

FACULTAD DE  
**DISEÑO**



**D** Especialidad en  
Diseño Editorial

**El diseño editorial como herramienta  
para la creación, publicación y difusión  
de historietas en México**

Tesina para obtener el grado de:  
**Especialista en Diseño Editorial**

Presenta:  
**Alan Fernando Mayerstein Jiménez**

Director de tesina  
**Héctor Cuauhtémoc Ponce de León Méndez**

Codirector de tesina  
**Antonio Makhoulouf Akl**

Universidad Autónoma del Estado de Morelos, Junio 2023, México.

La Especialidad en Diseño Editorial (EDE) está acreditada en el Sistema Nacional de Posgrados (SNP) de Conacyt.

Agradezco a Conacyt como patrocinador del proyecto realizado como tesina de especialidad durante el programa de estudio de la Especialidad en Diseño Editorial.

## ÍNDICE

Introducción.....	4
Antecedentes.....	5
Justificación.....	7
Objetivo general.....	8
Objetivos particulares.....	8
Cronograma.....	9
Investigación: La importancia de la historieta en México.....	11
El <i>cómic</i> nacional, ¿Qué fue, es y le falta ser? LIBRO.....	33
Los Básicos del <i>Cómic</i> : Una guía para el artista motivado e inexperto. REVISTA.....	44
El Historietista. PERIÓDICO.....	54
Referencias.....	64

## **Introducción**

Las historietas, un medio de comunicación tan moderno que aún no descubrimos todo su potencial artístico. Una forma de comunicación masiva tan clásica y efectiva que la aparición de otros medios audiovisuales, digitales y virtuales no la han hecho desaparecer, en cambio, la han ayudado a llegar a nuevas latitudes.

A lo largo del siglo XX la historieta se ha consagrado como un arte en todo el sentido de la palabra, y aquí se repasará su importancia, alcances y el potencial que tiene para impulsar a artistas mexicanos a expresarse y contribuir a la cultura popular.

En México, la historieta como medio ha transitado desde lo más alto de la popularidad y el éxito hasta lo más bajo del desdén de la población, en cada época ha habido diversos factores que contribuyeron a que la historieta aumente o disminuya en su éxito y son estos factores de extrema importancia si se quiere comprender lo que sucede con la industria de la historieta actualmente.

Con un mejor panorama se hablará de lo que se puede hacer por mejorar la situación actual de la industria, pues hay miles de jóvenes que consumen diariamente historietas de todo tipo, programas de televisión animados por acción viva e incluso videojuegos y que desean producir arte propio o formar una carrera en estas áreas.

Debido a la dificultad que supone crear series de animación, películas o videojuegos para una sola persona, con mucha frecuencia la historieta es la mejor opción para que diversos artistas puedan expresarse. Es el medio perfecto para que un solo artista mejore sus habilidades artísticas mientras crea un producto que, con suficiente trabajo, puede estar listo para ser publicado de forma editorial o digital y distribuido a millones de personas.

Con las herramientas digitales actuales que existen y están a la disposición, las cuales se enlistan en este proyecto, se estará más cerca de cumplir el objetivo de mostrar al público lo sencillo que es hacer historietas, lo gratificante que es trabajar con el propio estilo y pulir las habilidades artísticas, y lo maravilloso que es tener la oportunidad de trabajar, ganar dinero y una verdadera carrera artística en un medio tan aceptado actualmente.



## Antecedentes

Desde la época prehispánica en México se ha tenido una especial apreciación por la imagen. Los códices dibujados en papel amate, de los que ya sobreviven pocos ejemplares, son muestra de ello, y aunque no se pueden considerar antecedentes de la historieta por la diferencia de medio y propósito, son buen ejemplo de lo fácil que ha sido para la humanidad entender las cosas representándolas mediante imágenes, no sólo eso, también lo importante que es saber expresarse bien usando la imagen y el texto.

El verdadero antecedente de la historieta mexicana es la ilustración y la caricatura, medios que tienen varios siglos de antigüedad y se han utilizado en un sinfín de maneras y con un millar de propósitos. La ilustración en México ha servido para llamar a la gente a levantarse en armas por causas justas, ha servido también para satirizar a sus líderes y concientizar a las masas de lo que está sucediendo en el país, incluso se ha utilizado como medio de entretenimiento para olvidar a veces la desgarradora realidad.

Es a partir de estas ilustraciones que surgieron las primeras historietas publicadas en México a finales del Siglo XIX, al principio publicadas en los diarios y periódicos pero con el tiempo rebasando la popularidad de los mismos. Artistas como Rafael Lilo (1891) , Juan Bautista Urrutia (1874) y Salvador Pruneda (1895) fueron los pioneros de la historieta mexicana como tal. Sus tiras cómicas publicadas en diarios como *El Mundo Ilustrado* y *El Heraldito* lograron tal éxito que se cuenta de personas recortando las tiras cómicas del diario y juntándolas en pequeños cuadernillos, de los cuales todavía pueden encontrarse unos cuantos restantes (Soto, 2020).

A partir de este éxito se generaron los primeros diarios de historietas, enfocados totalmente en tiras cómicas y que se vendían aparte de los periódicos tradicionales. Así nació la primera industria de la historieta, llena de artistas jóvenes que desde los veinte años colaboraban como escritores e ilustradores en estos diarios. Las cifras de ventas que llegaron a tener fueron astronómicas, los diarios de historietas más populares tenían tirajes de medio millón de ejemplares, y contando sólo a los dos más populares de la época como *Pepín* y *Paquín*, se llega fácilmente al millón de ejemplares diarios. (Soto, 2020).

En ese entonces México se consolidó como un país lector mayoritariamente gracias a las historietas, y se originó la llamada “Época de Oro de la historieta Mexicana”, tristemente el éxito

de esta industria y el nivel de recepción que tuvo en el público mexicano no volverían a igualarse.

En la década de los años 50 el éxito de las historietas mexicanas comenzó a tener un declive que provocó el final de la Época Dorada. En aquellos tiempos los historietistas se sentían a salvo por el apoyo de los editores de periódicos que les brindaban todo lo que necesitaban para producir. Sin embargo, situaciones como la inflación, las inesperadas muertes de artistas y editores importantes y uno que otro conflicto entre artista y editor provocaron que ambas partes salieran de pleito.

De un día para otro, los diarios más importantes dejaron de producir diarios de historietas, dejando a los artistas desempleados. Fue una época triste para la industria, pero también de gran cambio, ya que todos los artistas e historietistas fueron forzados a crear sus propias editoriales para continuar con su trabajo. La mayoría no pudieron prosperar y para la década de los años 70 unas cuantas editoriales ya independientes eran las que continuaban con la pesada labor de producir historietas. Títulos como *Chamaco*, *Los Supersabios* y *Don Regino Burrón* fueron algunos que lograron sobrevivir.

Para la década de los ochenta el daño ya estaba hecho, las editoriales independientes surgieron y cayeron con excepción de unas cuantas, quienes se encargaron en fundar la llamada “Época de Plata de la Historieta Mexicana”. Títulos como *La familia Burrón* de Gabriel Vargas, que se volvió su propia historieta después de, 16000 números hechos y vendidos, *Memín Pinguín* de Yolanda Vargas, y *Kalimán* de Roberto Vázquez, la cual trascendió incluso al radio y al cine, fueron las más grandes aportaciones a la historieta en aquella época, y también la razón de que la industria no desapareciera completamente después de la crisis de los años 50.

A partir de entonces, y considerando que varias de las historietas que ya se mencionaron se volvieron íconos populares mexicanos, la industria de la historieta se ha enfocado más en distribuir títulos de cómic estadounidense o manga japonés, que también son bastante populares en el público mexicano, dejando a los productos nacionales en segundo plano desde entonces.

Pero esto puede cambiar. La era digital ha llegado y con ella diversos medios para producir, distribuir y promover historietas que algunos artistas y colectivos como *Santa Cruz Cómics* han intentado aprovechar para revivir el interés del público por el noveno arte, creando eventos, festivales y sitios de divulgación para el público en general (Mares, 2021).

## **Justificación**

Las historietas han sido parte importante en la vida de muchas personas. Desde que se empezaron a hacer populares, cada editorial ha tratado de hacer historias que conecten de cierto modo con el público. Desde haciendo personajes entrañables y graciosos que nos recuerden a personas reales, hasta creando historias tan profundas y bien estructuradas que tenemos ganas de seguirlas aunque lleven años y años publicándose.

Algunos ejemplos de esto ha sido la franquicia de Marvel y DC que se enfocan en el género de superhéroes, algunos de sus personajes son mucho más populares que otros, y lo son por variedad de razones, pero no cabe duda que la forma en la que la gente ha sentido aprecio por Spiderman o Batman es genuina, y lo bastante fuerte para seguir pidiendo historias de esos personajes incluso 60 años después de que aparecieron por primera vez.

En lo personal, la historieta no sólo es un medio por el que este tipo de historias pueden contarse, es quizás el medio más accesible al público en general. En general crecimos viendo películas, televisión o incluso series animadas, tal vez nos hayan gustado tanto que hayamos querido crear una propia. Pero el cine, la televisión y la animación son artes complejas, es imposible que una sola persona sin apoyo o mucho tiempo libre pueda crear productos de estos tipos. La historieta no es así. Cualquiera con lápiz, papel y una idea puede crear una. Es un medio tan sencillo de crear como lo es la escritura y la ilustración misma. Y por supuesto requiere entrenamiento y práctica, pero es tan sencillo que una sola persona puede crear resultados, y esa es la belleza de las historietas, su simplicidad.

Con los años diversos artistas han querido crear sus propias historias, darlas a conocer y expresarse con ellas. La historieta es la mejor opción para todos ellos y a través de este proyecto se pretende facilitar el trabajo de otros artistas que buscan crear.

Con investigaciones sobre la industria y su historia, consejos para crear, concretar e incluso publicar una historieta y recomendaciones para leer las mejores obras del medio como herramientas para el público, se pretende lograr que más artistas se inicien en este arte tan simple y complejo, versátil y poderoso.

## **Objetivo General**

Describir los procesos del diseño editorial de tres productos editoriales: Revista, Periódico y Libro, mediante la profundización de las bases teóricas, temáticas y conceptuales, enriqueciendo los conocimientos teórico-prácticos para la planeación, estructuración y ejecución de proyectos de diseño editorial.

Hacer una investigación sobre la industria de la historieta en México a lo largo de los años con el propósito de informar a aquellos interesados en incursionar en este tipo de arte y tengan un mejor contexto de lo que ha acontecido en las distintas etapas de la historieta.

Con dicha investigación se pretende entonces formar una mejor idea de lo que es la industria actual de la historieta en México y en el mundo, con sus más altos exponentes y éxitos más rotundos, los cuales serán recomendados al público para su posterior lectura.

Finalmente, entregar en los productos editoriales resultantes toda la información recopilada, agregando consejos y distintas herramientas útiles para los artistas que quieran incursionar en las historietas y tener éxito creando sus propios productos editoriales del género.

## **Objetivos Particulares**

Justificar el diseño de tres productos editoriales: revista, periódico y libro.

Fortalecer las competencias de la dirección de arte editorial para medios impresos y digitales en concordancia con las LGAC de la EDE, del Director y Codirector de tesina.

Hacer un libro en el que se profundice en una investigación toda la historia de la industria de la historieta en México desde sus inicios, los alcances a los que ha llegado y un panorama general de la industria actual, así como recomendaciones del autor de cómo se puede hacer para dar mayor alcance a la industria de la historieta mexicana y sus productos.

Hacer un periódico que incluya recomendaciones de las mejores historietas, tiras cómicas y novelas gráficas de distintos géneros, con el propósito de brindar información al público que no haya leído muchos ejemplares o recomendar nuevos títulos a los que ya sean consumidores. Agregar varios géneros como: terror, ciencia ficción y romance para abarcar un amplio público, noticias de eventos de historietas a nivel nacional y entrevistas con artistas locales.

Hacer una revista en donde se compilen los conceptos básicos que se necesitan para crear una historieta, desde la escritura de la trama y el diseño de personajes hasta la composición de las viñetas y la publicación del producto. Agregar varios ejercicios que podrán completarse en la misma revista, convirtiéndola en un producto interactivo con el que se pueda llamar la atención de un público más juvenil y de artistas que no estén familiarizados con el género.

Imprimir y difundir las obras en festivales, escuelas y otros eventos de forma local para aumentar la cantidad de consumidores de historietas en Morelos y, asimismo, aumentar la posibilidad de más artistas que incursionen por sí mismos en el género.

## **Cronograma**

Para el proyecto se tiene programado un tiempo de producción desde agosto del 2022 hasta la entrega final en junio del 2023.

Se dividirá el proyecto en distintas etapas de preproducción para finalizar en los últimos meses con la producción de las tres obras editoriales como parte final del proyecto, realizando al menos una prueba de impresión definitiva de cada producto editorial como prueba del trabajo realizado.

### *Planteamiento del tema*

Etapas en la que se planteará el tema del proyecto y los subtemas que tratarán los tres productos editoriales, definición de objetivos generales y particulares que se deseen lograr.

### *Investigación*

Etapas de investigación en la que se recopilará toda la información necesaria para los tres productos editoriales a través de distintas publicaciones anteriores acordes al tema. Se definirá también el público meta y con base a este el estilo que tendrán los tres productos, así como costos de producción de cada uno.

### *Desarrollo de elementos*

Etapas en la que se recopilarán todos los elementos gráficos necesarios para los tres productos editoriales, incluyendo imágenes, fotografías, ilustraciones, tipografías, papel y tintas que serán utilizadas en la impresión.

*Diseño y maquetación*

Etapas en la que todos los elementos serán maquetados en archivos del programa *InDesign* que serán enviados a la imprenta para su prueba de impresión.

*Impresión*

Etapas finales donde se producen las pruebas de impresión finales que serán entregadas.

Cronograma de las distintas fases del proyecto:

	Planteamiento	Investigación	Desarrollo	Diseño	Impresión
Ago 2022					
Sep 2022					
Oct 2022					
Nov 2022					
Dic 2022					
Ene 2023					
Feb 2023					
Mar 2023					
Abr 2023					
Mayo 2023					
Jun 2023					

## **Investigación: La historieta en México**

¿Qué tan importante ha sido la historieta como medio de comunicación en México? La respuesta es difícil de responder por diversas razones, entre ellas la falta de atención que ha recibido el medio de la historieta por parte de la industria de la literatura, quizás por considerarlo un medio inferior o sin importancia. Otra razón puede ser la casi innegable asociación que se hace a la historieta con los niños, ya que desde un principio las historietas han sido usadas para atrapar la atención de niños y niñas cuando los libros no lo hacían.

Debido a estas y algunas otras razones, quizá no se le ha dado a la historieta la importancia que se merece al momento de la investigación, análisis y difusión, pero pese a todo ha podido mantenerse a flote hasta nuestros días, con sus respectivas altas y bajas a lo largo de los años. Como ya se ha repasado anteriormente, la historieta en México ha pasado por varias “eras” en las que tuvieron inmensa popularidad. La edad de oro de la historieta llegó en la década de los años 40, pero incluso con el declive que representó la edad de plata y épocas subsecuentes, la historieta siempre se mantuvo como un producto de gran demanda.

Según investigaciones, en el año de 1979, cuando la edad de plata estaba llegando a su fin, se vendían aproximadamente setenta millones de historietas y fotonovelas en todo el territorio nacional, representando una ganancia de doscientos millones de pesos mensuales y suficientes ejemplares para que cada mexicano tuviese más de uno en su posesión (Herner, 1979).

Desde los primeros ejemplos de historieta nacional, el medio ha roto las concepciones del público y de los autores de lo que significaba la imagen y la narrativa. Un ejemplo serían las historietas de “El Buen Tono”, una pequeña historieta que se imprimía en paquetes de cigarrillos del mismo nombre, inspirados en historias europeas como las de Charles Dickens. Otros ejemplos más importantes fueron las sátiras políticas de artistas como Posada y el Hijo del Ahuizote, que desde principios del Siglo XX luchaban contra la opresión, permitiéndole al público mayormente analfabeto entender el mensaje a través de la imagen satírica.

Sin embargo, el camino tuvo sus tropiezos. La historieta, como ya se habló, no inició con la intención de volverse un arte de culto, sino de formar parte de la ya bien establecida sociedad de consumo en la que nació y encontró su lugar predilecto. Cada historieta producida ha sido hecha para vender y ser consumida por el público, y eso se debe de tener en cuenta al momento

de analizar su importancia y lo lejos que ha llegado como medio de comunicación y forma de arte. Pues de todas las formas de arte que existen, la mayoría de las cuales han tenido que sobrevivir entre la lucha por la subversión y la triste realidad de tener que ponerse al servicio de las clases altas para poder producirse, la historieta nunca perdió la cualidad más importante que otras artes no tenían, el potencial de llegar a un gran número de personas, afectarlas e inspirarlas por igual.

La historieta, como producto de consumo en México, creció muy ligada a la industria estadounidense, de la que recibió la inspiración inicial y los materiales necesarios para crecer de forma autónoma. Cuando en Estados Unidos las empresas de Pulitzer y Hearst competían por el monopolio de los periódicos en Nueva York, accidentalmente le dieron a la industria mexicana las herramientas para superarlos. Mientras que en Estados Unidos se empezaban a agregar tiras cómicas en los periódicos dominicales para hacerlos más vistosos y aumentar sus ventas, la industria mexicana dio un paso más allá y decidió separar la producción de historietas de la periodística y crear en la década de los años 30 los primeros productos editoriales enfocados únicamente en la historieta, cosa que no harían en Estados Unidos hasta unos años después, después de quizás ver el éxito que le estaba generando a la industria mexicana.

