

Los años 1971- 73 a través de la mirada de novedades de Chiapas.

Arévalo Zavaleta, Fernando Rey.

Cita:

Arévalo Zavaleta, Fernando Rey (2011). *Los años 1971- 73 a través de la mirada de novedades de Chiapas. XIII Jornadas Interescuelas/Departamentos de Historia. Departamento de Historia de la Facultad de Humanidades, Universidad Nacional de Catamarca, Catamarca.*

Dirección estable: <https://www.aacademica.org/000-071/453>

Mesa 72

Mesa temática abierta: *Historia / Periodismo / Comunicación.*
¿Interdisciplina? Problemáticas en discusión.

Coordinadores:

Dr. Díaz, César Luís (Universidad Nacional de La Plata)

Dr. Ortiz Marín, Ángel Manuel (Universidad Autónoma de Baja California. México)

**XIII Jornadas
Interescuelas
Departamentos de
Historia**

Los años 1971-73 a través de la mirada de NOVEDADES DE CHIAPAS.

Arévalo Zavaleta, Fernando Rey
*Universidad Autónoma de Chiapas (México)/ arevalof@unach.mx**

Para la década de los años de 1970 era creciente la centralidad de los medios masivos de comunicación (MMC), no solo los electrónicos sino incluso de la prensa gráfica, que no fue desplazada por aquellos como creyeron algunos. Los periódicos jugaban un papel preponderante en el escenario político mundial, regional y local. Su actividad iba más allá de la mera labor informativa y orientadora, hasta lindar en el activismo en gran parte de los casos. Se dejó ver entonces al periódico como *actor político*¹ en pleno, y no solo como intermediario -es decir, como medio, típico del modelo norteamericano de mercado de la información. Además el discurso periodístico era marcadamente ideológico.

Esta ponencia presenta la mirada de un periódico local, *Novedades de Chiapas* (NCh), en un momento (los años 1971, 1972 y 1973)² y desde un lugar determinado (Tuxtla Gutiérrez), por medio de la lectura de los encabezados (titulares) –incluyendo *balazos*³ y *sumarios*⁴, de portada (1ª plana) de las ediciones disponibles de los años del periodo con foco en aquellos textos referidos a informaciones noticiosas y opiniones acerca de

* Profesor-investigador de la Universidad Autónoma de Chiapas. Correo de contacto: arevalof@unach.mx

¹ Vid **Borrat** (1989)

² En trabajos anteriores se presentaron los años de 1968 a 1970. Durante el IV Encuentro Internacional de Historia de la Prensa en Iberoamérica, 1792-1970 se presentó la ponencia “Novedades de Chiapas. La nueva dimensión periodística. Etapa fundacional, 1968”. San Cristóbal de Las Casas, Chiapas, abril de 2007. En el VI Encuentro de Historiadores de la Prensa y el Periodismo en Iberoamérica se presentó la ponencia “Los años 1969-1970 a través de la mirada de NOVEDADES DE CHIAPAS. La Nueva Dimensión Periodística”. San José, Costa Rica, febrero de 2010.

³ En tipografía periodística, se denomina *balazo* al antetítulo, palabra u oración localizada previa al encabezado titular como tal, que se identifica de éste por un puntaje (tamaño) menor. El tamaño de los tipos se mide por puntos. La función del balazo es la de complementar la frase del encabezado titular. **Vivaldi** lo denomina *sobretítulo*, Cfr. Opus cit.

⁴ Los *sumarios* son encabezados secundarios, ubicados debajo del titular, consistente en frases u oraciones, cuya función es complementar la frase del encabezado titular -similar a la del balazo, o aportar otras ideas relativas a la principal.

sucesos y acontecimientos sociales y políticos, en alcance a localizar las formas simbólicas subyacentes de carácter político-ideológico.

En el periodo de referencia, los MMC, incluyendo a la prensa por supuesto, a la vez que dieron parte de sucesos y acontecimientos de interés público –y silenciaron otros, modificaron las formas de ver y entender al mundo en virtud de la difusión de *formas simbólicas*⁵, en gran medida identificadas con ideologías determinadas, útiles por lo general “...para establecer y sostener relaciones de dominación”⁶. Esto es, que si bien las formas simbólicas de carácter ideológico usualmente se distribuyen a través de medios propagandísticos *ad hoc*, aquellas difundidas por los MMC entregan mensajes discursivamente elaborados con contenidos significativos –en veces insospechados, que circulan libremente en el mundo social y conllevan alguna significación para los receptores, independientemente del contexto, más no al margen de éste. Esta interpretación va mucho más allá de la perspectiva de la *influencia directa - recepción pasiva- internalismo*, pues es de vital importancia tomar en cuenta tanto el contexto como los marcos de interacción social, toda vez que los MMC modifican ineluctablemente los tipos de interacción tradicionales, los cuales se extienden en la época moderna espacial y temporalmente.

De manera que al interseccionarse con las relaciones de poder, los MMC juegan otro papel, más complejo que el de meros canales de difusión informativa, y es el de constituirse en mecanismos de reproducción de formas simbólicas, de las que harán partícipes a quienes las recepcionen, en virtud del grado de fijación del medio como de su disponibilidad espacio-temporal. En este sentido, destaca el periódico al ser un medio técnico con alto grado de fijación y disponibilidad espacio-temporal.

Al respecto, **Thompson** (1993) advierte que “como todas las formas simbólicas, estos productos no son ideológicos en sí; más bien, lo son en la medida en que sirven, en circunstancias sociohistóricas particulares, para establecer y sostener las relaciones de dominación”. Los productos -mediáticos, cabe precisar, aluden aquí a los mensajes – mediáticos.

El mundo en 1971-1973

⁵ “Las formas simbólicas son construcciones significativas que requieren una interpretación; son acciones, expresiones y textos que se pueden comprender en tanto que construcciones significativas”. **Thompson** (1993) p. 301

⁶ **Thompson**, Op. Cit. p. 291

Para comprender lo local, es paso obligado conocer la situación global durante el periodo en estudio. Se vivieron entre 1971-73 cambios en el mundo en diversos órdenes. En la historia reciente la década de los años de 1970 es recordada como parteaguas a nivel global, incluyendo a los países periféricos, como los latinoamericanos, particularmente México.

