



FACULTAD DE
DISEÑO

D Especialidad en
Diseño Editorial

**El Diseño Editorial como herramienta para la divulgación
y concientización del trastorno depresivo**

Tesina para obtener el diploma de
Especialista en Diseño Editorial

Presenta

Alan Omar García Sánchez

Director de tesina

Dr. Héctor Cuauhtémoc Ponce de León Méndez

Codirector de tesina

Dr. Antonio Makhoul Akl

Universidad Autónoma del Estado de Morelos, 22 Mayo de
2026, México.

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

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

TABLA DE CONTENIDO

CAPÍTULO 1 INTRODUCCIÓN	1
1.1 ANTECEDENTES	1
1.1.1 <i>¿Qué es la depresión?</i>	1
1.1.2 <i>¿Cuáles son los diferentes tipos de depresión?</i>	2
1.1.3 <i>Breve historia de la depresión en Occidente</i>	5
1.2 ¿QUÉ ES EL DISEÑO EDITORIAL?	16
FUNDAMENTOS DEL PROYECTO EDITORIAL	19
1.3	19
1.3.1 <i>¿De qué trata el proyecto?</i>	19
1.3.2 <i>Que se puede comunicar con los tres productos</i>	19
<i>Descripción de los tres productos</i>	19
1.3.3	19
1.4 JUSTIFICACIÓN	20
1.5 OBJETIVO GENERAL	21
1.6 CRONOGRAMA	21
1.6.1 <i>Tecnica pomodoro</i>	22
1.7 METODOLOGÍA	23
1.8 METODOLOGÍA PROYECTUAL	25
1.8.1 <i>El Problema</i>	25
1.8.2 <i>Recolección y Análisis de Datos</i>	27
1.8.3 <i>Creatividad</i>	29
1.8.4 <i>Materiales y tecnología</i>	29
1.8.5 <i>Experimentación</i>	30
1.8.6 <i>Modelos</i>	30
1.8.7 <i>Verificación</i>	31
1.8.8 <i>Dibujos Constructivos</i>	31
1.8.9 <i>Tipo de Investigación</i>	32
<i>Fuentes de Información</i>	34
1.8.10	34
<i>Técnicas de Investigación</i>	34
1.8.11	34
PÚBLICO OBJETIVO	35
1.9	35
1.10 CONCEPTO CREATIVO	36

1.11 PROPIEDAD INTELECTUAL	39
1.11.1 ¿Qué es el derecho de autor?.....	39
CAPÍTULO 2 : CONCEPTOS DE DISEÑO EDITORIAL.....	42
2.1 FORMATO	42
2.1.1 Propiedades básicas del papel	44
2.2 RETÍCULA	45
2.2.1 Retícula de manuscrito:	45
2.2.2 Retícula de columnas:	46
2.2.3 Retícula modular:.....	47
2.3 TIPOGRAFÍA.....	48
2.3.1 Forma y funcion:	48
2.4 PALETA DE COLORES	49
2.4.1 Teoría del color:	49
2.5 PSICOLOGÍA DEL COLOR	49
2.6 FORROS	51
2.7 PLIEGOS	52
2.8 IMPOSICIÓN DE PÁGINAS	53
2.9 FOTOGRAFÍAS, IMÁGENES, ILUSTRACIONES	54
2.9.1 Fotografías: Las fotografías se incluyen al diseño para aportar realismo, ya que.....	55
2.9.2 Ilustraciones: Las ilustraciones, por otra parte, se incluyen fundamentalmente por.....	55
2.10 MÁRGENES Y CAJA TIPOGRÁFICA	57
CAPÍTULO 3 : REVISTA.....	59
3.1 ¿QUÉ ES UNA REVISTA?	59
3.2 OBJETIVOS PARTICULARES REVISTA	60
3.3 HISTORIA	60
3.4 ESTRUCTURA	61
3.4.1 Planillo:	62
3.4.2 Paginación:	62
3.4.3 Portada:	62
3.5 PRODUCTOS SIMILARES.....	65
3.5.1 Ventaja competitiva:	67
3.6 FORMATO	67
3.7 CONTENIDOS	68
3.8 RETÍCULA	69

3.9 TIPOGRAFÍA.....	¡ERROR! MARCADOR NO DEFINIDO.
3.10 PALETA DE COLORES.....	73
3.11 FORROS.....	76
3.11.1 Portada:	76
3.12 PLIEGOS	78
3.13 IMPOSICIÓN DE PÁGINAS.....	78
3.14 FOTOGRAFÍAS, IMÁGENES, ILUSTRACIONES	79
3.15 MÁRGENES Y CAJA TIPOGRÁFICA.....	81
3.16 CONCLUSIONES	82
CAPÍTULO 4 : PERIÓDICO.....	83
4.1 ¿QUÉ ES UN PERIÓDICO?	83
4.2 OBJETIVOS PARTICULARES PERIÓDICO	83
4.3 HISTORIA	84
4.3.1 Historia del heraldo de México	84
4.4 PRODUCTOS SIMILARES.....	87
4.5 VENTAJA COMPETITIVA	89
4.6 ESTRUCTURA	89
4.7 CONTENIDOS	90
4.8 FORMATO	90
4.9 RETÍCULA.....	90
4.10 TIPOGRAFÍA.....	93
4.11 PALETA DE COLORES.....	95
4.12 PLIEGOS	97
4.13 FOTOGRAFÍAS, IMÁGENES, ILUSTRACIONES	98
4.14 MÁRGENES Y CAJA TIPOGRÁFICA.....	98
4.15 IMPOSICIÓN DE PÁGINAS.....	¡ERROR! MARCADOR NO DEFINIDO.
4.16 CONCLUSIONES	98
CAPÍTULO 5 : LIBRO.....	99
5.1 ¿QUÉ ES UN LIBRO?	99
5.2 OBJETIVOS PARTICULARES LIBRO:	100
5.3 HISTORIA	100
5.3.1 Historia del comic:.....	100
5.4 PRODUCTOS SIMILARES.....	108
5.5 VENTAJA COMPETITIVA:	109

5.6 ESTRUCTURA	109
5.7 CONTENIDOS	113
5.8 FORMATO	114
5.9 RETÍCULA	115
5.10 TIPOGRAFÍA.....	117
5.11 PALETA DE COLORES.....	117
5.12 FORROS	118
5.13 PLIEGOS	120
5.14 FOTOGRAFÍAS, IMÁGENES, ILUSTRACIONES	120
5.15 IMPOSICIÓN DE PÁGINAS	121
5.16 TABLA DE COSTOS DEL LIBRO	122
5.17 CONCLUSIONES	123
CONCLUSIONES FINALES	124
BIBLIOGRAFÍA.....	126
BIBLIOGRAFÍA WEB.....	128
CAPÍTULO 6 ANEXOS.....	130

CAPÍTULO 1 INTRODUCCIÓN

1.1 Antecedentes

1.1.1 ¿Qué es la depresión?

Primeramente, se hablará de manera general de la depresión. Nasio (2022, p.18) la define como "la pérdida de una ilusión". Esta definición habla de una manera en concreto de lo que es la depresión, por otro lado, Solomon (2015, p.10) la define de la siguiente manera: "La depresión es una grieta en el amor. Para ser criaturas que amamos, debemos ser criaturas que nos desesperamos, por lo que perdemos, y la depresión es el mecanismo de esa desesperación". Con ambas definiciones podemos decir que la depresión es la pérdida de amor. ¿Pero qué tipo de amor es el que se pierde? Se puede decir que todo tipo de amor: el amor de una pareja, el de alguno de los padres, el de algún amigo/a, pero principalmente el más importante, el amor propio. La página del gobierno de (Gobierno de México, s.f.) da una definición concisa al respecto: "El amor propio es cuando aceptamos lo que sentimos y pensamos de nosotros mismos, nuestro físico, personalidad, carácter, actitudes y cómo nos comportamos". Es nuestra forma de responder ante lo que nos pasa, qué pensamos de nosotros mismos y lo que somos, por lo tanto, el amor propio es la clave del fracaso o el éxito. Nos permite entender por qué hacemos lo que hacemos, de igual manera, también es la base para poder amar a otros y no tener una dependencia por ellos, ya que dicha conducta de dependencia detona que, ante una desilusión, podemos llegar a rompernos y desencadenar una depresión. Un detonante importante para la depresión, se deriva la capacidad de las personas para afrontar casos como pérdidas o llevar a cabo alguna actividad estresante, generalmente la gente que padece depresión es porque tiene una deficiente adaptación ambiental; es decir cómo afrontar los sucesos que nos suceden.

(Nasio, 2022) argumenta que la depresión se caracteriza por una tristeza fuera de lo común, pero esa tristeza esconde rencor, odio y resentimiento. Y para tratar la depresión, es necesario reconocer ese resentimiento contra aquel, que a menudo o es un familiar o un amigo que supuestamente nos ha traicionado. Dado que este es procedimiento difícil de hacer sin la ayuda de un profesional de la salud mental, el deprimido termina revirtiendo este resentimiento y/o rencor consigo mismo y aquel sentimiento que tenía para el otro se vuelve hacia uno

mismo. Por otra parte, el punto de vista de Solomon está más enfocado en el amor y su pérdida.

“En la depresión, la falta de sentido de toda iniciativa y de todo afecto, y la falta de sentido de la vida misma, se tornan evidentes. El único sentimiento que pervive en este estado de carencia de amor es la insignificancia”. (Solomon, 2015, p.10).

1.1.2 ¿Cuáles son los diferentes tipos de depresión?

En el sitio de (National Institute of Mental Health [NIH], 2024) menciona varios tipos de depresión, sin embargo, se dará mayor envergadura a los dos más frecuentes, que son:

- Depresión mayor, que implica síntomas de depresión la mayoría del tiempo durante por lo menos dos semanas. Estos síntomas interfieren con la capacidad para trabajar, dormir, estudiar y comer.
- Trastorno depresivo persistente (distimia), que a menudo incluye síntomas de depresión menos graves que duran mucho más tiempo, generalmente por lo menos durante dos años.

