
Revista Iberoamericana, Vol. LXXII, Núm. 214, Enero-Marzo 2006, 93-108

FUNCIÓN DE LA PRENSA EN EL MÉXICO INDEPENDIENTE:
EL CORREO DE LECTORES DE *EL SOL* (1823-1832)

POR

LAURENCE COUDART

Universidad Autónoma del Estado de Morelos (UAEM)

En los años de 1820, la prensa no contaba más que con un siglo de existencia en la Nueva España, siglo que se caracterizó por una débil producción periodística. Es así que entre 1722 –año de la aparición de la primera *Gaceta de México* de la que no se publicaron más que seis números– y 1810, se manifiestan 14 títulos “autorizados” (todos de la capital, salvo uno publicado en el puerto de Veracruz),¹ en tanto que la fugaz prensa insurgente –con tirajes muy reducidos– no logra sumar más que una quincena de títulos entre 1810 y 1821. En 1821, la experiencia periodística mexicana contabiliza apenas una treintena de hojas, por lo general efímeras e inestables, a excepción del *Diario de México* (1805-1817), primer cotidiano del país, la tercera *Gazeta de México* (1784-1809) después convertida en *Gaceta del Gobierno de México* (1810-1821) y la *Gazeta de Literatura* (1788-1795). Es hasta la consumación de la Independencia en 1821 y con el ejercicio de la libertad de imprenta (precaria durante años) que la prensa mexicana conoció su primera verdadera expansión: al menos 38 creaciones de periódicos tan sólo en la capital entre 1823 y 1832 (Castro, 2000), y, por ejemplo, a lo largo de las décadas 1820-1830, podemos citar 28 títulos en el estado de Puebla (Cordero y Torres, 1947; Coudart, 2001a) y 14 en San Luis Potosí (Montejano y Aguiñaga, 1982), y 39 en Guadalajara entre 1820 y 1834 (Del Palacio Montiel, 2001). Agreguemos que tan solo la prensa capitalina cuenta al menos 178 periódicos nuevos entre 1822 y 1855.²

El desarrollo de la prensa entonces es real, de gran aceleramiento desde un punto de vista del número y de su “modernización”, al menos en cuanto a la forma “física” del periódico. Sin embargo, hay que reconocer que la prensa mexicana de los años 1820-1830 no podría ser asimilada exactamente, como se hace de manera frecuente, a los modelos del mundo occidental del mismo período, en cuanto a la experiencia, la práctica, la función

¹ Cabe señalar que, durante el siglo XVIII, de diez títulos publicados (los primeros, entre 1722 y 1742, gacetas oficiales y efímeros), siete vieron la luz entre 1768 y 1795, de ellos cuatro fueron editados por el mismo autor, José Antonio Alzate y Ramírez, promotor de una “ilustración” esencialmente científica y literaria. Sin duda, se podrían agregar a esos títulos reimpresiones eventuales de periódicos españoles. Los inventarios existentes hasta el momento hablan únicamente del efímero *Semanario patriótico*, publicado en Guadalajara en 1809 (Del Palacio Montiel, 2001).

² Dentro del inventario de la prensa mexicana, lejos de estar terminado, las cifras aquí contempladas a manera de ejemplo, se presentan como mínimas.

y al impacto periodísticos.³ La cuestión del “público” es sin lugar a dudas una cuestión fundamental. Este público constantemente invocado por los publicistas de la época y por los historiadores de la prensa, se presenta, sin embargo, como el gran desconocido. Evocado la mayor parte de las veces de manera monolítica, se mantiene, en efecto, inconsistente, impreciso, huidizo. Es, sin embargo, a él y sólo a él que la prensa afirma dirigirse y es en su nombre que declara tomar la palabra. A pesar de esto los historiadores, a fin de cuentas, estudian a los promotores de la prensa únicamente y es según las posturas políticas de los periódicos y de sus querellas que lanzan conclusiones generales y precipitadas en cuanto al papel y el impacto de la prensa, dando por sentada la existencia de una opinión pública nacional al clarear el siglo XIX, y considerando las divergencias partidistas como únicos factores de una larga inestabilidad institucional.

Ahora bien, numerosas interrogaciones permanecen en cuanto a la función de la prensa, cuyas tareas son innumerables y complejas, durante los primeros años del México independiente. Sin embargo, nuestro enfoque no concierne a la historia política –*stricto sensu*– sino a la historia del periódico, uno de los principales –mas no el único– vector de un fenómeno de politización o de “sensibilización” del “público”; corresponde también a la construcción de una nueva nación sobre las bases de la soberanía nacional –que supone un pacto social–, construcción que implica necesariamente la formación de un espacio público nacional y la búsqueda de una “voluntad general”.⁴ En efecto, nuestro interés radica, principalmente, no tanto en las nuevas consignas, los valores o las propuestas políticas, sino en los mecanismos mediáticos que participan en la creación de una comunidad nacional. Es por ello que la presente investigación, basada en el correo de lectores, publicado por el cotidiano capitalino *El Sol* (1823-1832), intenta establecer la naturaleza y la evolución de unas prácticas periodísticas; se propone, por tanto, identificar, definir y diseñar la función de la prensa en sus relaciones con el “público” a lo largo de la primera República federal (1824-1835). Una investigación de esta naturaleza inscrita en el primer período de desarrollo de la prensa –entonces poco arraigada– permitirá interrogarnos sobre los balbuceos de una borrosa y compleja “opinión pública”, la cual está por definirse.

EL SOL, EL “PÚBLICO”

Primero vacilante entre federalismo y centralismo, más tarde partidario de un poder ejecutivo fuerte, representante del “partido del orden” que predicaba la sumisión a las leyes y el respeto a las autoridades, y calificado por los historiadores como “liberal moderado”, *El Sol*, vocero de la logia masónica escocesa, es un periódico de combate

³ A manera de comparación, señalemos que la prensa norteamericana contaría, entre 1690 y 1820, con alrededor de 2,100 periódicos –de los cuales numerosos fueron efímeros (Emery, 1966), la prensa inglesa con más de 2,400 títulos entre 1620 y 1800 (Crane y Kaye, 1927), y la prensa francesa con más de 3,000 entre 1600 y 1799, incluyendo el período de la Revolución francesa (Bellanger *et al.*, 1975; Rétat, 1988; Sgard, 1991).