Lo que hizo México sentó un precedente para lo que se volvería la historieta de ahí en adelante. En ese momento no se sabía que estaban creando algunos de los formatos más indispensables para las historietas en toda su historia, la tira cómica ya había sido inventada, pero el formato de *cómic* y novela gráfica se estaba cimentando para convertirse en el estándar de las historietas actuales. Estos y otros éxitos abrieron paso a la Época de Oro de la historieta mexicana, en la que las historietas se volvieron tan populares que sobrepasaban con creces a los libros e incluso a algunos periódicos. En esa época, y solamente hablando del tiraje de la historieta Pepín, se tiraban 700,000 ejemplares diarios y el doble para la edición dominical solo para satisfacer la enorme demanda. Pepín era la historieta más popular en los años 30 y lo sería por unos años más hasta el declive (Valdiosera, 1950).

Para saber el porqué de este rotundo éxito en el medio, se debe de analizar primero a la historieta misma. ¿Qué la hace tan especial, tan querida y tan accesible al público? Muchos se han hecho esta pregunta y una muy aceptada hipótesis dice que el secreto radica en su peculiar y único lenguaje.



Cuando se habla de lenguaje, se habla de la forma que tiene la historieta para comunicar a través de texto e imagen de forma entendible y atractiva. La historieta es, después de todo, un arte narrativo como la literatura, pero está tan ligada a la imagen que incluso el texto que se incluye en las historietas tiene una intención visual. Esto se representa de diversos modos.

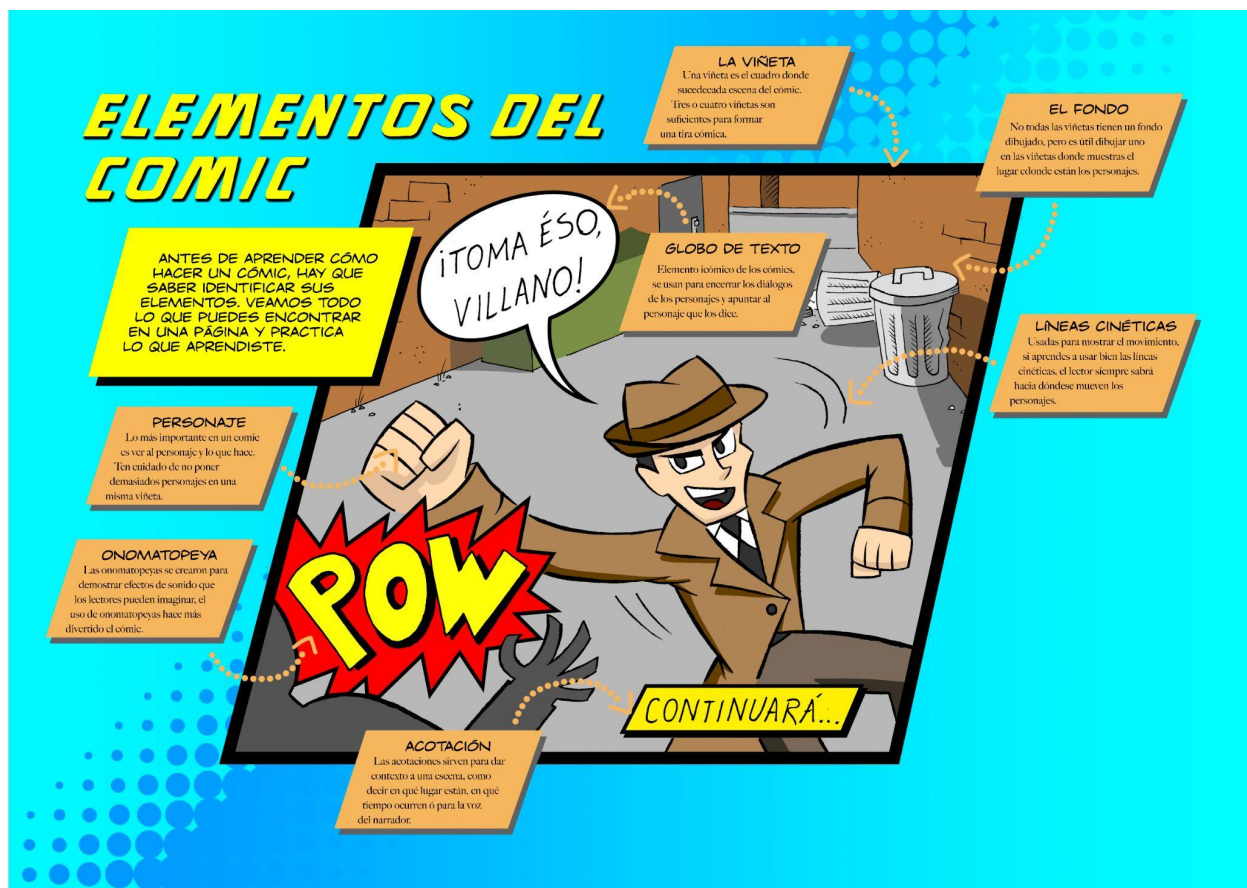
El globo de texto: La forma más clásica de incluir texto en una historieta, encerrado dentro de formas como círculos o rectángulos y señalando a la fuente de dicho sonido, los globos nos permiten entender el diálogo de los personajes en un nivel casi teatral. Los globos han pasado de estar colocados fuera de la imagen a vivir dentro de ella, ocupando un espacio pequeño para dar más importancia a las ilustraciones, pero no por ello han perdido su importancia propia, la historieta permite experimentar la relación entre el texto y la imagen, incluyendo contradicciones, ironías, exageraciones y cualquier otro tipo de figura literaria.

La onomatopeya: Creada por pura necesidad para expresar sonidos en un medio literario sin tener que recurrir a la descripción, la onomatopeya también se ha convertido en un estándar en las historietas. Una onomatopeya es una palabra que simboliza un ruido que el lector debe entender dentro de la narrativa, sonidos como gritos, choques, golpes, explosiones que en medios literarios sólo pueden describirse, en la historieta pueden representarse mediante palabras cortas que implican esos sonidos. Palabras que, por cierto, han tenido sus propias controversias al pasar de un idioma a otro, pues al principio las onomatopeyas de la historieta mexicana venían directamente prestadas de historietas estadounidenses. Palabras como *Boom!*, *Crash!*, y *Pow!* Son muy efectivas en el idioma inglés, pero en México no eran bien identificadas por el público, por lo que tuvieron que cambiarse y adaptarse al español, creando algunas como “¡Pas!, ¡Pum!, y ¡Cuas!, que han sido ampliamente usadas en la historieta mexicana por décadas.

La ilustración: La historieta se separa de la narración escrita únicamente por la inclusión de imágenes e ilustraciones, se han vuelto tan importantes que dependiendo del tipo de imágenes utilizadas la historieta puede dividirse en distintas categorías. Un ejemplo es la fotonovela, género de gran importancia durante la edad de oro y que era considerada la “hermana gemela de la historieta”, pero con una diferencia crucial. Sus ilustraciones eran fotografías. El nivel de realismo alcanzado por las fotonovelas las hacía del agrado de muchos, que las consideraba más maduras y realistas.

Dejando de lado la fotonovela, la ilustración en la historieta también ha tenido una enorme variedad, y aquí se puede notar un paralelo con otras artes como la pintura o la gráfica.

Con dibujantes que se esforzaban por obtener el mayor grado de realismo posible, creando historietas desde Chanoc y Fantomas, hasta artistas que creaban ilustraciones tan simples que apenas eran entendibles. Y es que la historieta tiene espacio para cada uno, dependiendo de la temática de la narrativa, la calidad y el estilo de la ilustración pueden adaptarse a esta para obtener mejores resultados. Ejemplos hay muchos, tomemos por ejemplo a la siempre famosa editorial *Marvel Cómics*, la gran mayoría de sus productos están enfocados en el género de los superhéroes, y a pesar de que sus narrativas suelen ser extremadamente fantásticas e irreales, siempre se han esforzado en alcanzar gran nivel de realismo en sus ilustraciones. Por otro lado, tenemos a artistas como Gabriel Vargas, cuyos personajes no siguen ninguna regla de proporción o realismo, lo que les da algo más de expresividad y los hace más atractivos para lectores infantiles. En la gran historia que ha tenido la historieta, la gran variedad de imágenes utilizadas sólo muestran el potencial del medio para crear arte verdadero.



Fuente: Elaboración propia. *Infografía que detalla los elementos básicos que constituyen una historieta*. Revista *Los Básicos del cómic* (2023).

Ahora que repasamos los elementos de la historieta, podemos suponer unas cuantas razones de su importancia como medio, la inclusión y énfasis en la imagen e ilustración han demostrado tener un mayor efecto en el público, especialmente en el público mexicano que, a lo largo de los años ha tenido un alto índice de analfabetismo y desinterés por la lectura convencional. El lenguaje de la historieta compuesto de muchas imágenes y poco texto pudo haber sido la mayor causa del éxito de la historieta en México, y la misma razón por la que actualmente la población mexicana sigue consumiendo historietas.

Otra de las razones que pueden explicar la importancia de este medio, puede ser la forma en la que las historietas se producen. La industria de la historieta, desde sus inicios, ha sido muy diferente a la industria editorial tradicional, teniendo más en común con la industria periodística en formato, tiraje y distribución.

La historieta constituye -en palabras de Umberto Eco- un género literario autónomo dotado de elementos estructurales propios de una técnica comunicativa original, fundada en la existencia de un código compartido por los lectores y al cual el autor se remite para articular, según leyes formativas inéditas, un mensaje que se dirige simultáneamente a la inteligencia, la imaginación y el gusto de los propios lectores. (Herner, 1979, pp 79)

La producción de historietas es, antes que todo, un producto de consumo. Por lo tanto, está ligado a la misma sociedad de consumo que otros productos como las películas, libros y programas de televisión, sin importar el innegable potencial que tiene la historieta de llegar al público como un producto artístico con intención total de ser solamente arte, debemos reconocer que la industria de la historieta es una de muchas industrias que pone prioridad en la venta del producto. Con eso en mente, hay que analizar los pasos en los que una historieta es producida desde su concepción hasta llegar a las manos del consumidor, pues el proceso es una de las razones de su importancia.

Una historieta empieza con una idea, la cual en su mayor parte es creada por artistas profesionales o por un equipo de creadores empleados por empresas editoriales. Estas editoriales siempre están buscando ideas para producir nuevas historias, aunque no es tan sencillo como tener una idea y simplemente dárselas. Desde la concepción, la idea o concepto pasa por una serie de pasos antes de empezar la producción de una historieta.

Antes que nada, hay que hacer un paréntesis para hablar de los derechos de autor. Concepto de suma importancia para cualquier persona que trabaje en el ámbito artístico o creativo. Las leyes de derechos de autor protegen al creador de un concepto y le dan el derecho de lucrar con él o permitir que otros lo hagan, a lo largo de la historia ha habido ejemplos de cómo los artistas y las empresas han usado los derechos de autor para su propio beneficio para que los resultados les favorezcan más que al resto.

Un ejemplo de esto es lo que ocurrió con el famoso superhéroe *Venom*. Creado en 1984 por Tom DeFalco y Todd McFarlane, *Venom* es un villano de gran importancia en los cómics del Hombre Araña, sin embargo, la historia de su creación es bastante curiosa.

En 1982, le editorial *Marvel Cómics* publicó un concurso para que los fanáticos de la historieta enviaran propuestas para un nuevo traje que usaría el Hombre Araña durante el evento de *Secret Wars*. Dicho ganador sería Randy Schueller de 22 años, que propuso un traje casi completamente negro con detalles blancos para el famoso superhéroe.

Randy nunca se imaginó que su aportación a la historieta del Hombre Araña sería tan importante, pues dos años después los artistas Todd McFarlane y Tom DeFalco seguirían usando el concepto del traje negro en una historia que se volvería de culto. Crearon un personaje totalmente nuevo basado en el diseño original de Randy, llamado *Venom*, y se convertiría en un personaje de culto y uno de los más populares de la editorial. Todo esto se traduce en millonarias ganancias para *Marvel Cómics*, de las cuales la fuente original del concepto, el joven Randy Schueller, no vería un centavo (Phillips, 2018).

Las leyes de derechos de autor habrían servido de mucho en este caso, pues de haber registrado la idea original, el creador habría tenido derecho a las enormes ganancias que su concepto generó. Como este hay muchos casos no solo en la industria de la historieta, sino también en la literatura, la televisión y el cine. Por eso no podemos dejar de enfatizar la importancia de los derechos de autor en la producción de cualquier tipo de historieta.

Pasando a otro tema, una vez registrados ante derechos de autor, los conceptos tienen dos opciones para seguir, ser vendidos a una compañía editorial, tal como hizo Mike Mignola, creador del personaje *Hellboy*, para que la editorial utilice al personaje ofreciendo a cambio una cantidad monetaria en regalías, o el camino de la autopublicación, del cual hablaremos más adelante.

Suponiendo que la idea haya sido del agrado de una editorial y esta haya accedido a comprar sus derechos de publicación, ahora es momento del trabajo de producción de la historieta. Aquí las editoriales pueden hacer uso de la fuerza laboral de decenas de personas diferentes, divididas en varias categorías.

**Escritores:** Una historieta es un producto narrativo, y como tal, hay un grupo de escritores profesionales que trabajan a la par con el siguiente grupo escribiendo la narrativa. Una historieta puede ser unitaria o serial, es decir, su historia puede ocupar una sola publicación o dividirse en varias. Las historietas seriales son las más comunes, pues, permiten contar una historia extensa dividida en tomos de pocas páginas fáciles de producir y baratos para el público.

**Ilustradores:** Trabajando a la par con los escritores, se encargan de seguir la trama que los escritores arman y la representan en ilustraciones. Un ilustrador de historietas debe trabajar con varias reglas en mente. Las ilustraciones son de suma importancia, pero deben dejar espacio para el texto, que será acomodado en globos de texto posteriormente. La composición entre texto e imagen es responsabilidad de los ilustradores, pues crean los bocetos sobre los que se basarán los demás equipos de la producción. Al final, entregan un boceto de ilustraciones hechas a lápiz que corresponderán a las páginas de la historieta.

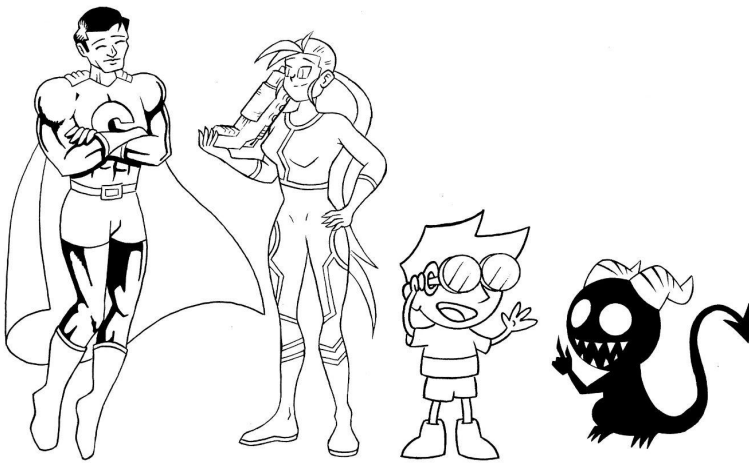
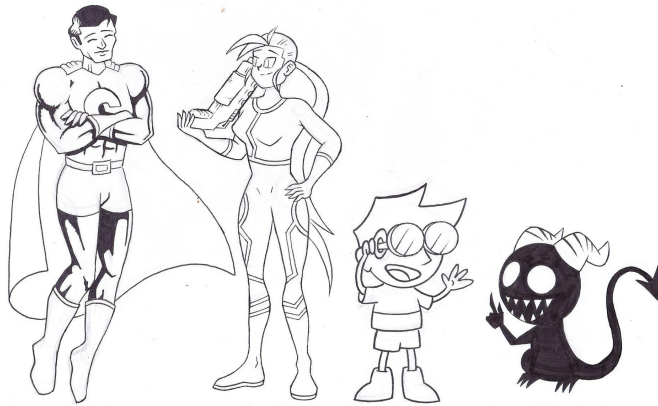
**Entintadores:** La forma tradicional de producir historietas demanda que los ilustradores entreguen las ilustraciones a lápiz, y que un equipo de entintadores cree imágenes más limpias y profesionales a partir de los bocetos. Un entintador, como dice su nombre, trabaja con tintas y produce ilustraciones en blanco y negro que están listas para ser coloreadas posteriormente. El trabajo de entintador ha cambiado a partir de la era digital, y actualmente es común que el ilustrador y el entintador sean la misma persona. Además, el trabajo de entintar que antes era hecho con pincel y tinta, ahora puede ser hecho con herramientas de dibujo digital.

**Encargados de texto:** Antes de la era digital, una vez que los entintadores terminaban su trabajo, un equipo de entintadores especial se encargaba de dibujar los globos de texto y escribir los diálogos dentro de ellos. Era importante que fueran equipos distintos, pues eran contratados por la limpieza y legibilidad en su caligrafía. Artistas como Dave Gibbons (1949) han sido reconocidos por su trabajo tipográfico a tal punto que se han tomado muestras de su caligrafía para crear fuentes tipográficas digitales. Actualmente, el trabajo del texto es hecho usando herramientas de texto digitales.

Coloristas: Así como los entintadores, los coloristas recibían el trabajo para darle color. El proceso de colorear una historieta ha cambiado mucho a lo largo de los años. Tradicionalmente, los coloristas únicamente fabricaban guías de color para cada página de la historieta, las cuales eran enviadas a la imprenta donde eran fotografiadas y posteriormente grabadas en placas listas para la impresión. Este trabajo caía en manos de la misma imprenta, que teniendo las páginas y las guías de color, producían los tirajes.

Impresores: El trabajo de imprenta de las historietas también ha sufrido cambios con los años, pero son cambios en la tecnología de impresión que han afectado a la misma industria editorial. Desde impresión tradicional por serigrafía hasta la impresión en offset moderna, las historietas se han adaptado a los cambios para producir productos de mayor calidad.

