a continuar a su impresión, abre segunda suscripción a otras 24 *Gazetas* en los mismos términos: esto es, veinte reales para México y tres pesos para fuera. Las personas que gusten seguir, o apuntarse de nuevo, lo podrán hacer en los siguientes ocho días, para que a él que le quede lugar de formar con el mejor orden sus listas.

El mensaje es interesante ya que permite conocer con precisión el mecanismo por el cual se podía suscribir a la gaceta. El precio no varió, 20 reales para los habitantes de la ciudad y 24 para los foráneos. Para suscribirse a la publicación, uno debía asistir a la oficina de la *Gazeta* ubicada en la calle del Espíritu Santo, junto al convento del mismo nombre, pagar los veinte reales y ser inscrito en una lista que estaba en poder de Valdés. En el transcurso del año, el suscriptor pasaba de nuevo a la oficina para recoger su ejemplar mediante una “contraseña”, cuyo mecanismo preciso, desafortunadamente, no se describe.³⁰ Debido al cúmulo de noticias que se llegaba a generar, el número de ejemplares durante el año casi siempre rebasaba los 24. En este caso, se cumplía el compromiso de entregar las gacetas pactadas y se invitaba a nueva suscripción al término del compromiso. Esto quiere decir que, por lo general, los ingresos por suscripción y venta espontánea superaban las expectativas de Valdés.

El 20 de septiembre de 1785 concluyó la segunda suscripción y Valdés anunció un incremento en el precio de la tercera, debido a que también aumentarían las gacetas que recibiría el cliente; además, se resolvería el desfase anual:

Se convida a tercer suscripción para el resto del año y todo el siguiente, cuya noticia se adelanta para los sujetos de fuera, los que con 4 pesos (que exhibirán en esta oficina, o en la estafeta donde se apuntaren) tendrán acción a las 32 *Gazteas* que deben salir en los catorce meses y medio, a la carátula dedicatoria y prólogo que se les dará gratis, y a la *Gazeta* o *Gazetas*

³⁰ Probablemente un talonario de 24 hojitas con la firma de Valdés.

extemporáneas que salieran: bien entendidos en que para que estas se perfeccionen se quedan practicando las más vivas diligencias a que esperamos coadyuven todos en obsequio de la patria, del autor y del público.³¹

Desafortunadamente, la lista de suscriptores no apareció durante los dos primeros años. Este dato me hubiera permitido establecer los ingresos totales de la gaceta durante el primer bienio y realizar un estudio mucho más pormenorizado del grado de éxito económico y empresarial que tuvo Manuel Antonio Valdés con base en el sistema de suscripción.

SECCIÓN DE “ENCARGOS”

Como he mencionado, una de las secciones que se incluían al final de cada número de la *Gazeta de México* era la de “Encargos”. En este espacio, cualquier ciudadano podía incluir un anuncio y obtener los beneficios que traía un medio de comunicación de gran alcance, eficaz y que apenas estaba dando sus primeros pasos en la ciudad de México. En realidad es el antecedente directo de los anuncios que actualmente se incluyen en los periódicos y que son, en buena medida, la fuente principal de ingreso de la industria periodística actual. El aprovechamiento económico de esta sección por parte de Valdés fue una de las razones por las que su gaceta pudo percibir ganancias extras, además de las ventas y las suscripciones. La existencia de esta sección sugiere que la gaceta llegaba a mucha gente, de otro modo no sería rentable ni para Valdés ni para el anunciante. Cabe recordar que el periódico llegaba a todo el reino, por lo que su alcance era muy amplio. El beneficio de los “Encargos” era evidente; por ejemplo, alguien que quisiera vender una casa podía anunciarse en la gaceta y encontrar un comprador más rápido, tanto en la ciudad como al interior del reino. Cuando una persona extraviaba un objeto de valor, como una espada de oro, una mula o un caballo, los “Encargos” se presentaban como una buena opción para intentar recuperar el valor perdido mediante una gratificación. En fin,

³¹ *Gazeta de México*, núm. 47, miércoles 20 de septiembre de 1785, 394.