⁴ Cabe recordar que cuando se publica por primera vez *El Sol*, la “nación mexicana” cuenta apenas con tres años de existencia.

político. Es sobre todo, con su principal rival *El Águila mexicana* (1823-1827) –diario capitalino, vocero de la logia yorkina y partidario de un sistema federal–, uno de los periódicos más citados por los historiadores de este período.⁵ No obstante esta afirmación, *El Sol* es un periódico poco conocido. No existe ninguna monografía en torno a él, y se ignora prácticamente todo acerca de su tiraje, su difusión, su representatividad, como sucede con la mayoría de los periódicos de la época. Ahora bien, la prensa de este período, generalmente considerada como “orientadora de la opinión pública”, sigue siendo una fuente principal para una historia política sobre todo partidaria y polémica, enfocada en la contraposición borrosa “conservadores/liberales”, la cual, a fin de cuentas, no traduce “divergencias estructurales sino fórmulas distintas de defender los intereses de los grupos dominantes que en definitiva las postulaban” (Álvarez y Martínez Riaza 84). Como eco de esta última afirmación, la relación entre la élite y el “público” –con el cual necesariamente se debe contar– resulta aclaradora dentro de un período que no es únicamente sinónimo de divisiones partidistas sino también de construcción nacional.

El uso del correo de lectores, publicado en las secciones “Comunicados” y “Remitidos”, presenta múltiples facetas. *El Águila mexicana*, por ejemplo, publica cartas francamente políticas y partidistas. Como lo señala un historiador de la prensa, “le falta doctrina política propia: en gran parte ésta es reproducida o proviene de remitidos anónimos o firmados con seudónimos e iniciales” (Ruiz Castañeda 135). Por su parte, *El Sol* hace un uso más diversificado de la correspondencia, lo que permite ampliar las preguntas en cuanto a la función del periódico. A fin de identificar las principales evoluciones, hemos escogido proceder por contraste comparando los inicios (los años 1823-1824) y el final (1829-1831) de *El Sol*, sin tomar en cuenta el último año de su existencia (1832) que podría ser sinónimo de decadencia. Por otra parte, descartamos voluntariamente toda relación del correo con la multiplicidad de los acontecimientos políticos (sin negar su importancia y sus incidencias), y eso a fin de “enfriar” nuestro objeto de estudio, o sea “independizar” esta “muestra” para considerarla únicamente como medio de comunicación. Es así que el presente estudio se refiere a 985 números del periódico (31% del total), de los cuales 623 (63%) publican “comunicados” y “remitidos”, con un total de 1,120 cartas; cifras que nos parecen suficientes para revelar tendencias fundamentales.

El número de cartas, sin embargo, por muy importante que sea, no determina –lo evocaremos después– el número de suscriptores, ni el conjunto del público de *El Sol*. Ahora bien, la noción de “público”, ligada en los diarios de manera específica a aquella de “nación”, resulta aquí fundamental. En efecto, dirigida al “público”, la prensa de los años 1820-1830 se presenta invariablemente como una guía “ilustrada” y “patriótica”.⁶ *El Sol* maneja los mismos postulados al invocar en primer lugar al “público” y al afirmar, en segundo lugar, trabajar “por el verdadero bien de la nación” y “contribuir a la ilustración

⁵ El catálogo más reciente en torno a la prensa mexicana de la primera mitad del siglo XIX, y que presenta *El Sol*, concluye de la manera siguiente: “*El Sol* es, en síntesis, fundamental para acercarse a los hechos ocurridos en el México recién independiente” (Castro 419).

⁶ Hemos estudiado estos postulados en el caso de la prensa poblana de los años de 1820, que, al autoproclamarse vanguardia ilustrada o centinela, difunde las nuevas consignas donde dominan las ideas de libertad (del nuevo país, de imprenta), de patria (identidad nacional y bien común) y de ilustración (nuevos valores) (Coudart, “Nacimiento de la prensa poblana...”).

de la nación y a su bienestar, que como lo hemos dicho y lo repetimos, es el único objeto que nos hemos propuesto”.⁷ Estas declaraciones de intención, requieren aclaraciones pertinentes así como una confrontación con distintas realidades: aquellas de “público” y de la “nación”. De hecho, los trabajos concernientes al público y a la práctica de lectura de los periódicos en México son casi inexistentes. La falta de datos (tirajes, suscriptores, prácticas sociales) y de estadísticas confiables explica este hecho y el historiador de la prensa está todavía condenado a perderse en especulaciones. No escapamos nosotros mismos a esta regla, deberemos por tanto, contentarnos con algunas consideraciones y conjeturas que permitan medir el público potencial de la prensa.

La cuestión del analfabetismo dominante, sistemáticamente abordada –de manera fugaz– en los trabajos sobre la prensa, se mantiene como un punto central que conviene debatir, para empezar subrayando que existieron esfuerzos e inquietudes por parte de los diferentes gobiernos de la primera mitad del siglo para desarrollar la educación y la alfabetización, aunque fuerza es decirlo de manera inestable y desigual (Staples), y que, los eventuales efectos –que convendría definir– no se hicieron sentir sino lenta y tardíamente. En este campo, las cifras permanecen imprecisas y no siempre resultan esclarecedoras. Así, por ejemplo, basándose en importantes porcentajes de escolarización de niños en el siglo XVIII y en los años de 1820, François-Xavier Guerra concluyó con una alta tasa –en nuestra opinión abusiva– de alfabetización de la sociedad mexicana, “una sociedad lo suficientemente alfabetizada como para que el escrito se convierta en un arma de la guerra civil” (Guerra 276-79). Otros investigadores proponen cifras que nos parecen más razonables, como que el 10% de los habitantes de la ciudad de México sabía leer y escribir en la primera mitad del siglo XIX (Guiot de la Garza 438), o por otra parte el 38% en la capital y 14% en el resto del territorio (con muy fuertes disparidades regionales) en 1895, año en el que el 17% de la población no hablaba aún el español (Bazant 95-98; Toussaint 68). Como resultado de estas cifras, el potencial de lectores “directos” de la prensa se encuentra entonces fuertemente reducido.

Además, interroguémonos, como lo hace parcial y brevemente Guerra, sobre la relación escolarización-alfabetización-lectura, para agregar que ella no está forzosamente sistematizada en la larga duración. En efecto, la ausencia de práctica provoca frecuentemente la pérdida del conocimiento de la lectura. En segundo lugar, saber leer no implica entregarse necesariamente a la lectura regular y repetida de libros o periódicos, cuyo costo, por otro lado, resultaba muy alto. Finalmente, todo depende del contenido de las lecturas mismas (a menudo el catecismo, en esta época) y de su recepción, de su transformación, de su adaptación. En otras palabras, la alfabetización indica sin lugar a dudas un potencial, pero no permite presuponer una amplia difusión de una cultura nacional o política a través únicamente de los impresos, a pesar de que pueda la prensa alcanzar a las capas más desfavorecidas de la sociedad, donde predomina una cultura oral, gracias a la lectura pública.⁸ En este último caso, nosotros hemos estudiado en parte la lectura oral de los

⁷ Texto, en forma de programa, que celebra la entrada del segundo año de existencia (“Año segundo del Sol”, *El Sol*, 15 de junio de 1824, 1).

