

Página inicial: 106 Página final: 119  
Tipo de artículo: de revisión

# DISEÑO Y COMUNICACIÓN: 62 AÑOS DE HISTORIA EN EL PERIÓDICO EL DERECHO, 1928 – 1990<sup>1</sup>

DESIGN AND COMMUNICATION: 62 YEARS OF HISTORY  
IN THE NEWSPAPER EL DERECHO. 1928 – 1990

Recibido: abril 22 de 2009 / Revisado: agosto 11 de 2009 / Aceptado: agosto 23 de 2009  
Por: **Fernando Coral Bustos<sup>2</sup>, Álvaro Pantoja Ocaña<sup>3</sup> y Manuel Guillermo Zarama Rincón<sup>4</sup>**

## RESUMEN

El artículo tiene como propósito realizar una reseña histórica del periodismo en Colombia y, particularmente, en Pasto. En este sentido, se hace un análisis de la evolución gráfica e histórica del periódico El Derecho de esta ciudad, con lo cual se pretende valorar el patrimonio cultural que representa este medio de comunicación impreso en la región, y que vale la pena estudiar los aspectos que fundamentaron su publicación, bajo diferentes fuentes históricas.

El texto aborda algunos temas importantes de la investigación "Evolución gráfica e histórica del periódico El Derecho de San Juan de Pasto, de 1928 a 1990", y en él se desarrollan las siguientes temáticas: medios de comunicación escritos, fusión de medios en el mundo actual, historia del periodismo en Colombia, historia del periodismo en Pasto, reseña histórica del periódico El Derecho y análisis gráfico del mismo; con los cuales se ofrece una perspectiva amplia del medio impreso, abarcando más allá de la reseña de un solo periódico.

**Palabras claves:** Comunicación, diseño, evolución gráfica, historia, periódico

## ABSTRACT

The paper aims at conducting a historical review of journalism in Colombia, and particularly in Pasto. Consequently, an analysis of the historical evolution of the newspaper El Derecho is carried out. It Intend to assess the cultural heritage that the print media represents in the region, and worth studying aspects which based their publication under different historical sources.

The text addresses some important topics of research, graphic and historical evolution of the newspaper El Derecho of San Juan de Pasto, from 1928 to 1990. The abovementioned topics are: Print media, Media merger in the current World, The history of journalism in Colombia, The history of journalism in Pasto, Historical review and graphic analysis of the newspaper El Derecho. These topics offer a broad perspective of the print medium, reaching beyond the review of a single newspaper.

**Keywords:** Communication, Design, Graphic evolution, History, Newspa.

1 Artículo derivado de la investigación: "Evolución gráfica e histórica del periódico El Derecho de San Juan de Pasto, de 1928 a 1990" realizada por el grupo Tipos Móviles, avalada y financiada por la Institución Universitaria CESMAG.  
2 Especialista en Gerencia de diseño de la Universidad de Nariño y Diseñador Gráfico de la Universidad Jorge Tadeo Lozano. Correo electrónico: ferchinni@yahoo.es  
3 Especialista en docencia universitaria de la Universidad de Nariño. Especialista en Restauración artística de la Universidad de Barcelona y Licenciado en Artes de la Universidad de la sabana. Correo electrónico: ahepantoja@hotmail.com  
4 Especialista en Espíritu empresarial y Creación de Empresas de la Institución Universitaria CESMAG. y Comunicador Social de la Universidad Javeriana. Correo electrónico: mgzrinco@yahoo.com

## »»»INTRODUCCIÓN

Los periódicos presentan historias de la vida cotidiana de los pueblos, empero su propia historia es fascinante y con muchos altibajos: crisis económicas, detractores y enemigos, aliados, alta rotación de personal, baja pauta publicitaria; en fin, gran cantidad de vicisitudes que encarnan una vida más que de periódico, casi de novela.

El grupo de trabajo Tipos móviles ha sido permeado por el interés en el estandarte del periodismo en el departamento de Nariño, como lo fue el diario El Derecho, y ha realizado la investigación: "Evolución gráfica e histórica del periódico El Derecho de San Juan de Pasto desde 1928 hasta 1990", con el fin de contribuir en el conocimiento de este importante medio de comunicación en la sociedad pastusa y en el departamento de Nariño.

En el presente artículo se hace una aproximación a algunos temas importantes de la investigación, a través de seis apartes: medios de comunicación escritos, fusión de medios en el mundo actual, historia del periodismo en Colombia, historia del periodismo en Pasto, reseña de El Derecho y análisis gráfico del periódico El Derecho en Pasto, bajo los cuales se ofrece una perspectiva amplia del medio escrito periódico.

En lo referente a los aspectos metodológicos, se realizó el trabajo de campo revisando los ejemplares del periódico, existentes en los archivos de la Hemeroteca del Banco de la República, el Archivo Histórico de Pasto y en el archivo familiar de la señora Patricia Mazuera; igualmente, se realizaron entrevistas a personas que trabajaron en el periódico. Se operacionalizó el trabajo, seleccionando cuatro años por década y diez ejemplares por año, teniendo en cuenta los hechos y acontecimientos más importantes publicados en el mencionado periódico.

## »»»MEDIOS DE COMUNICACIÓN ESCRITOS

Quizás sin proponérselo, como la mayoría de los grandes genios y sus obras, el inventor de la imprenta, el alemán Johann Gutenberg, cambió para siempre la posibilidad de construir mensajes y, por lo tanto, de comprender el mundo. La imprenta, más que un invento supuso la posibilidad de afectar la conciencia humana de una forma radical y profunda, a través del manejo de tipos móviles con los que se construyeron y difundieron multiplicidad de mensajes, definitivos para cambiar el rumbo de la humanidad.

Lo anterior trajo consigo la propagación de la cultura escrita, aunque desde los albores de la edad media europea ya existían libros, manuscritos o tabloides, éstos eran restringidos a una élite intelectual, es decir, al clero, algunos científicos o ciertos empleados públicos, por resultar estos libros costosos y dispendiosos en su elaboración.

Así, en el caso de la imprenta "su trascendencia es también política además de cultural pues supone un paso de gigante en la democratización del saber" (Eguizábal, 1998, p. 53); de tal manera que, los textos, con el invento de Gutenberg, aunque todavía eran costosos, dejaron de ser exclusivos de las élites del saber

Precisamente, la imprenta de tipos móviles supuso un cambio en la hechura de libros y otros impresos: se pasó de una técnica artesanal, lenta y poética, a una industrial, más ágil y en serie, la cual permitió una amplia difusión de las ideas de la época. En este sentido, Gil (1978) afirma:

Cuando Johannes Gutemberg introdujo los tipos móviles de imprenta a mediados del siglo XV se abrió un nuevo capítulo en la historia de la civilización por la rapidez y la relativa facilidad con que podían producirse diferentes copias de un mismo escrito (p. 40).