CUADRO 1. Anuncios de la sección “Encargos” de la *Gazeta de México* 1784-1785

<i>Gazeta núm.</i>	<i>Fecha</i>	<i>“Encargo”</i>
1	14-enero-1784	José de Terán y Quevedo vende esclava negra con dos hijas de cinco y dos años.
1	14-enero-1784	Sobre un anteojo gregoriano de reflexión
2	28-enero-1784	Sobre una mula perdida
3	11-febrero-1784	Venta de un coche sin mulas, “ya servido”
3	11-febrero-1784	Venta de una casa entresolada en el barrio de Belén
4	25-febrero-1784	Perro extraviado
5	10-marzo-1784	Esclavo mulato perdido en corrida de toros
5	10-marzo-1784	Gratificación por zarcillo extraviado
5	10-marzo-1784	Pregón de las fincas por muerte de Juan Domingo Bustamante
5	10-marzo-1784	Venta de un nacimiento
7	7-abril-1784	Arrendamiento de una casa
9	7-abril-1784	Extravío de una Santa Verónica a las madres capuchinas
9	7-abril-1784	Información sobre 16 soldados náufragos
9	7-abril-1784	Traspaso de tienda, tlapalería y estanquillo
10	19-mayo-1784	Venta de las minas de José Borda por su hijo por ser religioso
11	2-junio-1784	Remate de tres caballerías en Iztapalapa
12	16-junio-1784	Aviso de que José María de Jáuregui cambia su residencia
12	16-junio-1784	Noticias de Pedro Casado por sucesión
15	28-julio-1784	Venta de una berlina nueva para seis mulas
16	11-agosto-1784	Anuncio de muerte de soldados para reclamo de herencia
16	11-agosto-1784	Arrendamiento de un Real de Minas en Tetepango
16	11-agosto-1784	Venta de un aderezo de silla brida bordado en plata
17	25-agosto-1784	Entrega “gratis” de un mapa de tierras por pleito del siglo XVI

CUADRO 1. Anuncios de la sección “Encargos” de la *Gazeta de México* 1784-1785 (continuación)

<i>Gazeta núm.</i>	<i>Fecha</i>	<i>“Encargo”</i>
17	25-agosto-1784	Venta de dos perros “habaneros” de presa
18	8-sept-1784	Negación de rumor de quiebra del Conde de la Torre y recompensa por el que inició el malentendido
18	8-sept.-1784	Se busca un manuscrito de Manuel Arias Maldonado
22	3-nov.-1784	Aclaración sobre un dato en la gaceta de junio sobre un cargo de la Mina de Rayas
22	3-nov.-1784	Se busca heredero del mayorazgo de Ondarza y Galarzaga
23	17-nov.1784	Aclaración sobre las propuestas de Pedro Cortada sobre el desagüe de minas
23	17-nov.-1784	Gratificación por pérdida de manuscrito que perteneció a Francisco Ruiz de Armendáriz
24	1-diciembre-1784	Anuncio de quiebra de José Antonio Valdés
24	1-diciembre-1784	Venta y fabricación de toda clase de instrumentos quirúrgicos por “Don Antonio”
26	29-diciembre-1784	Miguel Figueroa Medina ofrece sus servicios como perito de minas
29	25-enero-1785	Sobre cinco láminas de cobre que se están trabajando en Madrid
30	8-febrero-1785	Renta de una máquina de hilar
30	8-febrero-1785	Venta de la planta que cura la hidrofobia
31	22-febrero-1785	Postura para el abasto de carnes en Pachuca
33	22-marzo-1785	Aclaración sobre un error en un ejemplar de la <i>Gazeta</i>
33	22-marzo-1785	José Ignacio Delgado Camargo ofrece servicios de agrimensor en Guanajuato
38	24-mayo-1785	Extravío de una imagen de Ntra Sra. De la Aurora a las madres capuchinas
38	24-mayo-1785	Venta de embarcadero en Xochimilco

CUADRO 1. Anuncios de la sección “Encargos” de la *Gazeta de México* 1784-1785 (continuación)

<i>Gazeta</i> núm.	<i>Fecha</i>	<i>“Encargo”</i>
39	7-junio-1785	Se ofrecen servicios para enseñar gramática, leer o escribir
40	21-junio-1785	Casa de registro veracruzana ofrece en venta varios productos
40	21-junio-1785	José Francisco Rangel anuncia cambio de domicilio y ofrece servicios de relojero
42	12-julio-1785	Anuncio para embarcar géneros a Santander en una fragata que partirá en octubre
44	9-agosto-1785	Venta de una obra de Alzate donde explica la zona arqueológica de Xochicalco
45	23-agosto-1785	Se busca heredero de 633 pesos por fallecimiento de Andrés Payes
46	6-sept.-1785	Anuncio para embarcar géneros a Cádiz
47	20-sept.-1785	La Inquisición pregonó una Hacienda en Cocoyoc
50	8-nov.-1785	En la casa del Tribunal de Minería se vende vajilla de loza fina inglesa y francesa
52	6-diciembre-1785	Se remata ingenio y hacienda en Izúcar
52	6-diciembre-1785	Se remata tienda, tocnería y casa en la Plazuela de San Juan
52	6-diciembre-1785	Se traspasa alquiler de coches

Fuente: Elaborado a partir de la consulta directa de la *Gazeta de México* 1784-1785.

resultaría redundante ofrecer ejemplos de una práctica que hoy en día seguimos ejerciendo con frecuencia.