Continuaré tomando como referencia el trabajo de Solomon, ya que me parece apropiada la forma que explica las características de la depresión leve y moderada, debido a que usa una sintaxis amena y esto lleva a ser capaces de sentir la depresión a un grado más personal. Salomon define a la depresión leve o moderada como:

Una clasificación general distingue entre la depresión menor (leve o distímica) y la depresión mayor (severa). La depresión leve es un estado gradual y a veces permanente que corroe a las personas de un modo semejante a como el óxido deteriora el hierro. Implica sentimientos de aflicción demasiado intensos ante causas demasiado insignificantes, un dolor que se impone sobre los otros afectos y los desplaza en bloque. Este tipo de depresión se manifiesta corporalmente en los párpados y en los músculos que mantienen erguida la columna vertebral, hiere el corazón y los pulmones y hace que los músculos involuntarios se contraigan más de lo normal. Como el dolor físico que se torna crónico, es atroz, no tanto por ser intolerable cuando sobreviene, como porque resulta intolerable haberlo sentido en algún momento y tener la certeza de que se volverá a sentir en un futuro cercano. (Solomon, 2015, p.12).

Del mismo modo, el autor define la depresión mayor. Al igual que el punto anterior, la descripción aborda el concepto de una forma más humana y de manera analógica:

La depresión mayor se parece más a un derrumbamiento. Si en la depresión leve uno imagina un alma de hierro que sobrevive a la aflicción a pesar de deteriorarse, en el caso de la depresión mayor nos encontramos con el desplome de toda una estructura. (Solomon, 2015, p.13).

Con esta definición dada por Solomon, el paciente puede reflejarse y ver cómo la depresión mayor derrumba sus esperanzas y en su forma de ver la vida, ha perdido todo sentido a esta misma. Desde mi perspectiva, rompiendo un poco con la sintaxis en tercera persona; muchas veces las personas intentaron hacerme sentir mejor con palabras de apoyo, reflexiones y aun contándome sus experiencias vividas, pero a todo esto, de alguna manera no sentía ningún impacto, al parecer mi cerebro estaba apagado.

Siguiendo con Solomon, él describe cómo se caracteriza la depresión y cómo se puede ver por medio de metáforas, para así poder entender y comenzar a saber cómo se nota la depresión.

Hay dos modelos para caracterizar la depresión: el dimensional y el que la concibe como una categoría. El modelo dimensional plantea que la depresión se asienta en un continuo de tristeza y representa una versión extrema de algo que todo el mundo ha sentido y conocido alguna vez en su vida. El modelo que la concibe como una categoría ve en la depresión una enfermedad totalmente independiente de los otros afectos, del mismo modo que en medicina se considera que un virus estomacal es algo completamente diferente de una indigestión. Ambos modelos son correctos. Uno propone un camino gradual —o bien un desencadenamiento súbito del afecto— y llega a un lugar que es auténticamente diferente. Para que un edificio de estructura metálica se derrumbe por efecto de la herrumbre hace falta cierto tiempo; aunque esta corroee sin descanso el metal, lo corrompe, lo erosiona. El derrumbe, por más repentino que parezca, es la consecuencia acumulativa de la decadencia paulatina. Así es como se presenta la depresión severa. (Solomon, 2015, p.13-14).

Quiero decir que hablar de la depresión es todo un reto, tanto en lo académico como en lo moral y personal; debido a que, ya lo he mencionado, es un trastorno en el cual, a la fecha de redactar esta tesina, estoy padeciendo. Leer esta parte del libro de Solomon realmente me

hizo ver que los sentimientos experimentados con este problema son compartidos; pues al saber que todos pasamos por algo parecido, de alguna manera no me hace sentir tan mal.

“He dicho que la depresión es al mismo tiempo un nacimiento y una muerte. Lo que nace es aquella enredadera; la muerte es la propia decadencia, la quiebra de las ramas que soportan el sufrimiento. Se pierde la capacidad de fiarse de los demás y no quieres que te toquen, e incluso dejas de afligirte. Con el tiempo, uno llega a estar ausente de sí mismo”.

Siguiendo con el sentimiento de caer bajo depresión, también es importante la aceptación que tenemos acerca de ella. En mi perspectiva, no quería aceptar la enfermedad porque siempre se me educó a que si algo salía mal era mi culpa o eso siento yo, debido a que muchos recuerdos de mi infancia los he bloqueado inconscientemente. Retomando el punto del error, esto generó en mí una conducta de evitar hacer las cosas para que nada saliera mal, pero en el ambiente coloquial se conoce como “flojera”. Realmente, el hablar de esto genera un coctel de sentimientos. Todas estas circunstancias, Solomon las aligera y simplifica.

“El diagnóstico es tan complejo como la enfermedad. Los pacientes no se cansan de preguntar a su médico: «¿Estoy deprimido?», como si se tratara del resultado de un análisis de sangre. La única forma de descubrir si se está deprimido es escucharse y observarse uno mismo, percibir los propios sentimientos y luego reflexionar acerca de ellos. Si uno se siente mal la mayor parte del tiempo sin motivo alguno, entonces está deprimido. Si además tiene motivos para ello, también está deprimido, aunque abordar las causas de ese estado puede ser más adecuado que preocuparse por las consecuencias y atacar la depresión. Si su estado lo incapacita para desarrollar una vida normal, se trata de una depresión mayor; si solo lo distrae levemente, no lo es”. (Solomon, 2015, p.13-14).

Siguiendo con el tema, a continuación, se presentan otras formas de depresión (MedlinePlus, s.f.), las cuales nos permitirán abundar más sobre el tema:

- Depresión posparto: Muchas mujeres se sienten algo deprimidas después de tener un bebé, pero la verdadera depresión posparto es más grave e incluye los síntomas de la depresión mayor.

- Trastorno disfórico premenstrual: (TDPM). Síntomas depresivos que ocurren 1 semana antes de la menstruación y desaparecen después de menstruar.
- Trastorno afectivo estacional: (TAE). Ocurre con mayor frecuencia durante las estaciones de otoño e invierno, y desaparece durante la primavera y el verano, muy probablemente debido a la falta de luz solar.
- Depresión mayor con características psicóticas: Sucede cuando una persona padece de depresión con una falta de contacto con la realidad (psicosis).
- Trastorno bipolar: (anteriormente llamado depresión maníaca) Esto ocurre cuando la depresión se alterna con la manía. El trastorno bipolar tiene la depresión como uno de sus síntomas, pero es un tipo diferente de enfermedad mental.

Saber que la depresión tiene varias vertientes nos ayuda a poder entender lo que pasa en nuestra mente; porque muchas veces se atribuye a una falla en nuestra persona. Aunque estos tipos de depresión son los más concurrentes no quiere decir que solo se pueda tener uno o que a cada persona lo va a afectar de la misma manera, ya que por ejemplo en mi caso personal y por ende el que se va a hablar más en esta tesina son la depresión persistente y depresión mayor; esto debido a que la primera evoluciona a la segunda (o eso pude experimentar en mi caso único y personal).

1.1.3 Breve historia de la depresión en Occidente

Continuando con este estudio, de la historia de la depresión, **se extrae de manera resumida del capítulo ocho del libro de Solomon, Andrew, 2015. “El demonio de la depresión: Un atlas de la enfermedad”, que empieza desde la página 458 y termina hasta la 539.** De la misma manera, se hará un paralelismo con el caso actual del tesista y como identifica sus síntomas, sentimientos y emociones.

Retomando la sintaxis de este apartado, es pertinente el ver como se ha ido percibiendo la depresión a través del tiempo, ya que se piensa que este trastorno es nuevo y exclusivo de la sociedad contemporánea, y se argumenta que es una excusa para dejar de ser productivos dentro de la misma. El tener este contexto histórico nos permitirá saber si: ¿Siempre se vio la depresión como una enfermedad o hubo otras interpretaciones a lo largo del tiempo?

De acuerdo con lo investigado por Solomon, donde habla de los griegos y como la práctica médica, se basaba en la teoría de los humores, que concebía el carácter como una consecuencia de los cuatro fluidos corporales: la flema, la bilis amarilla, la sangre y la bilis negra. Empédocles describió la melancolía como la consecuencia de un exceso de bilis negra. Hipócrates sostenía que la sede de los afectos, el pensamiento y la enfermedad mental es el cerebro. La visión que se tenía de la depresión en el mundo antiguo es asombrosamente similar a la nuestra. Hipócrates afirmaba que la depresión era en esencia una enfermedad del cerebro que debía tratarse con medicamentos orales, y la primera cuestión que se planteaban los médicos que lo sucedieron estaba relacionada con la naturaleza humoral del cerebro y la posibilidad de encontrar la fórmula correcta para preparar dichos medicamentos.

Sócrates y Platón no aceptaban las teorías orgánicas de Hipócrates y afirmaban que, si bien los médicos podían tratar las enfermedades leves, los trastornos más profundos eran territorio de los filósofos; además propusieron una concepción de la personalidad que ha ejercido una enorme influencia en la psiquiatría moderna.

La obra de Platón dio origen al modelo evolutivo, que plantea que lo que ocurra en la infancia de una persona puede determinar los rasgos de su carácter adulto. Platón afirma que la familia tiene el poder de determinar, para bien o para mal, las actitudes políticas y sociales de los hombres a lo largo de toda su vida. Su modelo tripartito de la psiquis adulta, que distingue entre lo racional, lo libidinal y lo espiritual, es extrañamente semejante al de Freud.