De esta manera, uno de los primeros textos impresos con esta técnica, fue la famosa Biblia de 42 líneas de Gutemberg y sus socios, permitiendo así, que saliera de los claustros y se masificara su mensaje religioso.

Justamente y gracias a Gutemberg -que si bien tampoco fue el primero ni el único en desarrollar la imprenta de tipos removibles-, en la actualidad, se cuenta con diferentes técnicas que han permitido masificar la industria de las ideas, es decir, que se puedan producir con más facilidad y en serie revistas, periódicos, libros, folletos, fanzines, entre otros, y que millones de lectores los consuman a diario en todo el orbe; así lo interpreta Balle (1994): “En los sucesivos, la aventura de los periódicos estará vinculada a la de las sociedades industriales y su expansión al menos a las democracias liberales, se basará en la libre empresa y la competencia” (p. 80); por lo cual, la técnica de la prensa possibilitó el acceso a la información de actualidad en los ámbitos social, cultural, económico y político, de manera general, destinado a las mayorías.

Por su parte, Eguizábal (1994) a la industria de las ideas la expresa como una

Industria de la cultura, ya que, la imprenta de tipos móviles, no es sólo un fenómeno importante desde el punto de vista comunicativo. Señala el comienzo de la industrialización y de la comunicación en serie, y marca el origen de la primera industria de la cultura: el libro es también una mercancía (p. 53).

Ahora bien, los medios impresos requieren por parte del lector un gran esfuerzo: concentración, silencio, continuidad para que el mensaje pueda descifrarse, con la posibilidad de afectar su conciencia y su actitud hacia cierto hecho relatado. Lo anterior, debido a que “el mensaje que transmite la prensa es exclusivamente visual, es decir, que sólo utiliza la palabra escrita y la imagen impresa estática” (De La Mota, 1988, p. 129). Por eso mismo, es un medio que le exige al lector condiciones mínimas como saber leer y escribir, puesto que “permite el análisis y la consideración del mensaje hasta agotarlo sin fisuras de dudas” (p. 130). Así se realiza una elaboración profunda del tema; por tanto, su público debe contar con una relativa amplitud de vocabulario, bagaje cultural y constante interés. Por supuesto, también requiere el medio escrito un segundo momento de análisis, interpretación y capacidad de síntesis, es decir, las cualidades de una buena lectura.

De esta manera, prensa, revistas y demás productos editoriales (libros), a lo largo del tiempo permitieron a la humanidad el análisis de diversos aspectos, algunos de ellos muy complejos de expresar con el simple acto verbal, con la oralidad. En concordancia, Mc Luhan (1994) opina que “tanto el libro como el periódico tienen un carácter confesional, y por su misma forma crean el efecto de interioridades de un asunto” (p. 214).

En otro plano de la comunicación se encuentran los medios auditivos, visuales y electrónicos, entre los que están la radio, televisión e internet, cuyo mensaje, requiere un esfuerzo intelectual diferente por parte de la audiencia. Entonces, la prensa le exige al lector “una atención, una reflexión que no son necesarios en otros medios” (De La Mota, 1988, p. 130): más abstracción, mayor vocabulario, silencio, entre otros. Aunque, la reflexión y la interpretación son necesarias en todos ellos.

En consecuencia, resulta más fácil escuchar que leer, ver imágenes en movimiento que signos alfabéticos estáticos, es más emocionante escuchar sonidos de fondo con letras de colores y mascotas en movimiento en la pantalla, que ver un frío texto sin interactividad; así, el periódico “apela a la razón, aunque por ello mismo debilite al máximo la emoción” (De La Mota, 1988, p. 130).

Aunque por sus mismas características, la prensa tiene limitaciones “es el medio tradicional por excelencia y el más antiguo de los medios masivos” (De La Mota, 1988, p. 129); pero, los impresos continúan siendo lentos en su producción, poco preferidos por el público joven y, cada vez, con menos tiraje, “frente a los otros medios el periódico impreso posee la indiscutible atracción de lo visual permanente, que el público puede volver a ver si lo desea” (Gil, 1978, p. 41).

Con lo expuesto, más que suponer que los medios electrónicos sean un producto cultural frívolo o superficial, lo que se trata es de llamar la atención en cuanto a sus posibilidades, aun no exploradas, y como están utilizados hoy suponen menos rigor que el medio escrito y, tal vez, menos aporte intelectual a quien los consume. Por supuesto, el tema es debatible y la discusión esta abierta.

Para concluir, en un plano diferente al de los otros medios, la prensa (y los impresos) “es de todos los medios el que ofrece un mayor grado de fiabilidad” (De La Mota, 1988, p. 130), ya que la información es tratada de manera pausada y profunda.

## »»FUSIÓN DE MEDIOS EN EL MUNDO ACTUAL

Es posible afirmar que cada medio masivo lucha por legitimarse como el único y busca ganar el aprecio del público, cada vez más expuesto y desconcertado ante los incascentes mensajes diarios, para que consuma éste o aquel medio.

Sin embargo, y ante una aparente lucha de poderes entre sí, los medios en la actualidad tienden a fusionarse más que a distanciarse; en buena parte, crean una sinergia, una especie de solidaridad mediática, donde fusionan sus diversas fortalezas para sobrevivir, más que con esfuerzos individuales de cada medio, como marcas rentables y posicionadas en el competitivo mercado, con ayuda de los demás.

De esta manera, es posible escuchar en radio los principales titulares cada mañana de periódicos influyentes; igualmente, los principales noticieros de televisión le dan el mismo crédito, legitimándose

mutuamente ante el público, que escuchando radio sabe lo que dice la prensa o viendo el noticiero se informa sobre las primeras páginas de diarios. Entendiendo que tener varios medios es mejor que uno, propietarios de periódicos invierten en diferentes empresas de información, como en el caso de la Casa Editorial El Tiempo -CEET, que creó hace ya algunos años el canal City TV con sendos noticieros, además son los dueños del tabloide Hoy y de Círculo de lectores que comercializa libros.

Así lo admite Luís Fernando Santos, presidente de la CEET “La estrategia de El Tiempo es estar en Internet, estar en revistas, estar en televisión, estar en prensa que es nuestro fuerte”. (Torres, 2006, p. 50). La perspectiva empresarial y optimista de Santos (1999), se refleja de la siguiente manera: “Bastan solo algunos años para que la prensa tenga sus propios gigantes y a veces sus imperios” (p.18).

