La nota roja en la prensa cotidiana

México en la modernidad capitalista

MARCELA SUÁREZ ESCOBAR

CARLOS H. DURAND ALCÁNTARA

La nota roja en la prensa cotidiana.
México en la modernidad capitalista.

D.R. © 2023 Marcela Suárez Escobar
D.R. © 2023 Carlos H. Durand Alcántara
D.R. © 2023 Juan Moreno Rodríguez
D.R. © 2023 Editorial Scriptoria

Todos los derechos reservados.
Prohibida la reproducción total o
parcial de esta obra, por medios:
electrónico, mecánico o cualquier
otro tipo de almacenamiento o
la recuperación de de la información,
sin autorización previa del editor..

ISBN: 978-607-59797-2-4
Realizado en México

La nota roja en la prensa cotidiana

México en la modernidad capitalista

MARCELA SUÁREZ ESCOBAR

CARLOS H. DURAND ALCÁNTARA

2023

Índice

Presentación 6

La nota roja en la prensa cotidiana

México en la modernidad capitalista

Marcela Suárez Escobar
Carlos H. Durand Alcántara

Introducción 9

La vida cotidiana y la Modernidad 9

La prensa… 13

Hoy… 21

A manera de reflexión 24

Presentación

La violencia se supone exclusiva de los seres humanos, aunque hoy sabemos que los chimpánces, nuestros parientes animales más próximos, también son proclives a ella. Algunos expertos sugieren, a propósito de la violencia ejercida contra los semejantes que debido a ello, el moderno *homo sapiens* se encargó de la extinción de sus primos mas Neanderthales. Desde siempre, cualquier caso acto violencia parece sobrepasar lo instintivo para caracterizarse como algo fuera del orden natural. Además, en torno a este tema, se suscita otro "evento" extraño: el de la atracción que los seres humanos sienten hacia la descripción de este tipo de actos. ¿Qué nos atrae hacia las narrativas sobre la violencia?

En el presente estudio, la Dra. Suárez y el Dr. Durand nos ofrecen una perspectiva histórica de la llamada *Nota roja* en el México moderno de los siglos XIX y XX, en la que los actos violentos cobran relevancia social en el marco de la vida cotidiana a manera de noticia y como antecedente de los periódicos dedicados a ello; hoy en día tan populares. A manera de reflexión, los autores se cuestionan: "¿a qué clase de sociedades está respondiendo este tipo de prensa? ¿la prensa crea el contexto? o… ¿El contexto crea a la prensa que necesita o desea?" •

.

Juan Moreno Rodríguez
Editor

La nota roja en la prensa cotidiana

México en la modernidad capitalista

Marcela Suárez Escobar

PROFESORA INVESTIGADORA

UAM-AZC

Carlos H. Durand Alcántara

PROFESOR INVESTIGADOR

UAM-AZC

Introducción

La recuperación de la memoria histórica, con respecto a la presencia de la nota roja en la prensa mexicana ¿podrá contribuir a la explicación de su sentido, significado, surgimiento, permanencia y auge, en la cotidianidad del México moderno?

La vida cotidiana y la Modernidad

Bruce Bégout (2008) señala que la vida cotidiana, la vida ordinaria que nos rodea, nos envuelve, nos obliga, está constituida por hechos, acciones y objetos en los que muchas veces no reparamos y, por tanto, nunca los hacemos objeto de pensamientos ni de reflexiones (9-17). El filósofo francés agrega que una época puede develar su sentido a partir del análisis de los hechos más insignificantes y comunes, y que tal vez, si se realizara una teoría de la cotidianidad, esta tendría alguna posibilidad de "favorecer una comprensión más lúcida del mundo de la vida" (Bégout, 2008, 14).

Para Giddens, Bordieu, Habermas y Luhmann, la "vida cotidiana" se volvió una de las dimensiones claves para conceptualizar el sentido de la vida, y con ello el ámbito social; colocaron

el tema del "sentido" como problema teórico. Estos autores concluyeron que la reformulación del problema del "sentido" podía ser analizada a partir de los temas de "contingencia, temporalidad, vida cotidiana, conciencia y cuerpo", pretendiendo con ello sintetizar las hipótesis de su tiempo en una sola teoría unificada sobre lo social (Bialakowsky, 2018).