En lo social y político se registraron diversos movimientos, tanto revolucionarios como anarquistas y reaccionarios en diversas regiones del planeta que marcaron a las generaciones a las que les tocó vivir tales experiencias inéditas. Las ideologías se mediatizaron a través de los medios masivos como nunca antes pues ahora la recepción adquiría niveles globales. En lo cultural paradójicamente surgieron con mayor brío los movimientos contraculturales que se manifestaron en las artes, en la música, en la dramaturgia, etc., las cuales se popularizaron a través de la radio, televisión y el cine, e influyeron así a las cohortes generacionales en formación, que adoptaron estilos que trascendían fronteras culturales y dejaban ver la brecha generacional, pero sobre todo inconformidad con el *statu quo*, lo que les implicó en un activismo político que en ocasiones lindó con lo proscrito, y en otras les inmovilizó.

Los sucesos registrados en el mundo durante el periodo 1971-1973, de los cuales dieron cuenta los medios masivos de comunicación a nivel global fueron múltiples y diversos, como solía ocurrir de antaño, pero ahora los llevaron a lugares insospechados al hacerlos parte de la experiencia de los sujetos, quienes tomaron parte de la *cuasi-interacción mediática*⁷. Movimientos independentistas, nacionalistas, separatistas, golpes de estado, resurgimiento de dictaduras, guerrillas subversivas, atentados terroristas, guerras fratricidas, intervencionismos imperialistas, magnicidios, fueron informados a la par de desastres naturales -terremotos principalmente, accidentes, ferroviarios y aéreos.

A las informaciones difundidas a nivel global de corte social, político o meramente trascendentes por su interés general, se le sumó asimismo la difusión de aspectos de la vida cotidiana, la ciencia y la tecnología, la literatura, filosofía, la música, la cinematografía, las artes plásticas, los deportes, los cuales siendo temas y secciones comunes de los informativos radiofónicos, televisivos, cinematográficos y de prensa, que en para el periodo de estudio (1971-1973) tuvieron mayor visibilidad –dado su

⁷ Tipo específico de interacción social a través del tiempo y del espacio, por el cual los MMC extienden la disponibilidad de las formas simbólicas, las cuales han sido apartadas de sus contextos de producción. Cfr. **Thompson** Op. Cit. p. 251

carácter público, y en consecuencia amplia divulgación entre los receptores, que favoreció la impresión de huellas en la *memoria colectiva*⁸.

En este escenario de crisis recurrentes y creciente complejidad, México no fue la excepción. Con la cercana experiencia de la represión estudiantil de octubre de 1968 se había consolidado el status quo y detenido la politización de la juventud e intelectualidad universitaria como de la clase trabajadora. Eran los tiempos del gobierno encabezado por **Luís Echeverría Álvarez**, quien en su calidad de secretario de gobernación (del interior) durante el periodo precedente, presidido por **Gustavo Díaz Ordaz**, había ordenado el *operativo Tlaltelolco*. Eran los tiempos del gobierno cuyo lema -*Arriba y adelante*, parecían aludir al desarrollo y progreso de la Nación, pero bajo el signo del orden y la fuerza. Estaba por ocurrir el *Jueves de Corpus*, el 10 de junio de 1971.

Echeverría Álvarez, abanderado del Partido Revolucionario Institucional (PRI) había ganado las elecciones del 5 de julio de 1970 y tomó posesión el 1º de diciembre de dicho año. Su gobierno se caracteriza por haber incurrido en una serie de contradicciones, tanto en política interior como exterior. Al interior, por ejemplo, dio fin a la política económica del *desarrollo estabilizador* que se aplicaba desde fines de la década de 1950, iniciado por el presidente **Adolfo López Mateos** y continuado por **Gustavo Díaz Ordaz**, que se caracterizó por “crecimiento económico sostenido, una inflación reducida además de una estabilidad cambiaria...se congelan los salarios”⁹, modelo sustituido por el de *desarrollo compartido*, que buscaba “1) mejor distribución del ingreso, 2) aumento sustancial del empleo, 3) reducción del desequilibrio del comercio exterior, para fortalecer la independencia económica, 4) mejor aprovechamiento de los recursos naturales, 5) mejoramiento de las condiciones de vida de los sectores populares; 6) fortalecimiento del Estado para convertirlo en rector del sistema de *economía mixta*, y 7) política *tercermundista*.”¹⁰. En los hechos, esta política se tradujo en “elevación rápida y desordenada de los precios y tendencia al desempleo, a la no inversión y a la escasez de circulante”¹¹. La inversión privada cayó y la inversión pública se multiplicó. Para ello, las empresas paraestatales se multiplicaron: a PEMEX,

⁸ La memoria colectiva -conceptualizada por **Halbwachs** (1968), es estructurada por las memorias individuales, que a su vez son insertadas en la memoria colectiva, la cual estructura sendas memorias individuales, en un proceso dialéctico. Cfr. **Halbwachs, Maurice** (1968). *La mémoire collective*. Ed. PUF. París, citado por **Pollak, Michael** (2006) *Memoria, olvido y silencio. La producción social de identidades frente a situaciones límite*. Ed. Al Margen. La Plata. Pp. 118

⁹ **Mendez y Ballesteros** (1983) p.99

¹⁰ *Ibidem* Pp.100-101

¹¹ Vid **Jiménez** (1987), Pp. 2385-2390

CFE y FERRONALES se sumaron FERTIMEX, DINA, TABAMEX, CORDEMEX, ACEMEX, Algodonera Mexicana, entre cientos más de los más diversos ramos y giros. Asimismo creó el INFONAVIT. La prensa crítica calificó este periodo como *populista*, y a la situación económica como de *atonía económica*. A nivel exterior, LEA propuso en 1972, en Santiago de Chile, una *Carta de los Derechos y Deberes Económicos de los Estados* que fue aprobada por la asamblea general de la ONU en diciembre de 1974; fundó el *Sistema Económico Latinoamericano*; fundó el *Centro de Estudios Económicos y Sociales del Tercer Mundo*; propuso ante la OEA la suspensión de sanciones a Cuba, manifestó su solidaridad con el pueblo panameño en favor de la soberanía de la Zona del Canal, rompió relaciones con España, establece relaciones diplomáticas con China Popular (14 de febrero de 1972); expulsó a diplomáticos soviéticos. Sus contradicciones lo llevaron a la UNAM -sin guaruras, a dar un discurso nacionalista durante la inauguración de cursos de 1975: a la salida recibió una pedrada. La contradicción mayor se observa en el hecho de que acogió a miles de exiliados latinoamericanos, mientras ordenaba la represión de manifestaciones estudiantiles pacíficas; encarcelaba, exiliaba o asesinaba líderes, y ordenaba la desarticulación de grupos subversivos.