Aunque es necesario que las condiciones de mercado en prensa sean democráticas: “es el principio de una competición permanente de los órganos de prensa con el objeto de conquistar diferentes públicos. Lo deseable es la diversidad de periódicos y la multiplicidad de sus fuentes de aprovisionamiento en noticias” (Balle, 1994, p. 81).

Tal como sucede con el periódico El Tiempo y su incursión en la red, su inmensa influencia ha permeado a todos los medios. Existen páginas tradicionales de la red de noticias, en el caso de Yahoo o Hotmail, que mantienen a sus abonados permanentemente actualizados en diversos hechos, a pesar que hayan nacido con un propósito diferente al de informar.

Incluso, ya es común que cada medio tradicional tenga su propia página en Internet, como sucede con cada periódico que tiene su World wide web, ya sea pequeño, regional o amarillista. Este es el caso del periódico local Diario del sur y su página, [www.diariodelsur.com.co](http://www.diariodelsur.com.co), o del reconocido diario nacional [www.eltiempo.com](http://www.eltiempo.com), y uno de los más importantes diarios en línea del mundo [www.nytimes.com](http://www.nytimes.com), visitado por aproximadamente 100.000 personas al día como lo manifiesta Dominick, (2001).

El mismo autor afirma que entendiendo el gusto de los lectores, precisamente, el New York Times jun-

to con otros periódicos, en la versión en línea permite a su audiencia diseñar un periódico personalizado, que contenga sólo las noticias que le interesan.

A lo anterior, se suma el caso de El Diario de Occidente, un periódico tradicional de la ciudad de Cali, que, quizás, por las vicisitudes económicas que viven muchos diarios, se transformó en una publicación de circulación gratuita, de tal forma que los lectores lo consiguen de forma física en cada esquina o, también, por la red en [www.diariooccidente.com.co](http://www.diariooccidente.com.co), con la exacta reproducción del ejemplar que se distribuye en las calles.

Igualmente, las revistas ejercen cada vez una mayor presencia electrónica, como es el caso de [www.semana.com](http://www.semana.com), tal vez la de mayor reconocimiento en Colombia, o [www.revistaaxis.com](http://www.revistaaxis.com) posicionada por su elegante diseño visual y el tratamiento de temas de Arquitectura y Diseño o la mundialmente leída [www.nationalgeographic.com](http://www.nationalgeographic.com), con asuntos de historia, biología y geografía.

De esta manera, lo anterior ilustra con ejemplos, la forma cómo los medios se interrelacionan entre sí y cómo, también, los medios impresos participan en este proceso de globalización mediática.

Por su parte, el libro tampoco es ajeno a esta nueva tendencia: además de comprar, vender, intercambiar o donar libros a través de la red, es posible, incluso, descargar versiones íntegras de libros, algunos clásicos y otros recientes, siendo legal en ciertos casos. A lo anterior, se agregan también, los artículos de revistas y periódicos.

Las perspectivas actuales son, por un lado alentadoras y, por otro, desconcertantes. En este sentido, como hipótesis se puede considerar que los medios escritos en soporte papel, están desapareciendo o tienden a hacerlo, dadas las siguientes circunstancias: la baja lecturabilidad, el alto costo de impresión y la competencia con otros medios más atractivos como la televisión por cable o satelital o la red.

Es innegable la dificultad de estos medios ante aquellas y otras circunstancias adicionales; pero, en opinión de los expertos, como Luis Fernando Santos “el rumor

de que la prensa está mal, que está estancada, que la circulación está decayendo viene más que todo del mercado norteamericano donde evidentemente la circulación está estancada” (Torres, 2006, p. 47), y agrega: “la prensa se ha mantenido ahí, no ha crecido, pero se ha fraccionado mucho menos” (p. 47).

Gil (1978) comparte la perspectiva anterior, cuando afirma que “todos estos competidores (los demás medios) a la larga han estimulado a la prensa de la que en algún tiempo se llegó a temer su desaparición” (p. 41); con lo cual se puede concluir que, a pesar de los múltiples problemas, el público mantiene el aprecio por el papel de la prensa en su vida diaria.

A manera de conclusión, se puede afirmar que los medios impresos son definitivos en la historia de las civilizaciones y mutuamente se afectan con los otros, para un mejor, ojalá, desarrollo social. Y que darán para leer mucho tiempo más.

## »»HISTORIA DEL PERIODISMO EN COLOMBIA

Según el historiador A. Cacia (1991) “La llegada de la primera imprenta al territorio colombiano fue a mediados del año 1737, en la ciudad de Santa Fe de Bogotá y dirigida al Colegio de los Padres Jesuitas en la capital de ese entonces conocida como la Presidencia del Nuevo Reyno de Granada” (p. 13). Este evento, importante para la historia del periodismo nacional, abre las posibilidades de conocimiento y utilización de uno de los grandes medios de impresión.

En Colombia, la historia del periodismo comienza con una efímera publicación de dos ediciones en el territorio que entonces se llamó la Nueva Granada: “Aviso del Terremoto” y “Continuación del aviso del Terremoto”, noticias impresas, publicadas el 12 de julio y el 15 de agosto de 1785, respectivamente, en Santa Fe de Bogotá, con el propósito de informar sobre los desastres provocados por el terremoto del 11 de julio de 1785 en esta ciudad. Al mes siguiente y del mismo taller de impresión, salieron publicadas tres ediciones de la Gaceta de Santa Fe de Bogotá, como lo expresa Torres (2007). Otros investigadores como Obando (1974) hablan de “El Semanario” como el primer

órgano publicitario dentro de la historia del periodismo colombiano.

Sin embargo, al decir de Santos (1999), la publicación que señala el nacimiento del periodismo moderno y de carácter enciclopédico fue El Papel Periódico de la Ciudad de Santa Fe. Aparece, por primera vez, el 9 de febrero de 1791, con el concurso de tres personajes: el Virrey José de Ezpeleta, el impresor Antonio Espinosa de los Monteros y el carpintero, artesano y humanista cubano Manuel del Socorro Rodríguez, este último considerado fundador y el padre del periodismo en Colombia. La publicación se hizo semanalmente hasta 1797 y correspondió a una política oficial de la Corona española, destinada a que se recibieran las nuevas ideas y los últimos acontecimientos relacionados con el acontecer histórico de España y sus dominios de ultramar.