Bruce Brown y Christopher Lasch acuñaron, con la expresión "Revolución Cultural", al movimiento que se dio en la segunda mitad del siglo XX; el cual cuestionó los valores y prácticas de la cultura occidental, sobre todo en los ámbitos de "la vida cotidiana", buscando la transformación de la vida en Occidente (Pavón Cuéllar, 2017). Se trataba de un movimiento que continuaba las ideas planteadas en las décadas de los años veinte y treinta, cuando las crisis económicas, políticas y sociales de esa región del mundo mostraron la verdadera naturaleza de las sociedades capitalistas y de las estructuras que las caracterizaban. A decir de Brown (1975), la explotación y opresión denunciada por Marx en su tiempo, ahora tendía a convertir la totalidad de la vida y la existencia de las personas en un objeto de dominación; con el propósito de transformar toda subjetividad en objetividad cosificada, y esta cosificación, en el siglo XX, había llegado ya al ámbito de la vida privada (13-14).

El tema central del debate entre los pensadores que pugnaban por la Revolución cultural, era indagar en los procesos que habían permitido legitimar la dominación no solo política sino también económica, social e ideológica; para que millones de personas no pudieran llegar a formarse una conciencia de clase (Brown, 1975, 17-18). La dominación sobre las masas en estado de pobreza no solo era económica, sobre todo era también ideológica. Los revolucionarios culturales llegaron a la siguiente conclusión: había que fusionar la conciencia económica crítica del marxismo "con una comprensión dinámica de los factores subyacentes en la vida cotidiana y de las fuerzas que condicionan el desarrollo psíquico de la personalidad" (Brown, 1975, 22). No solo prevalecía una represión económica como señalaban los marxistas, también existía una represión psíquica y, a decir de Wilhelm Reich, también sexual. Los marxistas culturales fueron los primeros en percatarse del potencial revolucionario que se encontraba en la crisis de la vida cotidiana durante la época de entreguerras, la cual contenía asuntos como la crisis de la familia patriarcal, de la moral sexual tradicional, el surgimiento de luchas de emancipación de las mujeres y el nacimiento de las vanguardias estéticas (Brown, 1975, 24-25). Después de la Segunda Guerra Mundial, la izquierda política sofocaría los impulsos de los revolucionarios culturales; pero para la década de los años sesenta, renacería el proyecto de la Revolución cultural.

Hacia finales del siglo XX y principios del XXI, surgieron diversos análisis, reflexiones críticas y teorías que pretendieron explicar los prejuicios del capitalismo y la modernidad y, de alguna manera, todos estos autores tocaron el tema de la "vida cotidiana". Por mencionar solo a algunos: Peter Gay, Tony Judt, Philipp Blom, Zygmunt Bauman, Gilles Lipovetsky, Slavoj Žižek y Byung Chul Han se han esforzado, a través de distintas disciplinas sociales y enfoques varios, para mejorar la vida en el planeta.

Dentro de esos estudios, análisis, hipótesis, propuestas y teorías, el tema de la comunicación y de los *mass media* se convirtió en una cuestión central, porque el capitalismo había generado lo que Lipovetsky denomina "El Imperio del espectáculo y la diversión" (Lipovetsky y Serroy, 2015, 219-264). El capitalismo depredador y el consumismo excesivo prevalecientes desde fines del siglo XIX, habían generado cierto tipo de discursos y una publicidad difundida a través de los medios; en ellos proliferaban la vulgaridad, el sexo y la violencia, ejerciendo una seducción cuyo único fin era el de amplificar dicho consumo (Lipovetsky y Serroy, 2015, 7-8).

Desde principios del siglo XX se había incrementado la presencia de las masas urbanas en el espacio social, ello contribuyó a la formación de una cultura popular de tipo masivo, en donde los dispositivos de *mass-mediación* se orientaron a ese gran público.

De esta forma se inició la producción de la comunicación de masas, con los primeros diarios de gran tiraje y, dentro de ellos, se dio el surgimiento de la prensa amarilla, la sensacionalista.

La prensa…

La situación se transformó de manera drástica a fines del siglo XIX en América y en Europa, debido a que se dio un incremento demográfico que expandió los mercados; la tecnología mejoró los sistemas de producción y distribución de los periódicos que, al bajar sus precios, pudieron extender su cobertura a un mayor número de personas. Los diversos gobiernos se empezaron a interesar por las potencialidades discursivas de los medios para el control social, y los empresarios fueron atraídos por este espacio de inversión. Nació la prensa de masas.