En este periodo la televisión atrae al público masivo que es distraído con la programación de *Telesistema Mexicano*¹² la cual cuenta con programas de variedades, como *Siempre en Domingo*, informativos -del cual *24 Horas* es ilustrativo, de entretenimiento -como el naciente *Chavo del 8* y *Chespirito*, y por supuesto las telenovelas, funciones sabatinas de box y partidos dominicales de futbol. La televisión pública basaba su barra programática en programas culturales, por lo cual su audiencia era menor frente a la televisión privada. A nivel metropolitano, destacaba el periódico *Excélsior*, y *La Prensa* de carácter popular, así como *Alarma*. También se editaban *El Sol de México*, *El Heraldo de México*, *El Universal*, *El Día*, *Novedades*, entre otros¹³.

En el sexenio echeverrista tuvieron lugar acciones encubiertas contra la prensa. El primero de ellos es el siguiente: el 28 de marzo de 1972, el gobierno mexicano inició la estatización de la *Cadena García Valseca*, editora de 37 periódicos en distintas ciudades del país -cuyo estandarte editorial era *El Sol de México*, al intervenir su área financiera a través de la figura de Fideicomiso Irrevocable de Administración, por su presunta quiebra, a raíz de adeudos vencidos por 65 millones 511 mil pesos derivados de los 10

¹² Posteriormente Televisa

¹³ Cfr. Argudín (1987), Borrás (1983), Ochoa (1968), Ruiz (1974).

millones de dólares obtenidos en empréstito en 1966 -contraído con la *Casa Karl Loeb Rhoades*, sucursal Nassau (con intereses del 7,5%), más adeudos varios por 27 millones 186 mil pesos, que sumaban 92 millones 697 mil pesos, siendo que sus utilidades anuales eran de unos 50 MDP y el valor total de la CGV ascendía a no menos de 1 mil MDP¹⁴.

El *IX Censo General de Población y Vivienda* indica que al 8 de enero de 1970 –fecha del levantamiento censal, la población censada en Chiapas fue de 1 millón 569 mil 053 habitantes. De ésta, 27% habitaba en medios urbanos, 72% en el medio rural; 52% eran mayores de 14 años, analfabetas el 23,8% y hablantes lenguas indígenas cerca del 20%. La población de la capital provincial, Tuxtla Gutiérrez, ascendía a 79 mil 082 (5%), y la ciudad de mayor población era Tapachula, con 108 mil 056 habitantes (6,9%). Otras ciudades importantes eran Comitán con 39 mil habitantes y San Cristóbal de Las Casas contaba con 32 mil 833 residentes¹⁵.

El Dr. **Manuel Velasco Suárez** también abanderado del PRI había ganado las elecciones del 5 de julio y tomó posesión el 1º de diciembre de 1970 al igual que el presidente **Echeverría**. Un historiador local destaca así el periodo gubernamental en mención: "El doctor **Manuel Velasco Suárez**, gobernador del estado en el lapso 1970-1976 fundó la Universidad Autónoma de Chiapas y reeditó libros de autores mexicanos y extranjeros calificados en las ciencias"¹⁶.

Más en la década de los años de 1970, el estado mexicano de Chiapas en lo general, y su capital provincial en lo particular, registraron a su vez una serie de cambios, tanto cuantitativos como cualitativos, que modificaron a la postre su situación e historia. Varios de ellos fueron registrados por el periódico de referencia.

Condiciones de producción de Novedades de Chiapas

Tal como venía ocurriendo desde su fundación, el periódico de referencia¹⁷, se editaba en diferentes imprentas comerciales, por lo cual su presentación no es uniforme, ya que las tipografías usadas variaban por cuanto a familias estilísticas. En el periodo de estudio (1971-1973) se imprimió tanto en la *Editorial Prensa Independiente*, de **Nicolás Álvarez Pérez**, como en la imprenta *Renovación*, de don **Eraclio Zepeda**, ambas de Tuxtla Gutiérrez, la primera de las cuales *paraba* el texto a mano, lo que quiere decir que usaba tipos móviles tanto para el texto como para los encabezados. En *Renovación*

¹⁴ Vid **Borrego** (1984)

¹⁵ *Agenda Estadística de Chiapas* (1994)

¹⁶ Vid **Mellanes** Op. Cit. P. 180

¹⁷ Propiedad de Areza S.A.

usaban linotipo para el texto aunque *cabeceaban* manualmente. Para la edición # 63, del 1º de noviembre de 1972, NCh se editó en sus propios talleres, en los cuales se imprimió asimismo la edición # 64. La imprenta de NCh se instaló en una zona del edificio de oficinas, localizada en la 4ª avenida sur oriente # 404, y constaba de una prensa plana -una Optimus triple mayor del año 1865, manufacturada en U.S.A., comprada en ciudad de México, y una caja tipográfica consistente en tipos 10, 12, 18, 24, 36, 48, 60 y 72, junto con otros accesorios. Debido a problemas técnicos de la prensa plana adquirida -que resultó defectuosa, la edición # 65 -erróneamente consignada con el # 165, se imprimió de nuevo en una imprenta ajena, pero ahora de la ciudad de México, *editorial América*¹⁸, hasta el # 170. El #171 se imprime de nuevo en Tuxtla, al igual que las ediciones número 172 y 172 bis. El # 173 y sucesivos se imprimieron asimismo en la capital federal. En el # 169 por medio de un anuncio en un 1/16 de plana se pone en venta la maquinaria de imprenta. El editor recuerda que hubo muchos problemas con la Optimus, por lo que optó por venderla, lo cual ocurrió varios años después, hasta entrada la década de 1980.

Sin que se tengan datos sobre cuál era el costo de impresión, ha de señalarse que la impresión en el Distrito Federal resultaba menos onerosa que en la propia Tuxtla Gutiérrez, aun cuando debía costearse el pasaje redondo, sea por autobús o aerolínea, además de los viáticos comunes, hospedaje en hotel y alimentación. Además, es notoria la diferencia en la composición tipográfica entre las imprentas acudidas. Por lo demás, las imprentas metropolitanas entregaban los 2 mil ejemplares del periódico debidamente doblados, empaquetados y flejados. Cuando se editaba localmente, las imprentas entregaban el periódico en pliegos (sin doblar) amén de que no utilizaban secante y entonces la tinta manchaba las manos de quienes se daban a la tarea de doblar uno a uno los ejemplares. Ora diferencia entre las imprentas locales y las del Distrito Federal es el tiempo requerido para la edición, en el primer caso ocupaban no menos de una semana, mientras que las imprentas foráneas no ocupaban más de un par de días a lo sumo, y en veces el tiro estaba listo al día siguiente de la entrega de originales. Ante ello, el editor imprimía unas veces en Tuxtla Gutiérrez y otras en la ciudad de México. Todo dependía de los recursos económicos con los que contara, pues los ingresos provenían de la propia edición previa, tanto de publicidad y ventas como de propaganda, lo cual implica

¹⁸ Colombia # 38, México 1, D.F.

que iban “al día”. Además, la inversión en una imprenta infuncional mermó los recursos disponibles.