El Papel Periódico reunió en sus páginas las noticias coloniales y españolas con la reflexión filosófica y la divulgación de las ideas anteriores al movimiento de independencia (Torres, 2007). El contenido de las ediciones del primer año, como también lo manifiesta Obando, (1974), estuvo conformado por artículos tales como “Afecciones astronómicas”, “Noticias particulares”, “Notas”, avisos y asuntos ligeros.

Hacia 1806, el Virrey de la Nueva Granada Antonio Amar y Borbón encarga, con muchas restricciones, también al ilustre cubano mencionado antes, la publicación del periódico El Redactor Americano. Poco tiempo después, el fundador del periodismo colombiano emprendió la redacción de otro periódico: El Alternativo del Redactor Americano, publicación privada, más cercana a sus ideales.

El gobierno republicano creó y financió periódicos de corta vida como La Constitución Feliz en 1810, Diario Político de Santa Fe de Bogotá editado por Francisco José de Caldas, José Joaquín Camacho y José María Gutiérrez, el 27 de agosto de 1810, y La Gaceta Colombiana, creada en el congreso de Cúcuta en 1821.

Según Torres (2007), en esos momentos de la historia del periodismo, son importantes los emprendimientos para editar periódicos privados, entre los que se cuenta a personajes notables y adinerados como Antonio Nariño, quien sufrió

un “juicio de impresión por la controvertida publicación de los Derechos del hombre” (pg.) en la capital de la Nueva Granada en 1794; Jorge Tadeo Lozano y el presbítero Luis de Azuola, vinculados al movimiento cultural europeo, además de promover distintas actividades como la compraventa de libros, la creación de bibliotecas, gabinetes de lectura y lugares de tertulia, editaron publicaciones en donde resaltaron temas de ciencia, economía, literatura y filosofía.

Para ilustrar el tema, es importante mencionar al “Correo Curioso, Erudito, Económico y Mercantil”, publicado en 1801 y dirigido por Jorge Tadeo Lozano y Luis de Azuola. El Semanario del Nuevo Reino de Granada, dirigido al comienzo por Diego Martín Franco y posteriormente por Francisco José de Caldas, es también un buen ejemplo de esta época (Santos, 1999).

Con el proceso de independencia surge el periodismo político oficial, en donde el gobierno granadino buscó exaltar los sentimientos patrióticos de los criollos. Por otra parte, se manifestó también el periodismo privado y, en el mismo año de 1811, aparecen La Bagatela, periódico fundado por Antonio Nariño y El Argos Americano, publicado en Cartagena y dirigido por José Fernández Madrid y Manuel Rodríguez Torices.

Al decir de Torres, (2007) las dos publicaciones de ideas centralistas, acentuaron la polarización política contra los intereses federalistas liderados por Jorge Tadeo Lozano. En 1823, y dentro de las oposiciones políticas, Francisco de Paula Santander atacó a Antonio Nariño en el periódico El Patriota y el precursor respondió alegóricamente con el artículo Los Toros de Fucha.

La prensa escrita del siglo XIX, fue para la mayoría de escritores colombianos un medio eficaz para expresar y difundir sus opiniones, como también para acercarse a la confrontación política. Entre los más importantes se destaca a José Eusebio Caro, José María Vergara y Vergara, Rafael Pombo, Miguel Antonio Caro y José María Samper. Aquí, es importante destacar, que la colaboración pagada ocurre por primera vez en el prestigioso periódico El Telegrama, publicado entre los años 1886 y 1904.

Dentro de esta época convulsionada, se publican

los primeros periódicos partidistas; inicialmente, los del partido liberal, como el artículo "La razón de mi voto" de Ezequiel Rojas, publicado en El Aviso de Bogotá en 1848 y considerado el primer programa orgánico del partido liberal, según lo anota el investigador Torres, (2007).

En 1849, el editorial de la primera edición de La Civilización, dirigidos por Mariano Ospina Rodríguez y José Eusebio Caro, aparece como programa del partido Conservador. Unos años antes, 1837, El Argos y La Bandera, después de la finalización del gobierno de Francisco de Paula Santander y la llegada de José Ignacio de Márquez, de los liberales progresistas, quienes mantuvieron largas controversias ideológicas alrededor de los nacientes partidos políticos.

En la segunda mitad del siglo XIX, los periódicos salen a la luz pública con el fin de defender los ideales partidistas. Los radicalistas publicaron El Diario de Cundinamarca, 1869-1874, y El Neogranadino, 1848-1857. Por su parte, los principales periódicos conservadores fueron El Tradicionalista, 1871-1876, y El Correo Nacional, 1890-1898.

En 1881, según cuenta Santa, (1974), el ilustre artista Alberto Urdaneta, también militar, viajero, coleccionista de antigüedades, escritor, periodista y pintor, y quien, finalmente, representa al hombre "culto" de la época (Barney, 1983), inicia en Bogotá una importante publicación: el Papel Periódico Ilustrado. Además de su cuidadosa impresión y la inclusión de grabados, el periódico, que se publicó hasta 1887, entre sus páginas de bellas artes, literatura, historia, cuadros de costumbres, biografías y ciencias, buscaba reflejar un mundo cultural que identifique al pueblo colombiano.

A la muerte de Urdaneta, uno de sus discípulos, José T. Gaibriois continúa la tarea del maestro con la publicación de Colombia Ilustrada, 1889-1892. En 1887, después de censuras y penosos encarcelamientos en tiempos de la Regeneración, Fidel Cano fundó en Medellín El Espectador, el diario más antiguo que circula hoy en Colombia.

El Tiempo, fundado en 1911 por Alfonso Villegas, también diario de oposición a la hegemonía conservadora, inició una carrera rápida de prosperidad

e industrialización cuando lo adquirió, en 1913, Eduardo Santos, quien después sería presidente de Colombia. En Medellín, Francisco de Paula Pérez funda, en 1912, El Colombiano, periódico defensor de las ideas conservadoras, el cual fue precursor de la contratación de servicios de agencias internacionales para el cubrimiento de la primera guerra mundial.

En los años siguientes, manifiesta Santos (1999), es influyente el periodismo partidista regional y local; aparece como el diario más combativo en este sentido el periódico El Siglo, fundado en 1936 por Laureano Gómez y José de la Vega; hoy circula con el nombre de El Nuevo Siglo. Vanguardia Liberal fundado en Bucaramanga en 1919, La Patria de Manizales fundado en Manizales en 1921, completan gran parte de los periódicos de partido que todavía circulan en el país.