En el mundo occidental del último tercio del siglo XIX, los nuevos logros de la segunda revolución industrial que modificaron de forma por demás relevante las comunicaciones y los transportes, como la invención del motor de cuatro tiempos, el descubrimiento de la electricidad, la invención del teléfono, del cinematógrafo, la extensión de las redes telegráficas y ferroviarias y la modernización del transporte marítimo; acompañaron también cambios importantes en uno de los objetos inherentes a esta modernidad que

significaba también la necesidad de expansión de información: la prensa periódica. Los diarios habían constituido con anterioridad una respuesta a cierto orden social, reflejo de otra concepción del mundo; pero ahora se iniciaba una nueva lógica en las relaciones humanas que, inmersas en un imperialismo voraz y en una era tecnológica que transformaba casi todo, estaban rodeadas de velocidad, pero también de una nueva violencia.

Sin embargo, al lado de la promesa en el crecimiento del confort (accesible solo a pocos individuos), la modernidad que inundaba a América y a Europa había conllevado también cambios en la estabilidad física y emocional de las personas; Philipp Blom (2010) afirma que había surgido también un temor al progreso (13-43). Según este historiador alemán, la velocidad, la angustia y el vértigo que generaron los cambios en la tecnología, en las artes y en las ciencias antes de 1914, llegaron acompañados de una cierta ansiedad que padecían las personas por el futuro próximo; por ello, estas empezaron a devorar con euforia las noticias de actualidad y, como consecuencia, creció enormemente el interés por la información (Blom, 2010, 13-17). Lo anterior provocó que se tuviera una fe absoluta en las palabras y en "su verdad" y, a su vez, esto se convirtió en la base para la construcción de "la publicidad" (Bloom, 2010, 98). La prensa empezó a transformar los hechos en noticias, en acontecimientos informativos, generando con ellos una realidad propia: la periodística

(García González, 1999, 57.) Algunos autores señalan que, para el caso de Estados Unidos de Norteamérica, la prensa moderna empezó a sustituir los lazos representados por las tradiciones locales y la religión, como elementos de cohesión social y de identidad comunitaria (Hellion, 2008, 37). Karl Kraus, el gran escritor y crítico vienés de fines del siglo XIX, escandalizado por el poder que los medios ejercían sobre las personas, nunca dejó de criticar a la prensa y de acusarla de corrupción; e intentó siempre enseñar al público "a leer las publicaciones con escepticismo y desconfianza" (Timms, 1990, 55).

En algunos periódicos anglosajones, como los producidos en Inglaterra, Alemania y Estados Unidos, el número de páginas se incrementó hasta en 20, en otros, como los de Francia y México la paginación media creció de ocho a diez. Surgieron las agencias de noticias porque fue aumentando el espacio para la recolección de información y esta y su difusión incrementaron los costos; entonces se volvió imposible para un solo periódico mantener su propia red de corresponsales particulares. Así surgieron las agencias de noticias *Havas, Reuters, Associated Press*, y *Wolff* en Europa, la *Scripps-Mac Rae* y la *International News Service*, fundada por Hearst en 1909. *Havas, Reuter* y *Wolff* iniciaron sus actividades con pequeños centros de índole familiar que operaban en las capitales, desde lugares cercanos a la central de correos y después cerca de los telégrafos. Al principio solo traducían noticias ex-