Viendo cómo los griegos relacionaban que los sentimientos y el carácter son factores que también pueden afectar a la salud física y mental, a pesar de que quizás no se tenía esta idea tan certera ser como en nuestros días, se puede apreciar que este trastorno siempre nos ha afectado. Cabe resaltar en cómo ya se tenía esta idea de que la depresión tenía que atenderse de una manera diferente a una enfermedad física, por lo cual se argumenta que los filósofos son los más aptos de tratar con este mal, ya que efectivamente es un trastorno de la mente. Incluso en lo que Platón habla sobre cómo estos síntomas se desecan en la infancia, y hoy se sabe que hay muchos traumas y malas experiencias que pueden ser factores cruciales para desarrollar una depresión.

Hoy en día se sabe que lo más adecuado es tratar la depresión con terapia psicológica, pero si es necesario también usar medicamento, bajo prescripción de un psiquiatra, ya que muchas veces, por ejemplo, en este caso personal es un factor más neurológico y de cómo ciertos químicos del cerebro no están funcionando de manera normal o se están produciendo de escasamente, por ejemplo, serotonina y dopamina.

En la Edad Media se consideraba que la depresión era una manifestación de la desaprobación de Dios, un indicio de que quien la padecía había sido excluido del maravilloso conocimiento de la salvación divina. En esta época la enfermedad fue estigmatizada, y en el caso de los episodios extremos, quienes la padecían eran tratados como herejes. San Agustín había afirmado que lo que diferenciaba a los hombres de las bestias era el don de la razón, y que, por lo tanto, la pérdida de la razón convertía al hombre en bestia. Si se adoptaba este punto de vista, era fácil concluir que la pérdida de la razón era una señal de la desaprobación de Dios, el castigo que él infligía a un alma pecadora. La melancolía era una dolencia especialmente dañina, pues la desesperación del melancólico sugería que había perdido la alegría que nos procura la certeza del amor y la misericordia de Dios. El Renacimiento idealizó la depresión y nos brindó el genio melancólico, cuyo abatimiento era perspicacia y cuya fragilidad era el precio de la visión artística y la complejidad del alma. El período que se extiende entre los siglos XVII y XIX fue la era de la ciencia; en ella la investigación experimental intentó averiguar la composición y las funciones del cerebro y elaborar estrategias sociales e ideológicas destinadas a encauzar la mente que había perdido el control de sí misma.

Así como en otras áreas de la vida humana a través de la historia, la depresión también fue afectada por el modo de pensar y vivir colectivo del hombre; esto se evidencia en como se veía la depresión en la edad media, como una ausencia de Dios dentro de nosotros y esto me hace pensar en que el hombre va heredando todas las formas de pensar que han surgido a lo largo de la historia de menor o mayor manera, es decir, que cada individuo se rige con un modo de pensar y ver las cosas. Poniéndome como ejemplo: hubo una etapa de mi vida que, cuando comenzaba a sentir estas sensaciones de vacío, precisamente lo atribuí a una falta de Dios.

El *Discourse of Melancholike Diseases* (Disertación sobre la melancolía) de Andreas du Laurens, se publicó en Inglaterra en 1599. Du Laurens afirmaba que la melancolía era “una alteración de la temperatura del cerebro, que lo volvía frío y seco”, que podía proceder “no de una disposición del cuerpo”, sino del modo de vivir del paciente, y de aquellos estudios a los que es más adicto. Du Laurens dividía la mente en tres partes: razón, imaginación y memoria. Tras concluir que la melancolía era una enfermedad de la imaginación, postulaba que la razón del melancólico permanecía intacta, lo que significaba que a los ojos de la Iglesia el melancólico no había sido despojado de su humanidad.

El siglo XVII pertenece al más grande de los adalides de la causa melancólica. Robert Burton. La capacidad de Burton para establecer vínculos significativos entre la filosofía y la medicina, y entre la ciencia y la metafísica, abrió el camino hacia una teoría unificada de la mente y la materia. Y, sin embargo, su mérito no reside tanto en su empeño por reconciliar puntos de vista conflictivos como en la tolerancia que mostró frente a lo que había en ellos de contradictorio: Burton propone una explicación física de la melancolía: “Nuestro cuerpo se asemeja a un reloj: si falta alguno de los engranajes, los otros ya no pueden trabajar y todo el artefacto sufre” Solomon, 2015, p, 484.

Burton distingue entre la melancolía y el estar simplemente “triste, afligido, aturdido, indispuesto, ensimismado, conmovido por algo o disgustado”. Esos estados, afirma, son parte de lo que siente cualquier ser humano por el solo hecho de vivir, y no deberían considerarse como prueba de que se está enfermo. «El hombre nacido de mujer —dice citando el Book of Common Prayer (Devocionario)— es inconstante y vive acosado por las preocupaciones.» Esto no significa que todos seamos melancólicos. Por eso, Burton comenta: “Estos sufrimientos son parte de nuestra vida” Solomon, 2015, p, 484. Resulta de lo más absurdo y ridículo que un mortal se empeñe en conseguir la felicidad perpetua en esta vida. Burton aborda también el difícil problema del suicidio. Si bien la melancolía estaba en boga a finales del siglo XVI, el suicidio estaba prohibido por la ley y por la Iglesia, una prohibición reforzada por sanciones económicas. En Inglaterra, en esta época, si un hombre se suicidaba, su familia era despojada de todos sus bienes muebles, entre ellos arados, rastrillos, mercancías y otros bienes materiales necesarios para la subsistencia.

Con el paso de la historia, se van añadiendo mas síntomas que hoy se consideran en la depresión, ya que en esta parte se comienza a contemplar que la depresión, es más que una tristeza normal; se sabe bien que todas las personas pasan por momentos en los que están tristes o decaídas pero en el caso de depresión, estos estados, sobre todo la tristeza son persistentes y duraderos, comienzan a afectar en cómo vemos la vida e incluso contemplar ideas como el suicidio.

Hacia el final del siglo XVII y comienzos del XVIII, los avances en el ámbito de la ciencia fueron enormes. Las relaciones acerca de la melancolía experimentaron cambios significativos como consecuencia de las nuevas teorías sobre el cuerpo, que dieron lugar a una serie de nuevas teorías acerca de la biología de la mente y sus disfunciones. Nicholas Robinson propuso un modelo del cuerpo basado en la noción de fibra, y en 1729 planteó que la depresión

la provocaba un fallo en la elasticidad de las fibras. En cuanto a lo que ahora llamaríamos psicoterapias. Friedrich Hoffman fue el primero en sugerir de manera coherente y contundente lo que con el tiempo llegaría a ser la teoría genética. “La locura es una enfermedad hereditaria, escribió, y a menudo se prolonga durante toda la vida; a veces experimenta prolongadas interrupciones, en el curso de las cuales el paciente parece estar en sus cabales; y reaparece por períodos, regularmente.” (Solomon, 2015, p. 496)

En la edad de la Razón, aquellos que habían perdido la razón se encontraban en una situación social muy desventajosa, y mientras la ciencia avanzaba a grandes saltos, la posición social de los deprimidos retrocedía ostensiblemente. Spinoza había dicho a finales del siglo XVII, anticipando el triunfo de la razón, que podemos controlar un afecto, y la mente es menos pasiva con respecto a él, cuanto más lo conocemos, y que todo el mundo puede comprenderse a sí mismo y a sus aspectos de forma clara y distinta, y si lo logra queda menos sometido a ellos. Así, ahora el melancólico ya no sería una figura demoníaca, sino alguien carente de moderación que rechaza la muy asequible autodisciplina de la salud mental. Si se excluye la época de la Inquisición, el siglo XVIII fue muy probablemente la peor de la historia para los que han padecido trastornos mentales importantes. Mientras Boerhaave y De La Mettrie teorizaban, a los enfermos mentales graves, una vez que sus parientes les ponían ese rótulo, los trataban en parte como si fueran especímenes de laboratorio, y en parte como si fueran animales salvajes recién traídos de la selva a los que había que domesticar. Según los criterios dominantes en la Era de la Razón, las formas extremas de la enfermedad mental son puntos no remotos de un continuo lógico; son puntos por completo ajenos a una coherencia definida. En el siglo XVIII los enfermos mentales eran seres excluidos, sin derechos ni posición social alguna. Entre los enfermos mentales, los deprimidos tenían una ventaja: eran relativamente dóciles y, por lo tanto, el maltrato que se les dispensaba era un poco menos brutal que el que padecían los maníacos y los esquizofrénicos.

En el siglo XIX, tanto aquellos que tenían problemas mentales como los enfermos mentales volvieron a convertirse en personas. Philippe Pinel se encuentra entre los primeros reformadores del tratamiento para los enfermos mentales, y publicó su Tratado en 1806. Fue él quien planteó la noción del “tratamiento moral de la demencia” que, como “la anatomía y la patología del cerebro aún están rodeadas de una absoluta oscuridad”, le parecía la única manera de avanzar. Pinel fundó un hospital que reunía las características de los de mejor nivel y convenció a su jefe de personal de que se preocupara de que todo estuviera puesto bajo su

protección, con la vigilancia de un padre amable y afectuoso. Nunca perdió de vista los principios de la más auténtica filantropía. Prestó mucha atención a la dieta que se seguía en el lugar, y no dejó lugar a las murmuraciones ni al descontento que expresaban los más fastidiosos. Ejerció una disciplina estricta con respecto a la conducta del personal de maestranza, y castigó con severidad todos los casos de tratamiento incorrecto, y los casos en que actuaban con violencia con aquellos a quienes estaban obligados a atender. El principal logro del siglo XIX fue la creación del sistema de hospitales psiquiátricos para el cuidado de los enfermos mentales.

La creciente importancia de los asilos también estuvo relacionada de forma estrecha con el crecimiento de los índices de “curación”: si la enfermedad de algunas personas podía mejorar de verdad con una temporada en un asilo, entonces era casi un deber ingresar a quien quizá se encontraba al borde de toda una vida de desdicha en algún lugar donde pudieran salvarlo.