Del formato y la tipografía se anota lo siguiente, siempre a partir de las ediciones disponibles: las once ediciones de 1971 se imprimieron en formato estándar (40 X 60 centímetros); a excepción del suplemento inserto en el # 51, impreso en formato tabloide (30 x 40 Cms.), el cual dio espacio a *calaveras*¹⁹ y felicitaciones, lo cual era tradicional para la edición del 1º de noviembre de cada año, pues en esa fecha –Día de muertos, el tiraje era extraordinario, ya que la venta de ejemplares se disparaba, principalmente en los panteones municipales, pues entonces aun se celebraba profusamente dicha tradición. Las ediciones de 1972 fueron mixtas, siete en formato estándar, 2 en formato tabloide, y en la edición en estándar # 62 se insertó un suplemento en tabloide, conteniendo textos y felicitaciones –con motivo al IV aniversario del periódico. Las siete ediciones con que se cuenta de 1973 tienen formato estándar y se insertan dos suplementos tabloides en la # 171 conteniendo *calaveras* y felicitaciones, y en la #172, cuyo contenido son textos y solamente un par de felicitaciones. “Esto implica que, con respecto del espacio tipográfico, en tabloide se contaba con 4 columnas, y en estándar se disponía de 8 columnas, para llevar a cabo la disposición de los textos (notas) e imágenes (gráficos, fotografías, caricaturas), y sus respectivas *cabezas* (titulares), sumarios, *balazos* (antetítulos), amén de los espacios publicitarios, en sendas planas.”²⁰

Respecto de la tipografía, las fuentes usadas para *cabecear* fueron “-al parecer de categoría *Palo seco*, de entre 48 y 72 Pts., con bajadas de texto a 1 o 2 columnas, en párrafos ordinarios, justificados, a 11 ó 12 Pts., interletraje en 12, interlineado a espacio y medio y excepcionalmente sencillo, en estilo normal, negritas o cursivas, según la importancia pretendidamente asignada por la mesa de redacción -durante el proceso de producción y operada por el diagramador.” Los textos (en *bajadas*) corresponderían a la misma familia. En este periodo “Por lo común, **NCH.**, apareció con su *cabeza titular* (logo) (...) en tinta color azul tono oscuro, en el primer caso, y claro (celeste), en un momento posterior.” En las ocasiones en que la cabeza apareció en negro se debió a que se imprimió en ciudad de México, lo que permite distinguirlos fehacientemente; otra distinción deriva del hecho de que las cabezas son distintas, es decir, los

¹⁹ *Calaveras* corresponden a epigramas satíricos con el tema de la muerte, generalmente dedicados a personajes públicos, ilustrados con caricaturas. Tradicionales en la prensa mexicana.

²⁰ Vid **Arévalo** (2010)

fotograbados (clichés) correspondientes a las cabezas tienen diseños diferentes, distinguiéndose tres, lo cual también permite distinguir la imprenta que trabajó la edición.

Habiéndose señalado que las ediciones metropolitanas se trabajaron exclusivamente a tinta negra, se apunta que aquellas elaboradas localmente utilizaban en ocasiones dos tintas, azul oscuro o claro, dependiendo siempre de la imprenta: “Tanto el *cinillo* como la cabeza principal (4 u 8 columnas) se disponían en tinta (...) azul, y el resto de los encabezados, como los sumarios y los textos, incluyendo pies de foto, y materiales publicitarios, se presentaban a una tinta (negra), aunque esto no fue regla general, pues en varias ocasiones, sobre todo en tabloide, se colocaban varias cabezas a 4 columnas y en tinta de color, distinguiéndose únicamente por el *cuerpo*²¹ de la *fuenta*²²”. (...)en algunas ocasiones se cabeceó completamente en mayúsculas la *principal* en 4 u 8 columnas. Ocupando un mínimo espacio de la superficie de portada, la publicidad se ubicó bajo el *cinillo*, al costado o arriba de la *cabeza titular*, así como en una especie de *cinillo inferior*. En interiores, la publicidad comercial estable ocupaba un 25% de la superficie de las planas, pero en algunas ediciones la publicidad institucional llegó a ocupar hasta el 80%. En estos casos, se trataba de las felicitaciones, hechas por instituciones u organizaciones representantes del sector productivo, hacia el mandatario en turno o al propio medio impreso, con motivo de su aniversario, lo que significaba un ingreso económico adicional.”²³

Por cuanto a circulación, se vendió en el único kiosco *El Correito* –en la plaza central, librería *Toshtlán*, papelería *El Escritorio*, terminal de autobuses *Cristóbal Colón* “y con su voceador oportuno”, escasos voceadores laburantes en la ciudad entonces –4 a lo sumo también en el parque central (quienes se acercaban a los autos que se detenían para adquirir ejemplares) más un par de ambulantes; el costo era de \$0.50 hasta el # 54 (de enero de 1972), el cual es elevado a \$0.60 para el siguiente número. Además, circuló por correo por “todo el sur del país y entre miembros de la H. Colonia Chiapaneca en el D.F.” según se declara el directorio; el editor recuerda que por dicha vía era enviado a funcionarios diversos, jueces mixtos de 1ª instancia, presidentes municipales, etc. así como también a personalidades prominentes de la iniciativa privada, colaboradores, y ejemplares para la hemeroteca de la provincia y la

²¹ Tamaño, medido en puntos, de un tipo

²² Familia tipográfica

²³ *ibidem*

hemeroteca nacional en la capital federal, donde también se hacía llegar a *La Torre de Papel*²⁴, un establecimiento en el *Club de Periodistas* donde se expenden publicaciones del interior y extranjero. Para los envíos a través del Servicio Postal Mexicano el editor se acogió a una normatividad benéfica para las publicaciones vigente entonces, por la cual se les exentaba de pago de porte. Adicionalmente, el periódico era distribuido en oficinas públicas, el aeropuerto *Francisco Sarabia*, recepciones de hoteles y las principales cafeterías, *Bonampak* y *Flamingos*.