## »»»HISTORIA DEL PERIODISMO EN PASTO

La trayectoria de los periódicos en la capital nariñense es amplia. Historiadores como Sergio Elías Ortiz y Vicente Pérez Silva anotan que en 1837 Pastor Enríquez, quien perteneció al ejército de Basilio García en la controvertida Batalla de Bomboná y llamado El Sabio analfabeta, construyó en madera la primera imprenta que funcionó en la ciudad, conocida con el nombre de Imprenta imparcial Enríquez, también llamada "Imprenta de palo". En ella se publicaron, entre otros impresos, las primeras cartillas para escuela, algunas vidas de santos, hojas volantes políticas sueltas y algunos periódicos como El Volcán y Las Máscaras. Esta imprenta fue utilizada por varios personajes de la República, tales como los generales José Hilario López, Pedro Alcántara Herrán y José María Obando, como lo afirma Pérez (1998).

Pérez (1998) también menciona que en la anotada época, aparecieron distintos impresos que se difundieron con el nombre de "hojas volantes", cuyo propósito fue comunicar indultos, informaciones de interés comunitario, ordenanzas y comunicados oficiales, entre otros.

Al decir de Pabón (2003), don Pastor Enríquez conoció en Quito las matrices de fundición y ante la

dificultad económica para adquirirlas, decidió regresar a Pasto para fabricarlas y así comenzar su actividad tipográfica con la colaboración de Juan María Cano y Alejandro Gálvez.

La imprenta de Pastor Enríquez estuvo activa desde sus inicios y siempre recargada de trabajo durante los veinte años de su decidida existencia, hasta que en 1854 se instaló en Pasto la imprenta del antiguo Colegio Académico.

En 1838, un año después de la instalación de la imprenta de don Pastor Enríquez en Pasto, comienza realmente la historia del periodismo, con una publicación bisemanaria que apareció cumplidamente cada jueves y domingo, dirigida por Domingo Niño y con el atractivo nombre de El Duende; fue un periódico combativo durante sesenta y tres ediciones, y protagonista del primer juicio por delitos de prensa.

El doctor Sergio Elías Ortiz (citado en Pérez, 1998) comenta lo siguiente sobre las características de dicho periódico:

Consistía él de una sola hoja, del tamaño del actual papel sellado, tan resistente como éste por ser imitación pergamino de la entonces conocida marca Estrella Efigil, como puede verse al trasluz del ejemplar que poseemos. Se imprimía por ambos lados y no se usaban columnas. En medio del título llevaba un grabado consistente en un hombre vestido a la usanza antigua, antigua a 1837, es decir muy del siglo XVIII, en actitud como de perorador iluminado... Seguía luego el editorial que ocupaba regularmente página y media, es decir casi todo el «espacio disponible» y cerraba la media restante con alguna noticia trasnochada del exterior... Remataba todo con el nombre de Rafael Torres, impresor de la hoja y por consiguiente fundador y decano del oficio en esta altiplanicie Quillacinga... El Duende era un periódico sin complicaciones de ninguna clase. Nada de avisos, porque los buenos comerciantes de entonces nada tenían que anunciar; nada de noticias mentirosas de correspondientes, porque para aquella época ningún periódico del país las necesitaba (p. 81).

Las publicaciones periódicas, durante el siglo XIX, fueron numerosas y dan cuenta de los emprendimientos de sus protagonistas, de las inquietudes intelectuales manifestadas en el campo artístico, cultural, económico, educativo, político y religioso; "Desde las columnas de cada uno de esos periódicos se publicaron las nuevas ideas, se presentaron artículos agresivos, se esgrimió por parte de los escritores y pensadores locales, la espada de la política" (Pérez, 1998, p. 84).

Entre los periódicos más importantes de esa época, además de El Duende, están los siguientes: La Calma, del año 1840 y dirigido por José María Obando; El Imparcial, 1843 y dirigido por Alejandro Gálvez; El Respondón, año 1845, dirigido por Antonio José de Irisarri; El Horizonte del año 1856; El Espectador, 1862, dirigido por Vicente Cárdenas y en donde se publicaron por primera vez tres caricaturas grabadas en madera, originando así las artes gráficas en la ciudad, y en las que se ridiculizaba al gobierno de entonces,

También se editaron en la ciudad durante la segunda mitad del siglo XIX, El Católico, de 1886 y dirigido por Higinio Muñoz; La Estrella del Sur, del año 1880 dirigido por Alejandro Santander y quien, según Sergio Elías Ortiz, "fue el mayor animador del periodismo pastense y el mejor representante de esa falange de varones sin tacha y sin miedo que ni se desanimaban ante el fracaso ni se doblegaban ante los embates de la adversa fortuna" (Ortiz, citado en Pérez, 1998, p. 84).

Alejandro Santander también dirigió en 1882 dos periódicos: El Termómetro y El Correo del Sur, y en 1884 el Núcleo Liberal. En 1888 dirigió La Voz de la Justicia y Noticias de Colombia.

En 1891 apareció El Carácter, periódico dirigido por Julián Bucheli y Daniel Zarama. La Integridad Caucana, del año 1894, dirigido por Avelino Córdoba y Bravo. El Semanario Comercial del año 1898 y Los Andes, de 1899 y dirigido por Benjamín Guerrero.

En los comienzos del siglo XX los numerosos periódicos de Pasto, tanto conservadores como liberales, además de reflejar, como sucedió en otras ciudades de provin-

cia, los conflictos políticos de la época, se dedicaron fundamentalmente a la campaña de la creación del Departamento de Nariño. Pueden citarse: El Conservador de 1902 y el Adalid Católico de 1904, entre muchos otros de orientación conservadora y vinculados “al clero ilustrado y a la intelectualidad apegada a la tradición” (Zúñiga, 2002, p. 162).

Por su parte, los liberales respondieron igualmente con la fundación de periódicos como Sur Liberal, dirigido por Alejandro Santander, ya mencionado anteriormente. En 1904 aparece El Registro Oficial, que luego toma el nombre de La Gaceta Departamental de Nariño, periódico informativo de la gobernación de Nariño. Al año siguiente la Iglesia funda El Campeón Católico.

A finales de 1906, la Facultad de Ingeniería bajo la dirección de su fundador el ingeniero bogotano Fortunato Pereira Gamba, publica la primera entrega de un periódico científico: la Revista de Ingeniería. En 1907, don Jesús Rivera, director de la Imprenta Departamental, fundó el periódico El Impulso.