W. Griesinger, que trabajaba en Alemania, recurrió a Hipócrates y declaró con contundencia que “las enfermedades mentales son enfermedades del cerebro” (Solomon, 2015, p. 515). Aunque no estaba en condiciones de identificar el origen de estas enfermedades cerebrales, insistía con firmeza que existían y que era necesario localizar el fallo del cerebro y luego tratarlo, de forma preventiva o curativa. Aceptaba el movimiento de una enfermedad mental dentro de otra, lo que nosotros podríamos llamar diagnóstico dual. Griesinger fue el primero en presentar la idea de que algunas enfermedades mentales solo son tratables mientras que otras son curables, y tomando este trabajo como base, la mayoría de los asilos empezaron a separar a sus pacientes entre aquellos que tenían una posibilidad de recuperarse y volver a llevar una vida normal, y los casos más desesperados. Aunque la vida de los auténticamente dementes seguía siendo horrible, la de los demás pacientes empezó a parecerse más a una vida normal. Tratar otra vez a los pacientes deprimidos como verdaderas personas evitaba que cayeran en la dependencia total. En manos de Griesinger, la depresión llegó a quedar plenamente identificada como un problema médico.

La etapa moderna del pensamiento con respecto a la depresión comenzó realmente con la publicación de Freud, en 1895, de los trabajos enviados a Fliess. El inconsciente, tal como lo formuló Freud, reemplazó la noción común del alma y estableció un nuevo lugar y una nueva causa para la melancolía. Al mismo tiempo, Emil Kraepelin publicó sus clasificaciones de la enfermedad mental, que definían la categoría de la depresión tal como la conocemos ahora.

Estos dos hombres, que representan la explicación psicológica y la bioquímica de la enfermedad, establecieron la grieta que ahora el campo de la salud mental está intentando cerrar.

La primera descripción psicoanalítica coherente de la melancolía no surgió de Freud, sino de Karl Abraham, cuyo ensayo de 1911 sobre el tema sigue siendo respetado. Abraham comenzaba afirmando de modo categórico que la ansiedad y la depresión estaban “relacionadas mutuamente, del mismo modo que el temor y el pesar. Tememos un mal que vendrá; sentimos pesar por un mal que se ha producido” (Solomon, 2015, p.521). De manera tal que la angustia es aflicción por lo que ocurrirá, y la melancolía es aflicción por lo que ha ocurrido. Para Abraham, un trastorno acarrea el otro; localizar una aflicción neurótica exclusivamente en el pasado o en el futuro es imposible. Abraham decía que la angustia se produce cuando uno quiere algo que sabe que no debe tener, y por lo tanto no debe intentar conseguir, mientras que la depresión tiene lugar cuando uno desea algo, intenta conseguirlo y fracasa.

Sigmund Freud es el padre del psicoanálisis; Emil Kraepelin es el padre de la psicobiología. Kraepelin distinguió entre las enfermedades mentales adquiridas y las hereditarias. Consideraba que todas las enfermedades mentales tenían una base bioquímica interna y afirmaba que algunas enfermedades eran permanentes y otras degenerativas. Kraepelin introdujo el orden en el caótico mundo de la enfermedad mental al afirmar que existían enfermedades específicas, fáciles de definir y discretas, cada una de las cuales tenía características distintivas y, sobre todo, un resultado predecible que podía comprenderse en relación con el tiempo.

Adolf Meyer, un suizo que emigró a Estados Unidos, influyó mucho en filósofos estadounidenses como William James y John Dewey, adoptó un enfoque pragmático y reconcilió lo que habían sido visiones opuestas de la mente y el cerebro. Meyer creía que el hombre tenía infinitas capacidades de adaptación, expresadas en la plasticidad del pensamiento. No creía que cada nueva experiencia del paciente condujera a definiciones absolutas y descubrimientos concluyentes, sino que consideraba que el tratamiento debía operar sobre la base de la comprensión de cada paciente determinado. Los pacientes podían tener predisposiciones hereditarias, pero que algo se heredara no significaba que fuera inmutable. Meyer se convirtió en jefe de psiquiatría del Johns Hopkins, la mayor facultad de medicina de Estados Unidos de su época, y preparó a toda una generación de psiquiatras norteamericanos; su esposa, Mary Brooks Meyer, se convirtió en la primera asistente social psiquiátrica del mundo. Meyer trabajó con la idea de Freud de que la experiencia infantil

determinaba el destino, y con la idea de Kraepelin de que lo determinaba la genética, y planteó la idea del control de la conducta. La mayor contribución de Meyer fue que él creía que las personas eran capaces de cambiar, y no solo que podían quedar liberadas de conceptos erróneos ni medicadas al margen de la predeterminación biológica, sino que podían aprender a vivir su vida de una manera que las hacía menos propensas a la enfermedad mental.

Existe un interés social en el hecho de decir que lo que causa la depresión son procesos químicos internos que, en cierto modo, la persona afectada no puede controlar. Quienes vivieron en la época medieval solían ocultar su dolencia detrás de un muro de vergüenza, y lo mismo ocurrió con quienes vivieron en la segunda mitad del siglo XX; a menos que pudieran alegar depresión endógena, algo que había ocurrido sin motivos externos y que era simplemente el despliegue de un plan genético sobre el que ningún régimen de ideas podría tener el más mínimo efecto. A mediados del siglo XX, dos preguntas preocupaban a la neurociencia de la depresión. Una se refería a si los estados de ánimo se instalaban y operaban en el cerebro debido a impulsos de naturaleza eléctrica o química. La suposición original era que si había reacciones químicas en el cerebro, eran subsidiarias de las eléctricas, pero no existieron pruebas que lo demostraran. Otra se refería a si había diferencia entre la depresión endógena neurótica, que surgía del propio sujeto, y la depresión exógena reactiva, que provenía del exterior. Las depresiones endógenas parecían tener factores desencadenantes externos; las depresiones reactivas solían prolongarse a lo largo de una vida de reacciones turbulentas a la circunstancia que sugería una predisposición interna. Diversos experimentos «mostraron» que una clase de depresión era sensible a una clase de tratamiento, y otra clase de depresión a otra. La idea de que toda depresión implica una interacción entre los genes y el entorno ni siquiera se planteó hasta los últimos veinticinco años del siglo.

Los antidepresivos se descubrieron a principios de la década de los cincuenta. La versión más encantadora de la historia dice que un grupo de pacientes aislados a causa de la tuberculosis y tratados con iproniazida —un nuevo compuesto para aliviar la afección pulmonar— se mostraron curiosamente exultantes. Poco después la sustancia la utilizaban pacientes no tuberculosos (el compuesto no servía demasiado para la tuberculosis), y así su descubrimiento como fármaco precedió al conocimiento de su acción.

El descubrimiento de los antidepresivos fue excitante, pero imaginar cómo o por qué funcionaban fue un asunto muy distinto. La teoría de los neurotransmisores se presentó en 1905; la acetilcolina se aisló en 1914, y en 1921 se demostró su función. En 1933 se aisló la

serotonina y en 1954 los investigadores sugirieron que la serotonina del cerebro podía estar vinculada con las funciones afectivas. En 1955, un artículo publicado en Science afirmaba que la conducta era en algunos casos el resultado inmediato de la biología. Fármacos que en apariencia provocaban un descenso en el nivel de serotonina en el cerebro hacían que los animales quedaran sedados o tuvieran espasmos. Ese mismo año, más tarde, otro investigador descubrió que el mismo fármaco hacía que los niveles de otro neurotransmisor, la noradrenalina, también descendieran. Los intentos por incrementar su nivel parecieron normalizar la conducta de los animales, pero no tuvieron efecto en el neurotransmisor, que seguía disminuido. Resultó que el fármaco aumentado actuaba sobre la dopamina, otro transmisor. La noradrenalina, la adrenalina, la dopamina y la serotonina son «monoaminas» químicas (así llamadas porque tienen un único anillo de aminas como parte de su estructura química), y los nuevos medicamentos que comenzaban a entrar en uso eran inhibidores de la monoaminooxidasa (IMAO), que efectivamente elevaban los niveles de las monoaminas en el torrente sanguíneo (la oxidación rompe las monoaminas; los IMAO evitan la oxidación).

Nueva comprensión que mostraba que la noradrenalina afectaba de forma notoria al estado de ánimo. El artículo de Joseph Schildkraut que se publicó en 1965 en The American Journal of Psychiatry reunió toda esta información y propuso una teoría coherente: que el afecto estaba regulado por la noradrenalina, la adrenalina y la dopamina (un grupo que, colectivamente, recibe el nombre de catecolaminas); que los IMAO evitaban la descomposición de estas sustancias y elevaban así su disponibilidad en el cerebro y, por lo tanto, en el espacio sináptico, y que los tricíclicos, al inhibir la recaptación, también incrementaban el nivel de catecolaminas en el espacio sináptico.