⁸ En la década de 1810, José Joaquín Fernández de Lizardi –*El Pensador Mexicano*– testifica esta cultura oral al demostrar una verdadera inquietud por “ilustrar” a la población vía la lectura pública (Ozuna Castañeda).

periódicos en Puebla, donde, un público más amplio del que se pensaba tiene acceso a los periódicos, pero donde a fuerza de constatar una cierta élite –aunque modesta– que jugó un papel intermediario de desciframiento e interpretación de lo escrito, agregando un nivel suplementario a la calidad de la difusión como de la recepción de lo impreso (Coudart, “Difusión y lectura de la prensa...”).

Por lo que se refiere a la población y al espacio –o sea la “nación”–, señalemos, en primer término, que el número total de habitantes es todavía restringido porque no llegaría más que a 5.7 millones en 1803, en tanto que la población urbana (principal clientela de los periódicos) no representaría sino un 8% del total en 1790, y no alcanzaría sino a un 28% en 1900 (*Estadísticas...*, 9, 33). Por otra parte, la mayor densidad de población se concentra en el centro del enorme territorio mexicano, dominado por la ciudad de México, la capital. La procedencia de las cartas de lectores de *El Sol* –de su “público”– confirma estos datos. Es así que las tres cuartas partes (73%) de las cartas de provincia –las que no representan más que el 15% del conjunto total– provienen únicamente de ocho ciudades: Morelia, Querétaro, Guadalajara, Guanajuato, San Luis Potosí, Toluca, Puebla y Veracruz. Nos encontramos frente a conexiones dominantes, tradicionales, que se corresponden con las principales y antiguas rutas del comercio, con las regiones de mayor densidad demográfica y de más antigua implantación de la imprenta, Puebla (1642), Guadalajara (1793) y Veracruz (1794), ciudades con experiencia en el ámbito de la imprenta y pioneras en la producción periodística. Subrayemos que se trata aquí de las principales regiones activas en el proceso de Independencia: un espacio, si no “politizado” en profundidad, al menos actor. Resta señalar que la evolución de la procedencia del correo de *El Sol* indica que no hay un impulso significativo de la provincia y que, a lo largo de su existencia, el diario no logra conquistar o, más bien, “conmover” un espacio distinto y más amplio al mencionado arriba. La representación de la provincia permanece, de hecho, sensiblemente igual entre 1823-1824 (16%) que entre 1829-1831 (14.5%), en relación con las principales ciudades citadas, aunque, esporádicamente aparecen rarísimas cartas provenientes de Chihuahua, Hermosillo o Oaxaca, por ejemplo.

El correo de lectores publicado por *El Sol* tiene así a mostrar una comunicación periodística esencialmente capitalina (y, en parte, de su cercanías), o sea local. Nada extraño si se considera que las vías de comunicación y la infraestructura de distribución del correo (y de los periódicos) manifiesta graves carencias (Cárdenas de la Peña).⁹ Es por ello que los reclamos por la lentitud y el extravío de la correspondencia y de los impresos, que circulan por mensajeros y estafetas, son extremadamente frecuentes en las administraciones de correos. Los lectores provinciales de *El Sol* se quejaban regularmente, en relación a números faltantes o estropeados, atrasos del correo que no llegaban de la

⁹ A lo largo de la primera mitad del siglo, los caminos coloniales sirven todavía de base a los itinerarios del correo y de las diligencias, o sea las rutas transversales de México-Veracruz y México-Acapulco (principales rutas del tráfico), y las longitudinales de México-Puebla-Oaxaca-Guatemala, México-Toluca-Querétaro-Guanajuato-Guadalajara-Durango-Chihuahua, y Querétaro-San Luis Potosí-Zacatecas (Cárdenas de la Peña 136). A pesar de las numerosas leyes y decretos expedidos durante los primeros años de la época independiente, la construcción de nuevos caminos es efectiva sólo a partir de los años 1860, mientras el servicio de diligencias no surge sino hasta los años 1830 (López Rosado 47; Cárdenas de la Peña 131-32).

capital más que una o dos veces a la semana, o peor aún de una administración postal anárquica y abusiva. Agreguemos que, al inicio de su existencia, *El Sol* se consigue, en los estados, en las administraciones de correos, y ya para los años 1829-32, en la dirección de unos “corresponsales”, librerías o no, en Durango, Zacatecas, Querétaro, Morelia y Veracruz; lo que indica, de paso, los principales lugares de interés del periódico, a pesar de que la existencia de estos puntos de venta, no implica forzosamente su éxito. En cuanto a la capital, la ciudad de México, *El Sol* se pone a la venta en la imprenta del periódico en 1824, al que se aumentan otros dos sitios más en 1829, simples cajones de libros.¹⁰ Evoquemos para terminar los gabinetes de lectura, citados frecuentemente por los historiadores, para manifestar que, entre 1820 y 1855, no se localizan más que cinco de estos centros de lectura (también de periódicos) fundados en la ciudad de México, de los cuales cuatro datan de los años 1840 y sólo uno de 1820 que no obtuvo éxito (Guiot de la Garza 496-504). Queda señalar aquí la decisión del gobierno federal, en 1823, de establecer centros de lectura gratuitos en los ayuntamientos de los pueblos. De acuerdo al periódico *El Indicador de la Federación*, para 1833 “todos los estados de la federación contaban con gabinetes de lectura” (Guiot de la Garza 499); lo que nos parece poco probable, ya que de ellos no existe huella de su existencia e ignoramos, en consecuencia, su funcionamiento, su oferta y su eventual éxito frente al “público”.

El conjunto de estas consideraciones muestra así numerosos matices y obstáculos que no van en el sentido de una amplia lectura y de una penetración realmente profunda de los periódicos en la “nación” durante las primeras décadas del siglo XIX. El “público” mexicano de la prensa y la sociedad, no son comparables –en tanto número y calidad– a los de, por ejemplo, Inglaterra, Francia o los Estados Unidos durante la misma época, ya sea por cuestiones de desarrollo económico y social, de cultura y de integración nacional, de analfabetismo, de finanzas (los periódicos resultaban muy caros), o de una circulación y de comunicaciones deficientes, aunque la multiplicación de impresos así como el juego de préstamos o las lecturas colectivas y en voz alta aumentaron sin duda alguna el número de “receptores”. Para terminar, *El Sol* y algunos otros periódicos capitalinos, citados por los historiadores para esclarecer la historia o la cultura “nacionales” no bastarían para lograr este objetivo; en este campo, y sobre todo durante la primera mitad del siglo XIX, el estudio del vasto mundo del impreso y del sistema de información, así como la historia regional siguen siendo indispensables.