Historieta digital: Este apartado debe incluirse en las etapas más contemporáneas de la historieta, pues con la llegada de la era digital, las redes sociales y el arte digital, la historieta ha expandido sus fronteras a estas nuevas tecnologías. Hoy en día la historieta digital es una nueva forma de crear y distribuir historietas. Saltándose por completo la fase de impresión y creando un archivo digital que puede ser vendido y comprado, se ha creado un nuevo formato en donde la distribución del producto cambia completamente. Además, al ser digitales, las historietas hay posibilidad de integrar otros elementos digitales a ellas como animaciones, música y actuaciones de voz o hasta realidad aumentada. Todo esto parece rebasar las fronteras de lo que es una historieta, convirtiendo la experiencia literaria en una audiovisual muy parecida a la televisión o el cine, pero no cabe duda de las posibilidades que trae para los creadores actuales.



Fuente: Elaboración propia. *Imágenes representando el proceso de producción de una historieta: Boceto, entintado y color.*

Después de abarcar la producción de las historietas, la cual ha demostrado ser barata en su mayoría en comparación a las ganancias que puede producir, es momento de ver unas cifras que pongan a la vista el alcance que ha tenido la historieta como medio en México.

La edad de plata comenzó a finales de los años 50 y se extendió hasta los años 70, esta época es interesante, pues, a pesar de haber un declive general en cuanto al apoyo de editoriales importantes a los creadores de historietas, la industria sobrevivió creando editoriales propias, cada una con un distinto enfoque y distintos títulos que ofrecían variedad y sana competencia.

Según Irene Herner (1979), para 1976 se imprimían cerca de 70 millones de historietas al mes en todo México, si el promedio de venta de cada una era de tres pesos suponían una ganancia de 210 millones de pesos mensuales para la industria de la historieta en general. Herner sugiere que en dicho año el pueblo mexicano leía exclusivamente historietas y fotonovelas, y su hábito de lectura estaba circunscrito prácticamente a este medio (Herner, 1979).

Y la importancia de estas cifras se puede ver en lo que significó para la cultura popular mexicana. Desde la época de oro, las empresas se dieron cuenta del gran éxito que tenían las historietas con el público, y decidieron ver qué tan lejos podían llevarlo usando una herramienta muy poderosa, la publicidad.

Han existido incontables productos publicitarios de las franquicias más amadas de la historia, y aunque actualmente la mayoría de franquicias exitosas parten del cine o los videojuegos, hablaremos de un ejemplo que lleva poco tiempo alcanzando un nivel de éxito sin precedentes, *Marvel Cómics*.

La editorial Marvel tiene una gran trayectoria, comenzando en la década de los 40 publicando historietas de héroes que luchaban por los intereses de Norteamérica (Capitán América, Namor, La Antorcha Humana). Las historietas de Marvel fueron de gran importancia para la sociedad americana durante conflictos como la Segunda Guerra Mundial y la Guerra de Vietnam, donde enfrentaban los conflictos armados, inventando héroes americanos que defendían a su gente contra invasores y terroristas, para cada conflicto armado ha habido un héroe en Marvel, que representa la lucha y el orgullo nacional.

Capitán América para la Segunda Guerra Mundial, Iron Man para la guerra de Vietnam, los X-Men para la lucha contra el racismo, Marvel ha sabido crear íconos que se han mantenido en la mente de sus seguidores por décadas, pero nadie en esa época estaría preparado para lo que les traería el nuevo milenio.



Después de vivir su peor época en los años 80 y 90, Marvel estuvo al borde de la bancarrota, el interés de Norteamérica por los cómics de superhéroes descendió, quizás desplazado por otros medios como el cine y el inicio de los videojuegos, y para sobrevivir la editorial fue forzada a vender los derechos de sus personajes a distintas compañías.

Este paso fue de gran importancia, pues Marvel lo hizo con la intención de ganar algo de dinero y mantenerse a flote, mientras que las compañías lo hicieron para llevar los conceptos de Marvel al siguiente nivel, el cine.

Las primeras películas de Marvel, producidas por Sony y Fox, llegaron a finales de los 90, íconos como *Blade*, *Spiderman* y *Los 4 Fantásticos* fueron adaptados al cine por primera vez en décadas, y el éxito que tuvieron fue cada vez mayor.

Todo culminó en agosto del 2009 cuando Disney compró los derechos de Marvel que le quedaban a la compañía, decisión que alarmó a los fanáticos de los cómics en su tiempo, pero demostró tener grandes resultados. Años después, Marvel creó un Universo Cinematográfico con 31 películas estrenadas al momento de escribir esta tesina, 20 series con dos temporadas en promedio cada una, 10 cortometrajes y mucho más contenido en camino.

Para 2014 la franquicia había recaudado 14 mil millones de dólares a nivel mundial y actualmente sus películas ocupan dos de los cinco puestos de las películas más taquilleras en la historia (*Avengers: Infinity War*, 2018 y *Avengers: Endgame*, 2019). Todo a partir de conceptos, personajes e historias basadas en historietas (Iniesta, 2014).

Actualmente, el UCM (Universo Cinematográfico de Marvel) es una de las franquicias más exitosas a nivel mundial, y no cabe duda de la importancia que tuvieron todos los superhéroes creados a mediados del siglo pasado en los últimos años. Esto es sin duda el ejemplo más claro de lo lejos que puede llegar una historieta para impactar a la cultura popular mundial, y aunque en México somos fieles consumidores del UCM desde su concepción, no ha habido historieta mexicana que llegue a tal nivel de éxito.

Con el ejemplo de *Marvel Cómics* hemos podido apreciar lo lejos que puede llegar una historieta si es apoyada por otros medios como la publicidad y las adaptaciones a otras artes, con el propósito de comparar este caso con lo que ha sucedido en México, hablaremos un poco de las historietas mexicanas y el alcance que han tenido en la época actual.

Actualmente, la industria de la historieta es casi totalmente inexistente, al menos desde un punto de vista formal y general. Las editoriales importantes de la edad de oro y plata como

Editorial Novaro, Argumentos y Editorial América han desaparecido totalmente o se han transformado en editoriales distintas que ya no se enfocan únicamente en la historieta. Con el paso de los años han surgido otras con el afán de reemplazarlas, un caso muy curioso es el de la recién desaparecida Editorial Vid.

Grupo Editorial Vid es una de las últimas editoriales importantes que quedaban de la edad de oro y plata, y pasó por tener muchos nombres conforme pasaron los años. Anteriormente, Vid era conocida como Editorial Argumentos, fundada en 1956 por la pareja de historietistas Yolanda Vargas Dulché (1926-1999) y Guillermo de la Parra (1921-2006).

Yolanda y Guillermo eran historietistas profesionales en la edad de oro de la historieta, trabajaron en títulos de gran importancia como Rarotonga y Memín Pinguín. En 1956, después de trabajar para editoriales importantes, decidieron fundar su propia editorial, que llamaron Argumentos. En ella se publicaba la revista Lágrimas, Risas y Amor, la cual se enfocaba en historietas románticas y que se publicó desde 1962 hasta 1995. La revista fue de gran importancia, ya que inició con ejemplares unitarios e historias cortas de 32 páginas, pero su mayor éxito llegó cuando cambiaron a historias seriadas que ocupaban varios números para concluir. Algunas de sus historias originales como Rubí (1963) y El pecado de Oyuki (1949) fueron adaptadas a telenovelas después por Televisa, teniendo un éxito considerable.

La editorial pasó entonces a manos del hijo de Yolanda y Guillermo, Manelick de la Parra, quien aún publicaba historietas de sus padres como Rarotonga y Memín Pinguín que tuvieron gran éxito, pero en la década de los 80, empezó a enfocarse más en obtener licencias para importar material extranjero, el cual era más barato y sencillo de producir que crear historias originales, creando un boom de popularidad de los personajes de editoriales como *DC Comics*. En este período la editorial cambió de nombre a Grupo Editorial Vid.

La editorial alcanzó su mayor éxito en la década de los 90, en la que abrieron sucursales en cada estado del país para vender exclusivamente productos propios y las licencias que tenían en ese momento. En 1994, obtuvieron las licencias para vender en México los productos de *Marvel Comics*, aunque solo los tuvo por un año, y los obtuvo de nuevo en 1998, cuando publicaron títulos importantes como *X-Men*, *Spiderman* y *Avengers*. Finalmente, los cedió a Editorial Televisa en 2005.

El declive de la editorial empezó poco después de ceder los derechos de Marvel a Televisa, debido al creciente interés del público por el manga japonés, Vid se enfocó casi

exclusivamente a estos, lentamente bajaron sus ventas hasta que en 2011 perdieron también los derechos de DC Cómics, lo cual pudo haber sido en golpe final para la editorial.

Desde 2009 hasta 2012 todas sus sucursales fueron cerrando, las últimas fueron las de Monterrey, Nuevo León. En 2015 tuvieron un sorpresivo y momentáneo regreso, publicando reediciones de Memín Pinguín y Lágrimas, Risas y Amor, unos de sus títulos originales de mayor éxito. En 2015 la empresa oficialmente se disolvió y todas sus licencias fueron vendidas a otras editoriales (Valdés, 1984).

La historia de Vid es un caso muy curioso, pues representa a la perfección la historia del declive de la historieta mexicana desde la época de plata. En aquella época, Editorial Argumentos se dedicaba a crear historias originales enfocándose en el género romántico, el resultado, crearon íconos en la cultura popular mexicana. *Lágrimas, Risas y Amor* fue una revista de gran importancia después de la edad de plata, de la cual salieron importantes historias que serían después adaptadas a telenovelas, cine y hasta animación.

El verdadero declive llegó cuando mudaron su preferencia a las licencias extranjeras, que demostraron tener también un gran éxito y dejaron de producir historias originales.

Esto es casi un reflejo de lo que pasó con la industria a nivel general, pues desde el declive de la época de plata pocas editoriales continuaron creando historietas originales y el interés del público lentamente cambió a productos extranjeros. Actualmente, una de cada diez personas en México dice ser lectora de historietas (Nares, 2020), pero estos productos no son hechos en México, son reediciones de historietas estadounidenses o mangas japoneses.

El resultado fue casi inevitable, la industria de la historieta en México se redujo de su antigua gloria a casi desaparecer en años recientes. Al igual que el Grupo Editorial Vid, el público se centró demasiado en importar producto extranjero, a tal nivel que dejamos de lado la idea de producir el nuestro, como si hubiéramos olvidado que alguna vez lo hicimos y tenía también un éxito considerable en América Latina.

Pero no todo está perdido. Actualmente, hay una serie de editoriales independientes que han tratado de salir a la luz a partir de estos eventos. Y es que, ante la desalentadora realidad actual en la que las editoriales importantes no piensan en producir historietas y las pocas que lo hacen solo importan historietas extranjeras, unas cuantas personas han visto la posibilidad de retomar la creación y compilaron esfuerzos para crear editoriales propias, muy al estilo de lo que hicieron los artistas al final de la edad de oro para dar inicio a la edad de plata.

# El Cómic Nacional

## ¿Qué fué, es, y le falta ser?

---



**Alan Mayerstein**

---

Fuente: Elaboración propia. *Homenaje a varias historietas mexicanas a lo largo de la historia y primer boceto de portada para el libro detallado en el capítulo 1.*

Veremos algunos ejemplos de esto, como primer ejemplo tenemos a *Línea Webtoon*. Este sitio web creado en Corea del Sur en 2005 se ha convertido en el emblema de los *webtoons*, un subgénero de historieta creado para leerse y distribuirse de forma digital. El *webtoon* como concepto nació en Corea del Sur y se expandió al resto del mundo gracias a esta plataforma.

El sitio web *webtoon.com* nació como resultado del declive de la industria del *manhwa*, nombre coreano para las historietas con formato de manga japonés. Muy parecido al declive que hubo en México a partir de la edad de plata. Los fanáticos coreanos, a diferencia de los mexicanos, decidieron cambiar la situación y crearon una página web en la que las historietas publicadas no podían ser impresas o leídas más que en formato digital. Los llamados *webtoons* cobraron mucha relevancia a partir del 2010, ya que no era necesario comprar un ejemplar impreso para leerlos, podían descargarse y leerse desde cualquier dispositivo móvil. Las historietas, de hecho, se producen con esto en mente. Su formato alargado y carente de páginas está diseñado para leerse de arriba hacia abajo mientras se desliza por la pantalla.

La popularidad de *Webtoon* como sitio web es innegable, en 2021 la empresa *Marvel* en colaboración con *Disney* decidieron lanzar en la plataforma de *Tapas* una historieta que funcionaba como precuela de la película *Eternals* (2021), llamada “La guerra de los 500 años.” Así mismo, en 2021 una de las historietas más populares del sitio: *Apariencias* por Park-Tae Jun fue adaptada al anime y su primera temporada está disponible en Netflix.

Como segundo ejemplo hablaremos un poco de *tapas.io*. Este sitio web iniciado en Corea del Sur en 2012 pasó por muchos nombres, desde *Comic Panda* y *Tapastic*, y en un sitio web y aplicación multiplataforma que se especializa en publicación y difusión de historias.

A primera vista este sitio no tiene mucha diferencia con otras plataformas de autores como *Wattpad*, donde los usuarios pueden publicar sus escritos para ser difundidos por todo el mundo, la diferencia radica en que *tapas.io* se especializa en historietas, aunque también tiene la opción de publicar novela.

El sistema de *tapas* se enfoca en microtransacciones que permiten a los autores ganar regalías por sus obras si son del interés del público. Si una historieta publicada empieza a tener mucha fama, el autor tiene la opción de bloquear los siguientes números de la historieta bajo un pequeño pago y los usuarios de la plataforma tendrán que pagar una pequeña suma por leerlos, de esta forma apoyan al creador a que continúe la historieta y en cualquier momento pueden compartir la página para difundir el contenido gratuito de forma digital.

*Tapas* ha ayudado a miles de creadores independientes a publicar sus obras, las cuales han sido de gran popularidad no sólo en Corea, sino en el resto del mundo. La editorial coreana *Yen Press* desde 2022 ha comenzado a publicar en formato impreso las historietas más exitosas de la plataforma como *Villains are destined to die* y *A business proposal*.

Como tercer ejemplo y para incluir un caso de importancia nacional, podemos mencionar a Editorial Familia Usaka, un proyecto de distribución de historietas que comenzó en 2009, justo el año en que Grupo Editorial Vid empezó su famoso declive. Sin embargo, no alcanzó el estatus de editorial hasta 2015, año desde el cual empezó a editar, publicar y distribuir historietas totalmente originales en todo el país y en el extranjero.

La editorial actualmente ha publicado más de 15 series diferentes a lo largo de 70 tomos, y van en aumento. Aparecieron en la cuarta temporada del show *Shark Tank Mexico* en el cual le ofrecieron su idea a un grupo de empresarios a cambio de apoyo monetario, publicitando su idea de editorial y han expuesto en más de 55 eventos distintos en México y en el extranjero.

Estos ejemplos muestran lo lejos que puede llegar la industria de la historieta con las herramientas tecnológicas actuales. En años pasados, una editorial independiente como Familia Usaka que imprime y distribuye ejemplares impresos en eventos y festivales, no llegaría a tener suficiente éxito para sobrevivir como editorial; sin embargo, ahora, gracias a las herramientas de promoción y distribución digital pueden llegar a más público y gracias a las convocatorias y concursos que organizan cada año, atraen a más artistas y lectores.

Los casos de Webtoon y Tapas son mucho más extremos, gracias a las herramientas digitales lograron crear plataformas que crean, publican y distribuyen contenido exclusivamente en línea, lo cual borra por completo las fronteras y los límites que tendría normalmente una editorial. Estos sitios actualmente compiten con editoriales importantes en cuanto a popularidad y alcance con el público, y hacen lo que las editoriales ya establecidas no han hecho en mucho tiempo, darle oportunidad a los artistas independientes.

Algo que las editoriales han hecho durante las últimas décadas, no sólo en México, sino también en el resto del mundo, es optar cada vez menos por material original y por nuevos autores. Tal vez impulsados por su necesidad de garantías a la hora de publicar contenido, prefiero enfocarse en obras que han demostrado tener éxito anteriormente, así como autores que han demostrado tener éxito anteriormente. Aunque esto es comprensible a nivel superficial, deja al descubierto un problema que ha afectado a la industria no solo de la historieta, sino del

entretenimiento en general. La falta de ideas y la sobreexplotación de conceptos pasados han tomado por completo a la industria en las últimas décadas, en las que las carteleras de cine, los anaqueles de las librerías y los canales de televisión se han llenado de reinicios, reimaginaciones y relanzamientos de productos pasados.

Como ejemplo, podemos mencionar a las películas de *Walt Disney Company*, una empresa que se ganó la preferencia y casi acaparó por completo la industria de la animación desde 1930, creando éxitos comerciales como *Blancanieves y los siete enanos* (1937), *Dumbo* (1941) y *Peter Pan* (1953), solo por mencionar algunos de sus primeros éxitos.

Actualmente, la compañía ha pasado por muchos cambios, y dejó su producción de películas animadas a la compañía de animación *Pixar* desde 1995. Desde entonces, las clásicas adaptaciones de cuentos clásicos han disminuido y la *Pixar* optó por crear historietas originales que también han sido un éxito.

Sin embargo, *Disney* no estaba satisfecho, el éxito de las historias originales de *Pixar* demostró ser suficiente para poner a la compañía en la cima de las producciones animadas, pero su rama de películas, *Walt Disney Pictures*, que se dedicaba a crear películas originales en acción viva para la empresa, comenzó una tendencia que continuaría en los siguientes años.

Desde 1996, año de lanzamiento de la película *101 Dálmatas*, una versión en acción viva de la película animada de 1961, *Disney* ha producido un total de 19 películas que reimaginan sus clásicos animados en películas *live-action*. Actualmente, se planea que *Disney* lance otras 17 películas con este formato, lo cual ha generado opiniones muy polarizadas en el público, especialmente con el reciente anuncio de la producción de otra versión de *Moana*, película que apenas fue estrenada en 2016.