Por otro lado, cabe preguntarse cómo era la mecánica para que una persona incluyera su anuncio en la *Gazeta de México*. Al respecto, Valdés sabía perfectamente que los “Encargos” representaban una oportunidad inmejorable para expandir las fuentes de ingreso, por ello, estableció una cuota razonable de dos reales para que cualquier persona pudiera acceder a él, no importando la condición eco-

nómica. Así, desde el primer número se hace la invitación al público en general:

Las personas que por medio de la *Gazeta* quieran participar al público alguna cosa que les interese, como ventas de esclavos, casas o haciendas, alhajas perdidas o halladas, y otras de este género, ocurran a la oficina a participarlo por escrito, y sin más costo que un par de reales, siendo succincta la noticia, conseguirán que en la inmediata se publique.³²

La información contenida en los “Encargos”, y en general en toda la gaceta, es muy rica para el estudio de la vida cotidiana en el siglo XVIII. Hay gran variedad de necesidades que se cubrieron a través de los anuncios. Aunque resulta imposible conocer el grado de efectividad que tuvo anunciarse en la *Gazeta*, lo que llama la atención es que ningún anuncio se repite. En un análisis detallado de los dos primeros años, encontré un total de 167 avisos, eran las más comunes las ventas de casas y haciendas. A partir de la suma, sabemos que por la sección de “Encargos” Valdés recibió durante el primer bienio la cantidad de 334 reales (41 pesos). En realidad no es una suma muy elevada, es equiparable a 16 suscripciones de la ciudad de México, pero debo recordar que dicha sección fue sin duda un ingreso extra y no la fuente principal.

En relación con las temáticas incluidas en los “Encargos”, incluyo un cuadro representativo con algunos ejemplos que permiten advertir de mejor forma los usos que le dieron los novohispanos a dicha sección.

VENTAS GENERADAS POR PUBLICIDAD EN LA GAZETA

Una estrategia comercial que no es del todo visible, pero que luego de un breve análisis salta inmediatamente a la vista, tiene que ver con los anuncios que el mismo Manuel Antonio Valdés incluía en sus gacetas. Se trata de avisos que promocionaban la salida de un título producido en el taller de Felipe de Zúñiga y Ontiveros y que

³² “Prólogo”, en *Gazeta de México*, núm. 1, miércoles 14 de enero de 1784.

ya se podía adquirir en la oficina de la *Gazeta*. Esto se podría considerar como un antecedente de las estrategias publicitarias propias de un medio de comunicación masivo. Evidentemente, Valdés tomó ventaja del público lector que tenía acceso a su gaceta y les ofreció de forma directa, y sin competencia alguna, los productos de Zúñiga. En realidad es una estrategia mercantil muy aventajada que seguramente les significó tanto a Valdés como a don Felipe un ingreso extra muy atractivo. En mi opinión, más allá de las ventas de los ejemplares por suscripción y lo generado por la sección de “Encargos”, aquí es donde encontramos la verdadera causa que convirtió a la *Gazeta de México* en una publicación periódica sustentable y que generaba ingresos importantes. La imprenta de Felipe de Zúñiga y Ontiveros tuvo en la gaceta de Valdés su medio “masivo” de publicidad, con exclusividad sobre sus competidores; una estrategia mediática muy adelantada para su momento, sin duda. La maniobra estaba muy bien disimulada ya que, en teoría cualquier persona podía pagar los dos reales y hacer uso de los anuncios, sin embargo, difícilmente Zúñiga pagaría por el servicio.

Por ejemplo, el primer anuncio sobre la venta de un libro se incluye desde el segundo número de la *Gazeta*.³³ Obviamente es de un impreso del taller tipográfico de Zúñiga y Ontiveros y cuyo autor es el mismo Manuel Antonio Valdés: *Santos deseos de una Christiana muerte, ó preparación para ella en un retiro de ocho días, o un dia de cada mes*. Se trata de una segunda edición del mismo título que había salido un año antes, también de la imprenta de Zúñiga, con la diferencia que ahora se podía promocionar en todo el reino en una sola publicación.