Una teoría publicada en 1976 sostenía que la demora en la respuesta a los primeros antidepresivos se debía a un grupo de receptores, los beta-adrenérgicos, que después de unas pocas semanas quedaban insensibilizados por la mayoría de los antidepresivos. Esta es otra teoría que no se ha demostrado ni dejado de demostrar; de hecho, ha sido omitida desde la aparición de los ISRS y el intento de redefinir la depresión como un problema en el sistema serotoninérgico. Ya en el año 1969, Arvid Carlsson sugirió que la eficacia de los antidepresivos existentes podía deberse a sus efectos periféricos sobre la serotonina, más que a sus efectos primarios sobre la noradrenalina, la adrenalina y la dopamina. Presentó la idea a Geigy, uno de los más importantes fabricantes de antidepresivos, pero el laboratorio respondió que la idea de un antidepresivo dirigido a la serotonina no le interesaba. Entre tanto, en Suecia un grupo de científicos empezaba a experimentar alterando la estructura de los antidepresivos existentes, y en el año 1971 desarrollaron el primer fármaco con serotonina. En 1980, después de nueve

años de pruebas, se dio a conocer en Europa, pero lamentablemente, al igual que ocurre con muchos otros medicamentos prometedores, producía serios efectos secundarios, y a pesar de sus éxitos clínicos, pronto fue retirado del mercado. Carlsson trabajaba con investigadores daneses, y en 1986 presentaron el citalopram (Celexa), el primer fármaco con serotonina, que sigue siendo el más popular en Europa. Mientras otras teorías entraban y salían de circulación, el científico norteamericano David Wong, que trabajaba en Eli Lilly, desarrolló en 1972 otro fármaco con serotonina, llamado fluoxetina. Lilly quería utilizarla como medicamento contra la hipertensión, pero no resultó especialmente efectivo para este trastorno, y a principios de la década de los ochenta empezaron a analizar sus posibilidades como antidepresivo. En 1987 apareció en el mercado con el nombre de Prozac. Enseguida aparecieron otros ISRS. En un período de diez años apareció la fluvoxamina (Luvox/Faverin), que ya circulaba en Europa y pronto se encontró en Estados Unidos, la sertralina (Zoloft/Lustral), la paroxetina (Paxil/Seroxat) y la venlafaxina (Effexor/Efexor). Estos compuestos, que bloqueaban la recaptación de serotonina, son estructuralmente diversos y multifuncionales. Los últimos avances científicos sobre la depresión se hacen eco de la sugerencia de Hipócrates según la cual la depresión es una enfermedad del cerebro que se puede tratar con medicamentos orales; los científicos del siglo XXI están mejor capacitados que los científicos del siglo V antes de Cristo para formular fármacos, pero las percepciones básicas han vuelto esencialmente al punto de partida. Entretanto, las teorías sociales se adaptan a un modelo de pensamiento aristotélico, aunque el desarrollo de tipos específicos de psicoterapia es más sofisticado que el de sus lejanos antecesores. Lo que resulta más perturbador es que estas dos concepciones siguen siendo objeto de discusión como si la verdad no se encontrara entre ellas, sino en otra parte.

Teniendo en cuenta este contexto histórico, se puede analizar como la depresión ha sido un trastorno mental que ha estado en los principios de la historia humana; y haciéndose notorio el cómo el trastorno depresivo ha sido visto de manera diferente en diversas épocas de la historia humana.

Un punto que realmente me llamo la atención fue en la parte de la edad de la Razón, ya que en la historia humana se ve como la edad donde el hombre se hizo de la ciencia y el avance, se promovía el uso de la razón, la lógica y la observación como los mejores caminos para entender el mundo, en lugar de aceptar dogmas religiosos o tradiciones incuestionables y

se fortaleció la idea de que el conocimiento debía basarse en la experiencia empírica, el método científico y la discusión racional, más, sin embargo, para las personas que aparentemente carecían de razón fueron tratadas como animales de cautiverio.

Este autor de tesina infiere que, en la edad de la razón, se analizaba que las personas deprimidas, pasaban a convertirse en personas sin propósito, tal y como argumenta Nasio, en personas que van en contra corriente en las pautas que sigue la sociedad y como se debe encajar dentro de ella. A lo que me lleva al siguiente cuestionamiento: ¿Realmente se ha podido avanzar como sociedad? Primeramente, la respuesta es sí, ya tenemos más conciencia y conocimiento en muchas áreas de la vida que antes no se tenía y ya no somos tan bárbaros como en tiempos anteriores, sin embargo, aún seguimos siendo crueles e ignorantes. Haciendo de un lado todo lo que se ve en el mundo, nuestra sociedad mexicana; por ponerle un título, todavía busca un modelo de aprobación y aceptación dentro de un círculo, tal vez ya no sea religioso como en la edad media y ni tan extremo como en el siglo xviii, no obstante, se continúa actuando de una manera en donde usamos la comparación y palabras crueles como motivación por parte de nuestros familiares más cercanos; todo esto sin la intención de herir, pero con la ignorancia que se tiene a no tomar en serio la salud mental, lo que se está logrando es herir.

Se puede decir que, en el siglo XIX, fue cuando empezó un cambio social, de pasar a ver a las personas deprimidas como personas infelices carentes del espíritu de Dios en sus vidas y como seres vacíos sin un propósito, y por ende catalogarlas como inferiores o de plano como bestias, se comienza a tratar a las personas depresivas o con algún padecimiento mental como pacientes que deben ser escuchados dando en razón que el ser humano también tiene salud mental y puede enfermarse de la misma.

Para finalizar este resume se puede apreciar la importancia de saber y entender lo que el hombre ha pasado para comenzar a entender el transtorno depresivo, pero cabe mencionar que la presente tesina no buscara el abordar el tema de la depresión de una manera en lo que lo haría en una tesina u otro texto académico acorde a una investigación psicológica o psiquiatra; lo que se busca en esta tesina es el uso de elementos del diseño editorial para abordar este tema en específico; como expresa Munari, el diseño debe de ser coherente y sin buscar un estilo, ya que el diseño es para el público, por lo cual debe ser visual y estéticamente entendible, agradable y lógico.

Dando énfasis en el punto anterior, quisiera hacer una breve explicación de cómo, a consideración del autor, el diseño editorial es clave para comunicar temas sensibles como la

depresión, debido a cómo el público percibe y empatiza con el tema. Ya que una de las premisas del diseño es buscar resolver una problemática por medio de la estética y la funcionalidad.

1.2 ¿Qué es el diseño editorial?

El diseño editorial tiene muchas formas de interpretarse, como una especialidad del diseño gráfico, que es la rama del diseño que se encarga de estructurar contenido visual por medio de textos e imágenes o como el que se encarga de estructurar la información de medios impresos o digitales. Aquí se presenta una definición más amplia que la que dan Caldwell y Zappaterra.

Una manera sencilla de definir el editorial es considerarlo una forma de periodismo visual, pues es este rasgo, el que lo distingue más fácilmente de otras disciplinas del diseño gráfico y de formatos interactivos. Una publicación editorial puede entretener, informar, instruir, comunicar o educar, o puede articularse como una combinación de todas esas acciones, no es raro encontrar opiniones diferentes en una misma publicación, aunque lo vital es que se orienten en una misma idea de pensamiento. (Caldwell & Zappaterra, 2014, p. 8).

Continuando la línea de investigación de Caldwell & Zappaterra. El diseño editorial puede desempeñar diversas funciones, por ejemplo, dotar de expresión y personalidad al contenido, atraer y retener la atención de los lectores o estructurar el material de una manera clara. Como todo buen diseñador, la fuente de su creatividad es la investigación, donde puede encontrar la inspiración y comenzar a desarrollar los conceptos de diseño de acuerdo a lo que necesita realizar, dando toques estéticos y funcionales, que puedan atrapar al lector. A consideración del tesista, el diseño editorial es un campo del diseño donde la forma para poder resolver las problemáticas que se presentan es teniendo un gran dominio de la composición; ya que por medio de ella se tiene que buscar dar el mensaje visual, subliminal, e intencional, valiéndonos del uso de tipografías, retículas, imágenes, color, entre otras herramientas.

En la tabla 1 se plantea la relación de los tres productos editoriales a desarrollar dentro de esta especialidad cursada y cómo pueden ser utilizados para abordar el tema de la depresión.

Tabla 1

Productos editoriales: ¿cómo pueden dar a conocer y difundir la depresión?

Producto Editorial	Enfoque en la Depresión
Libros (Novelas Gráficas)	• Narrativa visual y emotiva: Las novelas gráficas usan la ilustración y el texto en conjunto para narrar experiencias personales, reflejando la intensidad emocional de la depresión. El uso de colores oscuros o monocromáticos, por ejemplo, puede reflejar la opresión emocional, mientras que escenas más luminosas representan momentos de esperanza. • Estructura de la historia: A través de la secuencia de viñetas, se puede reflejar el desarrollo de la depresión de una manera que ayuda al lector a comprender el impacto en el día a día, en las relaciones, y en la visión personal. • Tipografía y composición: El diseño del texto y su ubicación puede indicar el tono de voz interno del personaje. Tipografías pesadas o con trazos irregulares pueden expresar una mente abrumada, mientras que el uso de espacios vacíos puede representar el aislamiento y la soledad.
Revistas	• Portadas impactantes y temáticas: La portada de una revista es el primer contacto del lector con el contenido, y un diseño cautivador que trate sobre la depresión puede atraer la atención de quienes están pasando por esa situación o quienes tienen un interés en entenderla mejor. • Diseño de secciones: El uso de composiciones de retículas en las revistas y la distribución de los elementos del diseño de estas, ya sea por medio de imágenes significativas, gráficos informativos y colores que transmitan calma o empatía, el diseño puede hacer que los artículos sobre depresión sean accesibles, entendibles y respetuosos. • Infografías y diagramas: La información visualmente organizada es útil para que el lector comprenda de manera rápida datos complejos o estadísticas.
Periódico	• Tipografía y jerarquía visual: En artículos de noticias o editoriales sobre depresión, el uso de una tipografía seria y elegante, además de una jerarquía clara, ayuda a presentar el tema con seriedad, logrando que los lectores lo consideren como un problema social importante.

-
- Uso de imágenes y fotografía: La elección de imágenes en reportajes sobre depresión puede ser un recurso fuerte para humanizar el tema. Las fotografías de personas reales en momentos introspectivos o imágenes que transmitan vulnerabilidad permiten una conexión emocional inmediata.
 - Diseño de reportajes especiales: Los periódicos a menudo incluyen secciones o reportajes especiales que permiten profundizar en la vida de personas afectadas por la depresión. A través de un diseño que combine texto y elementos visuales, se crea un espacio para narrativas profundas y personales, conectando al lector con la experiencia humana detrás de los datos.
-

Nota: Tabla de elaboración propia, donde se explica como el diseño editorial pueden ser utilizado para divulgar y concientizar el tema de la depresión.

Como se mencionó en la tabla 1, conforme a la relación de los puntos expuestos, se puede decir que además de estar de acuerdo con lo ya expuesto, también se hace la reflexión del gran reto que se tiene para poder a realizar los tres productos y que lleguen a tener un sentido de significancia para el lector. A su vez, Cadwell & Zapatterra hace mención de este punto que se quiere expresar de la siguiente manera.