Por lo que respecta a ingresos provinieron en buena medida de publicidad comercial, en las páginas de NCh figuran comerciales de establecimientos, productos y servicios de distinta índole. Entre las pautas locales destacan por su lealtad *Óptica Chiapas*, *Pinturas y lacas de Tuxtla*, *Ostionería Playa Bruja*, *Zapatería El Castor*, *Foto Lux*, *Automercado El Retiro* y *El Cochinito*, que aparecen a lo largo del periodo. Enseguida se presentan aquellos que aparecen regularmente, más no tienen permanencia definida: *Club de la moda*, *Asociación de distribuidores de gas LP*, *radioservicio Rodas*, *Restaurant Bambú*, *Lonchería La Mojarra*, *Sastrería Castro*, *Joyería y relojería La Violeta*, *Relojería Domínguez Barba*, *Joyería y relojería Jiménez*, *Sombrerería La Moderna*, *Aprenda Inglés*, *Pastelería Rosita*, *Hotel Internacional (Comitán)*, *Farmacia Sagrado Corazón de Jesús*. Directorio profesional: Dr. **José Luís Esquinca M.**, Dr. **Oscar Órnelas Iturbe**, Dr. **Mario Torres Abadía**, Dr. **J. M. de la Fuente**, Dr. **Guillermo Palacios López**, Procuradores Jurídicos S.A.; Lic. **Oscar Díaz de la Cruz**, Lic. **René Nazar Gamboa**. Pautas nacionales eventualmente aparecen las de dos empresas, la trasnacional NESTLE y la paraestatal TELMEX, las cuales contrataron a través de agencias de publicidad metropolitanas, con tarifas especiales, distintas a las usuales, e hicieron llegar sus diseños. De la tarifa vigente en el periodo 1971-1973 se cuenta únicamente con la referencia de los precios de 1968 –publicados en el directorio: a) "espacios publicitarios, a una tarifa preferencial de \$10.00, \$15.00, \$20.00, \$25.00 y \$30.00 según el tamaño del anuncio, por edición..." y b) "tarifa mensual: 1 plana, \$ 1,500.00; media plana \$750.00; cuarto de plana \$300.00."²⁵ Actualmente no hay elementos para identificar la tarifa del periodo, la cual podría haber aumentado en virtud del proceso inflacionario vigente, más ello no puede afirmarse puesto que los anunciantes eran reacios para realizar el desembolso, al verlo como gasto y no como inversión.

²⁴ Filomeno Mata # 6-A

²⁵ Vid **Arévalo** (2008)

Otra fuente de ingresos, de mayor envergadura pero con el inconveniente de ser eventual, corresponde a la ‘publicidad política’ (propaganda), que en el periodo aparece generalmente en la modalidad de felicitaciones, a) al gobernador del estado, con motivo de informes anuales de la administración, b) al propio periódico, con motivo de aniversarios, y excepcionalmente cuando adquirió su ‘maquinaria’. Figuran entre los contratantes de este tipo de espacios publicitarios ayuntamientos, diputados –locales y federales, senadores, dependencias estatales, delegaciones federales, PRI, CNOP, CNC, políticos, empresarios, comerciantes, Uniones ganaderas, Sindicato Nacional de Electricistas, Similares y Conexos de la República Mexicana, Constructora México, Obras y Proyectos S.A., Constructora Mercedes, Compañía Constructora Nacional - COCONAL, Constructora Chiapas, Delegación de Industria y Comercio, ICACH, Unión de productores forestales del estado de Chiapas, Delegación de Asuntos Agrarios y Colonización –DAAC. También eventuales son avisos, convocatorias y cartas abiertas. Es probable que la tarifa aplicada a este segmento haya sido la "tarifa mensual" (b) consignada arriba.

Para 1971 el periódico NCh -publicado en la ciudad de Tuxtla Gutiérrez, capital del estado mexicano de Chiapas, rondaba por su tercer año de existencia -su primera edición data del 10 de marzo de 1968²⁶. La organización interna entonces era: Gerente y Director General **Fernando Homero Arévalo**. Jefe de redacción **Juan Migoni Guerola**; Colaboradores: Lic. **Roberto Reyes Cortés**; **Mariano Penagos Tovar**; Dr. **Valdemar Rojas**; **Rubén Navarro** y **Romeo Alcázar Ozuna**. Representantes en México D.F. Ing. **Rodolfo Morales** y **Vicente Jiménez Benitez**. Para 1973 **Efraín Klériga Vera** era el representante en el D.F.. La razón por la que don **Rubén Navarro** no continuara como Jefe de redacción tal como venía siendo desde la apertura del periódico en 1968 se debió a su delicado estado de salud dada su avanzada edad²⁷. Entre los firmantes de las notas figuran **Onésimo J. Escobar Figueroa**, **Efraín Vázquez Sánchez**, **Eduardo Cervantes**, **Edith Albores**, Lic. **Ignacio Moreno Tagle** y *Armando Guerra* –seudónimo. Asimismo se publican despachos de la agencia *Servicios de Información Editorial*, cuyas entregas las realizaba vía postal. En este periodo figuran como colaboradores personalidades locales, como el Dr. **J.M. de la Fuente**, el comerciante **Alberto Redondo Arrazola**, el cafeticultor **Juan Luthman**.

²⁶ ibidem

²⁷ Entrevista al editor, febrero 2011.