La prensa es, en esa época, el producto de una élite dirigida a una élite. Como numerosos periódicos, *El Sol* se dirigió a un público del que solicitó la participación, refiriéndose a personas “ilustradas”. Al respecto decía: “La lista de nuestros suscriptores [...] contiene hoy los nombres de todos aquellos individuos que honran a la nación por sus servicios, su probidad, su ilustración” y añade “los principios sólidos y rectos que nosotros hemos profesado son los de la mayoría ilustrada de la nación cuya aprobación hemos merecido” (“Año segundo del Sol”, *El Sol*, 15 de junio de 1824, 1). Incluso si, en esas

¹⁰ Baste señalar que si las librerías (lugares de oferta, de producción y de suscripción de los periódicos) tienden a multiplicarse en la capital y a diversificar su producción editorial en los años 1830, ellas no se desarrollan verdaderamente sino a partir de 1840 (Suárez de la Torre), y no ejercen un verdadero impacto entre el público sino más tardíamente.

líneas, se aprecia una voluntad de legitimación del periódico y de auto-satisfacerse, podemos decir que se trata más bien de convocar a un público escogido. Un “lector” lanza de esta manera el deseo de que los “buenos ciudadanos” multipliquen las publicaciones y expresa “que los ciudadanos más distinguidos por sus talentos y honradez ilustren la opinión pública con sus producciones y la fijen con su patriotismo” (“Comunicado”, s.l., n.f., *El Sol*, 28 de febrero de 1824, 1035). Una élite, entonces, aunque heterogénea y desunida, y no siempre al tanto de las normas políticas que presiden a la construcción de la ciudadanía. No se puede negar tampoco, más allá de las querellas partidistas el esfuerzo realizado por el periódico para intentar crear una comunidad y un espacio nacionales, aunque restringidos. Dirigirse a un “público” ligándolo directamente “al bien de la nación”, significa, a fin de cuentas, otorgar una existencia al uno y al otro, aunque la realidad sea completamente diferente. En este contexto de ruptura y de definición nacional, multiplicar las cartas de los “lectores” en las columnas de los periódicos es ciertamente un artificio mediático, del que conviene descifrar los mecanismos, el papel, la evolución y los límites.

ARTIFICIOS MEDIÁTICOS

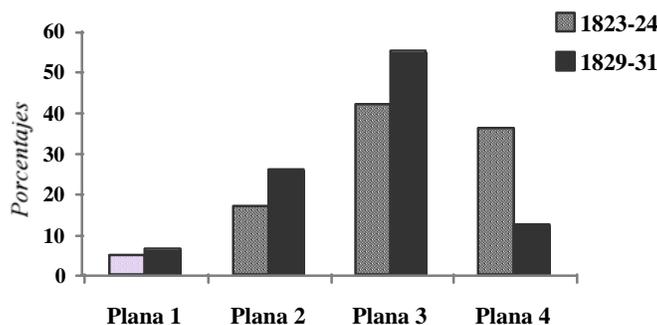
En tanto implica un número de elementos desconocidos, el correo de lectores permanece como una fuente incompleta y parcial. De esta manera no refleja más que a una parte de un “público” forzosamente restringido. De hecho, el correo no representa la totalidad del “lectorado” y solamente refleja la parte del público que escribe al periódico, o sea a unos miembros activos de la sociedad de los que se ignora la representatividad. En fin, la validez de tal *corpus* es mucho más incierta ya que no se sabe nada de la selección de las cartas (el conjunto de la correspondencia recibida no fue necesariamente publicada), de las correcciones o de los arreglos de contenido llevados a cabo por la redacción del periódico, mientras que es casi imposible saber cuáles son las cartas ficticias, inventadas por los redactores del cotidiano, escondidos en ocasiones detrás de un seudónimo. Señalemos, por otra parte, que las dos terceras partes (66%) de las cartas estudiadas aquí son anónimas. De tal suerte que, la imagen del correo de lectores, al no ser palabras sinónimas cartas y lectores, es por fuerza distorsionada, en gran medida artificial e incompleta como fuente para el historiador pero también –y sobre todo en lo que concierne a nuestros propósitos– artificio mediático por excelencia.

En efecto, al abrir sus columnas a los lectores, *El Sol* proclama la importancia del público asegurando que debía jugar un papel, e introduce a la vez la sensación de amplitud y de número. Por otra parte, lo hemos dicho, el periódico recurre a un primer artificio que le otorga una legitimidad, y esto de distintas maneras. En primer lugar, el periódico ofrece aquí una suerte de “servicio” que le permite a la vez definirse como un intermediario –un mediador– indispensable. Permite al “lector” defenderse públicamente, responder a la “calumnia”, “restablecer la verdad” o, aún más, promover una cierta ambición política personal, a escala local o nacional, convirtiéndose *El Sol* entonces en una plataforma individual y un espacio de amparo que representan, en la época, algunas de las funciones más comunes en la prensa. Al practicar eso, los periódicos promueven su papel colectivo y se afirman como voceros, a la vez que se convierten en “verdaderos centros de

sociabilidad y comunicación” (Martínez de las Heras 415).¹¹ Al ofrecer este servicio, que atrae al público, el diario construye una “comunidad”, servicio en el cual encontramos la noción de “utilidad común”, o sea de “bien común”. Además, al amalgamar el interés particular y el general, que se entremezcla con su línea editorial, ofrece la sensación de unidad e incluso hasta de adhesión, de consenso acerca de su discurso y de sus consignas políticas.

La publicación de las cartas de lectores es un elemento que promueve la participación del “público” que el diario suscita con regularidad. *El Sol* agradece así a sus lectores “que nos han honrado con sus comunicados y que han dado con ellos a nuestro periódico un interés que nuestros esfuerzos aislados no hubieran podido lograr” (*El Sol*, 15 de junio de 1824, 1). Es más, no solamente el periódico produce numerosos suplementos enteramente constituidos por las cartas de los lectores, sino que integra también al público en sus columnas regulares (en los dos tercios de sus números), en unas secciones específicas que poseen la misma importancia jerárquica que las otras,¹² con la misma estabilidad y el mismo énfasis. Y eso en un periódico típico de la prensa antigua que cuenta con sólo cuatro planas, de dos y luego tres columnas, y con pocas secciones (entre cinco y seis por número, en promedio), las cuales no siempre tienen una ubicación fija en las planas. La ubicación de las cartas de lectores en el cuerpo físico –la arquitectura– de *El Sol* refleja una evolución que tiende a ofrecer un papel central (en todos los sentidos de la palabra) al “público”, como lo demuestra nuestra gráfica en la que se comparan los años 1823-1824 con los años 1829-1831 (623 números con cartas).