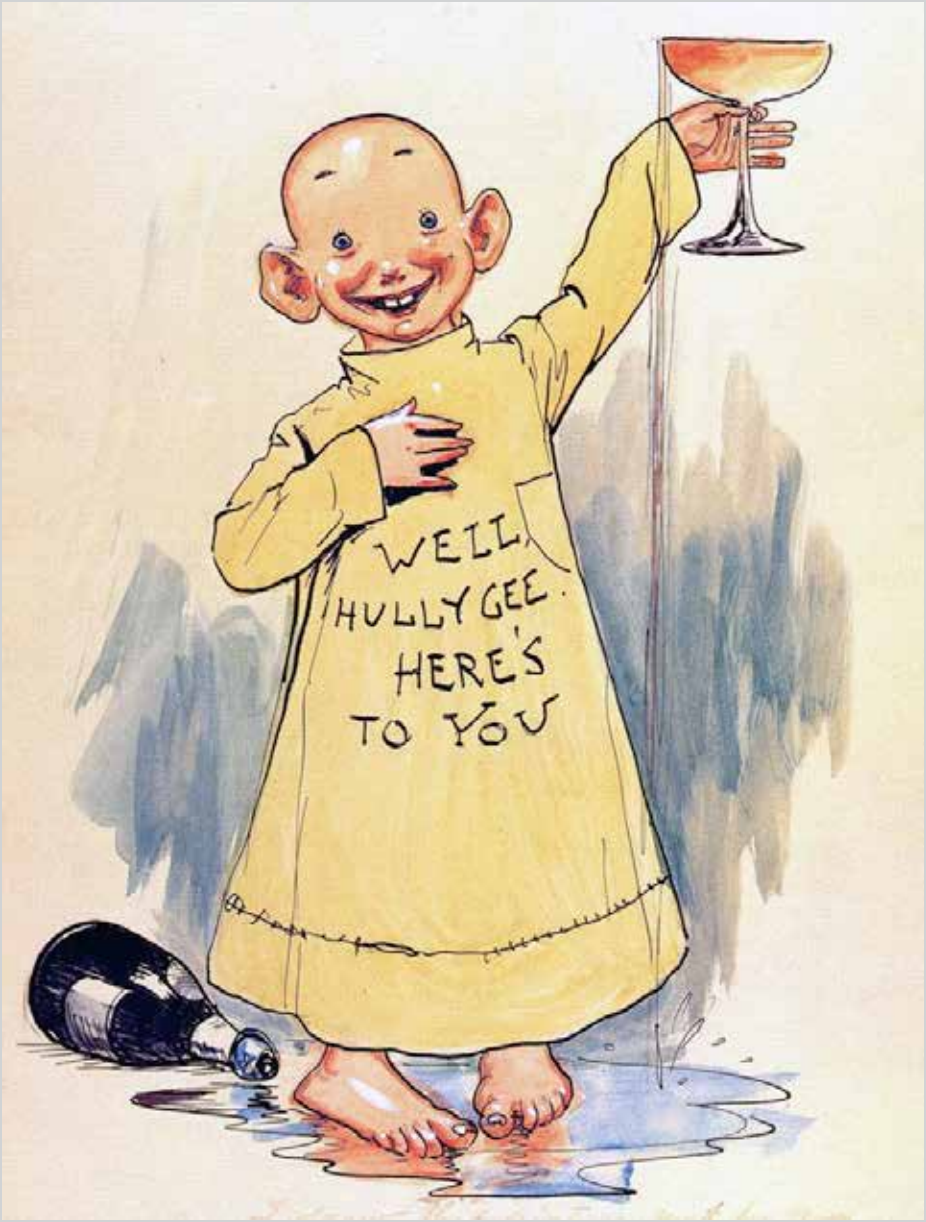
tranjeras, después fueron creciendo gracias a la demanda por las notas internacionales y el interés de los gobiernos por los sucesos de las colonias (Paz Rebolledo, 1999, 102).

La publicidad empezó a inundar las páginas de los periódicos. En México, por ejemplo, *El Federalista* en el año 1878 ya dedicaba una página completa a ésta. Posteriormente, en 1881, *El Nacional* dedicaba ya dos páginas; *La Libertad,* en 1884, dedicaba una; *El Mundo* en 1891 publicaba una con anuncios; *La Oposición* en 1893 le otorgaba una; *El Demócrata* en 1893 le proporcionaba media página, y el *Imparcial* desde siempre también le dio espacio.

Nacieron distintos tipos de diarios, los había populares, especializados, grandes, pequeños, revistas, semanarios, dominicales, y surgió también la prensa sensacionalista. Esta era un nuevo tipo de publicación de la cual se obtenían más beneficios, se trataba de un negocio novedoso que llenó páginas con noticias de impacto social y titulares llamativos, eran periódicos de grandes tirajes a un precio bajo, era la prensa amarilla; mientras que la que se enfocaba en particular en hechos sangrientos, fue la prensa roja. Surgió también, a inicios de la década de los años noventa, la figura del reportero, la cual en México fue criticada por algunos diarios (*El Eco Social*, 1894). Los periódicos se convirtieron de esta forma en instrumentos imprescindibles del progreso y en un reflejo de la época.