Una vez que ha sido abordado el tema de los ingresos, que para el caso de una empresa periodística la coloca en cierta disyuntiva al constituirse en ocasiones en un dilema ético, se presentan enseguida las reflexiones que al respecto publicó en sus páginas NCh. En 1971, en la edición #46, una nota informativa da cuenta de los festejos del reciente aniversario, centrándose el encabezado en lo siguiente: “Conceptos vertidos por nuestro director en el III Aniversario de *Novedades de Chiapas* *Fundar un periódico es muy fácil, lo difícil es sostenerlo y sostenerlo dentro de una línea decorosa que cumpla con su función; *seguiremos cuidando tres aspectos que han sido característicos de este periódico, su contenido, su presentación y su circulación; *En Chiapas es muy ardua la labor periodística, porque es una actividad muy proliferada y por ende subestimada; *Existen buenas publicaciones y destacados periodistas, pero también mucho pseudoperiodismo, por irresponsabilidad y falta de fuentes de trabajo”. En este sentido, cabe anotarse aquí la existencia de dos textos de la dirección-gerencia dirigidos al público lector, que indican preocupación por la situación económica del medio, como condición para el ejercicio de la libertad de prensa y los riesgos del pseudoperiodismo: de 1972 (edición #62) es el texto siguiente: “Importante aviso al público: Comunicamos al público en general que no tenemos agentes de publicidad y suscripciones, que se eviten ser sorprendidos por sujetos viciales que haciéndose pasar como periodistas sorprenden la buena fe de nuestros amigos. Aclaración que hacemos en virtud de que estamos por celebrar nuestro cuarto aniversario y es cuando estas irresponsables personas aprovechan la oportunidad para pedir dinero a nombre de esta publicación dizque que para los gastos de los festejos. Para evitarse ser sorprendido todos los asuntos con NOVEDADES DE CHIAPAS trátelos directamente con su director gerente señor FERNANDO H. AREVALO en sus oficinas de 4ª Av. Sur Oriente No, 404 o al teléfono 2-21-15. Atentamente LA DIRECCIÓN GERENCIA.” (sic). En 1973, en los números 166 y 168 aparece “Ayúdenos a sostener un periodismo auténticamente independiente. Inclito lector: si desea un periodismo auténticamente libre y veraz ayude a forjarlo y sobre todo a sostenerlo. Recuerde que el periodismo nació para velar sus intereses, los intereses del pueblo. Para señalarle los errores al gobernante, al poderoso, no nació únicamente para elogiarlo pero para que esto sea una realidad, se requiere de su participación económica y moral, sin ella no será posible realizarlo, ni usted estará en capacidad de exigirlo. Sino por el contrario su editor estará siempre en la tradicional necesidad de vender su espacio. Ayúdenos a que NOVEDADES DE CHIAPAS sea un

periódico auténticamente independiente, digno de autodenominarse representante de la opinión pública.” (sic).

Con una periodicidad “mensual” ese año de 1971 se publicaron once ediciones, entre el 14 de enero y el 16 de diciembre, correspondientes a las ediciones número 42 a la 52, las cuales están disponibles en su totalidad. En 1972 se publicaron doce ediciones, entre el 14 de enero y el 28 de noviembre, correspondientes a las ediciones número 53 a la 64; de ellas solo diez están disponibles. En 1973 se publicaron ocho ediciones, entre el 20 de enero y el 25 de diciembre; correspondientes a las ediciones 65 a la 72²⁸, de ellas siete disponibles. En total hay 28 ediciones disponibles de las 31 editadas en el periodo. A continuación se presentan aquellos encabezados que reúnen lo establecido, Tales fueron las condiciones de producción de Novedades de Chiapas entre 1971-1973, las cuales están directamente relacionadas con su política editorial. A continuación se presentan los encabezados seleccionados, que permitirán presentar una interpretación consecuente. No se trata de un análisis cuantitativo, este trabajo no se corresponde con dicha tradición; más bien, es un intento por abordar el trabajo periodístico desde una perspectiva cualitativa.

Un acercamiento a la lectura de titulares de la prensa

La lectura de los encabezados de Nch muestra la manera particular de mirar y entender el mundo, desde un lugar y un momento determinado, en un contexto global y local específicos y sus particulares condiciones de producción, sin dejar de considerar los campos de interacción presentes.

Los titulares o encabezados²⁹ son frases u oraciones que cumplen papel de guías de lectura, corresponden al título de las notas informativas, el cual condensa la información y se le representa, al tiempo que expresa el sentido que se le otorga a la misma. Por título, a decir de **Martín Vivaldi**, se comprenderá aquella frase informativa-declarativa, que tiene como finalidad captar la atención e interés del público lector, a quien se le revela el contenido del periódico en pocas palabras³⁰

Asimismo los titulares son textos, toda vez que, de acuerdo con **Beristáin** “...el texto puede consistir en una oración, en un *parágrafo* (unidad tipográfica que abarca varias

²⁸ Las cuales aparecen, debido a un error de imprenta en el número 65, con los números 165, 166, 167, 168, 169, 170, 171 y 172, error que no se subsanó en las ediciones sucesivas.

²⁹ Aun cuando **Vidalvi** equipara *cabeza* con título, en México *cabeza* es distinto a *encabezado*, que equivale a *título*. Por *cabeza* se identifica el nombre de los periódicos “equivalentes a marcas industriales”, de acuerdo a **Borrego** (1984) p. 90

³⁰ Cfr. **Martín** (1968).

oraciones) o en un libro entero³¹. Como textos que son, los titulares se definen por su *autonomía* -ya que se bastan a sí mismos para ser significativos, y también por su *clausura* -puesto que manifiestan su propio remate o cierre, según **Ducrot** y **Todorov**.

A la vez los titulares son textos discursivos contruidos por la redacción, portadores de formas simbólicas que bien pueden ser interpretados.

"Las cabezas (encabezados-titulares) al condensar la información la representan, ofrecen versiones de la realidad, la cual ha sido seleccionada y clasificada previamente en la mesa de redacción, y por ende son representaciones de ésta y representativas de la misma al tiempo que indican el sentido del texto periodístico. La definición de cabezas es una tarea propia de la redacción, en el marco del proceso de producción periodística.

Las cabezas pueden representar tanto la postura del periódico como una época en sí, pues los temas y tópicos del momento constituyen la agenda periodística de la época."³²

Es en esta etapa del trabajo previo -al cual se le conoce como rutina periodística, en la cual se lleva a cabo una labor de interpretación de la realidad, que corresponde a una preinterpretación, pues el lector llevará a cabo a su vez una interpretación del texto. "Al respecto, **Abril** señala que, para obtener la edición del día de determinado periódico, se han llevado a cabo "...una serie de operaciones profesionales que van desde incluir-excluir, clasificar y jerarquizar los distintos hechos, hasta decidir el lugar que ocuparán en la página" de manera que es el periódico un seleccionador y clasificador de hechos, que formula versiones de la realidad³³. A su vez **Aguinaga** entiende al periodismo como una taxonomía, una 'clasificación de la realidad'³⁴. En este sentido, expuesto inicialmente por **Verón** y **Tuchman**, van a coincidir **Clauso**, **López**, **Muleiro**, **Rodrigo** y **Alsina**, quienes en líneas generales subrayan la peculiar rutina periodística de la mesa de redacción y la consiguiente configuración de la agenda periodística, que redundará en lo que podría denominarse una 'construcción mediática de la realidad', .proceso denominado por **Abril** 'construcción de la realidad informativa', que son las distintas versiones de la realidad social, y que en última instancia deriva de la teoría de la construcción social de la realidad de **Berger** y **Luckman**³⁵. En palabras de **Verón** "los acontecimientos sociales no son objetos que se encuentren ya hechos en alguna parte de la realidad, y cuyas propiedades y avatares nos son dados a conocer de