Planas de *El Sol* donde aparecen las cartas



¹¹ Esta cita se hizo a propósito del periódico español *El Universal*, cuyo correo de lectores entre 1820 y 1823 ha sido parcialmente estudiado por Martínez de las Heras, y en ella se nos habla de la universalidad de esta función periodística.

¹² Estas secciones son: “Soberano Congreso” o “Congreso general”, “República Mexicana”, “Noticias extranjeras”, “Noticias nacionales”, “Tranquilidad pública” o “Distrito Federal”, por ejemplo.

Mientras que a lo largo de los primeros años del periódico, las cartas están esencialmente publicadas en las planas 3 y 4, ellas dominan en las planas 3 y 2 al terminar el período, ya sea al centro mismo del discurso periodístico. Una cierta evolución revela un mecanismo que integra “físicamente” y cada vez más los lectores al discurso del periódico, lectores reunidos en el corazón de *El Sol* y formando una suerte de “colectivo”.

De hecho, a lo largo de su existencia, el diario otorga más y más espacio al “público”, en un correo más presente y más numeroso. De tal manera que, si el 48% de los números de *El Sol* publican cartas en 1823-1824, para 1829-1830 representan el 70%. En términos de cifras absolutas y en períodos de doce meses, el periódico publica 265 cartas en 1823-1824 y 548 en 1829-1830, o sea el doble. Sin embargo, la importancia creciente del número de cartas puede deberse a diferentes factores: una ampliación de los lectores, una práctica consolidada y una tendencia más participativa del público, pero también una carencia de fuentes y de materias del periódico, así como la escasez de colaboradores en un cuerpo de redacción siempre reducido (tres o cuatro conocidos), y, por lo tanto, un uso más sistemático por parte de *El Sol* de la sección “Comunicados” como artificio mediático. Queda, de todas maneras, esta sensación general de integración de un público –real o inventado–, de reunión y de colectividad.

Al perpetuar un cierto “foro” en sus columnas, el periódico establece unos valores y una prácticas de convivencia que no solamente introducen la noción de comunidad, sino que dan también una impresión de complicidad, por lo menos a través de un fenómeno de eco. En primer lugar, el eco es evidente en la difusión y la banalización de un vocabulario que conlleva un bagaje conceptual nacional y liberal, y en el uso también por parte de los lectores de términos que se convierten en referentes comunes, como “Ilustración”, “libertad” (del país e individual), “Constitución”, “garantías”, “nación”, “patria” o incluso “ciudadano”. Citemos, por ejemplo, aquel lector que se dirige de manera sistemática a los editores de *El Sol* con la fórmula “Señores ciudadanos”, lector imitado en seguida por otros que se expresan de la misma manera o firman su carta con el seudónimo “Un ciudadano”. Puede decirse entonces, que, aunque el contenido o el significado de un concepto tal pueda ser interpretado de diferentes maneras,¹³ el término deviene al menos –además de ser un “signo de reconocimiento”– de uso corriente, y que se trata de un primer paso, después de todo fundamental, en el largo camino del liberalismo y de la construcción nacional.

Por otra parte, el fenómeno de eco se percibe particularmente en los numerosos seudónimos con los cuales los lectores firman su carta. Estos apodos establecen en sí mismos un diálogo, una dinámica que juega un papel semejante al de un engranaje mecánico. Así, al “preguntón” contesta “El respondón”, al “chismoso”, el “enemigo de los chismosos”, al “quidam” un “Otro quidam”, al “moreliano” un “jalisciense” o un “chihuahuense”, al “mexicano” “Otro mexicano”. Se crea así una comunidad –una parte

¹³ La utilización de estos conceptos amerita sin duda alguna un análisis lexicométrico, o sea un análisis serial de los contenidos o de campos semánticos. En efecto, la lexicometría no se limita solamente al recuento y la enumeración del vocabulario político –estadística lexical tradicional–, sino, sobre todo, a las relaciones que establecen las palabras entre sí, y permite revelar muchos sentidos escondidos o inconscientes. Se trata de recurrir a una lingüística diferente a la de la filología clásica, a saber el uso –relativamente reciente– de la lexicología política que permite revelar las herramientas mentales presentes en los textos.

de esta “nación” idealizada–, en la cual interviene una cierta familiaridad, no exenta de humor (“El tontito”, “El viejo regañón”, “El...no me acuerdo”), que da la impresión –verdadera o falsa– de cuantía (“Uno de tantos”). Los seudónimos que se hacen eco reúnen igualmente a los lectores dentro de un universo “decente”, de verdad, de bondad, de justicia y, por consecuencia, de fiar como lo revelan los numerosos “Amigos”, “Amantes” hasta “Apasionados” del bien público, de la justicia, de la humanidad, de la verdad, del mérito, de la ley, del orden... En fin, los apodos afirman y confirman la legitimidad del periódico –especie de tribuna universal al servicio del público– en su desempeño de vigilante y guía, al que interpelan, además de los “preguntones”, “El que desea saber”, “El curioso”, “El mirón”, “El observador”, “El abre ojo”, “El imparcial”, “El defensor”, “El quejoso”, “El censor” o “El patriota”.

¿Cómo no reconocer en esos seudónimos que se apostrofan, no únicamente una calificación positiva, una autocelebración, sino también una dinámica propia del diálogo? Un fenómeno que no deja de recordar los numerosos “folletos-libelos” de combate y los efímeros “periódicos-diálogos” u hojas sueltas de los años de la lucha independentista, elaborados de forma teatral y con un vocabulario que quiere ser “popular”. Además, esta folletería extremadamente presente todavía en la década de los años 1820, constituye sin lugar a dudas el principal “rival” de la prensa en el espacio informativo o combativo, por ser más “popular” y abundante. Ella cuenta con más de 4,000 títulos entre los años 1821-1827, es decir, 575 publicaciones anuales, en promedio (Giron). No obstante, los lectores de *El Sol* que testimonian la importancia de la folletería en los años 1823-1824, al denunciarla (“papeluchos”, “escritos de rencilla”, “despreciables” y “miserables folletos”), le restan importancia en los años 1829-1830. De hecho, la folletería constituye tan solo un poco más de 1,900 títulos para los años 1828 y 1833 –con un promedio anual de 320–, y alrededor de 2,300 entre 1834 y 1844 –209 al año, en promedio (*Id.*). Se trata aquí de un cambio significativo en el sistema de información impresa en los años 1830.