Las opiniones del público acerca de esta tendencia han sido complicadas por varias razones, pero la más importante es que, en su mayor parte, el público cree que deberían enfocarse de nuevo en historias originales o adaptaciones de cuentos clásicos en lugar de reestrenar todo su catálogo de películas por segunda vez (Puckett-Pope, 2023).

Este ejemplo, el cual considero de especial relevancia, demuestra la mentalidad de la industria del entretenimiento en general en los últimos años, que con los altos costos de producción y la cantidad de dinero que se requiere para lanzar un producto al mercado, prefiere no arriesgarse a publicar historias nuevas por temor a que resulten un fracaso en ventas y pierdan su inversión. Esta mentalidad se ha filtrado a todas las ramas del entretenimiento, desde las



películas y los videojuegos, hasta la literatura y las historietas, lo cual genera un ambiente en el que las editoriales independientes cumplen un papel no solo de extrema importancia, sino también de especial necesidad en vista de las decisiones de las grandes empresas.



Marambo Fest, 2022. Varios artistas de historieta reunidos en el Tercer Festival de Cómics Marambo, Cuernavaca, Morelos 2022. Entre ellos Jose Luis Pescador y Denis Languerand.

Además de editoriales independientes tratando de recuperar terreno para la historieta, hay ciertos eventos en México que se celebran cada año y que tratan de hacer lo mismo, traer a las editoriales juntas en un mismo espacio para atraer al público al mundo de las historietas. Eventos como estos son pocos y muy recientes, y son fáciles de confundir con convenciones de cómic, anime y manga que, aunque son en extremo populares con la población mexicana de jóvenes, cometen el mismo error que las editoriales de solamente publicitar y vender productos



extranjeros sin dar oportunidad a los artistas locales. Ahora examinaremos un par de ejemplos de estos eventos que están acumulando fama en la industria.

El primer ejemplo del que debemos hablar es uno que ha cobrado mucha relevancia en los últimos años, el Festival Pixelatl de cómic, animación y videojuegos.

Como su nombre lo indica, el Festival Pixelatl no se enfoca únicamente en las historietas, sino en cualquier tipo de contenido audiovisual y de narrativa gráfica de producción Latinoamericana independiente.

Impulsados por las desigualdades vividas en México y otros países en Latinoamérica, sobre todo la desigualdad de oportunidades para los profesionistas de estas áreas del entretenimiento independiente, surgió el Festival como una organización que planeaba reunir a todos los profesionales que pudiera bajo un mismo evento, para que conectaran entre sí, trabajaran juntos y pudieran crear obras para México y el mundo (Iniesta, 2012).

El Festival se ha llevado a cabo desde el año 2012 en la ciudad de Cuernavaca, Morelos, a pesar de ser ideado en un principio como un festival itinerante que se traslade cada año a cada estado de la república. Aunque desde la pandemia por Covid-19 tuvo que trasladarse, primero, a un festival totalmente en línea, y desde entonces su sede es la ciudad de Guadalajara, Jalisco.

Desde su primera edición, el Festival se ha destacado por la cantidad de invitados que trae a dar conferencias, talleres, clases maestras y charlas sobre sus carreras y futuros proyectos. Profesionales de la historieta, cine, animación y videojuegos llegan cada año, desde productores independientes hasta ganadores de premios.

Además de ofrecer espacios para productores y editoriales independientes, también organiza cada año una notable cantidad de convocatorias en donde el público puede participar. Desde la convocatoria *Secuenciarte* de cómic, hasta la convocatoria *Shortway* y la *Ideatoon* para proyectos animados de corta y larga duración. El festival ha adquirido gran fama desde su concepción hasta años recientes, en los que han aumentado el número de convocatorias, talleres, invitados y eventos anuales.

Con relaciones como el Festival de animación *Annecy* en Francia y grandes productoras como Nickelodeon y Cartoon Network, el Festival ha sido uno de los más importantes en los últimos años para visibilizar a la industria del entretenimiento independiente en México y Latinoamérica.

Otro evento mucho más reciente y de naturaleza más local que cabe mencionar es el *Marambo Fest* de Cuernavaca, Morelos.

Creado en 2019 a partir de la obra del escritor e ilustrador de historieta Jose Luis Pescador, y con el apoyo de Ulises García y Denisse Buendía Castañeda, curadores y escritores, el *Marambo Fest* es un esfuerzo creado por artistas morelenses para crear un espacio de conexión y difusión de historietas locales que ha adquirido su propio éxito.

El Marambo como concepto parte de la primera historieta exitosa de Jose Luis Pescador, el *Sensacional Marambo*, una historieta que relata las aventuras de una criatura mítica del mismo nombre, que recorre las calles de Guanajuato en busca de aventuras. La primera historieta del Marambo se publicó en 2001, en un suplemento dominical del periódico *Correo de Guanajuato*. A partir de entonces, el personaje adquirió cierta popularidad hasta protagonizar su propia serie de novelas gráficas publicadas por la Secretaría de Cultura y el FONCA (Hernández, 2019).

El *Sensacional Marambo* ha publicado de forma paulatina cuatro tomos distintos desde 2019 hasta 2022.

Con la publicación del quinto tomo del *Sensacional Marambo*, Jose Luis Pescador, asociado con Ulises García y Denisse Buendía Castañeda, decidieron organizar un evento dedicado a la historieta en Cuernavaca, Morelos.

El primer Festival *Marambo* se organizó entre el 22 y el 24 de junio del 2018 con sede en el Centro de Desarrollo Cultural los Chocolates en Cuernavaca, Morelos. A partir de esa fecha, y debido a la pandemia por COVID-19, el festival solo se repetiría en otras dos ocasiones, en 2019 y en 2022, siempre en la ciudad de Cuernavaca.

El festival ha tenido en sus tres ediciones, invitados de renombre como el artista Bernardo Fernández (BEF), quien presentó en 2019 su novela gráfica *Matar al Candidato* (2019), editoriales morelenses como *Lengua de Diablo* y *La cartonera*, e invitados especiales del Festival *Pixelatl*.

En 2019, con apoyo de la Secretaría de Turismo y Cultura del Estado de Morelos, lanzaron la primera Convocatoria de Novela Gráfica Marambo, con la cual se publicó la novela gráfica *Chaz Quest* (2020).

Eventos como estos son de gran importancia para la cultura de la historieta, pues permiten a creadores, escritores, ilustradores, editores y fanáticos del medio reunirse en un

espacio dedicado al medio independiente, el cual cada vez toma mayor relevancia en la escena frente a editoriales importantes y productos extranjeros.

A modo de conclusión, después de escribir esta investigación queda claro que las historietas en México no han perdido relevancia, la han mantenido e incluso la han superado en tiempos recientes que en las épocas de oro y plata. La industria, sin embargo, es lo que ha cambiado de forma muy drástica con el paso de los años.

Aunque hoy en día el público sienta el mismo interés por el medio de la historieta, demostrándolo en las decenas de festivales, convenciones y eventos que se organizan en el país, la cantidad de artistas que producen sus propias historietas de forma independiente para distribuirlas de formas gratuitas en plataformas como Webtoon y Tapas, o la creciente lista de editoriales independientes que surgen en México para apoyar las obras de dichos artistas como Usaka, nos demuestra que el público mexicano sigue siendo consumidor de historieta en todos sus géneros, formas y productos derivados. El impacto que ha tenido la historieta en México en épocas pasadas es comparable al que tiene hoy en día, a pesar de que los productos de consumo hayan cambiado drásticamente. Los millones de pesos que gastan jóvenes y adultos de México en productos coleccionables, ejemplares impresos importados e inscripciones para servicios en línea son otras pruebas de que la historieta es uno de los medios con los que el mexicano más se identifica, el que más fácilmente consume y el que también puede producir.

Dicho esto, es importante mencionar que la industria de la historieta en México ha sufrido grandes cambios que la han encaminado en una dirección totalmente distinta en la que estaba en otras épocas. El declive que ocasionó el despido masivo de artistas e ilustradores al final de la época de oro, el surgimiento de la nueva generación de editoriales al comienzo de la edad de plata y su consecutiva quiebra, el cambio de enfoque de las editoriales restantes por obtener licencias de productos extranjeros y la falta de apoyo a los artistas nacionales y sus proyectos originales han transformado la industria mexicana en una espectadora, siempre al tanto de lo que Estados Unidos o Japón tienen para ofrecer pero sin arriesgarse a producir por su propia cuenta. En vista de esto, el público mexicano ha tenido que responsabilizarse de crear una nueva y floreciente industria de la historieta independiente de las grandes editoriales, que lucha año tras año por posicionarse frente a los gigantes con productos nuevos, originales y arriesgados hechos por el público mexicano y en ocasiones, latinoamericano.

Ante esta situación, que lleva varias décadas desarrollándose, hay que tomar acción para apoyar a los productores independientes y su arte en todas las formas posibles. Desde consumir sus productos en línea en las plataformas que eligieron para su distribución para que aumenten sus vistas, compartir en redes sociales sus obras para aumentar el número de consumidores, recomendar obras de artistas nacionales antes que productos extranjeros, asistir a eventos como el *Pixelatl* o el *Marambo* en donde se podrá apoyar directamente a los artistas adquiriendo ejemplares impresos y mercancía sin necesidad de intermediarios, adquirir mercancía directamente de las tiendas de editoriales independientes que venden ejemplares digitales o mercancía relacionada, y apoyar de forma monetaria a artistas que publiquen campañas de *crowdfunding* en línea. Todas estas actividades pueden ayudar a los artistas y a las editoriales independientes a seguir realizando sus labores.

El interés del público es la principal herramienta para evitar que la industria independiente desaparezca. También es la fuente principal de inspiración para los artistas que publican historietas en línea de forma gratuita, cada forma en la que el público demuestra su apoyo motiva a la industria a seguir creciendo, y motiva a las grandes editoriales que han ignorado a los productos nacionales por tanto tiempo a tomar en cuenta de nuevo a los productos originales. Cada evento como el festival *Pixelatl* que recibe miles de asistentes anualmente, les da razones a las empresas para confiar una vez más en las historietas producidas en México.

Por todas estas razones, creemos que la historieta sigue siendo, después de tantos años, el medio con mayor potencial en México para generar una industria con identidad nacional, que tome en cuenta a los artistas mexicanos antes de los productos extranjeros y que, idealmente, pueda convertir a la historieta en el medio ideal para producir arte con el único motivo de producir arte.

## **CAPÍTULO 1: Libro**

### Planteamiento

La historia de la historieta en México ha sido muy interesante, como medio de comunicación visual ha logrado lo que pocos medios en su tiempo, tener la total atención de casi toda la población mexicana. Actualmente, esto parecería imposible con la llegada de medios digitales como el internet y las redes sociales, que acaparan por completo la atención y en ocasiones la vida de muchas personas, pero en otros tiempos las historietas en México eran el principal medio de comunicación, difusión y alfabetización a nivel nacional.

¿Cómo lo lograron? ¿Cómo unas simples viñetas y cuadros de texto adquirieron tanta importancia? y ¿Cómo es que después de tenerla, la perdieron? Todas estas son preguntas que se harán a lo largo de esta publicación y, viendo hacia atrás en la historia de la historieta nacional, se podrán responder.

En este libro titulado “El *cómic* nacional, ¿Qué fue, es y le falta ser?”, se tratarán temas como la historia de la historieta nacional a lo largo de la llamada “Edad de Oro del Cómic Mexicano”, pasando luego por la “Edad de Plata” y se analizará la decadencia que le siguió. Se hará un análisis de la industria actual en México con todas sus editoriales principales, sus productores y consumidores y las cifras del éxito actual, y se compararán con la industria de historietas de otros países como Estados Unidos y Japón, donde tienen más éxito. Esto con el propósito de encontrar la mejor solución al estancamiento en el que se halla la historieta nacional como medio y, posteriormente, proponer maneras de remediarla. La industria de la historieta en México alcanzó grandes alturas y puede hacerlo de nuevo, solo hay que encontrar el camino correcto.

### Características del libro

El libro es uno de los productos de diseño y medios de comunicación más antiguos y duraderos que existen, tan importante en la historia humana que ha sido la principal forma de plasmar, conservar y transmitir conocimiento escrito por milenios.

Los primeros vestigios del libro surgieron a lo largo de varias culturas, anteriormente era común escribir en soportes rudimentarios como las paredes de las cuevas o en bloques de piedra, sin embargo; en la época sumeria surgió el primer sistema de escritura cuneiforme que se plasmaba en tablillas de arcilla. Vestigios de esta época nos han mostrado lo pragmáticos que eran los antiguos sumerios con su economía, pues se han hallado más tablillas con cálculos matemáticos y registros de compra y venta de productos que documentación sobre su religión o cultura.

Por otra parte, los primeros escritos que se hicieron con una base de papel surgieron en el Antiguo Egipto, donde desarrollaron el papiro, el primer papel de la historia hecho con fibras de juncos que crecían en las orillas del río Nilo. A partir de ahí su uso se extendió y fue la forma estándar de conservar conocimiento escrito a lo largo de varias épocas.

Todas las formas anteriores de escritura y conservación de conocimiento tuvieron sus ventajas y sus defectos. Las tablas de piedra eran pesadas y eran más monumentos que escritos, las tablas de arcilla, aunque eran más ligeras, fáciles de transportar e incluso reutilizables (con agua podían reformarlas y volver a escribir en ellas), eran quebradizas, y no servían para textos extensos, si una tabla se perdía el texto quedaba incompleto.

El papiro fue el primer intento de una civilización por crear papel, y aunque fue un maravilloso avance que permitía textos de gran formato en los llamados “rollos de papiro”, aún quedaba el problema de lo fácil que es destruirlos. El papiro, como cualquier papel, es frágil. Puede ser maltratado y rasgado con relativa facilidad, al estar hecho de materia vegetal es susceptible a los ataques de insectos y hongos, la humedad puede fácilmente destruir el texto escrito en ellos e incluso arruinar el soporte. Por último, son muy vulnerables al fuego. Y como si todo lo anterior fuera poco, ningún papiro es capaz de sobrevivir a la prueba del tiempo. El papel en general tiene una duración muy limitada, aunque se conserve de la mejor manera, los papiros egipcios se desgastan después de un período largo de tiempo.

Ante esto, y gracias a la rivalidad que existía en ese entonces entre la ciudad de Alejandría con su gran biblioteca y el imperio turco que los amenazaba, surgió la que quizás haya sido la mejor y más confiable forma de escritura de toda la historia.

Según se cuenta, el rey Ptolomeo V, al enterarse que estaba en construcción una biblioteca en Pérgamo, Turquía que rivalizaría con la biblioteca de Alejandría, decidió suspender toda la exportación de papiro al reino turco, en un intento de detener su construcción quitándoles

el soporte de escritura necesario que se producía en su reino. Ante esto, el rey Éumenes II contraatacó reviviendo una técnica muy poco utilizada en aquel entonces, pero que sería de gran utilidad para sus escribas. (Vallejo, 2019)

Usando cuero de animales como cabra, oveja y becerro, el cual era limpiado, estirado y peinado hasta alcanzar una textura lisa, blanca y firme, lograron crear un soporte para escritura que probó ser superior al papiro en muchos aspectos. Es así como en la ciudad de Pérgamo surgió el pergamino.

El escritor italiano Vasco Pratolini dijo que la literatura consiste en hacer ejercicios de caligrafía sobre la piel. Aunque no pensaba en el pergamino, la imagen es perfecta. Cuando triunfó el nuevo material de escritura, los libros se transformaron en eso precisamente: cuerpos habitados por las palabras, pensamientos tatuados en la piel. (Vallejo, 2019, pp. 60)

La cuestión con el pergamino se convirtió en un fenómeno después de este primer incidente, mayormente debido a las sobresalientes ventajas que tenía el pergamino por encima del papiro, que era el soporte más utilizado en ese entonces. Unas cuantas de sus ventajas eran que, al estar hecho de piel, no era tan vulnerable al fuego y a la humedad. Un ejemplar de pergamino era más resistente a rasgaduras, roturas y otros tipos de desgarros. Por último y, quizás la más importante, los pergaminos han demostrado ser mucho más duraderos que los textos escritos en papiro. Incluso hoy en día se conservan ejemplares escritos hace siglos en pergamino, los cuales debido a su adecuada conservación, permanecen íntegros y legibles hasta nuestros días.

Un ejemplo de esto es el *Códex Gigas*, manuscrito medieval que fue escrito entre el año 1204 y el 1230 d.C. El libro, también conocido como la “Biblia del Diablo”, debido a una ilustración de gran tamaño que le representa en una de sus páginas, tiene más de 800 años de edad y es el manuscrito medieval de mayor tamaño conocido hasta la fecha (Sadurní, 2021).

Hablando de los soportes de los libros en la Antigüedad, cabe recalcar la forma en la que los libros eran guardados, ya que ha cambiado mucho con los años y dependiendo de la necesidad de los textos.

Desde la invención del papiro hasta la Era Cristiana, los textos se solían escribir en rollos que permitían una escritura continua en un soporte largo que era comúnmente enrollado

alrededor de un cilindro de madera o metal. Este formato sería elegido por varias culturas desde Egipto, China y Roma hasta la intervención del pergamino, el cual por estar hecho de pieles de animal no permitía crear lienzos tan grandes de forma ininterrumpida.

Los rollos, sin embargo, siempre fueron una mercancía lujosa y cara. Tuvieron que coexistir con métodos más arcaicos como las tablas de arcilla, que se utilizaban para textos más informales. En ocasiones, para tenerlas más a la mano, se solía llevar varias de estas tablas juntas amarradas con una correa, o haciéndoles un agujero por donde las uniría un anillo de metal. Una idea revolucionaria surgió cuando se pensó en hacer algo parecido con fragmentos de papiro o pergamino, creando lo que perfectamente puede ser llamado la primera libreta.