Hay un caso que muestra con claridad cuál era la estrategia publicitaria de Valdés impresa en la gaceta. El 9 de agosto de 1785, en la sección de “Encargos” el segundo aviso dice lo siguiente:

El arte nuevo de escribir inventado por Pedro Díaz Morante, e ilustrado por Don Francisco Xavier de Santiago Palomares, se vende en la oficina de esta Gazeta a 6 pesos en pasta y a 5 en pergamino; y las muestras solas encuadradas en pasta a 5 pesos y a 4 en pergamino. Desde que los padres

³³ *Gazeta de México*, núm. 2, miércoles 28 de enero de 1784, 16.

betlemitas adoptaron para su escuela el método que prescribe este libro, se advierte un aprovechamiento general en la juventud que acude a ella; cuyo recomendable ejemplo, y el de uno u otro maestro particular de esta ciudad que ha querido seguirlo, prueban grandemente la seguridad de las reglas de que consta este utilísimo libro.³⁴

El anuncio es muy elocuente en lo que se refiere a las bondades del texto, se asegura que es un libro “utilísimo” y no hay duda que los jóvenes han mejorado visiblemente a partir del surgimiento de la obra de Díaz Morante. Evidentemente estamos ante una práctica publicitaria en un medio de difusión de gran alcance a finales del siglo XVIII. Es muy probable que las ventas del *Arte nuevo de escribir* hayan alcanzado niveles provechosos para la imprenta de Zúñiga y Ontiveros. En total, durante los dos primeros años de vida del periódico de Valdés, se incluyeron 21 menciones de libros impresos por la imprenta de Felipe de Zúñiga y Ontiveros; en promedio una mención por cada dos números, algunos más extensos que otros. La mayoría de ellos están dentro de la sección de “Encargos”, aunque con el paso del tiempo ya no fue necesario. Incluso, en algunas ocasiones los avisos publicitarios de la imprenta de la calle del Espíritu Santo se acomodaban inmediatamente después de dicha sección. Resulta muy complejo saber con certeza cuál fue el grado de éxito de esta estrategia; sin embargo, podemos encontrar un indicador en el eventual uso que también le dio a la gaceta la competencia directa de la imprenta de Felipe de Zúñiga durante esos años: José de Jáuregui. En efecto, es muy probable que la *Gazeta de Valdés* haya dado un impulso considerable a las ventas de Zúñiga y ello obligó a Jáuregui a utilizar también dicha herramienta publicitaria. No es sino hasta el 22 de marzo de 1785, un año tres meses después del primer número, cuando aparece el primer anuncio de la competencia de don Felipe:

En la imprenta del Lic. D. José de Jáuregui, calle de San Bernardo, se ha impreso y vende al precio de cuatro reales un Breve compendio de todo lo

³⁴ *Gazeta de México*, núm. 44, martes 8 de agosto de 1785, 370.

que debe saber y entender para ver, conocer y gozar a Dios, compuesto en lengua otomí y literalmente construido en la castellana. Es su autor el R. P. Fr. Antonio de Guadalupe Ramírez, exguardián del apostólico colegio de Pachuca, quien a este efecto hizo fabricar en Madrid todos los caracteres y ha puesto al principio el alfabeto del referido idioma, enteramente explicado para su mejor inteligencia.³⁵

De acuerdo con el análisis realizado al primer bienio de la *Gazeta de México*, José de Jáuregui sólo pagó dos anuncios promocionando sus productos; el *Breve compendio* que he mencionado y un *Epítome* en otomí, ambas de Antonio de Guadalupe Ramírez. Al parecer, Jáuregui no recurrió demasiado a los servicios ofrecidos por Valdés, aunque no se debe descartar que, en realidad, la persona que pagó los avisos en la gaceta fue el mismo Antonio Guadalupe Ramírez y no Jáuregui. Ciertamente, la inmensa mayoría de los “encargos” que ofrecían libros en venta eran de la imprenta de Zúñiga y Ontiveros, no obstante, también Pedro de la Rosa, impresor poblano, anunció mercancía de su taller. En la *Gazeta* número cuatro del 25 de febrero de 1784 se hace alusión a unas obras impresas por De la Rosa, se trata de unos libros sobre cómo ingresar a las órdenes de caballerías.