De todas maneras, la cantidad de quejas o de reacciones contenidas en el correo de *El Sol* (un cuarto de las cartas) en torno a la prensa y al impreso en general, testimonia el desarrollo de ellos. Estas quejas y reacciones permiten también al periódico denunciar, “por otra voz”, a *El Águila Mexicana* o a *El Iris de Jalisco*, dos de sus rivales aborrecidos. Sin embargo, si la denuncia de los “abusos de prensa” y de “la plaga de escritores indecentes” florece en el correo, “manifestar al público” es un acción que se convirtió en necesaria y casi irresistible. Como escribe un lector: “Para recomendarme no tengo otra cosa que hacer presente sino que ahora todo el mundo imprime”.¹⁴ Algunos se quejan de la no inserción de su carta en el periódico, otros de la lentitud de la publicación, otros más de la falta de periódicos o de imprentas en su ciudad, explicando su necesidad de recurrir a los servicios de *El Sol*. Incluso si las cartas otorgan un buen papel a *El Sol*, ellas manifiestan una sensación de urgencia nueva, ligada a la “actualidad” y la “publicidad” que se aceleran en este período, y señalan o subrayan el papel motor del impreso en la reacción del público, impreso que se volvió indispensable.

Un público, del que se ignoran las cualidades: dos tercios de las cartas –ya lo habíamos señalado– son anónimas y el resto no precisan más que excepcionalmente una

¹⁴ “Comunicado”, s.l., firmado “El Capitán Chinchilla”, *El Sol*, 14 de mayo de 1824, 1338.

función o una profesión.¹⁵ Ahora bien, las reglas están claras y *El Sol* las señala en repetidas ocasiones: “Hemos recibido algunos artículos comunicados [...] sin firma ni responsabilidad de persona alguna por ellos. Repetimos que no podemos insertar ninguno sin este preciso requisito”.¹⁶ ¿Por qué, entonces, tantas cartas anónimas y tanta sed de publicidad? Admitamos, en primer término, que los “denunciadores” prefieren permanecer en el anonimato o que una “modestia” domina entre los “ciudadanos”, todavía titubeantes o temerosos de represalias; lo que denota una “cultura política liberal” o una “cultura de debate público” todavía en pañales. Agreguemos que existe aquí una parte de artificio que señala la fabricación de cartas, y, paralelo a ello, una cierta voluntad de poner al público al mismo nivel, privilegiando la utilización de la razón –la argumentación– a la calidad social del lector. En este último caso, el público reunido en el anonimato, todo lo “plural” que sea, no hace más que uno.

Aunque existan en las cartas publicadas por *El Sol* algunas –raras– posturas contradictorias, hasta antagónicas con la línea del diario, nos encontramos todavía en el campo de una cierta “ficción”. El periódico afirma así su función “ilustrada”, imparcial, que ofrece la sensación de un debate real, y modera, a veces, su línea política a fin de ponderar sus eventuales excesos. Es evidente que el correo sirve a los intereses de *El Sol*, ya sea a través de quienes responden al periódico, o se quejan de otras hojas o restablecen la “verdad”, denunciando los abusos de una persona o el mal funcionamiento de la administración, objetivos permanentes y dominantes. Los otros temas abordados en el correo de lectores siguen la evolución del periódico mismo. Al principio, en los años 1823-1824, exponen puntos de vista razonados, variados, científicos, históricos, educativos, de política general, de economía o de finanzas, en un espíritu de ilustración, de información o de debate, a diferencia de 1829-1831 cuando las cartas se vuelven mayoritariamente negativas y polémicas. No son entonces simplemente calumnias personales publicadas por la prensa las que se denuncian, sino que la misma línea política de los periódicos, mientras que las quejas contra el desorden, la criminalidad y la inseguridad, las carencias de la administración, en particular de la justicia y de la salud pública, se incrementan. La denuncia que descarta prácticamente todo debate puramente político, se volvió general, provocando un fenómeno de eco en el público, dispuesto a quejarse, y justificando así los llamados al “orden” del periódico. Se puede entender entonces al *Águila Mexicana* que se burla de *El Sol* que únicamente se ocupa de ver “con telescopio los males y las pequeñas aberraciones de nuestro país”.¹⁷ La lucha partidista parece bien haber ganado el paso sobre los deseos de ilustración y de formación de la “nación”. Un “público”, sin embargo, parece reunido alrededor del periódico de “opinión”...

¿EXISTE LA OPINIÓN PÚBLICA?

“Público” y “opinión”, dos palabras claves en la prensa de inicios del México independiente, no han sido siempre bien interpretadas cuando, unidas en una sola

¹⁵ Entre esas profesiones dominan los empleados de administración, los funcionarios públicos y los militares.

¹⁶ *El Sol*, 16 de julio de 1824, 128.

¹⁷ “Proceso al Sol”, *El Águila Mexicana*, 11 de febrero de 1826, 3-4.

expresión, forman el concepto de “opinión pública”. Tal expresión pertenece a la historia del liberalismo político, pero sus raíces proceden de la historia cultural y política europea de los siglos xvii y xviii, y ha sido un motivo de polémica entre los historiadores, ya que algunos pretenden que la opinión pública existe desde los albores del siglo xix mexicano, y otros que no. Sin entrar en un estudio a profundidad de este concepto, lo que rebasaría el propósito del presente artículo, mencionemos rápidamente algunos puntos fundamentales relativos a la noción de opinión pública con el fin de interrogarnos acerca de la función de la prensa durante los primeros decenios del siglo xix mexicano.

El concepto de opinión pública aparece en efecto durante el siglo xviii en la Europa de la Ilustración; designa la expresión pública, por medio del impreso, de las opiniones privadas de una parte de la población que pretende ejercer el poder político. Esta nueva esfera pública y política que, mediante la crítica y la argumentación, presiona al absolutismo y a lo que más tarde se designará como “Antiguo Régimen”, se autoproclama tribunal supremo al emitir una verdad –una opinión– ilustrada, racional y universal. La opinión pública representa entonces una simple pero importante fracción de la sociedad, la que goza de cierto capital cultural y económico, constituida en “público” (Habermas). Se trata pues de grupos de interés que vienen conformando un juicio común, de grupos activos. Con las revoluciones de finales del siglo xviii y las revoluciones liberales y nacionales del xix, que dan el poder a una nueva élite social, la opinión pública tiende a agrupar a la mayoría de la población que forma la nación, población guiada por la prensa y la diputación política, promotores de los ideales liberales y posteriormente democráticos. Sin embargo, “la masa del cuerpo social” o el “pueblo” que se descubre entonces –con base en el principio de la “voluntad general” (Martín-Barbero, 2001: 14-34)– no representa aquí un papel activo sino pasivo, puesto que los principios fundamentales y sagrados del “Nuevo Régimen” ya han sido fijados (Price). Se refiere en este sentido a la manera en que las opiniones particulares (en plural) de unas élites sociales se convierten paulatinamente, no sin rupturas políticas y sociales, en la opinión (en singular) del “pueblo”, en una especie de “unanimidad imaginada”.