En los primeros siglos de la Era Cristiana comenzaron a surgir, a partir de la idea anterior, los primeros libros como los conocemos hoy: Un compendio de hojas pegadas o cosidas, por un lado, y encuadernadas en un forro de mayor grosor. Este nuevo formato demostró su utilidad y varios beneficios. Protegidos por una encuadernación y forros gruesos, los textos podían durar más tiempo sin estar expuestos a la intemperie. Podían acomodarse cómodamente en cualquier baldosa o armario, abultaban menos, se transportaban mejor y, lo más importante, podían almacenar más información que un rollo de las mismas dimensiones. Su flexibilidad fue tanta que no tardaron mucho en aparecer los primeros “libros de bolsillo” de los que se tiene registro.

Los llamados *pugillares*, llamados así porque su tamaño era comparable al de un puño, al principio estaban formados de tablillas de cera, madera o marfil, pasaron a hacerse de papiro o pergamino y eran usados como agendas personales o libros de viaje que podían ser leídos con una sola mano.

Estos *pugillares* fueron el primer paso para dejar atrás el formato de rollo de forma definitiva y avanzar al formato conocido como *Códice*. Este nuevo formato, ya perfeccionado, se convirtió en una verdadera forma de arte en los siglos siguientes.

Al inicio de la Era Cristiana, la producción de Códices sufrió varios cambios, en especial después del oscurantismo. La repentina disminución de lectores en Europa y el cambio de paradigma que supuso la conquista cristiana cambió el objetivo de los libros, los cuales pasaron de ser herramientas útiles para la sociedad a obras de arte que solo las élites podían utilizar.

Los llamados “Libros Iluminados” son un ejemplo claro de este cambio. Estos manuscritos, que ahora incluían más ilustraciones que texto, eran encargados de una variedad de



temas desde ciencias y cartografía, hasta lo religioso y espiritual, terreno en el cual encontraron gran fama entre miembros del clero.

Estos manuscritos, de los cuales quedan pocos ejemplos como el “Breviario de Isabel la Católica” o el “Libro de las Horas de Carlos Angulema”, eran encargados por reyes, emperadores y papas por lo majestuosas que eran sus ilustraciones. Estas eran pintadas a mano por profesionales que comúnmente eran escribas entrenados desde jóvenes, los cuales pasaban años de sus vidas transcribiendo textos y dibujando ilustraciones, pues uno de estos manuscritos podía tardar años en completarse. (Úcar, 2015)

Los libros iluminados son un perfecto ejemplo de la importancia que ha tenido históricamente el libro como objeto, no solo de conservación de información, sino también como obra de arte. Debido a que en la antigüedad los libros eran hechos a mano y de forma artesanal, ningún libro era igual a otro, a pesar de que hablaran de los mismos temas. La producción de libros era, en todos los sentidos, similar a la producción de pinturas o esculturas, una forma de arte que podía ser admirada por su belleza además de ser de utilidad.

Fue hasta el año 1450 cuando Johannes Gutemberg cambiaría esto para siempre. Con el aumento de lectores que se dio paulatinamente a través de Europa y la mayor demanda de libros que había, la producción artesanal de libros se volvió insuficiente. En vista de esto, se requirió inventar una máquina más avanzada que permitiera imprimir ejemplares con mayor rapidez, el nacimiento de la imprenta significó uno de los avances más importantes en el mundo editorial y para la literatura como medio de comunicación masiva. El primer libro impreso en la imprenta de Gutemberg fue la Biblia, el libro más famoso y vendido en la historia. Un comienzo adecuado para una gran industria.

A partir de la Biblia de Gutemberg los libros han tenido un formato del cual no se han presentado muchas variaciones. La impresión en papel volvió a ser el estándar por sobre el pergamino que por siglos fue el soporte más elegido debido al enorme costo que significaría producir tantos ejemplares en pieles de animal. Este cambio nos regresó a la época de los antiguos papiros egipcios, en la cual volvieron a surgir preocupaciones sobre la correcta conservación de los libros para salvarlos del desgaste y la destrucción.

Las imprentas se hicieron cada vez más necesarias en la mayoría de países, y es gracias a ellas que hace casi un siglo se logró, por primera vez en la historia, que la mayoría de la

población humana fuera capaz de leer y escribir, tuviera acceso a la información básica y oportunidad de expandir sus horizontes con la misma literatura.

Claro que el avance tuvo sus contratiempos. Conforme avanzaban los años se inventaron nuevos modos de complementar o innovar el proceso de impresión industrial, la cada vez mayor demanda de ejemplares perfectos producidos por millones lo exigía y los inventos surgieron poco a poco.

Desde la invención del linotipo, una máquina industrial que reemplazaría las horas invertidas en armar placas metálicas de texto por unos cuantos minutos, el trabajo de varias personas se podía hacer por una sola. Ottmar Mergenthaler, inventor de la linotipia fue llamado el “segundo Gutenberg” debido a la importancia que tuvo su invento para la industria editorial tras la Revolución Industrial. (Imprenta CG, 2016)

Tras el invento de la linotipia, otras innovaciones surgieron para cubrir distintas necesidades. En 1938 la xerografía fue inventada para producir de forma rápida y con calidad fotocopias de documentos importantes, la empresa Xerox fue creada a partir de ésta invención que, años después, daría origen a la impresión electrostática en seco y, posteriormente, a la impresión láser.

A principios del Siglo XXI, con el avance de la tecnología digital, se crearon las primeras computadoras, y los primeros softwares de edición y maquetación digital. Las impresoras offset pueden imprimir pliegos de tamaño A0 (84,1 x 118,9 cm) en cuatro tintas en cuestión de segundos, lo que nos lleva a la actualidad en donde la industria editorial florece de la mano con la tecnología moderna. Actualmente se imprimen más libros que en cualquier otra época, hay más autores, lectores, oferta y demanda.

Viendo de lo que son capaces las imprentas actuales, no nos queda más que imaginar lo que podrán hacer en el futuro. Muchas personas han creído que el destino de los libros es trasladarse de lleno al formato digital, el formato de *e-book*, o libro electrónico, ha cobrado relevancia en las últimas décadas, y tiene sus propias ventajas y desventajas.

En cuanto a las ventajas podemos hablar del casi nulo espacio que necesita para su almacenamiento. Al ocupar únicamente espacio digital, los libros electrónicos pueden almacenarse por millares en un dispositivo con la suficiente memoria. Además, al estar introducidos en el ciberespacio, no son vulnerables a los mismos factores de desgaste que los libros físicos.

A pesar de estas notorias ventajas, guardar el conocimiento humano en un dispositivo resulta contraproducente, sobre todo tomando en cuenta la rapidez con la que estos pueden ser mejorados, reemplazados o descontinuados por diversas razones. Las computadoras actuales, por ejemplo, son incapaces de leer o reproducir la información almacenada en *disquettes* que eran el formato de almacenamiento más moderno y utilizado hace apenas quince años. El almacenar los libros en una “nube informática” también implica el riesgo de perder toda la información en caso de que la tecnología se pierda.

Los libros actualmente son producidos en masa por imprentas industriales capaces de imprimir millares de ejemplares en cuestión de horas, y millones de libros distintos se imprimen cada año alrededor del mundo. No es una exageración decir que el libro es el producto editorial más importante que existe, y su importancia, incluso en esta época digital, es símbolo de modernidad (Barbier, 2005).

### Documentación visual

Para este proyecto no hay demasiados productos editoriales similares en los cuales basarse, lo cual en cierto modo permite un grado más alto de libertad creativa en cuanto a diseño; sin embargo, al ser también un producto muy académico y enfocado en la calidad de la información más que en el diseño tampoco se puede olvidar que la información debe mostrarse de forma clara y sin distractores.


Habiendo dicho esto, se tomó inspiración de una reciente publicación del Fondo Editorial del Estado de Morelos. Un libro llamado “*Un paseo por la Historieta Mexicana* (2020, Eduardo Soto)”, que trata un tema similar, pero enfocándose solamente en la historia de la historieta en México. El libro tiene un gran formato A4 y en su interior abundan las fotografías y casi nada de ilustración. El texto se presenta de forma clara, permitiendo que la información sea fácil de aprender.

Otras publicaciones que se tomaron como referencia para el libro son publicaciones de edición especial de la revista *Muy Interesante*, como la número 29, enfocada en compilar algunos artículos de la revista en libros de formato A5 donde la información también predomina. El libro se planea con un formato similar de A5 y un tratamiento similar de texto e imagen.

## Público objetivo

El público objetivo pensado para el libro son jóvenes y adultos, pero no por ello significa que no pueda leerlo un público más joven que se interese en el tema. La información se presentará de forma amena para que no sea aburrida o tediosa la lectura, puesto que se tratan varios temas y la extensión del libro será considerable.

Ejemplo de público objetivo:



Nombre: Julieta  
Edad: 25 años  
Sexo: Femenino  
Nivel socioeconómico: Clase media  
Estado civil: Soltera  
Profesión: Estudiante de comunicación  
Estilo de vida: Estudiante de comunicación y medios, interesada en aprender acerca de los medios de comunicación más importantes en la historia de México, interesada en el impacto que tuvieron las historietas en la Edad de Oro.

Foto de George Dolgikh: Pexels

## **Fundamentación y desarrollo**

### Contenido

En el libro se tratará de compilar todo un análisis a los aspectos más importantes de la industria de la historieta en México, por lo que se deberán tratar varios temas divididos en cuatro categorías.

El capítulo 1 “Historia de la historieta en México” se hará un breve resumen de las etapas de la historieta, divididas desde la década de 1940 hasta 1980 y sus publicaciones más exitosas, así como el impacto que han tenido en la cultura popular del país a lo largo de los años.

El capítulo 2 “Panorama actual de la industria de la historieta” analizará la industria actual de la historieta en México, sus aciertos y errores, así como un vistazo a las herramientas actuales que están a disposición de los artistas para producir, publicar y difundir su obra.

El capítulo 3 “La historieta internacional en México” tratará el tema de otras industrias exitosas como la estadounidense o la japonesa, las cuales tienen una enorme popularidad en el mercado mexicano. Se analizarán sus aciertos, las razones de su éxito y se tratará de responder por qué no se ha podido igualar ese nivel de popularidad con publicaciones nacionales.

En el Capítulo 4 “¿Cómo mejorar?”, se compilará toda la información obtenida en los primeros capítulos y se darán algunas sugerencias para lograr que las publicaciones de historieta mexicana alcancen un mayor nivel de difusión y aceptación con el público mexicano.

### Formato

El formato que se tiene planeado para el libro es pequeño, el tamaño se decidió en A5 para que sea fácil de transportar y de guardar, ya que un tamaño demasiado grande podría darle apariencia de revista cuando realmente es un texto académico.

En cuanto al encuadernado, para tener una producción más barata y el libro sea más flexible, se tiene pensado una encuadernación encolada o rústica, fresada, puesto que se calcula una extensión de casi 80 páginas, lo que le dará al libro un grosor de 8 o 9 mm, lo cual es un tamaño no tan extenso como para requerir otra encuadernación más costosa.

### Color

En el libro se propone una gama de colores muy limitada. Puesto que el texto será el principal enfoque de la publicación y no se planean demasiadas constantes gráficas que distraigan del texto principal, se decidió una paleta de solo tres colores principales que tendrán distintos grados de protagonismo en la maquetación.

Blanco: Las páginas mantendrán un color blanco para darle espacio y mayor iluminación al diseño, se usará en las divisiones de capítulos o de sub capítulos dejando espacios en blanco

para dar mayor ligereza al texto. También se planean textos en color blanco dentro de cuadros que sean de los otros dos colores para contraste.

Negro: La tipografía se mantendrá en su mayoría en color negro para dar al texto un aspecto formal y fácil de leer en las páginas blancas. Se tienen planeadas algunas constantes gráficas como la foliación que requieran el uso de elementos en negro con tipografía blanca para crear un contraste con el texto principal.

Rojo: El rojo tendrá un menor protagonismo que el blanco y el negro, y servirá para romper el duotono que estos dos forman. Se eligió el rojo como tercer color en la gama porque su intensidad ayuda a resaltar ciertos detalles de la composición y puede servir para distinguir el texto principal de otros textos como titulares, folios y pies de foto para las páginas que tengan muchas imágenes.

### Tipografía

Para el libro se decidió utilizar una tipografía con serifas diseñada para cuerpos de textos voluminosos, a diferencia de los otros dos proyectos editoriales que utilizan fuentes sin serifas basadas en trabajos de historieta anteriores. Con eso en mente, y también el hecho de que el texto del libro puede llegar a ser bastante extenso, se pensó en la tipografía *Big Caslon* para los textos principales. Esta tipografía es fácil de leer y no tiene serifas tan prominente como la Baskerville o la Garamond, además de tener modulación vertical para mejor simetría.

Para los titulares se utilizará una fuente sin serifas para que contraste con la Caslon del texto principal, para eso se consideró la *CA Kometo*, una fuente de display sin serifas bastante simple, pero con la ventaja de ser más vistosa. Está inspirada en fuentes usadas en historietas o libros para niños. Para el titular en portada se decidió usar la misma tipografía, pues al ser muy gruesa y no tener muchas variantes no se recomienda para textos grandes. Además, su grosor la hace ideal para ser alterada digitalmente con color y textura, ya que la portada se hará basada en una ilustración de antiguos códices prehispánicos.

Tur adit re rehens citinimillit ullaccus, concecu scitas cumet  
venducimust, rem landis doluptati a vel ea consed ulla nobit,  
qui re pore voluptatur maximi, quatque es autet fuga. Borest  
evelic tem ute plit moloressit, nonse nonse sint aut di omno  
estia as derest aut ma voluptas alit dolut fugitis dis este nonec-  
tiunt quia voluptus evero ilit demquodis sinctat illectemquo  
modicianis rerum rem non con resequis rerspideles velitaspis  
alibus audit ratibustrum doluptas minctas peratum, sed mag-  
nate ctemporion nonet fuga. Unt magnis aborporum estio.  
Et plit reptae nullandes es solorum il etur solorpo restio qui  
omno minctem verum sumqui andi quae cum reserfc rumqui  
vellupt accetio volorenis mostem aut aute ipientemquos et mili-  
tatquo non pre et pelitae plabori taquibus.  
Hendi berae laudae nus, cor molum fugitio reperupta caque  
et catur secero te quatiand e ut que laccupri vellendellut accu  
sit explicas pelest, quia dest mossimagnat aspeditenim cum  
ciur ratet, int quia corenditat ut omnisquo quassequae aut  
quisit lam eum quibus at reraestis nos resto te occat.  
Genda adisqua sperum haribus anditatur? Quis nonsed mag-  
nat e es il moloria consequi aribearci ommolorum asperciust  
exerum venduci quo et.  
Porecum quam faccus dolorum quae nustrumquide qui cor  
Cimagnam, ut quuntiu ntempor rorate valoris excesto volup-  
tatur, te costi.

56



Fuente: Elaboración propia. *Ejemplo de un pliego del libro mostrando ambas tipografías.* El título se escribió con tipografía *CA Kometo* y el cuerpo del texto en *Big Caslon*.

## Soporte

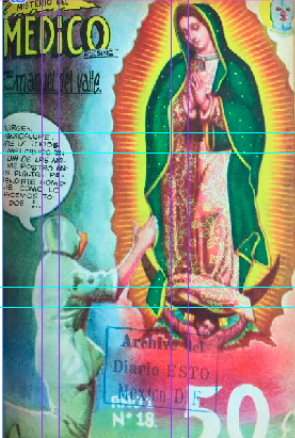
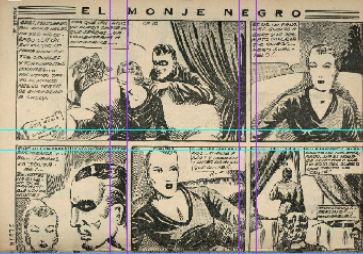
Para este libro, donde el principal enfoque será el texto, al principio se consideró un papel muy barato para su producción; sin embargo, la presencia de imágenes a color es complicada con este tipo de papeles. Con la cantidad de fotografías a color que se tienen pensadas en el interior del libro, se requiere un papel de mejor calidad en el que puedan imprimirse sin problemas las imágenes. El papel estucado de 115 gramos es una buena solución para esto, pues permite buena fijación de la tinta y alta calidad en las imágenes para que el producto no pierda calidad.

Para los forros se consideró un estucado de 300 gramos con acabados brillantes para resaltar la ilustración de la portada.

## Retícula

El libro tendrá un tamaño pequeño, por lo que una retícula modular con demasiados cuadrantes podría complicar la lectura. Teniendo esto en cuenta, se decidió una retícula de dos columnas y cuatro filas, que divide la hoja en diez cuadrantes iguales.

Las dos columnas no se ocuparán para dividir el texto, pues un espacio tan delgado podría también dificultar la lectura. Solo se usará este recurso cuando esté presente una imagen alargada que obligue al texto a ocupar una mitad de la página. Las cuatro filas se usarán también para acomodar las fotografías que acompañen al texto.

	<p>Ex es net quo con corum est ut et, so- lorum explam explit plaut pratis eosios anducim volorruntios eliquos idemquas cates samus estios molorro remporume pe labore rerruntur.</p>	<h2 style="text-align: center; color: red;">CATEGORIAS ACTUALES EN LA INDUSTRIA</h2>
	<p>Ex es net quo con corum est ut et, so- lorum explam explit plaut pratis eosios anducim volorruntios eliquos idemquas cates samus estios molorro remporume pe labore rerruntur.</p>	<p>I'ur adit re rehenes citinimilit ullaccus, conectu scitas eumet venducimust, tem landis doluptati a vel ea con- sed ulla nobit, qui re pore voluptatur maximi, quatque es auter fuga. Borest evelic tem ute plit moloressit, nonse nonse sint aut di omno estia as derest aut ma voluptas alit dolut fugitis dis este noncectiunt quia vo- luptas evero ilit demquodis sinetat illectemquo modi- cianis rerum rem non c. Unt magnis aborporum estio. Et omno volorporenda verum sum qui andi quae cum reserfe rumqui vellupt accitio volorenis mostem aut aute ipientemquos et militatquo eium re enditatem haritam non pre et pelitae plabori taquibus. Hendi berae laudae nus, cor molum fugitio reperupta ea st muo quaesquae aut quisit lam cum quibus at reraestis nos resto te occat. Genda adisqua sperum haribus anditatur? Quis nonsed magnat e es il ommolorum remperi onemque conet officil iundus asper quo et.</p>

Fuente: Elaboración propia. Ejemplo de pliego del libro mostrando la retícula.