Las librerías también tuvieron en las gacetas de Valdés un apoyo para promocionar al público lector las novedades recién desempacadas de Veracruz, aunque nuevamente, la librería de Zúñiga acaparó el número de avisos al respecto:

En la oficina de esta Gazeta y tienda de libros de D. Antonio Espinosa se hallará un cuaderno titulado: Reglamento para prevenir y extinguir en México los incendios de su casa.³⁶ Obra utilísima dedicada a la princesa nuestra señora, cuyo retrato le acompaña grabado por el célebre Selma, en que parece hecho el resto la valentía de su buril.³⁷

³⁵ *Gazeta de México*, núm. 35, miércoles 22 de marzo de 1785, 272.

³⁶ No hay una edición conocida de ese ejemplar, sólo tenemos noticia de un reglamento dispuesto por el virrey Revillagigedo impreso, precisamente, por Zúñiga.

³⁷ *Gazeta de México*, núm. 17, martes 25 de agosto de 1784, 144.

CONSIDERACIONES FINALES

Con base en la información que he aportado, la *Gazeta de México* de Manuel Antonio Valdés debe ser considerada como una transición entre el periodismo artesanal, propio del antiguo régimen, y el periodismo moderno. Se trata de una publicación periódica que supo aprovechar estrategias novedosas para convertirse en el primer periódico autosustentable en la historia de México. Su carácter oficial le permitió tener un acercamiento con el gobierno virreinal, pero también supo atender los intereses de sus lectores y posicionarse como un producto de consumo en la Nueva España. La relación de Manuel Antonio Valdés y Felipe de Zúñiga y Ontiveros es fundamental para comprender el éxito de la empresa editorial de ambos. No debemos perder de vista que se trata de un editor que estaba asociado con un dueño de imprenta y que el beneficio de uno repercutiría en el del otro.

Hasta el momento, la historiografía del periodismo en la Nueva España había dado por sentado que los objetivos de las publicaciones periódicas eran instruir a la población y que su filosofía era más “idealista, que fines comerciales”. Sin embargo, es claro que ningún negocio puede sobrevivir si no se cuenta con una estrategia clara que permita el ingreso de ganancias. En el caso de la *Gazeta* de Valdés era necesario identificar los elementos que le permitieron convertirse en la primera publicación autosustentable. De acuerdo con la presente investigación, es posible advertir por lo menos tres fuentes visibles de ingreso emanadas de la publicación de un periódico con cierto grado de estabilidad: ventas directas, avisos y publicidad de los libros impresos por la oficina tipográfica donde se producía la gaceta.

No obstante, el análisis sólo alcanzó a cubrir los dos primeros años de vida de la publicación; es necesario abarcar por completo los años que se comercializó la *Gazeta de México*. De acuerdo con Adank, bajo la dirección de Valdés, la *Gazeta* estuvo claramente dividida en tres etapas, de las cuales sólo consideré una pequeña porción de la primera. Es necesario establecer que la empresa atravesó por una serie de complicaciones que hicieron necesaria la in-

clusión –desde noviembre de 1805– de Juan López Cancelada como nuevo editor y el eventual desplazamiento de Valdés como dueño de la *Gazeta* en 1810, para dar paso a la *Gazeta del gobierno de México*.³⁸ Sin embargo, esto representa un interés académico que rebasa por mucho los límites de una entrega de este tipo. Mi objetivo principal es llamar la atención de los historiadores sobre el verdadero inicio de la industria periodística en México; en ese sentido, las gacetas de Valdés cuentan con los elementos suficientes para fijar el nacimiento del periodismo actual en la calle del Espíritu Santo en 1784.

ARCHIVOS CONSULTADOS

AGN, Archivo General de la Nación
 AN, Archivo de Notarías
 BN, Biblioteca Nacional, UNAM

Catálogos bibliográficos consultados (OPAC)

Catálogo Colectivo del Patrimonio Colectivo Español (CCPBE)
<http://www.mcu.es/bibliotecas/MC/CCPB/index.html>
 Catálogo Colectivo de Impresos Latinoamericanos (CCILA)
<http://www.ccila.ucr.edu/es/index.html>

Fuentes primarias

Recopilación de leyes de los reynos de las indias. mandadas imprimir y publicar por la Magestad Católica del Rey don Carlos II Nuestro Señor: va dividida en tres tomos con el indice general y al principio de cada tomo el indice especial de los titulos, que contiene, Madrid, por la viuda de d. Joaquín Ibarra, impresora de dicho real y supremo Consejo, 1791.

Gazeta de México, México, Imprenta de Felipe de Zúñiga y Ontiveros, 1784-1785.