En 1911 aparece El Alfiler, periódico de corte humorístico, dirigido por Nicolás Hurtado y por el poeta Luis Felipe de la Rosa, en él se atacaba duramente a la autoridad eclesiástica, razón por la cual, luego cambió su nombre por Traca Traca. Poco tiempo después, el poeta De la Rosa se lanza solo en otra empresa editorial y funda el semanario El Cabo Simón; igual que el anterior, el periódico tuvo los mismos problemas de censura con la Curia y esto lo obligó nuevamente a cambiar el nombre por el de Pepito Pulga y publicarlo en 1913.

En el año siguiente aparece Plumadas, periódico dirigido por Eduardo Andrade, Emiliano Díaz del Castillo y Víctor Sánchez Montenegro. En 1915 se publica El grito del Pueblo, con el propósito de intensificar la batalla contra el monopolio de la renta de licores. En 1918 sale al público el semanario Orientación Liberal.

En 1920 se fundan los semanarios Colombia Meridional, El Ferrocarril de Nariño y La Patria, periódicos que trabajaron infatigablemente para promover la construcción del ferrocarril Tumaco-Pasto.

## »»RESEÑA HISTÓRICA DEL PERIÓDICO EL DERECHO

El periódico El Derecho se editó por primera vez el 3 de julio de 1928. Fue fundado por un grupo de inquietos universitarios, entre los que estuvieron: José Elías del Hierro, activo jefe conservador, Fernando Ortiz, Carlos G. López, Rogerio Córdoba y Absalón Martínez. Inicialmente, el periódico apareció como semanario, luego, hasta 1931 fue bisemanario, y desde 1933 hasta su última edición fue editado diariamente.

Este diario ha sido hasta este momento, el de más largo aliento; circuló sin mayores tropiezos, hasta principios de la década del 90. Su émulo fue Orientación Liberal que perduró hasta 1936. Su línea de acción estuvo signada por la «defensa de la propiedad privada de los medios de producción, la presencia de una autoridad robusta para mantener el orden, la oposición a las libertades absolutas y la existencia de un Estado no intervencionista en el campo económico». Sin ambages, desde el comienzo señaló que El Derecho se fundaba para promover el desarrollo y el progreso de Nariño dentro de una concepción socio-política de derecha. (Zúñiga, 2002, p. 162)

José Elías del Hierro, quien a juicio del senador Rogerio Bolaños (año) fue el hombre más importante que ha dado el departamento de Nariño en todos los tiempos, fue un estudioso permanente y una persona convencida de la importante labor que el periodismo ejerce en el desarrollo regional, así lo manifiesta Arturo, (1994).

Debido a la violencia partidista, el 11 de julio de 1944 las instalaciones del periódico fueron incendiadas. En febrero del año subsiguiente, en el editorial del periódico, según el historiador Zuñiga (2002), se escribió lo siguiente:

La salvaje destrucción de nuestros talleres nos impuso un silencio de seis meses, aniquiló el capital acumulado en diez y seis años de fatiga,

pero no logró hacernos desistir del servicio a las ideas que consideramos necesarias al bienestar de la patria (p. 162).

En 1930 se publican varios periódicos como El Pueblo, dirigido por Alfredo Torres; La Voz Liberal dirigido por Ricardo Gómez y Unión Conservadora con la dirección de Carlos Zarama.

En 1933, es importante destacar la publicación de El Radio, periódico dirigido por Carlos César Puyana. Alonso Estrella funda, en 1940, el periódico Tribuna y luego, en 1946, edita otro con el nombre de La Tarde. Hacia 1963, comienza a circular un nuevo periódico denominado Libertad y dirigido por Rodrigo Espinosa. Por su parte, en el año 1976, Claudio Obando publica El Poder. En 1979 se editan varios periódicos: El Pastuso, dirigido por Luis B. Esparza; La Prensa, del Colegio Nacional de Periodistas, y Amauta del Sindicato de maestros de Nariño - SI-MANA. En 1982, inicia su vida periodística El Diario del Sur, dirigido por Hernando Suárez Burgos.

En 1992 circula el periódico La Gente, dirigido por Francisco Terán S. En diciembre del año 2008 sale al público Voces de Nariño, dirigido por Germán de la Rosa, y en el mes de febrero del 2009 sale el diario Al Día, dirigido por Ramiro Egas V. y William Acevedo.

## »»ANÁLISIS GRÁFICO DEL PERIÓDICO EL DERECHO EN LA CIUDAD DE PASTO

El éxito de una publicación no radica, únicamente, en el tratamiento de la información; también, es importante la presentación gráfica que del material se haga en los procesos de diseño y edición: “Cualquier diseño implica la resolución de una serie de problemas tanto a nivel visual como a nivel organizativo. Imágenes y símbolos, campos de texto, titulares, tablas de datos: todo ello debe reunirse con el fin de comunicar” (Samara, 2002, p. 22).

Entonces, el proceso organizativo de un periódico se convierte en un proceso de esquematización, en cuanto a la función, proceso y utilidad; Costa (1998) clasifica el mundo de los esquemas en tres

grandes grupos: el mundo de la ciencia, el mundo de las técnicas y el mundo de lo cotidiano.

Para el caso del periódico El Derecho, desde su fundación, el 3 de julio de 1928, éste conservó un esquema en donde la información y sus contenidos primaron sobre el diseño gráfico. En consecuencia, El Derecho, dentro del proceso de estructuración de la información tuvo un orden limitado, en el que primaron las noticias más relevantes, sobre todo en el ámbito político y regional, convirtiéndose en una publicación casualmente armada, teniendo en cuenta que, para la época, el diseño se ocupaba únicamente de la composición tipográfica y la inmediatez de la información, dejando de lado la función mediática, en cuanto al uso de los aspectos de diseño gráfico presente en los periódicos actuales.

Por otra parte, el pool de periodistas que escribían y redactaban la información en el diario, tenían, para ese entonces, el suficiente conocimiento de la realidad socioeconómica del contexto en donde se insertó, concentrando, de esta manera, el ejercicio periodístico, exclusivamente, al aspecto redaccional.

El doctor José Elías del Hierro, férreo a su ideología conservadora y en calidad de director y fundador, entendió claramente lo que la gente de Pasto necesitaba en cuanto a intereses de lectura, preferencias y estilo de vida; por consiguiente, El Derecho incluyó dentro de sus páginas secciones como: *Al Margen de la Vida*, *Notas Sociales*, *Buzón del Lector*, *Pasto Opina*, *Columna deportiva* y variedades como el horóscopo, crucigrama y la cartelera cinematográfica, entre otras. Así pues, la información contenida en El Derecho, se convierte, en la actualidad, en un documento muy valioso para nuestra sociedad, aclarando que, desde la propuesta gráfica, el periódico adoleció de un diseño propio, como si lo tenían entonces, periódicos de circulación internacional como The New York Times, Le Monde, The Guardian, y nacionales como El Colombiano, El Tiempo, El Espectador y El País, entre otros.