## Identidad

La identidad del libro tendrá un especial énfasis en México y su cultura, en todo el libro se analizarán las historietas enfocándose en las mexicanas, así que el libro debe reflejar que se está haciendo un trabajo enfocado en la identidad nacional.

En la portada se planea una ilustración que demuestre esto, mostrando personajes famosos de historietas mexicanas en un estilo de códice precolombino que les dará un toque distintivo a los de sus propias publicaciones, dejando en claro que todas pertenecen a la cultura popular mexicana.

## Documentación del proceso



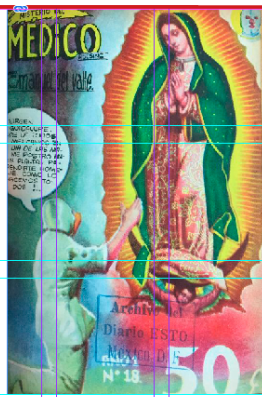
Fuente: Elaboración propia. Primer diseño del libro.

## BREVE HISTORIA DE LA HISTORIETA EN MEXICO

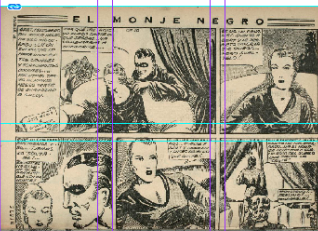
Tur adit re rehenes citinimillit ullaccus, conectu scitas eumet venducimust, tem landis doluptati a vel ea con- sed ulla nobit, qui re pore voluptatur maximi, quatque es autet fuga. Borest evelic tem ute plit moloressit, nonse nonse sint aut di omno estia as derest aut ma voluptas alit dolut fugitis dis este nonecruunt quia vo- luptus evero ilit demquodis sinetati illectemquo modi- cianis rerum rem non e. Unt magnis aborporum estio. Et omno volorporenda verum sunqui andi quae eum reserfe rumqui vellupt aectio volorenis mostem aut aute ipientemquos et militatquo eium re enditatem haritam non pre et pelitae plabori taquibus. Hendi berae laudae nus, cor molum fugitio reperupta ea st muo quaesecuae aut quisit lam eum quibus at reraestis nos resto te occat. Genda adisqua sperum haribus anditatur? Quis nonsed magnat e es il ommolorum remperi onemque conet officil iundus asper quo et.

Fuente: Elaboración propia. Segundo diseño del libro, se cambió la retícula de 2 columnas a 4.

## CATEGORIAS ACTUALES EN LA INDUSTRIA



Ex es net quo con- corum est ut et, so- lorum explam explit plaut pratis costios anducim volorumtios eliquos idemquas cates samus estios molorro remporume pe labore reruntur.



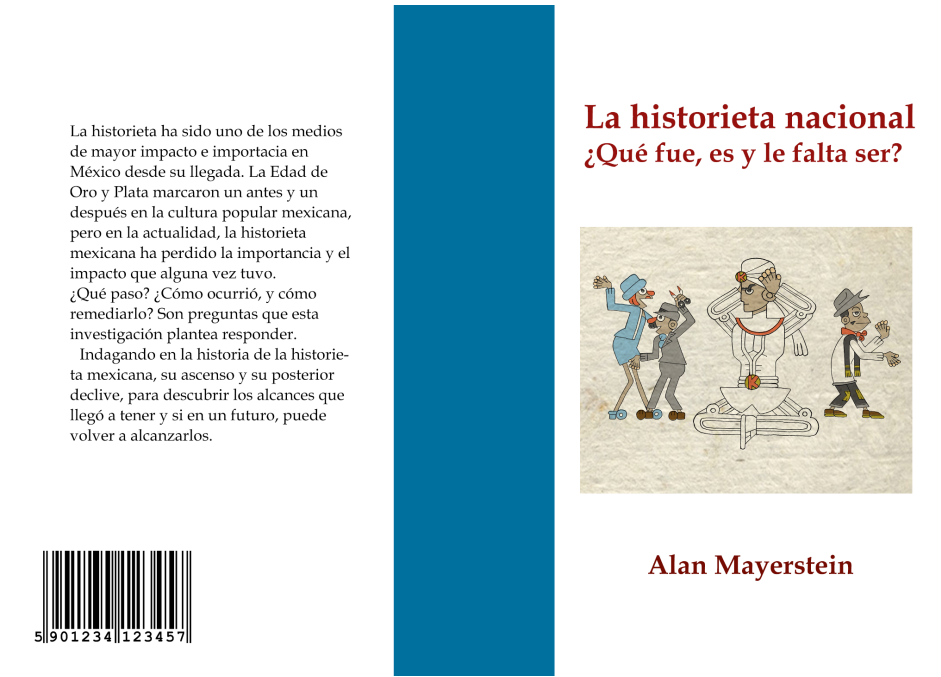
Ex es net quo con- corum est ut et, so- lorum explam explit plaut pratis costios anducim volorumtios eliquos idemquas cates samus estios molorro remporume pe labore reruntur.

Tur adit re rehenes citinimillit ullaccus, conectu scitas eumet venducimust, tem landis doluptati a vel ea con- sed ulla nobit, qui re pore voluptatur maximi, quatque es autet fuga. Borest evelic tem ute plit moloressit, nonse nonse sint aut di omno estia as derest aut ma voluptas alit dolut fugitis dis este nonecruunt quia vo- luptus evero ilit demquodis sinetati illectemquo modi- cianis rerum rem non e. Unt magnis aborporum estio. Et omno volorporenda verum sunqui andi quae eum reserfe rumqui vellupt aectio volorenis mostem aut aute ipientemquos et militatquo eium re enditatem haritam non pre et pelitae plabori taquibus. Hendi berae laudae nus, cor molum fugitio reperupta ea st muo quaesecuae aut quisit lam eum quibus at reraestis nos resto te occat. Genda adisqua sperum haribus anditatur? Quis nonsed magnat e es il ommolorum remperi onemque conet officil iundus asper quo et.

Fuente: Elaboración propia. Agregado de imágenes y anotaciones en tipografía Big Caslon 9.



Fuente: Elaboración propia: Cambio de tipografía para titulares por *CA Kometo*.



Fuente: Elaboración propia: Diseño final de la primera y cuarta de forros.

## Impresión

### Presupuesto de impresión

Tabla de costos fijos en pesos mexicanos.

Concepto	Unidad	Costo unitario	Total
ISBN	1	\$186.00	\$186.00
INDAUTOR	1	\$258.00	\$258.00
Captura de textos	60 pág.	\$15.00 por cuartilla	\$900.00
Corrección de estilo	60 pág.	\$50.00 por cuartilla	\$3,000.00
Ilustraciones	No	0	0
Diseño de interiores	Si	\$3,500.00 por proyecto	\$3,500.00
Diseño de forros	Si	\$1,500.00 por proyecto	\$1,500.00
Tipografías	1	\$2780.00	\$2780.00
Maquetación	Si	\$1,500.00 por proyecto	\$1,500.00
Fotografías	38	\$250.00 por pieza	\$9,500.00
Total	1 libro	1 pieza	\$23,124.00

Tabla de costos variables

Concepto	Unidad
Proyecto	Libro
Formato	Impreso
Tamaño	A5 (148 x 210 mm)
Tamaño extendido	210 x 297mm
Tamaño extendido + lomo	215 x 297mm

No. de páginas	60
Cantidad a imprimir	1000
No. de tintas	4 x 4
Encuadernación	Encolada (Rústica fresada)
Tipo de papel forros	Estucado 300 gr.
Tipo de papel interiores	Estucado 115 gr.

Presupuesto de impresión: \$40,140 por un tiraje de 1000 ejemplares.  
Cotización por parte de [laimprentacg.com](http://laimprentacg.com) / Imprentas de Bari, CDMX.

## **CAPÍTULO 2: Revista**

### Planteamiento

La historieta es un medio muy atractivo para el público en general, y ya se ha hablado de lo sencillo y accesible que es su producción, por lo que no son pocos los jóvenes que han incursionado, quizás de forma básica e informal, en el arte de la historieta.

Sin embargo, la idea de producir una historieta profesional y publicarla lleva algo más de trabajo y esfuerzo que solo dibujar unas cuantas cosas en su tiempo libre, y es aquí donde la revista que propone se titulará “Los básicos del cómic: Una guía para el artista motivado e inexperto”.

En la revista se pretende crear un espacio de aprendizaje interactivo donde los lectores puedan aprender sobre los conceptos básicos que necesitan para la creación de historietas mientras lo ponen a prueba con distintos ejercicios. A lo largo de la revista se tocarán diversos temas como el diseño de personaje, diseño de escenarios, composición de escenas, *concept art*, redacción y escritura de argumentos y muchos temas más que les darán la información que necesitan para producir sus propias historietas.

### Características de la revista

Una revista es una publicación de edición periódica diseñada para informar al público de un tema de forma entretenida y menos seria que en otros medios como los libros o periódicos. Las revistas tienen una larga historia desde los años 1600, cuando surgieron las primeras revistas, que no eran muy diferentes de un periódico, excepto quizás en su calidad de contenidos.

Con el tiempo ambos medios se diferenciaron en su diseño, encuadernación, contenido y tipo de distribución para dar lugar a las revistas que conocemos hoy en día.

Las revistas se componen actualmente de publicaciones cortas de aproximadamente 30 páginas, aunque las hay más extensas, llegando a más de 60 páginas. En su tamaño suelen ser A4 o A5, y generalmente suelen ir con un encuadernado engrapado, debido a la poca cantidad de pliegos que se necesitan para su creación.

La composición de una revista cambia dependiendo de su temática. Existen revistas de moda, deportivas, de cine, de interés general, entre muchas otras y en cada una se necesita organizar la información en diversas secciones.

Cada sección tiene varias características, y derivan dependiendo de la publicación. Lo más común es que cuenten con un titular, puesto con tipografías llamativas y de gran tamaño, una entradilla, que le da contexto al titular de la sección, colocado en tipografía de menor tamaño, pero más grande que el cuerpo del texto, el cuerpo del texto suele estar compuesto por varias columnas y contiene el mensaje principal. Además de esto, la revista puede contener elementos gráficos como ilustraciones, fotografías, foliaciones, infografías y otros más (Brooker y Thacker, 2009).

### Documentación visual

Este proyecto se basa en publicaciones anteriores con temas similares, pero añadiendo más espacios en blanco diseñados para que el lector pueda escribir en ellos sus respuestas e ideas, volviendo la publicación mucho más didáctica e inmersiva.

Algunos ejemplos que se toman en cuenta fue la revista *Dibujarte*, publicada por Editorial Editoposter en México. Esta revista trata de dar consejos de arte a artistas tanto profesionales como inexpertos, pero no proporciona espacios dentro de la publicación donde poner a prueba lo aprendido. *Festival del Cómic* de Editorial Vid, publicada en México, fue una revista de entretenimiento para niños que tenía varios espacios dedicados a ejercicios que debían completarse por el lector, se tomó esto como inspiración para los ejercicios de la revista. *Chilango*, publicada por Editorial Expansión, fue tomada como inspiración visual y de diseño, siendo una revista muy atractiva para la población mexicana y con gran creatividad en su composición. *Big Bang* de Editorial Televisa Internacional, siendo una revista para niños que presenta temas de cultura, ciencia y entretenimiento de forma divertida, también se usó como inspiración por su diseño.

## Público objetivo

El público objetivo pensado para la revista es juvenil, entre 10 y 20 años. Niños y jóvenes con interés artístico que deseen incursionar en el arte de la historieta. La revista será atractiva para ellos, pero también podrá ser usada por un público adulto. Los ejercicios que incluirá la revista serán simples y sencillos para que puedan ser entendidos por ambos públicos.

Ejemplo de público objetivo:



Foto de Karolina Grabowska: Pexels

**Nombre:** Omar  
**Edad:** 15 años  
**Sexo:** Masculino  
**Nivel socioeconómico:** Clase media  
**Estado civil:** Soltero  
**Profesión:** Estudiante de secundaria  
**Estilo de vida:** Estudiante de secundaria, le gustan las películas de superhéroes y fantasía, le gusta dibujar y crear sus propias historias y personajes en su tiempo libre.

## **Fundamentación y desarrollo**

### Contenido

El Contenido de la revista se dividirá en las siguientes secciones:

**La historieta:** Se definirán las características de la historieta actual para que se tenga un mejor entendimiento del concepto.

**Elementos de la historieta:** Se establecerán los elementos básicos que conforman a una historieta, desde las viñetas y los personajes hasta los globos de texto y acotaciones.

**Trama:** Se define el aspecto más importante de la historieta, la historia o el argumento. También consejos de cómo establecer una historia clara y sencilla pero efectiva.



Definiendo un personaje: Se definirá lo básico de la creación de personajes, establecer su personalidad y su propósito en la historia.

Diseñando el personaje: Se darán a conocer los conceptos básicos de diseño de personaje para que puedan crear un personaje vistoso y atractivo.

El mundo detrás de todo: Se darán instrucciones para crear los escenarios de una historieta, así como la composición para mostrarlos de forma correcta en cada cuadro.

Publicación y difusión: Se mencionarán los pasos necesarios para publicar una historieta en una editorial o de forma autopublicada, así como herramientas de difusión para que tenga más alcance.

### Formato

El formato de la revista que se tiene pensado es el A4 (21 x 29,7 cm) que es adecuado para revistas de este tipo, no muy pequeño y con el suficiente espacio para que el lector pueda usar el espacio en blanco para escribir sus propias notas.

En cuanto a su encuadernación, la revista se compone de solo 24 páginas más forros que perfectamente pueden encuadernarse mediante grapado como suelen hacerlo las revistas de esta longitud. Esto le dará a la revista ligereza, así como autenticidad comparándola con otros trabajos similares y además hará más barata su producción.

### Color

Para el esquema de colores de la revista se tiene pensado una serie de colores básicos que se repetirán a lo largo de todas las secciones, esto para darle mayor cohesión al proyecto y que tenga una identidad más visible. Para ello se pretenden utilizar cinco colores.

Blanco: El vacío será muy importante en la revista, pues no solo brindará el espacio que necesita el lector para repasar lo aprendido y hacer sus ejercicios, En algunas páginas se usará el blanco para dar apariencia de una historieta en proceso sin terminar, acorde con el tema de producción del producto.

Negro: El negro es el color de la tinta, en términos generales, servirá para distinguir el espacio en blanco del espacio activo donde el texto y los elementos gráficos estarán. La

combinación de blanco y negro en una historieta son suficiente para dibujar toda la historia, se pretende que en el proyecto su combinación sea también de mayor importancia.

Rojo: El rojo se eligió, ya que es un color vibrante y llamativo. En la historia de los cómics el rojo ha servido para resaltar elementos importantes como titulares y onomatopeyas y en la revista se usará como un color auxiliar para resaltar elementos importantes en la composición.

Amarillo: Al igual que el rojo se usará para dar más diversidad de color, se planea utilizar en elementos gráficos como las ilustraciones y otras constantes gráficas como los folios de página, combinado con el rojo.

Azul: Se planea usar un azul cian para completar la gama de colores primarios separando las constantes gráficas del texto principal. En anotaciones, textos derivados y otros complementos se planea un uso de elementos de color azul con tipografía blanca que contrasten y se diferencien del texto principal.

## Tipografía

Para la tipografía de la revista se tomó en cuenta varias fuentes que le darán variedad a la publicación, puesto que los titulares, antetitulares y otros elementos deben tener tipografías distintas, pero que tengan cierta armonía.

Para el cuerpo del texto se propone la *Big Caslon*, una tipografía sin serifas que también se usará en el libro para dar unidad a los proyectos, esta tipografía con serifas es fácil de leer y tiene una mancha tipográfica adecuada para textos amplios.

Para titulares de las distintas secciones se propone usar tipografías sin serifas de gran formato como la *Comic Gecko* o la *CA Kometo* que son tipografías de caja alta de gran altura y vistosidad. La *Comic Gecko* es adecuada para antetitulares y la *CA Kometo* para titulares. Para textos de menor tamaño como anotaciones, la *Dave Gibbons* se usará al ser una tipografía basada en obras de historieta clásicas.



Fuente: Elaboración propia. Ejemplo de pliego de la revista mostrando las tres tipografías elegidas.

Soporte

En cuanto al papel, se propone un papel bond de mayor grosor que el normal, de 120 gramos. La intención de esto es que el papel bond tiene las cualidades básicas de retención de tinta necesarias para tener una buena calidad en las ilustraciones y las imágenes, pero también se puede dibujar en él con facilidad. La revista está pensada con ejercicios que se podrán completar en la misma revista en espacios en blanco al final de cada sección, el papel bond permitirá que dibujar en la revista con lápices o tintas sea sencillo y el grosor evitará que las páginas se desgasten y se rompan.

Para los forros se tiene pensado un papel estucado de 170 gramos, más grueso y con acabado brillante. Este tipo de papel es bastante usado en revistas debido a que su acabado brillante hace que los forros resalten, los hace resistentes al agua en pocas cantidades y a las manchas, en una revista didáctica en la que se pretende que el lector dibuje en las páginas interiores, mas no en los forros.

## Retícula

La retícula se conformará de dos columnas y cuatro filas, dividiendo así cada página en ocho cuadrantes en los que se acomodarán todos los elementos gráficos necesarios.

Una retícula de dos columnas es suficiente para que el texto sea fácil de leer sin abarrotar demasiado de información el espacio, siempre se puede ocupar sólo una columna para las cajas de texto y dejar la otra columna para imágenes, ejercicios o espacios en blanco en los que el lector pueda escribir y dibujar.