³⁸ Patricia Ann Drwall Adank, *Accomodation and innovation...*, pp. 93-101.

Fuentes secundarias

- ADANK, Patricia Ann Drwall, “*Accomodation and innovation: The Gazeta de México, 1784 to 1810*”, tesis doctoral, Universidad Estatal de Arizona, agosto de 1980, 326 pp.
- BERISTAÍN Y SOUZA, José Mariano, *Biblioteca Hispanoamericana Septentrional*, 3 vol., 2a. ed., Facsimilar, México, UNAM, Instituto de Estudios y Documentos Históricos, 1980.
- CARRASCO PUENTE, Rafael, *La prensa en México. Datos históricos*, México, UNAM, 1962, 300 pp.
- CASTAÑEDA, Carmen, coord., *Del autor al lector*, México, Ciesas, Conacyt, Porrúa, 2002, 473 pp.
- CASTAÑEDA, Carmen, Luz Elena GALVÁN y Lucía MARTÍNEZ, coord., *Lecturas y lectores en la historia de México*. México, Ciesas, Universidad Autónoma del Estado de Morelos, 2004, 372 pp.
- CHARTIER, Roger y Carmen ESPEJO, eds., *La aparición del periodismo en Europa. Comunicación y propaganda en el barroco*, Madrid, Marcial Pons Historia, 2012, 281 pp.
- CRUZ SOTO, Rosalba, “Las publicaciones periódicas y la formación de una identidad nacional”, en *Estudios de Historia Moderna y Contemporánea de México*, vol. 20, México, UNAM, Instituto de Investigaciones Históricas, julio-diciembre 2000, 15-40
- FERNÁNDEZ LEDESMA, Enrique, *Historia crítica de la tipografía en la Ciudad de México*, Ed. facsimilar, México, UNAM, Instituto de Investigaciones Bibliográficas, 1991, 181 pp.
- INFELISE, Mario, “Los orígenes de las gacetas. Sistemas y prácticas de información entre los siglos XVI y XVII”, en *Manuscrits: Revista D'història Moderna*, núm. 23, “La informació i la comunicació a l'Època Moderna”, Barcelona, Universidad Autónoma de Barcelona, 2005, 31-44.
- LEÓN, Nicolás, *Bibliografía mexicana del siglo XVIII*, 10 vols., México, Francisco Díaz de León, 1908.
- MEDINA, José Toribio, *La imprenta en México (1539-1821)*, 8 vols., Santiago de Chile, Impreso en la casa del autor, 1913.
_____, *La imprenta en la Puebla de los Ángeles, 1640-1821*, Ed.

- facsimilar, México, UNAM, Instituto de Investigaciones Bibliográficas, 1991, 823 pp.
- SOBERÓN, Arturo, “Felipe de Zúñiga y Ontiveros, un impresor ilustrado de la Nueva España”, en *Tempus, Revista de Historia de la Facultad de Filosofía y Letras*, núm. 1, México, UNAM, Facultad de Filosofía y Letras, otoño de 1993, 51-75 pp.
- SUÁREZ RIVERA, Manuel, “Felipe y Mariano de Zúñiga y Ontiveros: Impresores ilustrados empresarios culturales (1761-1825)”, tesis de licenciatura en Historia, México, UNAM, Facultad de Filosofía y Letras, 2005, 145 pp.
- TORRE REVELLO, José, *El libro, la imprenta y el periodismo en América, durante la dominación española*, Ed. facsimilar, México, UNAM, Instituto de Investigaciones Bibliográficas, 1991, 269 pp.
- TORRES PUGA, Gabriel, “La transformación de la *Gazeta de México 1805-1808*”, en Moisés Guzmán, coord., *Guerra, cultura y política en las independencias hispanoamericanas*, Morelia, Universidad Michoacana de San Nicolás de Hidalgo, p. 4 [en prensa]
- WOULD, Ruth, *El Diario de México, primer cotidiano de Nueva España*, Madrid, Editorial Gredos, 1970, 294 pp.
- ZAHAR VERGARA, Juana, *Historia de las librerías de la ciudad de México: una evocación*. México, UNAM, Centro Universitario de Investigaciones Bibliotecológicas, 1995, 134 pp.

FECHA DE RECEPCIÓN DEL ARTÍCULO: 8 de marzo de 2013

FECHA DE APROBACIÓN: 2 de septiembre de 2013

FECHA DE RECEPCIÓN DE LA VERSIÓN FINAL: 17 de septiembre de 2013