Los diarios sensacionalistas gustaban de relatar violencia callejera, redadas policiales y por lo general abordaban el tema de los supuestos "grupos peligrosos". Lo común en este tipo de prensa era encontrar lo que en México se denomina "nota roja", que consiste en noticias referentes a delitos y crímenes, presencia policíal y hechos sangrientos. A decir de Umberto Eco, esto podía connotar proyectos para la prevención del crimen, reducción de gasto para las clases subalternas y un incremento de vigilancia y represión (Eco, 1984, 119). De hecho, para atraer la atención del público, por lo general exponía temas relacionados con delincuentes, violencia, sufrimiento, daño al otro (s), aprehensión de culpables y castigo.

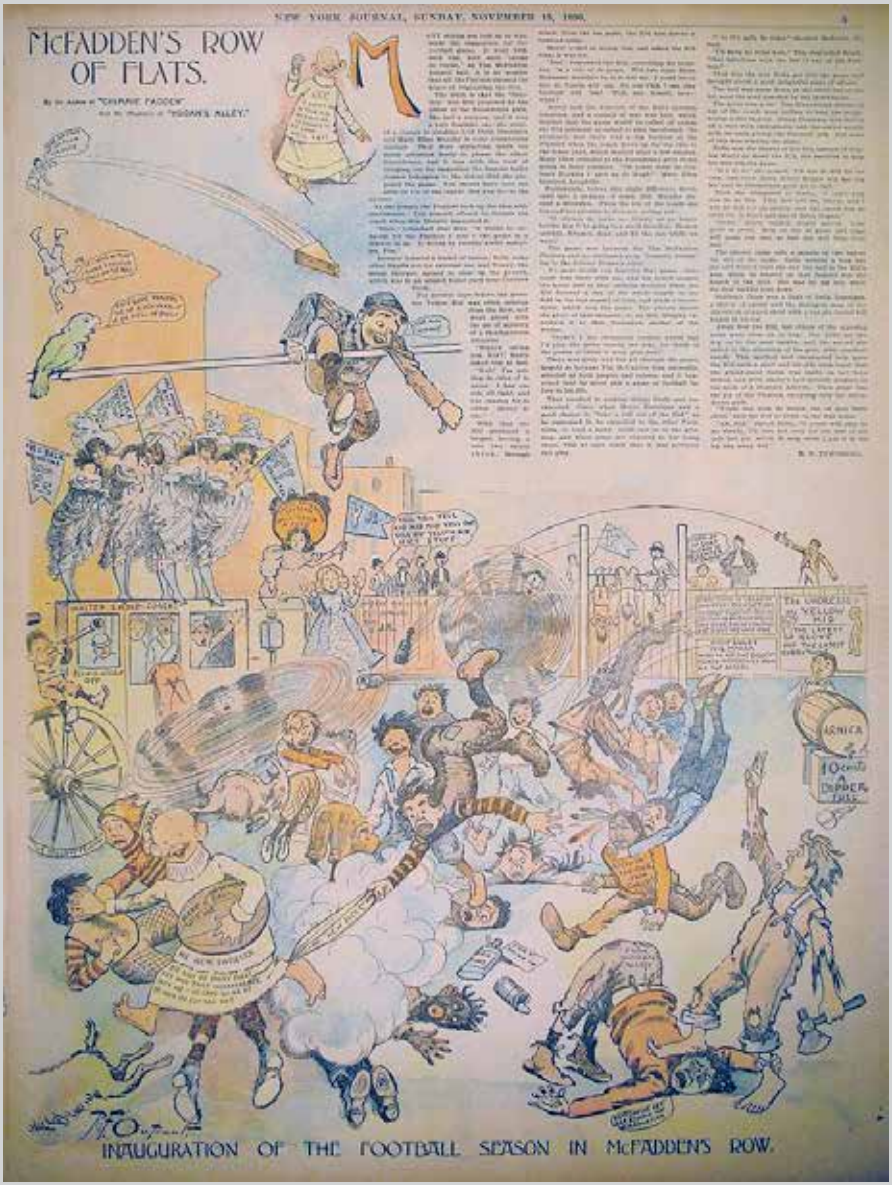
El llamado periodismo amarillo había surgido en 1898, al calor de la guerra que entablaron España y Estados Unidos de Norteamérica por el control de Cuba y Filipinas. Se trataba de un periodismo en el que todo era válido, desde componer textos a lo ancho de toda la página, colocar grandes titulares, difundir noticias no exactas y hasta proporcionar datos exagerados y provocativos. En general, el concepto estuvo ligado a la imagen de Randolph Hearst y su periódico *The New York Journal*. El término prensa amarilla estuvo inspirado en una historieta cómica que publicaba el diario *The World*, titulada "The Yellow Kid" (Gunther, 2005, 13).