Las cuatro filas servirán para acomodar todos los elementos gráficos sin que se sienta que la página está desordenada, la jerarquía de textos será lo bastante clara con la diferencia de tipografías y de colores para que el lector sepa dónde comenzar a leer y dónde comenzar a intervenir con sus propias ideas.



Fuente: Elaboración propia. Ejemplo de pliego de la revista mostrando la retícula.

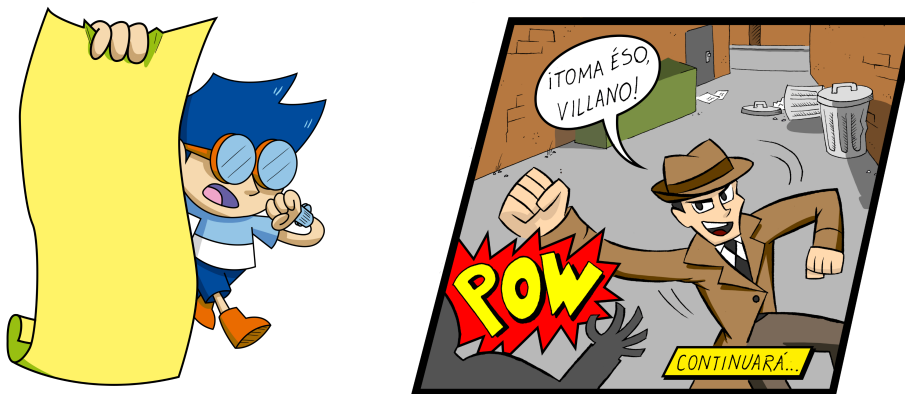
## Identidad

La identidad de la revista estará muy anclada a la historieta misma. Desde su portada el título estará hecho para representar los elementos más emblemáticos de la historieta. Las tipografías sin serifas y de colores vivos, con sombra paralela, elementos como estrellas de muchas puntas que representan explosiones y un alto contraste entre tipografías gruesas y delgadas para titulares y el cuerpo de los textos.

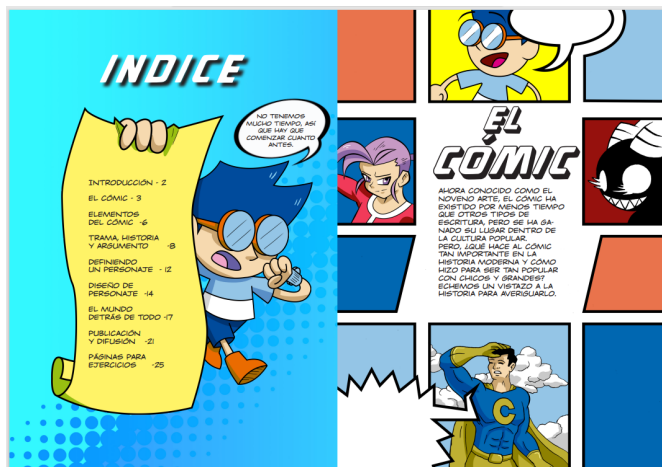
## Documentación del proceso



Fuente: Elaboración propia. Producción de fondos para los pliegos de la revista con arte al estilo “Ben-Day dots”.



Fuente: Elaboración propia. Producción de ilustraciones para cada sección de la revista.



Fuente: Elaboración propia. Maquetación de un pliego de la revista.

## Impresión

### Presupuesto de impresión

Tabla de costos fijos

Concepto	Unidad	Costo unitario	Total
ISSN	1	\$258.00	\$258.00
INDAUTOR	Publicación periódica	\$2,382.00	\$2,382.00
Captura de textos	28 cuartillas	\$15.00 por cuartilla	\$420.00
Corrección de estilo	Si	\$50.00 por cuartilla	\$640.00
Ilustraciones	14	\$500.00 por ilustración	\$7,000.00
Diseño de interiores	Si	\$3,500.00 por proyecto	\$3,500.00
Diseño de forros	Si	\$1,500.00 por proyecto	\$1,500.00
Tipografías	1	\$2780.00	\$2780.00
Maquetación	Si	\$1,500.00 por proyecto	\$1,500.00

Fotografías	7	\$250.00 por pieza	\$1,750.00
Total	1 revista	1 pieza	\$21,730.00

Tabla de costos variables

Concepto	Unidad
Proyecto	Revista
Formato	Impreso
Tamaño	A4 (210 x 297 mm)
Tamaño extendido	420 x 297mm
Tamaño extendido + lomo	420 x 297mm
No. de páginas	24
Cantidad a imprimir	1000
No. de tintas	4 x 4
Encuadernación	Engrapada
Tipo de papel forros	Estucado 170 gr.
Tipo de papel interiores	Bond 120 gr.

Presupuesto de impresión: \$34,120 por un tiraje de 1000 ejemplares.  
Cotización por parte de [laimprentacg.com](http://laimprentacg.com)

## **CAPÍTULO 3: Periódico**

### Planteamiento

El periódico ha sido un medio de comunicación muy importante a lo largo de varias generaciones, y conociendo esta información se pensó utilizar un periódico en conjunto con la revista que se va a producir. El periódico estará enfocado en atraer público lector a la historieta y para informar sobre lo más reciente e importante de la industria al público en general. Como tal, el periódico se añadirá a la revista como regalo por su compra como un agregado, la revista estará enfocada en ayudar a jóvenes a producir sus propias historietas, y el periódico lo podrán ofrecer a sus familiares, amigos o conocidos para informarles de las lecturas más imprescindibles en tira cómica, historieta y novela gráfica por igual. Para lograrlo se dividirá el periódico en varias secciones, la primera y la más importante será crear un compilado de recomendaciones de historietas según cinco géneros: Superhéroes, terror, cómicas, románticas e independientes. También habrá una sección de entrevistas con artistas locales de la historieta que hayan alcanzado cierto nivel de éxito que inspiren a los lectores a leer y difundir su obra, una sección de noticias con lanzamientos de historietas nuevas o adaptaciones de historietas a otros medios como el cine y los videojuegos, y una sección de eventos donde se divulgará sobre festivales, convenciones y otros eventos enfocados a la historieta dentro del estado de Morelos

### Características del periódico

El periódico es un ejemplo de modernismo. Desde la invención de la imprenta de Gutemberg en el año 1450 se tuvo la idea de crear publicaciones pequeñas y seriadas con el propósito de difundir información importante a la mayor cantidad de personas posibles. Esto culminó en distintas publicaciones como carteles, folletos, pero principalmente el periódico.

Los primeros periódicos surgieron después del concepto del “diario”, un documento que se escribía por una persona relatando eventos importantes, pero que no estaba pensado para publicarse, y surgieron en Estrasburgo en el año 1605. De ahí se ideó que hubiera periódicos distintos, para temas distintos ya fueran noticias, deportes o las llamadas “gacetas” que solo informaban de un tema en específico, a menudo relacionado con una empresa.



El periódico fue por mucho tiempo la forma más confiable de distribución de información, creando la rama del periodismo en la que reporteros persiguen las noticias solo para que sean publicadas y conocidas por los lectores. Con el paso de los siglos los periódicos no perdieron relevancia, y en la edad moderna cada ciudad tenía su propio periódico donde se publicaban las noticias más relevantes según el área.

Hoy en día el periódico ha perdido algo de su importancia con el surgimiento de medios de comunicación digitales, en los que la información puede ser difundida de forma inmediata y por cualquier persona en lugar de un grupo selecto de profesionales. Sin embargo, pese a todas las dificultades, se niegan a desaparecer y sobreviven como uno de los medios de comunicación más importantes de todos los tiempos (Alcalá, 2007).

### Documentación visual

No hay muchos periódicos que traten el tema de las historietas exclusivamente, algunos como los periódicos de editorial y de espectáculos tratan temas similares, pero no se enfocan por completo en el medio de la historieta.


Con esto en mente, se propone crear un periódico desde cero con otro tipo de estructura que difiera de los periódicos tradicionales, y al estar enfocado en las historietas se propone que la composición de los elementos del periódico asemejara a la composición de una historieta, usando elementos como globos de texto sobre las imágenes para añadir textos pertinentes a cada foto.

### Público objetivo

El periódico está pensado para un público más amplio, ya que su función es atraer a nuevos lectores al mundo de la historieta, recomendando lecturas según el género y el tipo de publicación. Estará hecho para todo público, maquetado de forma simple para que tanto jóvenes como adultos lo puedan leer sin complicaciones.

Ejemplo de público objetivo:

## Análisis del mercado / Periódico



Nombre: Eduardo  
Edad: 21 años  
Sexo: Masculino  
Nivel socioeconómico: Clase media  
Estado civil: Soltero  
Profesión: Estudiante de letras

Estilo de vida: Estudiante de filosofía y letras, le gusta leer y mantenerse informado de eventos de lectura y festivales de libros. Tiene curiosidad por leer cómics pero no sabe por dónde empezar.

Foto de Mateus Henrique: Pexels

## Fundamentación y desarrollo

### Contenido

El periódico se dividirá en varias secciones para informar acerca de sucesos importantes dentro de la industria de la historieta a nivel mundial. La primera tratará las recomendaciones divididas en cinco categorías: Historietas de superhéroes, de ciencia ficción, de comedia, de drama romántico e independientes. En cada sección se recomendarán cuatro títulos de distintos países y editoriales junto con una imagen representativa de una de sus portadas y una breve sinopsis de cada uno.

La sección de entrevistas tendrá diálogos breves con dos artistas de historieta mexicanos, se les harán cinco preguntas sobre su carrera y sus obras publicadas para dar a conocer su obra al público, aumentando la demanda por cómics nacionales e independientes.

La sección de noticias tendrá breves repasos a noticias importantes sobre la industria de la historieta, desde publicaciones de nuevos títulos, adaptaciones de estos en el cine y la televisión y noticias sobre creadores de cómics importantes.

La sección de eventos hablará de festivales, ferias del libro y convocatorias que sean relevantes para la industria en México, esto dará al lector información sobre eventos a los que puede asistir y convocatorias a las que puede entrar para dar a conocer su obra.

### Formato

Para el formato del periódico se tiene en mente el mismo formato que para la revista, un tamaño de A4 con encuadernación engrapada. Esto debido a que el periódico está pensado como un regalo extra que estará dentro de la revista al momento de adquirirla, así aquellas personas interesadas en hacer historietas que adquieran la revista podrán saber más sobre las noticias relevantes de la industria actual, así como dar el periódico a otras personas que a su vez aumentarán el número de seguidores en México.

### Color

Para el color se tiene planeada una gama de colores simple y hecha solo con colores primarios y secundarios, al igual que los otros dos productos, pues se prefiere respetar la estética típica que tienen las historietas, en donde la poca cantidad de colores ayuda a la mejor lectura y fácil comprensión sin distracciones.

Blanco: El periódico tendrá color blanco en casi todo el espacio, esto para evitar atascar el espacio con demasiados colores que hagan que la página se vea saturada. No habrá mucho espacio negativo en el periódico, pero aun así se respetará el fondo blanco cuanto sea posible.

Negro: El negro como opuesto del blanco es ideas para ser su complemento, en casi todo el periódico se tendrá tipografía negra con fondo blanco para fácil lectura sin que el lector se distraiga demasiado con colores. Para los cuerpos de texto grandes se tratará que el negro sea el color predominante en el texto.

Amarillo: El amarillo como color primario es ideal para resaltar con el blanco y complementar al negro, se planea que para textos pequeños como notas al pie o pies de página se

escriban en un cuadro amarillo con tipografía negra para diferenciarlo del cuerpo del texto, dándole también una estética parecida a los cuadros de texto que aparecen en muchas historietas.

Rojo: El rojo como color primario es ideal para resaltar elementos importantes al lector, en ciertas secciones se usará tipografía roja para los titulares para que se pueda distinguir fácilmente una sección de otra.

Azul, verde, rosa: Para las secciones de los distintos subgéneros de historieta que se recomendarán al público, se planea decorar las páginas con un color distinto. Rojo para el terror, azul para los superhéroes, verde para la comedia, rosa para el romance y negro para las historietas independientes. Esto dará más variedad al periódico sin saturarse con demasiados colores.

### Tipografía

Para la tipografía se pensó utilizar una fuente que haga homenaje al medio que se está tratando, el cómic tiene varias fuentes útiles para esto, algunas ya muy utilizadas como la Comic Sans, pero para este proyecto se consideró la fuente *Dave Gibbons* para subtítulos y anotaciones, así como la *Big Caslon* para el cuerpo del texto.

La fuente Dave Gibbons es una fuente basada en la caligrafía del famoso artista de historieta del mismo nombre, quien saltó a la fama por haber dibujado la novela gráfica *Watchmen*, una obra icónica que redefinió el género escrito por Alan Moore. La carrera de Gibbons no se limita a esta obra maestra, pues ha colaborado en otros títulos de la Editorial DC Cómics como *Green Lantern Corps*, *Batman VS Predator* y *DC's World's Finest*. Su tipografía es muy reminiscente a las historietas clásicas.

Para los titulares del periódico se tiene pensado usar la tipografía *CA Kometo*, una tipografía de fantasía llamativa perfecta para titulares, y que ha sido utilizada en las portadas de muchos títulos. Esta tipografía es gruesa y muy cuadrada, ligeramente inclinada para dar apariencia de itálica lo que le da cierto grado de dinamismo y movimiento. Se compone solo de tipos de caja alta por lo que no se recomienda para textos largos.



Fuente: Elaboración propia. Ejemplo de pliego del periódico mostrando las tres tipografías elegidas.

## Soporte

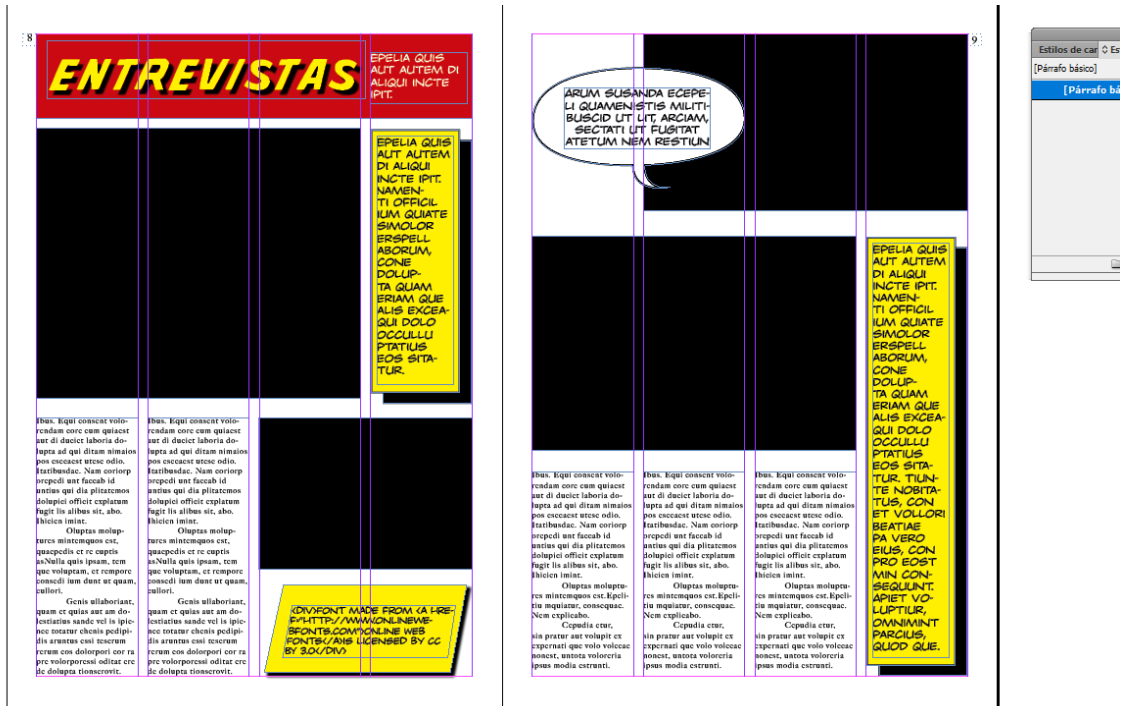
Para el soporte del periódico se tiene pensado un papel delgado que permita una producción barata que pueda ser cubierta fácilmente, esto porque el periódico está hecho para ser un regalo en la compra de otro producto editorial y sus costos deben ser cubiertos con las ganancias de otro producto diferente.

Con esto en mente se pensó en el papel couché mate de 90 gramos, un papel delgado, pero con buena absorción de tinta para mantener una imagen de calidad al momento de imprimir las fotografías que se incluirán en las secciones del periódico.

## Retícula

La retícula del periódico debe ser de columnas y con bastante espacio para variedad en las secciones y en las distintas noticias. Se decidió una retícula de 4 columnas y 6 filas que deja en total 28 módulos por página. Esta retícula está pensada para tener una buena cantidad de posibilidades para maquetar las distintas secciones en la misma página, como las

recomendaciones de historietas que ocuparán cada unas cuatro filas y una columna, o los encabezados que ocuparán una fila y cuatro columnas.



Fuente: Elaboración propia. Ejemplo de un pliego del periódico mostrando la retícula.

## Identidad

El periódico estará altamente inspirado en las historietas clásicas, manteniendo su estructura y diseño al momento de diseñar los espacios que ocuparán las distintas secciones. Por ejemplo, algunas citas y textos importantes estarán encerradas en globos de texto para dar apariencia de diálogos y las anotaciones o pies de página estarán encerradas dentro de cuadros de color amarillo con sombra paralela parecidos a los diálogos de narración en las historietas. Todo esto para darle al periódico mayor identidad acorde a su temática y para que se distinga de inmediato de otras publicaciones similares.

# Documentación del proceso



Fuente: Elaboración propia. Primer diseño del periódico.



Fuente: Elaboración propia. Segundo diseño del periódico, se añadieron nuevas tipografías y elementos decorativos como globos de texto.