Enfoco el diseño editorial desde el punto de vista del lector. Un buen diseño editorial consiste, antes que nada, en conseguir que las personas quieran leer y, después, en contar una historia. La mayoría de los lectores no están interesados en el diseño, y cuando se enfrentan a una página lo que tienen que ver son ideas, gente y lugares, no diseño gráfico. Creo que el diseño también es un lenguaje Y, como cualquier otra lengua, no tiene mucho valor por sí mismo: solo es útil de verdad cuando hay algo que merece la pena decir. (Cadwell & Zapatterra, 2014, p.10)

Con esto no se quiere decir que debamos ser periodistas o investigadores para poder llegar a la expectativa de ser un buen comunicador usando nuestra redacción, léxico o alguna otra habilidad que tenga el profesional de estos campos. Pero, por otro lado, el diseñador editorial, así como cualquier otra área del diseño, busca comunicar no con palabras, sino con: experiencias, estética, elementos visuales (composición, peso, equilibrio, etc.) y todos los recursos que tenga en su repertorio como profesionalista. Dicho comentario da entrada a la próxima cita.

La aspiración final de casi cualquier muestra de diseño editorial es comunicar una idea o contar una historia mediante la organización y presentación de palabras (dispuestas en destacados y cuerpo de texto) y de imágenes. En las publicaciones digitales, los titulares y otras vías de acceso al texto hacen de enlaces en la navegación, y los elementos tipográficos invitan a tocar y deslizar el dedo por la pantalla, además de a leer. (Caldwell y Zappaterra, 2014, p. 8)

1.3 Fundamentos del proyecto editorial

La depresión es una experiencia profunda, diversa y muchas veces incomprensible. Este proyecto editorial surge con la intención de darle forma, lenguaje y contexto a este trastorno. El proyecto está compuesto por tres productos “**revista, periódico y novela gráfica**” que abordan la depresión desde distintas perspectivas, pero con un mismo objetivo: **visibilizarla con respeto, humanidad y claridad**, y ofrecer herramientas para comprenderla, sentirla y acompañarla.

1.3.1 ¿De qué trata el proyecto?

- Divulgación y concientización de la depresión.

1.3.2 Que se puede comunicar con los tres productos

- Revista: concientizar que ciertas conductas o patrones pueden afectar al individuo y a quien los rodea. Artículos que ayuden a comprender y atender el trastorno o enfermedad.
- Periódico: Noticias para conocer la depresión y comenzar a entender lo que es y desmitificar. Difundir centros de ayuda y de consulta.
- Libro: Contar la historia autobiográfica del autor de esta tesina y con esto generar una sensibilización en el lector.

1.3.3 Descripción de los tres productos

Libro: Novela gráfica

Se trata de una novela gráfica impresa, dotada de un estilo particular personal, ya que será una fusión tanto del formato manga; es decir que será a blanco y negro y de tamaño accesible para llevar a todos lados y, por otro lado, un estilo de dibujo personal del autor de tesina, apegado un poco más al estilo americano y con la inclusión de

inteligencia artificial para el dibujo de fondos. Dirigida a jóvenes adultos, que busca contar la historia de cómo es un padecimiento mental por medio de un caso real y como esto puede afectar diferentes puntos de la vida, ya sea laboral, social y cotidiana, más no obstante que a través de este padecimiento puede darse un giro de 180° para buscar un nuevo propósito. Se puede decir que es de un testimonio gráfico que busca conectar desde la empatía, el arte y la sensibilidad.

Revista:

Revista impresa de periodicidad mensual, la revista funciona como una introducción al fenómeno de la depresión. A través de artículos referentes a las conductas, hábitos que puedan tener como consecuencia ser una persona predispuesta a desarrollar depresión, redactados a partir de investigaciones en libros, noticias, estudios recientes y referentes culturales, busca informar de manera clara, rigurosa y empática. Lejos del tono académico, propone una lectura amable que ayude al lector a entender como se manifiesta la depresión en diferentes partes de nuestro ser (tanto en nuestro organismo, conductas y patrones).

Periódico:

Periódico impreso, que contendrá noticias sobre los diferentes puntos de la depresión. El periódico aborda la depresión desde un enfoque más cercano, cotidiano y social, con textos breves, con un tono directo, retrata cómo se cuele la depresión en lo laboral, lo familiar, lo económico y lo emocional de cada día.

1.4 Justificación

La depresión es un trastorno o enfermedad mental común y grave que afecta a millones de personas en todo el mundo. Puede tener un impacto significativo en la vida de una persona, afectando su trabajo, relaciones y bienestar general.

A pesar de su prevalencia, la depresión a menudo se malinterpreta o se ignora. Un factor crucial es que existe un estigma asociado con la enfermedad mental que puede dificultar que las personas busquen ayuda, ya que se ha dado por sentado que este padecimiento **es un factor de debilidad o un medio de escape para evitar responsabilidades**. Cabe mencionar que yo mismo estoy luchando y me encuentro en tratamiento para salir de este padecimiento; el cual me ha limitado, me ha puesto muchas barreras; tanto profesionales, sociales y personales. Dichas razones han hecho que genere una mayor empatía al abordar este tema;

así que por esta razón opté que los proyectos de la especialidad se centren sobre este tema en concreto, ya que a través de la investigación para obtener los temas note que todos venían en un lenguaje académico y por ende lo que se busca por medio de los proyectos editoriales es hablar exponer dichos temas con un lenguaje más coloquial y accesible a un público más general para de esta manera poder concientizar a la población general que este transtorno va más allá de un simple medio de escape o una justificación para no realizar las actividades de la vida cotidiana, dicho esto, la manera en la que se plantea alcanzar esta meta es por medio del diseño propuesto en los productos editoriales y en la síntesis de la información obtenida

1.5 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.

1.6 Cronograma

Un cronograma es una herramienta de gestión que organiza y visualiza las actividades de un proyecto o proceso en un marco de tiempo, indicando las fechas de inicio y fin de cada tarea, los responsables y los plazos. Es esencial para la planificación, ayuda a controlar los tiempos, asignar recursos de manera eficiente, detectar posibles inconvenientes y asegurar el cumplimiento de los objetivos.

Pero ¿qué pasa cuando no tienes la capacidad de hacer un cronograma, o guiarte bajo sus normativas? A priori del presente estudio, voy a hablar de una condición que se me detectó recientemente y estaba ignorante de ello, el TDAH.

Parece broma, parece excusa; realmente, muchas veces es mi forma de pensar, que la gente me ve como alguien que inventa pretextos, y muchas veces yo me creí eso, sin saber que una de las condiciones de este padecimiento es la ansiedad y evitar responsabilidades.

“Dejemos algo claro desde el principio: no eres perezoso, ni débil, ni estás roto. No eres un fracaso ni un caso perdido. Lo que estás enfrentando —el TDAH y la ansiedad— es real, y está afectando tu vida de formas que van mucho más allá de “estar distraído” o “estresarte demasiado”. (Nolan, 2025, p. 8)

La OMS clasifica el Transtorno por Déficit de Atención e Hiperactividad (TDAH) como un trastorno del neurodesarrollo que se caracteriza por problemas de atención, hiperactividad e impulsividad, impactando significativamente la vida diaria. Los datos de la OMS indican que el TDAH es una condición mental que afecta a aproximadamente el 8.8% de la población mundial, lo que subraya la importancia de la investigación y el diagnóstico temprano para brindar un tratamiento adecuado y mejorar la calidad de vida de las personas afectadas.

(Nolan, 2025) da una serie de características comunes de este padecimiento de una forma más cotidiana y humana, haciendo que relacionar este padecimiento sea más fácil de identificar.

Falta de atención: Has vuelto a perder las llaves, y ahora llegas tarde otra vez. Te sientas a hacer una cosa, pero tres horas y ocho vídeos de YouTube después, ya ni recuerdas qué era eso que ibas a hacer.

Impulsividad: Sueltas comentarios sin pensar en reuniones, gastas dinero que no tenías planeado o te lanzas a proyectos sin haberlos meditado.

Inquietud: Sientes como si tuvieras un motor encendido por dentro. Caminas de un lado a otro, golpeas la pierna con el pie o cambias de tarea constantemente. Haces cualquier cosa con tal de no estar quieto.

El TDAH es la constante lucha mental de escuchar voces que te dicen: **¿Quieres hacerlo bien? ¿Quieres ser alguien en quien se pueda confiar?** Pero nunca es posible, te distraes, resulta difícil cumplir con lo que te propones. Todo esto genera el temor a que te vean como incompetente y perezoso, así que, en lugar de abrirte, te esfuerzas aún más, te exiges por encima de tus límites o te derrumbas en silencio bajo la presión. ¿El resultado? Estrés. Agotamiento. Y, a veces, renunciar a metas para las que eres más que capaz.

Con esto no se justifica el incumplimiento de responsabilidades, simplemente se expone que no todas las personas funcionan de la misma manera, y que las personas con TDAH deben de buscar herramientas que les permitan funcionar en un mundo que no está diseñado para ellos.

1.6.1 Técnica pomodoro

Aunque no lo parezca las personas con TDAH tienen todo en su mente, saben lo que tienen que hacer y cómo hacerlo, pero, no da para momentos de concentración largos, por lo cual la técnica pomodoro es una herramienta eficaz porque es un método de gestión del tiempo que divide el trabajo en intervalos cortos y concentrados (llamados "pomodoros"), generalmente de

25 minutos, seguidos de breves descansos de 5 minutos. El objetivo es mejorar la concentración, la productividad y la agilidad mental al trabajar con pausas regulares.

Quizás no es igual de meticuloso y visual que un cronograma, pero es una herramienta que me permitió avanzar y se pudo con completar el trabajo de esta presente tesina.