Yellow Kid (Autor Richard Felton Outcault, 1897).

La prensa amarilla usó rumores, noticias desmentidas y chismes como materia de información, al extremo de que sus productores y periodistas llegaron a considerar que una noticia no tenía que estar necesariamente ligada a un hecho (Gómez Mompart y Marín Otto, 1999, 96). La preocupación constante era conseguir un escándalo diario y con él fabricar notas. Surgió la figura del reportero, el periodista que acudía al lugar de los hechos y en el caso de la nota roja, a las estaciones de policía.

Las personas que buscaban la prensa sensacionalista se interesaban por su contenido a pesar de las exageraciones, mentiras, vulgaridades y banalidad de los temas; los contenidos sobre delitos siempre fueron muy atractivos. Había manejos primarios constituidos por dibujos, después fotografías y textos y el mensaje final llegaba a los lectores, el cual estaba mediatizado por el dinero y el tratamiento editorial (Baeza, 2001, 939).



Yellow Kid: Ffadden´s row of flats (1896-11-15).

Hoy…

Luhmann (2000) afirma que la realidad de los medios de comunicación de masas posee un doble sentido: por un lado, la producción de la operación misma en donde se incluye la preparación de la emisión, y por otro, lo que aparece como realidad para los medios o lo que los individuos consideran realidad porque lo han asimilado de los medios. Por ello, sin recepción no hay comunicación.

Blom (2010) señala que nuestra contemporaneidad se asemeja a los "años de vértigo" de fines del siglo XIX y principios del XX, porque las raíces de los cambios tecnológicos, políticos y sociales que hoy nos rodean tuvieron su impronta cien años atrás (17). En la actualidad, después de todos los cambios sucedidos en el siglo XX y de las experiencias tenidas con las grandes y pequeñas guerras, con el desplome de imperios, con procesos de descolonización, con los genocidios, con las pobrezas, las enfermedades y las muertes; resulta evidente que todavía somos una humanidad frágil que se encuentra a merced de todo tipo de violencias, y es precisamente de ahí de donde proviene la angustia.

Foucault señala que cada sociedad tiene su propia política de verdad, tipos de discurso, técnicas para obtenerla y, por último,

la calificación de quienes son nombrados como dictaminadores (Alsina, 1989, 70-71). Sin embargo, para cualquier construcción de la realidad, se requiere al mismo tiempo un reconocimiento de los receptores; ante esto, es inevitable plantearse la pregunta sobre la interrelación entre prensa y lectores, entre la oferta cultural de la primera, su búsqueda por los segundos y llevar a cabo una reflexión sobre las posibilidades de la influencia de las publicaciones periódicas en el acontecer social.

Con respecto a esta recepción en la prensa sensacionalista, el delito se encontró y se encuentra todavía hoy vinculado al entretenimiento y, con mayor o menor credibilidad, es adquirido por los lectores y construye opinión, ya que transmite ideas, imágenes, miedos y angustias. Las noticias se construyen a partir de hechos, pero su forma y contenido pueden tener que ver con reacciones sociales como el alarmismo, el pánico, los juicios paralelos y la represión; así como con acciones injustas de unos grupos sobre otros.

ABONO FELIX

EL DEMOCRATA

DIARIO LIBRE DE LA MAÑANA

MEXICO, SABADO 12 DE ABRIL DE 1919

FUE COMUNICADA AL GOBIERNO LA VENTA DE LA CIA. "EL AGUILA"

APARECE COMO COMPRADORA LA "ROYAL DEUTCH COMP."