³¹ **Beristáin** (2001). P. 47

³² Vid **Arévalo** (2010)

³³ *Ibíd* p. 24

³⁴ Citado por **Abril** (1999) Pp. 24-25

³⁵ Cfr. **Berger** y **Luckmann** (1968). *La construcción social de la realidad*.

inmediato por los medios con mayor o menor fidelidad. Sólo existen en la medida en que estos medios los elaboran"³⁶, tal cual argumenté en trabajo previo³⁷

Hechas las anteriores consideraciones, habré de subrayar el hecho de que "...el periódico es un actor político, en tanto toma parte del debate sobre asuntos públicos.", por lo cual su campo de interacción es de dicha índole, y su discurso lo revela pues moviliza formas simbólicas prosecutoras y acordes con senda ideología.

Titulares representativos de Novedades de Chiapas 1971-73

Tal cual se indicó previamente, el presente en un trabajo de continuación, es un avance de investigación hemerográfica en proceso, en torno a una etapa temprana del mencionado periódico, cuando su periodicidad era mensual –en la década de 1980 se publicó como diario. Es por ello que la interpretación que se presenta puede coincidir con los trabajos previos. De hecho es así, puesto que en esta ocasión es válido plantear una interpretación provisoria en términos semejantes a una previa: "...de acuerdo a la lectura de titulares (...) se obtiene se trata de un periódico (...) nacionalista e ideología priísta, lo cual no era divergente con relación al modelo general imperante..."³⁸. Esto es lo primero que debe apuntarse al hacer una interpretación de la mirada desde los encabezados de NCh, un periódico nacionalista, equiparando este término con "mexicanista" lo cual está ligado con su perfil priísta, dado que en aquellos años la ideología de la Revolución Mexicana se mantenía vigente, tanto en el discurso como en los programas de gobierno. Por lo tanto, también aplica el que "NCH está avocado más a ideas que a hechos concretos, de modo que -siempre en el periodo analizado, las noticias no son su principal insumo ni producto." Como que "...se identifica con el periodismo ideológico (), y además como actor político."

Ahora bien, en esta ocasión habrá de agregarse –según se desprende del acercamiento a un medio por la vía de la lectura de sus encabezados, se trata de un periódico local que no aborda la conflictiva situación nacional la cual no favorecía la libertad de prensa, independientemente de que en el discurso las autoridades pregonaran absoluto respeto a los medios. La represión era desmedida de manera que el periodo de referencia es identificado como el del inicio de la *guerra sucia* en la nación mexicana. Por lo contrario, la figura presidencial es destacada, sobre todo por las acciones gubernamentales emprendidas. Ello no implica que no hubiese crítica al régimen, que sí

³⁶ Citado por Abril (1999) p. 29

³⁷ Cfr. Arévalo (2010)

³⁸ ibidem

la hay, más es discreta. Tómese en cuenta que la figura presidencial entonces era intocable, pues eran los tiempos del *presidencialismo*, heredado del caudillismo revolucionario:

- Esperase buenos frutos de la visita presidencial
 - ***Velasco Suárez** expuso crudamente la problemática de Chiapas y pidió al gobierno federal comprensión y acción.
- El Sr. Presidente arribó ayer para inspeccionar 'La Angostura'.
- **L.E.A.** Inauguró y puso en servicio la planta procesadora de leche en Chiapa
 - *La Cia. NESTLE S.A. instala así su planta más importante en el sureste.
- Ayer partió el Presidente **L.E.A.** a la república de Chile
 - *42 personas forman su comitiva.
- El 7 de junio: **L.E.** Compartirá el pan y la sal con periodistas de provincia.
- Salió ayer **L.E.A.** a su gira de promoción nacional
 - *en veintinueve días visitará Canadá, Europa y Asia,
 - *Éxito y buen viaje Sr. Presidente.
- De extraordinaria relevancia fue el tercer informe de **Echeverría**.

La figura del ejecutivo estatal si bien no está invisibilizada, tampoco es la correspondiente a su investidura; de hecho, con el transcurso del tiempo se observa un trato más indiferente:

- Renace la confianza del pueblo con **M. Velasco S.**
 - *Su informe es reflejo fiel de hechos y realidades.
- Rindió su II Informe **M. Velasco Suárez**.
- Cambios en el equipo de **Velasco Suárez**?
- **Manuel Velasco Suárez** es un gran científico y un gran político: dice **Clemente Robles**
 - * Como político no alcanza todavía su completo desarrollo;
 - *También dijo que el mejor neurólogo de México es el Dr. Mario Fuentes.
- Tercer informe de gobierno del doctor **Manuel Velasco Suárez**.

Todas las menciones están en fechas circundantes a informes de gobierno; incluso el último mencionado, coincide con el del gobernador de Oaxaca, provincia vecina, cuya información es presentada con un encabezado adjetivado: “Brillante y realista informe de **Gómez Sandoval en Oaxaca**”. El último encabezado pone en voz de una tercera persona la apreciación en torno al gobernante, ni político ni médico destacado.

Las críticas se orientan a otras áreas de la estructura gubernativa: a la policía (judicial y de tránsito): “En aumento el pavoroso problema de Tránsito *Urge mayor energía y acción en ese renglón”, “En aumento los crímenes impugnes en nuestro Edo. (sic) *se aclaran uno que otro, pero la mayoría quedan pendientes”, “Sigue detenido **Oscar López C.** *ya lleva más de 72 horas y todavía lo tienen en calidad de compareciente”. “Arbitrariedades de la Judicial *Es corporación absoluta y actúa con el espíritu del régimen?”, “Muchas quejas contra la judicial”. Por otro lado, la inflación es motivo de críticas al régimen: “**Ruiz Ricalde** promueve en México el aumento de precio de los

refrescos”. “Más carestía y hambre traerá el alza de impuestos *existe inconformidad con la nueva Ley de Ingresos”, “No hay quien detenga la carestía de la vida en el estado *La acción de combatir los altos precios del gobierno federal se limita al D.F.; *Para el local, es un problema inadvertido.”