Tipografías	1	\$2780.00	\$2780.00
Maquetación	No	\$1,500.00 por proyecto	\$1,500.00
Fotografías	37	\$250.00 por pieza	\$9,250.00
Total	1 periódico	1 pieza	\$20,450

Tabla de costos variables

Concepto	Unidad
Proyecto	Periódico
Formato	Impreso
Tamaño	A4 (210 x 297 mm)
Tamaño extendido	420 x 297mm
Tamaño extendido + lomo	420 x 297mm
No. de páginas	12
Cantidad a imprimir	1000
No. de tintas	4 x 4
Encuadernación	Engrapada
Tipo de papel forros	Couche 90 gr.
Tipo de papel interiores	Couche 90 gr.

Presupuesto de impresión: \$51,413.20 por un tiraje de 1000 ejemplares.  
Cotización por parte de [laimprentacg.com](http://laimprentacg.com)

## REFERENCIAS

Alcalá, V. (12 de septiembre de 2007). *Teoría de la comunicación: Historia del periódico*. Blogspot. [Teoría de la Comunicación: HISTORIA DEL PERIODICO \(teocoms.blogspot.com\)](https://teocoms.blogspot.com). Consultado el 20 de noviembre del 2022.

Barbier, F. (2005). *Historia del libro*. Alianza Editorial.

Brooker, P. y Thacker, A. (2009). *The Oxford Critical and Cultural History of Modernist Magazines: Volume I: Britain and Ireland 1880–1955*. Oxford University Press.

Familia Usaka. (2009). *Sobre nosotros*. Familia Usaka. [Sobre nosotros - Familia Usaka](#). Consultado el 15 de marzo del 2022.

Gómez Iniesta, C. (2014). La segunda era de los cómics en el cine. *Revista Cine Premiere*, Vol. 232, pp. 44 - 47.

Hernández, T. (2019). En Pescador, J. (Servicios Editoriales BD) *Sensacional de El Marambo Cómix No.1* (pp. 3).

Herner, I. (1979). *Mitos y Monitos. Historietas y Fotonovelas en México*. Editorial Nueva Imagen. [Mitos y monitos: Historietas y fotonovelas en México \(Irene Herner, 1979\) : Free Download, Borrow, and Streaming : Internet Archive](#). Consultado el 15 de marzo del 2022.

Iñesta, J. (13 de marzo de 2012). *Ideario*. Pixelatl. [Inicio - Pixelatl](#). Consultado el 15 de marzo del 2022.

Mares, A. (2020). *El cómic mexicano vivió su época dorada de la mano de la edad de oro de su cine, entre las décadas de los 30 a los 50*. [Alicia Mares: "El cómic mexicano vivió su época dorada de la mano de la Era de Oro de su cine, entre las décadas de los 30 a los 50" - Fundación Canaria Cine+Cómics \(fundacioncinemasCómics.com\)](#). Consultado el 15 de marzo del 2022.

Nares, Y. (14 de abril de 2023). *Una de cada diez personas en México dice ser lectora de cómics*. Animal Político. [Una de cada diez personas en México dice ser lectora de cómics \(animalpolitico.com\)](#). Consultado el 15 de marzo del 2022.

Phillips, J. (3 de octubre de 2018). *Venom through history: A look at the origins and past iterations of the Lethal Protector*. Los Angeles Times. <https://www.latimes.com/entertainment/hero-complex/la-et-hc-venom-eddie-brock-timeline-20181003-htlstory.html>. Consultado el 15 de marzo del 2022.

Puckett-Pope, L. Marilla, L. (3 de abril de 2023). *Disney Live-Action Remakes: A definitive list of all the live-action Disney movies to come*. Cosmopolitan. [Disney Live-Action Remakes - A Definitive List of All the Live-Action Disney Movies To Come \(cosmopolitan.com\)](#). Consultado el 15 de marzo del 2022.

Soto, E. (2020). *Un paseo por la historieta mexicana*. Fondo Editorial del Estado de Morelos.

Tapas. (2012). *About us*. Tapas. [What is Tapas? – Tapas](#)

Úcar, V. (15 de octubre de 2015). *Los manuscritos que iluminaron Europa*. [Los manuscritos que iluminaron Europa | La Aventura de la Historia | EL MUNDO](#). Consultado el 15 de marzo del 2022.

Valdés, R. (1984). En *La historia de los Cómics mexicanos: El progreso de la industria y de la aceptación del arte gráfico-narrativo*. *Historia de los Cómics* volumen IV, fascículo 43, pp. 1199 - 1204.

Webtoon. (2003). *Sobre Webtoon*. Webtoon. [Sobre WEBTOON | WEBTOON \(webtoons.com\)](#). Consultado el 15 de marzo del 2022.

Cuernavaca, Morelos a 20 de julio de 2023.

**MTRO. HÉCTOR CUAUHTÉMOC PONCE DE LEÓN MÉNDEZ**  
COORDINADOR DE LA ESPECIALIDAD EN DISEÑO EDITORIAL  
FACULTAD DE DISEÑO  
UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DEL ESTADO DE MORELOS  
P R E S E N T E

Por medio de la presente le comunico que he leído la tesina:

**El diseño editorial como herramienta  
para la creación, publicación y difusión de  
historietas en México**

que presenta el (la) alumno (a):

**ALAN FERNANDO MAYERSTEIN JIMÉNEZ**

Para obtener el diploma de **Especialista en Diseño Editorial**. Considero que dicha tesina reúne los requisitos necesarios para ser sustentada en el examen de grado por lo que doy mi **VOTO APROBATORIO** para que se proceda a la defensa de la misma.

Lo anterior con base en que la tesis refleja un manejo adecuado de los conceptos adquiridos a lo largo del posgrado, y cumple con todos los puntos establecidos en los lineamientos de titulación de la Especialidad en Diseño Editorial.

Sin más por el momento me despido, quedando de usted para cualquier aclaración.

Atentamente  
***Por una humanidad culta.***  
*Una universidad de excelencia*

DRA. LAURA SILVIA IÑIGO DEHUD

Incluir e-firma UAEM



UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DEL  
ESTADO DE MORELOS

Se expide el presente documento firmado electrónicamente de conformidad con el ACUERDO GENERAL PARA LA CONTINUIDAD DEL FUNCIONAMIENTO DE LA UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DEL ESTADO DE MORELOS DURANTE LA EMERGENCIA SANITARIA PROVOCADA POR EL VIRUS SARS-COV2 (COVID-19) emitido el 27 de abril del 2020.

El presente documento cuenta con la firma electrónica UAEM del funcionario universitario competente, amparada por un certificado vigente a la fecha de su elaboración y es válido de conformidad con los LINEAMIENTOS EN MATERIA DE FIRMA ELECTRÓNICA PARA LA UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE ESTADO DE MORELOS emitidos el 13 de noviembre del 2019 mediante circular No. 32.

### Sello electrónico

LAURA SILVIA ÑIGO DEHUD | Fecha:2023-07-20 10:50:23 | Firmante

IgLLJuPE/yeiiVSL83bt2mJKZZaghwwiGU6IRSE2UxjiE0AVjLXDIKH4LXJVoj8Tla2/+7xfeYZ9G+G37Aq/ef3HEiDsGTifSsdJaLp+ysKqjCDw8k8P+JJCPrhHW64nndmhEhz/BoEqtc2QoVhoxLxRE/q/W10UBWM/MvuBBep2i2nuVRUSmBN47imledthArQ1PGbikiUXyCo1ATASckJ9+1KOZ7JzvAmzABtMYHuzHnxxCHFgVUZintwiYsMYGBbOi8W/EbBxBgCg8EjlcNN4uuIVTxPgcNHRklr9u7e8lbcjVsvjP59LKrlCBdjrogMdY1kOCiyUTYWZp/iLw==

Puede verificar la autenticidad del documento en la siguiente dirección electrónica o escaneando el código QR ingresando la siguiente clave:



[EbqXZ6T3w](#)

<https://efirma.uaem.mx/noRepudio/qt5FghHKmkzJCZ8b7igdU2ZJPIEr9Vi>



Cuernavaca, Morelos a 8 de agosto de 2023.

**MTRO. HÉCTOR CUAUHTÉMOC PONCE DE LEÓN MÉNDEZ**  
COORDINADOR DE LA ESPECIALIDAD EN DISEÑO EDITORIAL  
FACULTAD DE DISEÑO  
UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DEL ESTADO DE MORELOS  
P R E S E N T E

Por medio de la presente le comunico que he leído la tesina:

**El diseño editorial como herramienta  
para la creación, publicación y difusión de  
historietas en México**

que presenta el (la) alumno (a):

**ALAN FERNANDO MAYERSTEIN JIMÉNEZ**

Para obtener el diploma de **Especialista en Diseño Editorial**. Considero que dicha tesina reúne los requisitos necesarios para ser sustentada en el examen de grado por lo que doy mi **VOTO APROBATORIO** para que se proceda a la defensa de la misma.

Lo anterior con base en: La calidad de los productos editoriales y la capacidad de argumentación que representa el manejo integral de tema, así como la aplicación de la teoría en la práctica y del manejo de fuentes.

Sin más por el momento me despido, quedando de usted para cualquier aclaración.

Atentamente  
**Por una humanidad culta.**  
*Una universidad de excelencia*  
Dra. Lorena Noyola Piña



UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DEL  
ESTADO DE MORELOS

Se expide el presente documento firmado electrónicamente de conformidad con el ACUERDO GENERAL PARA LA CONTINUIDAD DEL FUNCIONAMIENTO DE LA UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DEL ESTADO DE MORELOS DURANTE LA EMERGENCIA SANITARIA PROVOCADA POR EL VIRUS SARS-COV2 (COVID-19) emitido el 27 de abril del 2020.

El presente documento cuenta con la firma electrónica UAEM del funcionario universitario competente, amparada por un certificado vigente a la fecha de su elaboración y es válido de conformidad con los LINEAMIENTOS EN MATERIA DE FIRMA ELECTRÓNICA PARA LA UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE ESTADO DE MORELOS emitidos el 13 de noviembre del 2019 mediante circular No. 32.

### Sello electrónico

**LORENA NOYOLA PIÑA | Fecha:2023-08-08 12:54:12 | Firmante**

CwBVaAkjYOHyAdOn/Z6bCxQvQb073IAtpYEDQ1itn7S+ym6QqPzap8vKyGwKRcps8SgU3StwUDOI6t9F/P7Y4JRWEUVvZ5it7rXwSeklthDRqFXWwc4gmK4kxcDfWd1w3t6yL+yPSYMXzB/S8lMiDixeOyVNRQC7u25KYz+r3ZvCcB2BwHW/Um3PZmFuL/AqF8TLtzDZPYhUuoCipbK1u15M9UyVl12J/NikRRGRcav7/6a0KaF+bU4Yhnppi0y55NjUHxPMfU4tblgdgBnwD1VY+Wj3NWT84aOC+3RfkaHSNd9YADKd/kS/igVzxsZJikDGaNBEO6ysvNDqzblEHg==

Puede verificar la autenticidad del documento en la siguiente dirección electrónica o escaneando el código QR ingresando la siguiente clave:



[6nJ2Lgpo7](#)

<https://efirma.uaem.mx/noRepudio/zQ4NbnR3RmLZQaPeQeg56O0vNIZKWOhY>



Cuernavaca, Morelos a 28 de agosto de 2023.

**MTRO. HÉCTOR CUAUHTÉMOC PONCE DE LEÓN MÉNDEZ**  
COORDINADOR DE LA ESPECIALIDAD EN DISEÑO EDITORIAL  
FACULTAD DE DISEÑO  
UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DEL ESTADO DE MORELOS  
P R E S E N T E

Por medio de la presente le comunico que he leído la tesina:

**El diseño editorial como herramienta  
para la creación, publicación y difusión de  
historietas en México**

que presenta el (la) alumno (a):

**ALAN FERNANDO MAYERSTEIN JIMÉNEZ**

Para obtener el diploma de **Especialista en Diseño Editorial**. Considero que dicha tesina reúne los requisitos necesarios para ser sustentada en el examen de grado por lo que doy mi **VOTO APROBATORIO** para que se proceda a la defensa de la misma.

Lo anterior con base en: La tesina refleja un buen manejo de los conocimientos adquiridos durante la Especialidad, así como una estructuración detallada de la metodología empleada en el desarrollo de los proyectos. Considero que aporta de manera innovadora al campo del Diseño Editorial.

Sin más por el momento me despido, quedando de usted para cualquier aclaración.

Atentamente  
***Por una humanidad culta.***  
*Una universidad de excelencia*

Dr. Antonio Makhoulouf Akl





UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DEL  
ESTADO DE MORELOS

Se expide el presente documento firmado electrónicamente de conformidad con el ACUERDO GENERAL PARA LA CONTINUIDAD DEL FUNCIONAMIENTO DE LA UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DEL ESTADO DE MORELOS DURANTE LA EMERGENCIA SANITARIA PROVOCADA POR EL VIRUS SARS-COV2 (COVID-19) emitido el 27 de abril del 2020.

El presente documento cuenta con la firma electrónica UAEM del funcionario universitario competente, amparada por un certificado vigente a la fecha de su elaboración y es válido de conformidad con los LINEAMIENTOS EN MATERIA DE FIRMA ELECTRÓNICA PARA LA UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE ESTADO DE MORELOS emitidos el 13 de noviembre del 2019 mediante circular No. 32.

### Sello electrónico

**ANTONIO MAKHLOUF AKL | Fecha:2023-08-28 19:05:38 | Firmante**

SuVXjb/mtcBH5LzuSPcuMw0+OAKf13ST+1aYyUoW2LepwZZMfYhjexJZLwsiCIAWv9Y4a24DMOQ1xWh5P4DjFTacDM20F6d1G+eZ7FmS6EJ2iz3Pbge2raP3lqEQCUKpbdC  
T0WOM+o9wQ2ile8vIw81GUaekjlcAeakYq+bCQL3HEirLq7PHSSMcXKapABkikcpTFgUEnYyC9MI0I58OaembxQcjWjTETao5WvrhEvAyFLcp+Th6lcbRQYDDIGqM3Vk9DuNXW  
R0jxdAbLEhVezfU4mk6MFID5CWZGKgj3kPA1D6ByiKLvfaZ2zcuKAD9s4OIW6AbfNWbqsuW97nqlg==

Puede verificar la autenticidad del documento en la siguiente dirección electrónica o  
escaneando el código QR ingresando la siguiente clave:



**2OzKQdVGI**

<https://efirma.uaem.mx/noRepudio/QxdWeCeKJeldjtCAhaHBlaZKMsc2rZWK>



Cuernavaca, Morelos a 08 de septiembre de 2023.

**MTRO. HÉCTOR CUAUHTÉMOC PONCE DE LEÓN MÉNDEZ**  
COORDINADOR DE LA ESPECIALIDAD EN DISEÑO EDITORIAL  
FACULTAD DE DISEÑO  
UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DEL ESTADO DE MORELOS  
P R E S E N T E

Por medio de la presente le comunico que he leído la tesina:

**El diseño editorial como herramienta  
para la creación, publicación y difusión de  
historietas en México**

que presenta el (la) alumno (a):

**ALAN FERNANDO MAYERSTEIN JIMÉNEZ**

Para obtener el diploma de **Especialista en Diseño Editorial**. Considero que dicha tesina reúne los requisitos necesarios para ser sustentada en el examen de grado por lo que doy mi **VOTO APROBATORIO** para que se proceda a la defensa de la misma.

Lo anterior con base en que la tesina cumple con el uso adecuado de conceptos referentes al Diseño Editorial, una investigación sólida que se ve reflejada en el resultado de proyectos coherentes, con unidad de sentido y adecuadamente alineados a los propósitos curriculares de la Especialidad

Sin más por el momento me despido, quedando de usted para cualquier aclaración.

Atentamente  
**Por una humanidad culta.**  
*Una universidad de excelencia*

Mtra. Jael Araceli González Pérez



UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DEL  
ESTADO DE MORELOS

Se expide el presente documento firmado electrónicamente de conformidad con el ACUERDO GENERAL PARA LA CONTINUIDAD DEL FUNCIONAMIENTO DE LA UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DEL ESTADO DE MORELOS DURANTE LA EMERGENCIA SANITARIA PROVOCADA POR EL VIRUS SARS-COV2 (COVID-19) emitido el 27 de abril del 2020.

El presente documento cuenta con la firma electrónica UAEM del funcionario universitario competente, amparada por un certificado vigente a la fecha de su elaboración y es válido de conformidad con los LINEAMIENTOS EN MATERIA DE FIRMA ELECTRÓNICA PARA LA UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE ESTADO DE MORELOS emitidos el 13 de noviembre del 2019 mediante circular No. 32.

### Sello electrónico

JAEL ARACELI GONZALEZ PEREZ | Fecha:2023-09-08 19:47:12 | Firmante

o57/88GVgTBLAGn1WWpPszGpUahW6NZRSapMkLfUqqLoR0shjfn9659zvFYk98jsDOKy+Dg1ucck+BgibU1j7pKu2TXhbMy/SxjREJG80hKoauWNRGCGTN8XS/FspIGx/B0MtJ  
AZ87PxpVctarpzOMpW8P3Hkt8Hu3SrNkvPiZ4B/7w58/UrV0QgOHM6d06wP+TCqPXh5+W0r6VuXa3RS3asaZYvdc4/4Zv/rbAhGqnyIUTgCFmMT2X6+p4C0aOdCBwSjXQKucE  
PEiwy097HT9GI4KNG7yPsO+19ZLhgSCpra3V54QysGxKLscPpN7YNHQYkOmoNa8doJgYOZU9FtA==

Puede verificar la autenticidad del documento en la siguiente dirección electrónica o  
escaneando el código QR ingresando la siguiente clave:



1SFDQxU30

<https://efirma.uaem.mx/noRepudio/nNMR0DtBzfXUhlSUDO99SG40Wdt4FKfM>