Desde esta perspectiva, El Derecho, a nombre propio, adoptó y clasificó el manejo de la información con valores particulares de composición y concep-

tos estéticos de la época, en la medida en que los textos asumían una apariencia, que se podría definir como apretada, es decir, los bloques de texto se presentaban de una manera densa, a tal punto, de perder el valor jerárquico de la información. En oposición a lo que Canga (1994, p. 26) define como diagramación: “distribución armónica de todos los elementos que componen la página de un diario”.

Sin embargo, hay que precisar, que en la década de los años veinte en la cual aparece el periódico El Derecho, aún los avances y las consideraciones estéticas en el diseño de periódicos no eran tenidas en cuenta por la amplia mayoría de periódicos nacionales, porque primaban los contenidos sobre los elementos gráficos, catalogando al diseño como una cuestión menor, dedicada a los procesos de composición, armada y montaje: “Se comprende así que una publicación periodística no puede fabricarse como una alfombra hecha de retazos, salvo que se haya renunciado de antemano a la creación de un producto atractivo y competitivo” (Gäde, 2002, p. 7).

En consecuencia, se pueden considerar cuatro factores que incidieron en el aspecto estético y de diseño del periódico El Derecho de la ciudad de Pasto; estos fueron:

1. Los altos costos de producción, en tanto que el periódico requiere de un grupo conformado por varias personas, entre ellas las que integraron el equipo editorial y los técnicos encargados del proceso de impresión y armada del periódico.
2. La inmediatez, en la medida en que obligaba al equipo editorial a trabajar contra el tiempo, resaltando importancia y dedicación al diseño.
3. La actualidad de las noticias, ya que todos los acontecimientos debían estar vigentes para el día de la edición.
4. La tecnología de la época, que en cierta manera, dificultó el desarrollo de un diseño creativo.

Por esta última razón, el concepto de diseño en los periódicos corresponde a épocas más actuales, ligadas directamente a los estudios semiológicos,

la apertura de carreras universitarias relacionadas con la publicidad y el diseño, a los avances técnicos y tecnológicos y a una tendencia mundial de competitividad por el valor agregado, en la que los diseños son más elaborados.

Prácticamente, a mediados de la década de los 60 del siglo XX, la mayoría de las publicaciones empiezan a realizar composiciones tipográficas, así como a establecer jerarquías tipográficas en el mismo sentido, lo que permitió, a su vez, llevar a cabo algunos cambios en la composición, obteniendo así páginas mejor armadas, en las que cada uno de los elementos cumplen una función comunicativa no arbitraria, con la respectiva valoración del diseño.

Elaborar y producir cada día un periódico, de manera eficaz y competitiva, es una tarea interdisciplinaria. Implica un trabajo en equipo, para cuyo desarrollo y éxito el diseñador ha de crear el marco global en el que todos los factores indispensables—periodismo, tecnología, layout y tipografía—confluyen armoniosa y productivamente (Gäde, 2002, p.7)

Para realizar el análisis gráfico del periódico El Derecho, se debe considerar la relación entre contenido y forma, Samara (2002) al respecto dice: “Construir una retícula eficaz para un proyecto determinado significa valorar en forma profunda el contenido específico de dicho proyecto, en lo que se refiere a las características visuales y semánticas del espacio tipográfico” (p. 24).

Por su parte, Canga (1994) propone tener en cuenta cuatro conceptos relacionados con el diseño, estos son:

1. Arquitectura gráfica: hace referencia a la disposición de la página. Respecto a esto, en el periódico El Derecho, se puede identificar el formato vertical, como también se aprecia claramente que la información está dividida en cinco columnas; pero, a partir de los años 30, la caja básica se ensancha a seis columnas, permitiendo incluir mayor cantidad de contenidos. En cuanto a esto Gäde (2002, p. 40) sostiene que, “El fundamento y corazón de un diseño de periódico transparente y funcional es, sin duda, su sistema modular”.

2. Tipografía: hace referencia al uso de fuentes y familias tipográficas, así como de cuerpos de letras, para generar contraste tipográfico. En el caso del periódico El Derecho, es importante aclarar, que no existió un manejo adecuado de las jerarquías tipográficas, ya que se observan varios titulares con el mismo grado de relevancia; además, el contraste tipográfico no es marcado por la utilización de cuatro fuentes tipográficas. Según Gäde (2002, p. 42)

La información que el redactor selecciona, valora y agrupa ha de responder a su tratamiento gráfico y tipográfico a idénticos criterios de mayor a menor. Es decir, una información seleccionada y valorada como de “primer orden” ha de editarse de tal manera—en cuanto a extensión, elementos de titulación, etc.— que luego puedan aplicársele las normas gráficas y tipográficas previstas para noticias de esa magnitud.

Por otra parte, Cotton (1994, p. 105) afirma: “Si no se presta atención al impacto e importancia del elemento tipográfico en el diseño, se pueden arruinar ideas”.

3. Fotografía e ilustración: el recurso de ilustraciones en El Derecho, corresponde al proceso de fotograbado; en su logotipo, por ejemplo, manejó la imagen de Hermes, el dios mensajero que anuncia las noticias, protector de los caminos y guía del viajero. El uso de fotografías, en sus comienzos, fue limitado, aunque ya para los años treinta aparecen las primeras caricaturas. “Aparte de la función testimonial y documental de la fotografía, un periódico tiene que ofrecer—como parte de su contenido— imágenes cuyo denominador común sea: emociones captadas y fijadas” (Gäde, 2002, p. 74).

4. Color: se aprecia claramente en El Derecho el uso del color negro y gris, ya que éste fue impreso a una sola tinta, salvo algunos casos en los que el periódico utilizó la tinta azul, acorde con su ideología conservadora. Pero en ocasiones, se dió el uso de rojo y tricromías.

La forma de diseñar una información, el hecho de colocar en un determinado lugar, el uso o no del color, etc., son una especie de comentarios implícitos, que consiguen llevar al lector por un camino determinado, y que sólo se puede lograr con una buena diagramación (Canga, 1994, p. 37).