El gobierno también es criticado, sin aludir directamente al ‘titular del Ejecutivo Federal’: “Para promover turismo urge buenas carreteras (sic) *sin comunicación ni control de precios en restaurantes toda promoción será demagógica”; “Desatención y abusos de Teléfonos en esta zona *Esto se ha agudizado desde que el gobierno tomó posesión de la empresa”. La inseguridad también era ya tema de portada: “Gran saldo de robos, muertos y heridos con motivo a la navidad y año nuevo *a pesar de la estrecha vigilancia policíaca el alcohol cobró gran número de víctimas”, pero los responsables no eran ni los hampones ni las fuerzas de seguridad del Estado, sino el alcohol.

De manera que desde el extremo sur de México, la mirada de un periódico provinciano era de preocupación por la propia seguridad por la falta de respeto a las garantías individuales. A diferencia de la crítica lanzada por la masacre de estudiantes en la plaza de Tlatelolco en 1968, en 1971 NCh permaneció silente ante el Jueves de *Corpus Christi*. Y en pos de la doctrina de *Seguridad Nacional* publicó “Tranquilidad en la Frontera Guatemalteca *En el Suchiate no ha habido tiroteo nos informa nuestro corresponsal”, tiempo después saldría a la luz pública la represión de la dictadura militar en la vecina Guatemala.

Y puesto que su participación política estribó en el ámbito de la influencia, ésta la ejerció NCh en el lugar que le era pertinente, la nominación de candidatos del PRI a cargos de elección popular, pretendiendo colocar en la palestra a aspirantes que de alguna manera tuviesen alguna cercanía, y buscando alejar de la meta a quienes no se identificaran con el equipo: en el #169 (15 de julio de 1970), “Muchos calientes a las Presidencias Municipales *Por cada municipio hay más de 10 aspirantes; *Entre ellos hay ignorantes, desconocidos y hasta fuereños.” Y en el #170 (07 de septiembre de 1970) “Ternas finalistas a las Presidencias Municipales de Tapachula, Tuxtla, Comitán, Playas, Socoltenango y Jiquipilas” y “-Por estar lejos la meta: Caerán muchos aspirantes a las Presidencias, en la recta final”, son ilustrativos del modo de operar de cierto tipo de periódicos que actúan en el escenario político.

Fuentes de Información

Bibliografía

- ABRIL VARGAS, NATIVIDAD** (1999). *Periodismo de opinión. Claves de la retórica periodística*. Ed. Síntesis. 1ª Edcn. Madrid Pp. 205 (21-35)
- ALVEAR ACEVEDO, CARLOS** (1990). *Breve Historia del periodismo*. Ed. Jus. México (1ª. Edcn. 1982) 230 pp.
- ÁNGEL, BENITO** (1973). *Teoría General de la Información*. Madrid.
- ARÉVALO ZAVALA FERNANDO REY** (2008). "Novedades de Chiapas. La nueva dimensión periodística. Etapa fundacional: 1968", en **PALACIO** (2008) Pp. 477-487
- (2010). *Los años 1969-1970 a través de la mirada de NOVEDADES DE CHIAPAS*. La Nueva Dimensión Periodística. *Participar en política desde los titulares*. Ponencia en el "VI Encuentro de Historiadores de la Prensa y el Periodismo en Iberoamérica", febrero 17-19 del año 2010, en la Universidad de Costa Rica, San José, Costa Rica.
- ARGUDÍN, YOLANDA**. *Historia del periodismo en México*. Ed. Panorama. México (1987) 1ª. Edcn. 176 pp.
- BERISTÁIN, HELENA** (2001). *Diccionario de retórica y poética*. Ed. Porrúa. 8ª edcn. 3ª reimpr. México. Pp. 520
- BORRÁS, LEOPOLDO**. *Historia del periodismo mexicano; del ocaso porfirista al derecho a la información*. Ed. DGI-UNAM. México (1983) 216 pp.
- BORRAT, HÉCTOR** (1989). *El periódico, actor político*. Ed. GG. Barcelona Pp. 166
- BORREGO E., SALVADOR** (1984) *Cómo García Valseca fundó y perdió 37 periódicos y cómo Eugenio Garza Sada trató de rescatarlos y perdió la vida*. Ed. Tradición, México (Pp. 126)
- CLAUSO, RAÚL** (2007). *Cómo se construyen las noticias. Los secretos de las técnicas periodísticas*. Ed. La Crujía. Buenos Aires.
- DUCROT, O. Y TODOROV, T.** (1974) *Diccionario enciclopédico de las ciencias del lenguaje*. Ed. Siglo XXI. Bs. As. 1ª edcn. 1972
- GUZMÁN, MIGUEL ÁNGEL** (2002). *Material didáctico: tipografía, cuidado de la edición, diseño gráfico editorial*. T. III. Versal. México. Reprografía
- JIMÉNEZ LAZCANO, MAURO** (1987), "Echeverría Álvarez, Luís", en *Enciclopedia de México*. Tomo IV. Coedcn. E. de M.-SEP-CONAFE. México.
- MELLANES CASTELLANOS, ELISEO** (1982). *Historia de Chiapas*. Ed. SEP-Chiapas. Tuxtla Gutiérrez. Pp. 202
- MÉNDEZ MORALES, J. SILVESTRE y NICOLÁS BALLESTEROS INDA** (1983). *Problemas y política económicos de México I*. Ed. Interamericana. México. Pp. 232
- OCHOA CAMPOS, MOISÉS** (1968). *Reseña histórica del periodismo mexicano*. Ed. Porrúa Hnos. México. 1ª. Edcn. 190 pp.
- RODRIGO ALSINA, MIQUEL** (2005). *La construcción de la noticia*. Ed. Paidós. Madrid. 1ª Edcn.
- RUIZ CASTAÑEDA, MA. DEL CARMEN** (1974). *El Periodismo en México: 450 años de historia*. Ed. Tradición. México 380 pp.
- SECRETARÍA DE HACIENDA** (1994). *Agenda Estadística de Chiapas*. Ed. Gob. del estado de Chiapas. Tuxtla Gutiérrez. Pp. 708
- THOMPSON, JOHN B.** (1993). *Ideología y cultura moderna. Teoría crítica social en la era de la comunicación de masas*. Ed. UAM-X. México
- (2008) *Los media y la modernidad. Una teoría de los medios de comunicación*. Ed. Paidós. Barcelona. 1ª edcn. en castellano 1998 (2ª edcn.).

Hemerografía

Novedades de Chiapas. Vv.Nn. 1971-1973. Tuxtla Gutiérrez.