1.7 Metodología

La metodología es, una serie de pasos ordenados y lógicos, que van sobre una misma línea para alcanzar un objetivo. A esto se le llama **método** y el conjunto de estos métodos es a lo que se le llama **metodología** (Munari, 1981). En el diseño, la metodología nos ayuda a resolver los problemas de nuestros proyectos, utilizando una serie de procedimientos que nos ayudarán a estructurar los pasos que seguiremos siempre en un orden guiado por la experiencia en nuestro proceso de diseño.

La piedra de toque del oficio de diseño se encuentra, pues, en la metodología de trabajo, ya que es en ella donde se realiza el proceso de síntesis que integra y hace compatibles los factores funcionales, económicos y estéticos que reclama todo encargo. (Campi, 2020, p. 32)

En Tabla 2 Se muestra los pasos que se abordaron para la elaboración de los productos editoriales en base a la metodología proyectual de Munari, adecuada bajo la condición bajo la condición del TDAH del tesista. Como se menciona en el apartado anterior todos estos pasos se aplicaron con la técnica pomodoro en lapsos de 25 minutos con descansos de 5 minutos hasta la finalización de cada paso.

Tabla 2
Pasos a seguir para la realización de proyectos editoriales en base a la metodología proyectual

Pasos de Metodología Proyectual			
	Periódico	Revista	Novela Gráfica
El problema principal y sacar subproblemas a partir de ello	Hacer un periódico que hable de depresión. ¿De que trata un periódico? ¿Qué temas abordar? ¿Quién ha hecho algo similar? ¿Qué necesito aprender?	Hacer una revista que hable de depresión. ¿De que trata una revista? ¿Qué temas abordar? ¿Quién ha hecho algo similar? ¿Qué necesito aprender?	Hacer una novela que hable de depresión. ¿Cómo contar la historia? ¿Qué estilo de dibujo manejar? ¿Necesito ayuda de alguien mas? - En que formato se dibujara

Recolección y Análisis de Datos (investigación)	- Comenzar a buscar noticias e información de noticias que sean interesantes y relevantes para hablar en un periódico - Ver la estética y diseño de periódicos del Heraldo de México - Solicitar Cotizaciones	- Comenzar a buscar noticias e información de libros, artículos y hablar con mis doctores para saber lo mas posible sobre depresión. - Ver la estética y diseño de revistas que tome de referencia - Solicitar Cotizaciones	- Analizar las historias mas impactantes de las novelas gráficas y adatar sus narrativas. - Comprar y/o ver cursos de como se maneja la narrativa - Solicitar Cotizaciones
Creatividad	Al tener una idea de la composición del Heraldo de México comenzar a hacer adaptaciones	Comenzar a diseñar la distribución de los y composición de la revista	Comenzar a diseñar las viñetas de la obra
Materiales y tecnología	- Buscar todos los factores editoriales del Heraldo - Aprender herramientas del software Indesign - Ver modelos de impresión	En base a lo investigado comenzar a buscar fotos, tipografías y aprender herramientas del software Indesign Ver modelos de impresión	- Aprender a utilizar herramientas del software clipstudio - Aplicar lo aprendido de cursos y experiencia - Ver modelos de impresión
Experimentación	Experimentar con composiciones alternativas a las que usa el Heraldo	Comenzar a hacer pruebas de cómo se ve la paleta de color aplicada, proponer otro tipo de portadas	- Comenzar a ver cómo se ve el modelo propuesto de color azul en páginas que hablen sobre la depresión. - Comenzar a ver cómo se ve el uso de IA en fondos Fe de erratas: al ver que la calidad de dibujo hecha por mi no era la adecuada, se uso IA
Modelos	Checa el dommie si está adecuado	Checa el dommie si está adecuado	Checa el dommie si está adecuado
Verificación	Agrega correcciones, mandadas por asesores y últimos detalles que se ocurren en el momento para que el diseño encaje	Agrega correcciones, mandadas por asesores y últimos detalles que se ocurren en el momento para que el diseño encaje	Agrega correcciones, mandadas por asesores y últimos detalles que se ocurren en el momento para que el diseño encaje

Dibujos Constructivos	Una vez todo listo mandar archivo a impresión	Una vez todo listo mandar archivo a impresión	Una vez todo listo mandar archivo a impresión
-----------------------	---	---	---

Nota: Tabla de elaboración propia

1.8 Metodología Proyectual

A pesar de padecer TDAH, no significa que no pueda ser capaz de trabajar con una metodología, quizás la falta de concentración, no me permita trabajar a un mismo ritmo constante y fluido, pero no es impedimento para no usar la forma más eficiente de trabajar.

La finalidad de usar una metodología es conseguir un máximo resultado con el mínimo esfuerzo y en el menor tiempo posible. En la sociedad en la que vivimos hoy en día, se busca realizar las cosas de una manera muy apresurada, por lo que caemos en el error de trabajar de la manera más rápida, sin seguir un orden, sin tener un concepto con qué iniciar, saltándonos pasos y buscando atajos en la elaboración de los productos, como consecuencia, nuestras propuestas de diseño tienen muchas carencias, tanto creativas, como funcionales y estéticas y, por lo regular, no cumple las expectativas de los clientes ni la de los diseñadores, lo que impide un crecimiento laboral, creativo y personal. Como ya vimos, el diseñador es un proyectista, es decir, alguien que planea, concibe ideas, con la intención de atender un problema de diseño y dar soluciones reales a los problemas que se le presentan.

El hecho de diseñar siguiendo una metodología puede ser algo frustrante, porque parece ser que debe de seguirse una serie de reglas para diseñar y el seguir reglas se relaciona con alguna norma impuesta donde no hay cabida para la creatividad.

Sin embargo, la creatividad no es improvisar de una manera espontánea, sin seguir algún tipo de parámetro, es todo lo contrario. La creatividad se logra cuando, a partir de una serie de parámetros, se pueden aportar ideas sustentadas en la investigación, cultura y lo que sea requerido.

1.8.1 El Problema

Todo problema surge de una necesidad; como diseñadores, nuestra función primordial es solucionar problemas de índole estético y funcional. “Todo problema de diseño se inicia con un esfuerzo para lograr un ajuste entre la forma en cuestión y su contexto. La forma es la solución del problema; el contexto define el problema” (UNAM, 1998, p. 46). Teniendo en cuenta estos dos factores claves para abordar todo problema de diseño, podemos decir que la forma es el

cómo vamos a resolver el problema a través de la experiencia que hemos adquirido, (o sea: de qué procedimientos, técnicas, herramientas nos vamos a valer para llegar a esa solución) y el contexto que son aquellas circunstancias que rodean a nuestro problema, todas las características que lo definen. Esto nos deja ver que, en el diseño no necesariamente hay una manera única de resolver un problema de manera correcta, habrá muchas respuestas correctas, y estas respuestas dependen de cómo cada diseñador aborde los datos otorgados por el mismo problema y cómo ejecuta sus recursos, llamase creatividad, cultura, conocimientos, alcance y todo lo que define al diseñador. Por eso, la belleza del diseño es que puede producir una amplia variedad de soluciones correctas, todo depende de cómo cada diseñador las ejecuta.

Los problemas de diseño se presentan cada vez que el entorno donde habitamos ya no nos permite seguir avanzando tanto en lo tecnológico y lo cultural. Algo que queda más que claro, es que la resolución de problemas no es tan solo hacer el listado de los requisitos para su solución; porque si ese fuera el caso, las soluciones serían instantáneas. Lo importante es entender la reacción mutua de cada uno de los componentes del problema y así poder determinar los elementos de su solución y utilizarlos en el proyecto de diseño.

Para comenzar a entender mejor el problema será necesario comenzar a descomponerlos en subproblemas, de esta manera tenemos un mayor panorama de entendimiento, ya que muchas veces no entendemos por qué tenemos un problema. Cada pequeña dificultad puede resolverse de una manera en particular y poder a llegar a soluciones variadas y a veces una solución choca con otras. Es aquí donde entra el trabajo del diseñador de conciliar cada una de las soluciones de los obstáculos de un modo coordinado y creativo.

Usando el ejemplo de Munari respecto a la problemática de proyectar una lámpara de habitación, los subproblemas serían algunos de los siguientes:

- ¿Qué tipo de luz deberá tener esta lámpara?
- ¿Cómo será transportada, con qué embalaje?
- ¿Cómo se dispondrá en el almacén?
- Si hay partes ya prefabricadas (portalámparas, reóstato, interruptor, etc.).
- ¿Qué forma tendrá?
- ¿Cuánto deberá costar?

1.8.2 Recolección y Análisis de Datos

Una vez que hemos identificado el problema y desglosado los subproblemas, podemos recopilar la información que será necesaria para saber como trabajar. Los diseñadores deben de estar en una búsqueda de conocimientos en su campo, en cada proyecto debe de documentarse como el problema lo plantee. Buscando qué ya existe en el mercado en función de lo que necesitamos.

“La investigación es una parte importante del proceso de diseño. Es una forma excelente de indagar sobre un tema en profundidad, y de encontrar nuevas ideas con las que trabajar” (Choklat, 2012, p. 54).

La investigación es un proceso que se debe de realizar en cualquier proyecto de diseño, ya que es la que nos da las bases para construir y desarrollar las soluciones de nuestras propuestas, recopilando las ideas del tema que se nos asigne, ya sea que conozcamos del tema o queremos reforzar el conocimiento que ya teníamos previamente. Es una herramienta esencial en el proceso creativo y sirve para ofrecer inspiración e información, porque como diseñadores, ya hemos visto que no podemos partir de ideas al azar, sino qué debemos de investigar que es lo que requerimos, para diseñar y generar ideas. Otro aspecto importante de la investigación es que se trata de una actividad personal en la cual el diseñador puede sumergirse en la búsqueda de conocimiento, cada diseñador toma diferentes aspectos dentro de un mismo proyecto; cualidades y modos de resolver el problema caracterizando su forma de proyectar, con lo cual puede plasmar sus pensamientos, intereses y visión creativa al usuario de sus diseños.