Generalmente, la presentación de un periódico viene dada por su nombre y la apariencia física, aspectos que le permiten mostrar su personalidad, apoyada por el manejo del concepto y la definición tipográfica. Según lo refiere Canga (1994, p. 59) por “rótulo” se entiende solamente el nombre del periódico, su denominación más simple. El rótulo recibe también el nombre de “logotipo”. El logo del periódico El Derecho contiene los datos complementarios: año, número de la publicación y el número de serie, fecha y director, quien en su primer número fue registrado como Luis Eraso Sarasti y administrador Luis Absalom Martínez; además, se evidencian filetes y recuadros que separan el cabezote con el contenido a través de su slogan: “Periódico de ideas” -ejemplar del 3 de julio de 1.928-. Según Canga (1994, p. 59), “La ‘cabecera’ se denomina al conjunto formado por el nombre del periódico (rótulo) y los datos (fecha, número del periódico, año de la publicación y dirección), y suele ir en la parte superior de la primera página”.

En cuanto a los contenidos, El Derecho presentó en 1.928, a nivel general los siguientes:

1. Noticias primarias
2. Notas editoriales
3. Noticias secundarias
4. y otros titulares

En la página dos se dedica a la moda y a la literatura, contenidos que fueron escritos, en su gran mayoría, por el equipo editorial del periódico; además,

## »»CONCLUSIONES

se incluían anuncios publicitarios de multinacionales como Bayer, Chevrolet, Goodyear y Ford, a nivel nacional y local publicidad de la Compañía Colombiana de Tabaco, Discos Columbia, Aserrío Juan Rosero sucesores, Luna Hermanos, Novoa Rojas & cia., Emilio Mettler & cia., entre otros.

Desde el aspecto espiritual, hay que decir que en algunos casos, se invitaba a los sacerdotes o autoridades eclesíásticas para que realicen sus artículos. Finalmente, en la tercera página se escribía una columna que se mantuvo a lo largo de toda la historia del periódico, llamada Al margen de la vida, cuyos contenidos trataron temas diversos, principalmente enfocados en temas de interés social. A su vez, en esta página se incluyó la sección de noticias locales, en la cual se tocaron temas como matrimonios, la llegada de personajes que culminaron sus estudios en el exterior o el viaje de personajes ilustres a otros países.

En la cuarta página, se incluía la continuación de noticias que comenzaban en la primera, noticias de interés internacional; muestra de ello, se tiene en su primera edición, en donde El Derecho publicó una crónica titulada *Viaje al Polo Norte*; igualmente, en esta misma página se incluían artículos deportivos y pauta publicitaria del propio periódico e incluso los edictos.

Los impresos, especialmente la prensa, han tenido una significativa importancia en la historia de la humanidad, al cambiar la manera de comunicar las ideas y, por tanto, de afectar la conciencia del ser humano.

La evolución de los periódicos en Colombia, es rica en situaciones que permiten ver la historia socio-cultural, política, literaria y religiosa del país.

El periodismo en Pasto, ha sido una actividad fundamental para la difusión de la cultura y los hechos noticiosos cotidianos desde el lejano 1837 cuando surge Pastor Enríquez y su *Imprenta de palo*.

A los largo de los siglos XIX y XX, en la ciudad de San Juan de Pasto se editaron numerosos periódicos, lo cual habla del interés por la comunicación escrita existente en ese entonces en esta ciudad, aunque posteriormente, la mayoría desaparecieron, aunque aún se edita El Diario Del Sur y algunos más recientes como Voces de Nariño, Al Día, Extra y El Pastuso.

El Derecho fue un diario partidista de tendencia conservadora, que defendió los ideales católicos y tradicionales frente a otros valores como los del liberalismo y comunismo.

La composición gráfica del periódico El Derecho no constituyó preocupación central para sus editores, por lo cual sufrió varios cambios a lo largo de sus 62 años de vida, aunque su arquitectura y diseño conservaron líneas tradicionales de composición.

## »»REFERENCIAS

- Arthuro, J. (1994). *Hombres Ilustres de Nariño II*. San Juan de Pasto: Ministerio de Gobierno.
- Balle, F. (1994). *Comunicación y sociedad*. Santafé de Bogotá: Tercer mundo.
- Barney, E. (1983). *Historia del Arte Colombiano*, tomo 9. Bogotá: Salvat.
- Cacua, A. (1991). *Orígenes del periodismo colombiano*. Bogotá: Editorial Kelly.
- Canga, J. (1994). *El diseño periodístico en la prensa diaria normas básicas*. Bosch: Barcelona.
- Costa, J. (1998). *La esquemática. Visualizar la información*. Paidós: Barcelona.
- Cotton, B. (1994). *La nueva guía del diseño gráfico*. Blume: Barcelona.
- De La Mota, I. (1988). *Función social de la información*. Madrid: Paraninfo.
- Eguizábal, R. (1998). *Historia de la Publicidad*. Madrid: Eresma & Celeste.
- Gåde, R. (2002). *Diseño de periódicos. Sistemas y métodos*. Barcelona: Gustavo Gili
- Gil, F. (1978). *Iniciación a la comunicación social*. Bogotá: Paulinas.
- Mc Luhan, M. (1994). *Comprender los medios de comunicación*. Barcelona: Paidós.
- Obando, N. (1974). *Historia del periodismo en Colombia*. Pasto: (s.).
- Ortiz, S. (s.f). *Crónicas de San Juan de Pasto*. Colección Pensadores Políticos Colombianos. Bogotá: Impretécnica Impresores.
- Pabón, A, Molina, D, Arcos, C. & Viveros, D. (2003). *Una ciudad para la memoria*. San Juan de Pasto: Districómputo.
- Revista Gaceta No. 17. (1993) Bogotá: Escala. (Santos, E. Manuel del Socorro Rodríguez, p. 46, 48).1993
- Samara, T. (2004). *Diseñar con y sin retícula*. Barcelona: Gustavo Gili.
- Santa, E. (1974). *El Papel Periódico Ilustrado*. Cali: Carvajal.
- Santos, E. (1999). *El periodismo en Colombia, 1886-1986*. Bogotá: Espasa Siglo XXI.
- Torres, B. (2006). *La prensa está reinventándose*. Publicidad y Mercadeo. Marzo de 2006.
- Torres, O. (2007). *Gran enciclopedia de Colombia*. (Vol. 9, pp) Bogotá: Gran Enciclopedia de Colombia
- Mark, J. (1998, marzo 12). *La dimensión Cognitiva*. El País, p. B 4.
- Pérez, S., Muñoz, C., Cerón, S. & Cortés, M. (1998). *Manual de Historia de Pasto. Academia Nariñense de Historia. Tomo II*. Pasto: Graficolor.
- Zúñiga, E. (2002). *Nariño, Cultura e Ideología*. Pasto: Graficolor.