EN EL GOBIERNO NO SE DA IMPORTANCIA A LA OPERACION, AUN CUANDO DEFINAS DE LOS ADQUIRENTES ESTE INGLATERRA, PORQUE EL CONTRATO DE CONCESION ES CLARO Y TERMINANTE

300 MILLONES DE PESOS, EN EMPRESAS PETROLERAS

COMO FUE LA MUERTE DEL "ATILA DEL SUR"

La Inteligencia y la Astucia, al Servicio de Hombres Resueltos, Vencieron la Desconfianza Armada de los Rebeldes Surianos

Tres Fotografías que Muestran al Famoso Emiliano Zapata, ya Cadáver, y que son la Prueba Plena de su Aniquilamiento

MEXICO NO INTERVIENE EN HONDURAS

NO HAY TAL FUSION DE DOS REPUBLICAS

GOBERNADOR A PUNTO DE SER MUERT

Villa y Angeles son Denunciados por el Gral. Zozaya

Se Reanudaran las Pláticas Para la Conversión

¿Quién Juzgará de los Delitos de Imprenta?

NUEVOS ACASAJOS A LOS EXCURSIONISTAS NORTEAMERICANOS

Mejor Situació de los Obreros Mexicanos

Cómo fue la muerte del "Atila del Sur". El Democrta, Diario libre de la mañana. (1919).

A manera de reflexión…

Hoy en México el periodismo sensacionalista se encuentra en auge, las noticias sangrientas ocupan el porcentaje más alto de la difusión en los *mass media*, y ello refleja un determinado tipo de sociedad. Este trabajo intentó responder la pregunta enunciada al principio de esta propuesta, "[…] se analizará lo cotidiano como una potencialidad que transforma el entorno de lo humano". Se pueden oír los tonos optimistas de Habermas y Lefebvre que aseguran que el estudio de la vida cotidiana puede ayudar a mejorar la vida humana.

En el siglo XXI, la producción de la prensa sensacionalista se ha incrementado en varios países, es ostensible que ello responde al capitalismo y al interés comercial por parte de los productores en este tipo de prensa porque su consumo es masivo, pero si partimos de la idea de que la prensa constituye un elemento fundamental para las conformaciones culturales de cualquier sociedad contemporánea, ¿a qué clase de sociedades está respondiendo este tipo de prensa? ¿la prensa crea el contexto? o… ¿El contexto crea a la prensa que necesita o desea?

En cada sociedad, la relación entre los individuos y los medios es diferente, y la producción de noticias se encuentra liga-

da a las condiciones socioeconómicas. El empleo determinado de los acontecimientos para producir noticias se encuentra inmerso en el contexto social, ya sea hacia el control político del acontecimiento o a su uso simbólico, como en el caso de campañas alarmistas de ley, orden o inseguridad. Tal vez la producción y fomento de ese tipo de medio de comunicación responda a intereses específicos de las élites en el poder.

Francesc Barata (1999) señala que existe la construcción de "un pánico moral" y que, desde la época de la literatura de cordel, el miedo y la inseguridad que padecen los individuos ha estimulado la creación de noticias sobre el delito; así como que estos pueden justificar acciones policiacas contra supuestos males (45-47). Stuart Hall, por su parte, agrega que el pánico moral producido por la prensa coincide muchas veces con crisis económicas o políticas. (Stevenson, 1998, 67-70).

Si bien la prensa sensacionalista es atractiva para el capital por las utilidades que genera, y puede servir de entretenimiento o catalizador de angustias para los lectores, sin duda constituye un obstáculo para una sociedad que pretenda una coexistencia pacífica, en donde la verdad, el diálogo, el respeto, la escucha y la empatía para con los otros prevalezca. Este objeto que se creó en la Modernidad y ahora ha crecido con los medios electrónicos a través de las redes sociales, no puede sino

generar conductas que impidan el sostén y la construcción de sociedades basadas en valores positivos. La expansión de la información de baja calidad, como señala Habermas (Stevenson, 1998, 161), puede tener como fin la movilización de la atención de las personas y buscar el objetivo de la despolitización de la vida pública y en esto, la prensa sensacionalista de todo tipo, tiene un lugar muy importante.•

Referencias

Alsina, M. R. (1989). *La construcción de la noticia*. Paidós.