En 1824, tres años después de la consumación de la Independencia, un lector de *El Sol* quien firma su carta “*El amigo del orden*”, evoca en estos términos, refiriéndose a la Revolución Francesa, la dificultad para formar una opinión pública en México:

¿Si en Francia, que en aquella época tenía una constelación tan brillante de oradores, de políticos y de hombres grandes, que estaban en correspondencia con las provincias de la nación, que tenían caminos expeditos, espías hábiles, imprentas por todas partes, telégrafos para comunicarse las noticias, y una actividad que en cien años no se conocerá entre nosotros; si en Francia, digo, no se pudo fijar la opinión pública sobre el curso de la revolución, ni uniformarla siquiera sobre la sencilla cuestión de la división en dos cámaras del poder legislativo, cuan difícil será averiguarla entre nosotros, que estamos destituidos de todos estos medios de llegar al conocimiento de la verdad (“Comunicado”, s.l.n.f., *El Sol*, 28 de febrero de 1824, 1034-35).

El autor de esta carta contempla con lucidez varios factores, pero confunde, al evocar la opinión pública, los valores fundamentales del nuevo régimen (los que conforman las bases del liberalismo) y la difícil traducción de estos principios en las instituciones

políticas. No obstante, habla del “conocimiento de la verdad”, en singular; o sea que considera una opinión una y única, uniforme y unívoca, la cual debe contribuir a la construcción del país. Ahora bien, invocar una verdad única, o sea una “revelación universal”, compartida por todos, parece extremadamente prematuro en la joven nación mexicana. En estos inicios del siglo, en efecto, son numerosas las tareas que alcanzan la categoría de reto. No sólo se trata de una ruptura y de la transición de un antiguo régimen a un nuevo régimen, sino también de la creación de una nueva nación que implica la formación de un Estado nacional, de un espacio nacional cuyas fronteras son aún imprecisas, y de una cultura e identidad comunes en una sociedad sumamente heterogénea. La constitución de una opinión pública “nacional”, uniforme y ampliamente compartida –sobre bases liberales (soberanía nacional, voluntad general y contrato social entre otros)– sigue siendo una de los componentes de tales ambiciones; un proceso que sólo puede realizarse lentamente. Los editores de *El Sol* están conscientes de ello cuando declaran: “en un sistema nuevo no puede caminarse con la certeza y uniformidad con que se procede en un orden de cosas consolidadas por el tiempo” (*El Sol*, 15 de junio de 1824, 1).

Para *El Sol*, como para la mayor parte de la prensa de la época, la opinión pública no es la de la masa del pueblo sino la de ese “público ilustrado”, “talentoso” o “distinguido”, tantas veces invocado y convocado en las columnas del periódico, que debe obrar para el bien común. El diario precisa:

La voz de la opinión tomada ésta no por las oleadas tumultuarias de un pueblo caprichoso y que ciego se deja precipitar al impulso de los demagogos, sino estimada ésta por el juicio sano y rectificado, es la que forma una base firme y segura, donde descansan los gobiernos populares y se defienden contra los huracanes revolucionarios. (*El Sol*, 19 de mayo de 1830, 1292)

La opinión pública es precisamente la de una élite constituida en un “público” y cuyos debates en distintos espacios de sociabilidad (entre ellos la prensa) permiten dirigir las opiniones privadas hacia una verdad común. Aquí nos encontramos en el corazón de la definición de una opinión pública comparable a la de la Ilustración “a la francesa” según los términos de Habermas. En los albores de la Independencia y en un período de génesis de la prensa moderna, los periódicos se inscriben en un proceso de politización que se inicia con la integración de una parte reducida de la población en un proyecto común o nacional. Ello se realiza por medio de una “toma de palabra” colectiva impresa –sea ésta artificial o no– de unos cuantos “ilustrados” o en vías de ilustración, o sea del “público” al cual se dirige *El Sol*, siempre deseoso de asociarlo al “bien común” de la “nación”. Más allá de las luchas partidarias, la función del diario abarca la constitución de un espacio público de comunicación periódica –el de una prensa en pleno desarrollo– donde se forman unos grupos reducidos de opinión o de cultura común: el “público”. De tal modo que la prensa tiene un papel primordial, al reunir y uniformizar la diversidad de las opiniones privadas (en plural), para conformar o ampliar un público ilustrado (en singular), aunque sea por la vía de unos artificios mediáticos que nos hablan de una etapa formativa, aún distante de su consolidación.

En 1831, José María Luis Mora –colaborador efímero de *El Sol* en julio de 1829– propone su definición de la opinión pública, a través de un juego de preguntas y respuestas:

P. Qué cosa es opinión pública?

R. La opinión pública no es otra cosa que la convicción universal de una verdad debida a su examen y discusión. Cuando en un pueblo se ha debatido por mucho tiempo una doctrina, y en el debate lejos de perder ha ganado terreno en la convicción de los hombres hasta llegar a persuadir a la mayoría, entonces está formada la opinión pública sobre ella.

P. Pues qué no es bastante para la opinión pública la convicción universal?

R. No, porque esta puede ser muy compatible con el error, si no ha precedido un examen prolijo y una discusión calmada. Todos los días vemos que los pueblos lo mismo que los hombres se arrepienten de sus errores y los corrigen, y estos dependen de que no tenían formada sobre ellos una verdadera opinión. (Mora 12)

Después de estas consideraciones, Mora se interroga acerca de lo que es la “voluntad general” y la define como el deseo de proporcionarse un bien que ha manifestado ser tal la “verdadera opinión pública”, siendo ésta todo salvo lo que “descansa en voces populares, o se dirige contra personas o clases determinadas”. Finalmente Mora concluye que uno de los órganos de la voluntad general es “el voto de los representantes del pueblo”, órgano “común, pacífico y ordinario” (Mora 12-13). Así Mora nos habla de una opinión pública ilustrada y en formación que todavía no alcanza a la “mayoría” y también del sistema de representatividad del pueblo: los diputados que gocen –precisa nuestro político– de una “instrucción” suficiente. Estamos aquí en el proyecto político liberal y “democrático” del siglo XIX, en el cual los representantes del pueblo, integrados por las élites sociales, se encargan de emitir una “revelación universal del interés general y el bien común” (Bourdieu y Champagne, 1989: 204).