Baeza, P. (2003). *Por una función crítica de la fotografía de prensa*. Gilli.

Barata, F. (1999). De ripper al pederasta: un recorrido por las noticias, sus rutinas y los pánicos morales. *Revista Catalana de Seguridad Pública. Medios de comunicación y seguridad pública.* 4(6), 45-58.

Bégout, B. (2008). *Lugar Común. El motel americano*. Argumentos.

Bialakowsky, A. (2018). Vida Cotidiana y reclasificaciones sociológicas según Giddens, Bordieu, Habermas y Luhmann. *Revista Convergencia. Revista de Ciencias Sociales*. (77).

Blom, P. (2010). *Años de vértigo. Cultura y cambio en Occidente 1900-1914*. Anagrama.

Brown, B. (1975). *Marx, Freud y la crítica de la vida cotidiana*. Amorrortu.

Eco, U. (1984). Retórica e ideología en Los misterios de París de Eugenio Sué. En Goldman, L. Leenhardt, Pospelov J., Eco, U., Lukács, G., Moulllaud, G. y Waltz, M. *Sociología de la creación literaria*. Nueva Visión.

García González, G. (1999). La conformación de la moderna prensa informativa. (1848-1914). En Gómez Mompart J. L. y Marín-Otto, E. *Historia del Periodismo Universal*. Síntesis.

Gómez Mompart, J. L. y Marín-Otto, E. (eds.). (1999). *Historia del periodismo universal*. Síntesis.

Gunther, A. (2005). *Historia del periódico y su evolución tipográfica*. Campgrafic.

Hellión, D. (2008). Exposición permanente. *Anuncios y anunciantes en "El Mundo Ilustrado"*. INAH / UAM-AZC.

Lipovetsky G. y Serroy, J. (2015) *La estetización del mundo. Vivir en la época del capitalismo artístico*. Anagrama.

Luhmann, N. (2000). *La realidad de los medios de masas.* Universidad Iberoamericana / Anthropos.

Paz Rebolledo, M. A. Las agencias de noticias y la comunicación de masas. En Gómez Mompart J. L. y Marín-Otto, E. (1999). *Historia del periodismo Universal*. Síntesis.

Stevenson, N. (1998). *Culturas mediáticas. Teoría social y comunicación masiva*. Síntesis.

Timms, E. (1990). *Karl Kraus, satírico, apocalíptico. Cultura y catástrofe en la Viena de los Habsburgo*. Visor.

Hemerografía

El Federalista. Año 1878.

La Libertad. Año 1884.

El Nacional. Año 1881.

El Imparcial. Año 1911.

El Heraldo. Año 1898.

El 93. Año 1893.

La Oposición. Año 1893.

El Mundo. Año 1891.

Gil Blas. Año 1893.

El Demócrata. Año 1893.

Créditos de las Imágenes

Pág. 18: *Yellow Kid*: [Richard Felton Outcault (*Yellow Kid* es de dominio público. Circa 1897)] En https://es.wikipedia.org/wiki/El_Chico_Amarillo#/media/Archivo:YellowKid.jpeg [Consultado: 6 noviembre 2023] **Pág. 20:** *McFfadden´s row of flats* (*1896-11-15 Yellow Kid*). En https://es.wikipedia.org/wiki/El_Chico_Amarillo#/media/Archivo:1896-11-15_Yellow_Kid.jpg [Consultado: 6 noviembre 2023] **Pág. 24:** *Cómo fue la muerte del "Atila del Sur". El Democrta, Diario libre de la mañana.*(1919). Tomo V (783). SHCP, Biblioteca Miguel Lerdo de Tejada.

Créditos

Marcela Suárez Escobar
Carlos H. Durand Alcántara
Textos

Juan Moreno Rodríguez
Editor

•

SCRIPTORIA
Diseño

•

Bisherú Bernal Medel
Corrección

•

Cada texto es responsabilidad de sus autores,
quien además, posee los derechos correspondientes.
El presente es un libro conformado como parte
de la investigación universitaria y no tiene fines de lucro.

JUAN MORENO RODRÍGUEZ

• 2023 •

•

Este libro se terminó en

Noviembre de 2023, en la CDMX.

Se emplearon en su elaboración, las tipografías

Baskerville & *Trajan Pro*

•