A la pregunta relativa a la existencia, o no, de una opinión pública en el México de los años 1820-30, contestaremos afirmativamente si consideramos su definición más antigua (la del siglo XVIII), aunque muy lejos de alcanzar su consolidación, y negativamente si consideramos su significación contemporánea (la de los siglos XIX y sobre todo XX). Nos parece entonces importante debatir acerca de la realidad de la nación que apenas constituye su opinión pública, tan íntimamente relacionada con el principio de voluntad general y de democracia cuando triunfa el liberalismo. De hecho, como lo hemos señalado, México, a principios del siglo XIX, tiene que construir al mismo tiempo: un espacio, un Estado, una nación, una identidad y una cultura común, pero también tiene que formar a un “público ilustrado” suficientemente amplio y unificado para “guiar al pueblo”. La nación, tantas veces invocada en una prensa obsesivamente preocupada por la conformación de un “público” y que no se detiene mucho en considerar la heterogeneidad cultural y social del país, no alcanza a tener una existencia real. Se podría así hablar de una nación inventada, imaginada: patrón universal a fin de cuentas. Empero preguntémosnos, para acabar con una hipótesis, ¿en qué medida los antagonismos partidistas (pasionales), surgidos de inmediato, introducen una confusión –al difundir en la prensa una cultura política de enfrentamientos– e interrumpen la formación de una opinión pública y de una cultura política arraigadas en la Ilustración (la razón y el liberalismo), y difundidas en el conjunto de la población? Si se habla tan frecuentemente en los trabajos históricos de la difícil formación del Estado

a lo largo de la primera mitad del siglo XIX, se omite con demasiada frecuencia señalar la de la nación como un conjunto.

BIBLIOGRAFÍA

- Álvarez, Jesús Timoteo y Ascención Martínez Riaza. *Historia de la prensa hispanoamericana*. Madrid: Editorial MAPFRE, 1992.
- Bellanger, Claude, et al. *Histoire de la presse française*. París: P.U.F., 1975.
- Bazant, Mílada. *Historia de la educación durante el porfiriato*. México: El Colegio de México, 1993.
- Bourdieu, Pierre y Patrick Champagne. "L'Opinion publique". *50 idées qui ébranlèrent le monde*. Youri Afanassiev y Marc Ferro (dir.). París: Payot/Progress, 1989. 204-06.
- Cárdenas de la Peña, Enrique. *El Correo, Historia de las Comunicaciones y los transportes en México*. México: Secretaría de Comunicaciones y Transportes, 1987.
- Castro, Miguel Ángel y Guadalupe Curiel (coords.). *Publicaciones periódicas mexicanas del siglo XIX: 1822-1855*. México: IIB-UNAM, 2000.
- Cordero y Torres, Enrique. *Historia del periodismo en Puebla (1820-1946)*. Puebla: Bohemia Poblana, 1947.
- Coudart, Laurence. "Nacimiento de la prensa poblana. Una cultura periodística en los albores de la Independencia (1820-1828)". *Tipos y caracteres: la prensa mexicana (1822-1855)*. Miguel Ángel Castro, coord. México: IIB-UNAM, 2001a. 119-35.
- _____. "Difusión y lectura de la prensa: el ejemplo poblano (1820-1850)". *Empresa y cultura en tinta y papel*. Laura Suárez de la Torre, coord. México: IIB/Instituto Mora, 2001b. 343-55.
- Crane, Ronald Salmon y Frederick Benjamin Kaye. *A Census of British Newspapers and Periodicals, 1620-1800. Studies in Philology XXIV/1*. Chapel Hill, University of North Carolina Press, 1927.
- Del Palacio Montiel, Celia. *La disputa por las conciencias. Los inicios de la prensa en Guadalajara*. Guadalajara: Universidad de Guadalajara, 2001.
- Emery, Edwin. *El periodismo en los Estados Unidos*. México: Editorial F. Trillas, 1966. *Estadísticas Históricas de México*. México: INEGI, T.I. 1986.
- Giron, Nicole (coord.). *Folletería mexicana del siglo XIX*. (CD-ROM). México: SEP/CONACYT/Instituto Mora, 2001.
- Guerra, François-Xavier. *Modernidad e independencias. Ensayos sobre las revoluciones hispánicas*. México: MAPFRE/FCE, 1993.
- Guiot de la Garza, Lilia. "El competido mundo de la lectura: librerías y gabinetes de lectura en la ciudad de México, 1821-1855". Laura suarez de La Torre, coord. *Constructores de un cambio cultural: impresores-editores y libreros en la ciudad de México, 1830-1855*. México: Instituto Mora, 2003. 437-510.
- Habermas, Jürgen. *Historia y crítica de la opinión pública. La transformación estructural de la vida pública*. [1962]. Barcelona: Editorial Gustavo Gili (1ª. ed. en alemán: 1962), 1981.
- López Rosado, Diego G. *Historia y pensamiento económico de México*. México: UNAM, T.III ("Comunicaciones y transportes"), 1968.

- Martín-Barbero, Jesús. *De los medios a las mediaciones. Comunicación, cultura y hegemonía*. [1987]. México/Barcelona: Ediciones Gustavo Gili, 2001.
- Martínez de las Haras, Agustín. "La práctica periodística a través de *El Universal* (1820-1823)". *La Revolución liberal*. Alberto Gil Novales, ed. Madrid: Ediciones del Orto, 2001. 401-18.
- Montejano y Aguiñaga, Rafael. *Nueva Hemerografía Potosina, 1828-1978*. México: UNAM, 1982.
- Mora, José María Luis. *Catecismo político de la Federación mexicana*. México: H. Congreso de la Unión, Comité de Asuntos Editoriales (1ª. ed.: *Catecismo político*, México, Imprenta de Galván, 1831), 1991.
- Ozuna Castañeda, Mariana y María Esther Guzmán Gutiérrez. "Para que todos lean: *La Sociedad Pública de Lectura de El Pensador Mexicano*". *Empresa y cultura en tinta y papel*. Laura Suárez de la Torre, coord. México: IIB/Instituto Mora, 2001. 273-84.
- Price, Vincent. *La opinión pública. Esfera pública y comunicación*. México: Paidós, 1994.
- Rétat, Pierre. *Les Journaux de 1789. Bibliographie critique*. París: Ed. du C.N.R.S., 1988.
- Ruiz Castañeda, María del Carmen. "La prensa durante el Primer Imperio y la República Federal (1821-1835)". *El periodismo en México, 500 años de Historia*. Luis Reed Torres y María del Carmen Ruiz Castañeda, eds. México: Edamex, 1998. 127-50.
- Sgard, Jean (dir.). *Dictionnaire des journaux, 1600-1789*. París: Universitas, 1991.
- Staples, Anne. "Panorama educativo al comienzo de la vida independiente". *Ensayos sobre historia de la educación en México*. Josefina Zoraida Vázquez et al. México: El Colegio de México, 1985. 101-44.
- Suárez de la Torre, Laura (coord.). *Constructores de un cambio cultural: impresores-editores y libreros en la ciudad de México, 1830-1855*. México: Instituto Mora, 2003.
- Toussaint Alcaraz, Florence. *Escenario de la prensa en el Porfiriato*. México: Universidad de Colima/Fundación Manuel Buendía, 1989.

PERIÓDICOS CITADOS

El Sol
El Águila Mexicana