La investigación se divide en tres fases. La primera es la inspiración, lo que nos ayudará a establecer un concepto o tema, la identidad que tendrá nuestro trabajo, la segunda es la indagación, que consistirá en reunir información acerca de lo que iremos a necesitar para desarrollar el tema y, la tercera es el proceso y este se resumen en como vamos a aplicar lo investigado.

Primeramente, hablemos de la inspiración. Esta puede venir en cualquier momento y de cualquier lugar y esta debe de darse por la observación propia del diseñador y su entorno, evitando tomarla de lo ya hecho por otros diseñadores. La inspiración puede elegirse de cualquier tema. Lo importante es como lo utiliza el diseñador y qué hace con él, es decir, elegir un tema y después comenzar cada uno de sus elementos y poder usarlos a nuestro favor.

La inspiración puede tomarse de diferentes factores lógicos como pueden ser: las ideas que tengamos en el instante, de algún concepto en el que se rija el diseño que vayamos a realizar,

también puede ser un movimiento que hubo o de alguna tendencia del pasado e incluso de alguna subcultura o tribu urbana.

Después, en la fase de indagación, hay que reunir la información sobre el tema que se haya tomado como inspiración. Aquí se parte de reunir información primaria e información secundaria, ya que (Choklat, 2012) plantea que toda acción investigadora se divide en estos dos tipos de investigación.

La información primaria es la que el diseñador reúne personalmente, como un boceto o una foto tomada directamente por él. La información secundaria es cuando el diseñador obtiene la información por medio de la investigación de otra persona. Esta puede ser en libros, revistas, artículos, internet, etc. Es importante mencionar que la información secundaria es un complemento de la primaria y no al revés; debe de haber un equilibrio entre ambos tipos de investigación. “al combinar la investigación primaria con la secundaria, se crea una plataforma sólida basada en fuentes externas mezcladas con referencias personales”. (Choklat, 2012).

Según Choklat, en su libro diseño de calzado, el proceso de indagación esta compuesto por una serie de etapas o puntos a considerar. A continuación, veremos los más relevantes.

Reunir información: En este punto se indaga todo tipo de información que el diseñador considere útil para después incorporarla en la elaboración del diseño. Puede ser fotos de texturas o materiales, bocetos, documentos, páginas web para que suministren los recursos para agilizar tiempos, etc.

Experimentar el tema: en este punto, la idea es que de un tema que estamos buscando debemos profundizar en él. Es decir, relacionarnos con el tema.

En su libro, (Choklat, 2012) usa el ejemplo del tema de la magia. En este caso, el experimentar el tema, sería ir a una función de magia, aprender uno o dos trucos. Un consejo práctico es siempre ir con un experto del tema que estamos tratando porque su punto de vista puede ser de vital importancia.

Explorar distintos caminos: Es posible que la inspiración lleve en otra dirección, que incluso puede resultar más inspiradora. Es perfectamente aceptable mezclar ideas y direcciones.

Puede buscarse sobre una idea principal y de ahí van saliendo temas particulares, que a la vez llevan a nuevos conocimientos y aportar ideas nuevas o desconocidas hasta el momento.

Reunir detalles visuales: La investigación tiene que ver con imágenes y detalles visualmente interesantes. Los detalles visuales pueden proceder de la investigación primaria o secundaria, estos siempre nos ayudarán a dar una idea más clara de lo que estamos buscando e inclusive usarla en nuestra investigación.

Al final tenemos el proceso, el cual corresponde al uso que se hace de la investigación. Se trata de utilizar la información reunida, dando una serie de propuestas que se acercarán más a lo que buscamos proyectar. En esta parte es donde comenzamos a experimentar con los materiales, además de comenzarnos a plantear el camino que lleva la investigación, si esta va conforme a lo que requerimos o no y solo quedarnos con las referencias que realmente aporten algo significativo a la investigación.

Finalmente, se comienza con la realización de los primeros bocetos de las ideas que hayamos tomado conforme a todo lo indagado en la investigación, estas serán las ideas de partida de nuestros diseños.

La investigación tiene como finalidad ayudar al diseñador a reunir información sobre un tema y podamos tomarla como fuente de inspiración para poder trabajar.

1.8.3 Creatividad

Como ya vimos, la creatividad es el poder usar todo lo que se ha recogido en la investigación de una manera que mezcle la imaginación del diseñador dentro de los parámetros del problema, es decir sin salirnos de las limitantes del problema y evitando el tener “ideas irrealizables”, ya sea por cuestiones económicas, técnicas o de materiales que no se pueden utilizar. La creatividad sustituye a la idea intuitiva que se guía por una manera espontánea y sin fundamentos para la resolución de problemas. La creatividad no es intuición. Es considerar todas las operaciones y factores necesarios que se desprenden del análisis de los datos y cómo podemos comenzar a generar las posibles soluciones de problemas a partir de estos. Una característica de los diseñadores es el usar la creatividad como un medio de entendimiento y comprensión que se tienen de los proyectos que se asignan, desmenuzándolos y explorando su alcance. De este modo es como se comprenderá el camino que puede seguir el diseño a realizar.

1.8.4 Materiales y tecnología

Es el estudio de los materiales y las tecnologías, que el diseñador ocupará de acuerdo con los resultados de la investigación. Munari habló acerca de que los objetos pueden realizarse de cualquier material. Se da como ejemplo un armario de vidrio, un vaso de madera, etc. Por lo cual el diseñador debe de tener en claro qué material es el más adecuado de acuerdo a la función que buscamos que cumpla aquello que estamos diseñando. Volviendo al ejemplo del armario de vidrio, se puede hacer y hasta suena original, sin embargo, el vidrio carece de

resistencia, por lo que es un material frágil y sería muy difícil de transportar y propensos a accidentes; en contraste pone los armarios japoneses que están hechos de madera de alcanfor, que es una madera resistente, que perfuma la ropa y la mantiene alejada de polillas. El saber qué material es el correcto se obtiene estudiando los materiales y las tecnologías que se usarán para sacar el máximo provecho de estos.

1.8.5 Experimentación

Es cuando el diseñador comienza a experimentar con los materiales y las técnicas disponibles para realizar su proyecto. Muchas veces los materiales y las técnicas son usadas de una única manera, por lo general estamos acostumbrados a trabajar con lo ya establecido, que este material es para una única función. La experimentación rompe con esto porque nos obliga a indagar cómo funcionan los materiales y a tener un pensamiento más creativo, es decir, el ver que ciertas características de algún material pueden desempeñar funciones aparte a las que fueron concebidos.

La experimentación tiene como objetivo el abrir nuevos usos de los materiales o instrumentos, siempre y cuando sean los adecuados para lo que estamos realizando y desempeñen una función favorable y no sea meramente un material lujoso.

1.8.6 Modelos

Este es el primer paso en la visualización de las ideas recogidas en la investigación. Se comenzará a hacer los bocetos preliminares y de ahí construir modelos parciales y comenzar a proponer soluciones.

Los bocetos se utilizan para comenzar a conceptualizar la propuesta de diseño, aunque aún no se conoce a fondo lo que se va a proyectar, sí da una idea para comenzar a relacionar los diferentes subproblemas del proyecto y comenzar a solucionarlos permitiendo ver los posibles errores que irán apareciendo a lo largo del proyecto. Estos bocetos pueden ser hechos a escala o a tamaño natural y de ahí partirá lo que será el modelo.

“En el proceso de diseño de un producto se utilizan los modelos tridimensionales o físicos para materializar una idea” (Posada, 2018, p.14). Los modelos son una excelente herramienta a la hora de concebir un diseño, ya que en este proceso sirve para hacer la validación de algunos aspectos de diseño, como el tamaño, las proporciones, la distribución de sus componentes, la apariencia externa, ergonomía, etc. Los modelos sirven para tomar decisiones respecto a la forma que va a adquirir el producto y, en caso de que algo no convenza del todo, este puede

ser retirado sin implicar altos costos. El modelo es una puerta para proponer, corregir o mejorar aspectos que no han sido considerados en el diseño.

El objetivo principal de la construcción de un modelo es la posibilidad de estudiar la fase de diseño de un producto, por lo cual se debe de realizar de una manera limpia y ordenada, y comenzar a buscar representar la geometría del producto.

A continuación, se presentan las definiciones de estas descritas por (Posada, 2018).

Maqueta: es un boceto tridimensional para la representación de una idea. En el diseño de producto se hace a una escala de uno a uno.

Modelo: el modelo es la representación tangible de una idea. En algunos casos los modelos son casi de una apariencia real, en otros son más simples. Todo depende de la finalidad en la cual se construye. Un modelo conlleva una serie de ventajas que el diseñador puede ver como son, visualizar el concepto de diseño, comunicar ideas, estimular la creatividad, comprender la estructura del proyecto, estudiar la ergonomía y hacer pruebas de usuario, analizar el tamaño y las proporciones, identificar las dificultades reales de fabricación y realizar modificaciones de diseño.

1.8.7 Verificación

En la verificación se muestra el modelo ante colegas, posibles usuarios, ante algún encargado o jefe de proyecto para que emitan un juicio sincero, esto es, una crítica que pueda ayudar a ver errores que se pasan por alto o alguna aportación que pueda mejorar el diseño.

En este paso hay que tener cuidado con el carácter y no dejarse influenciar por juicios sin fundamentos, como por ejemplo: “eso no me gusta porque no sigue el arte pop o el minimalismo... entre otras”. Estos juicios, bajo criterios personales externos, no tienen un valor para todos. Tienen que tomarse como referencias críticas que afectan y que tienen relación con el diseño, como cuando una pieza tiene un tamaño más grande o más pequeño de lo que debería. Son críticas con un objetivo que es del ayudar al diseño a tomar forma.

1.8.8 Dibujos Constructivos

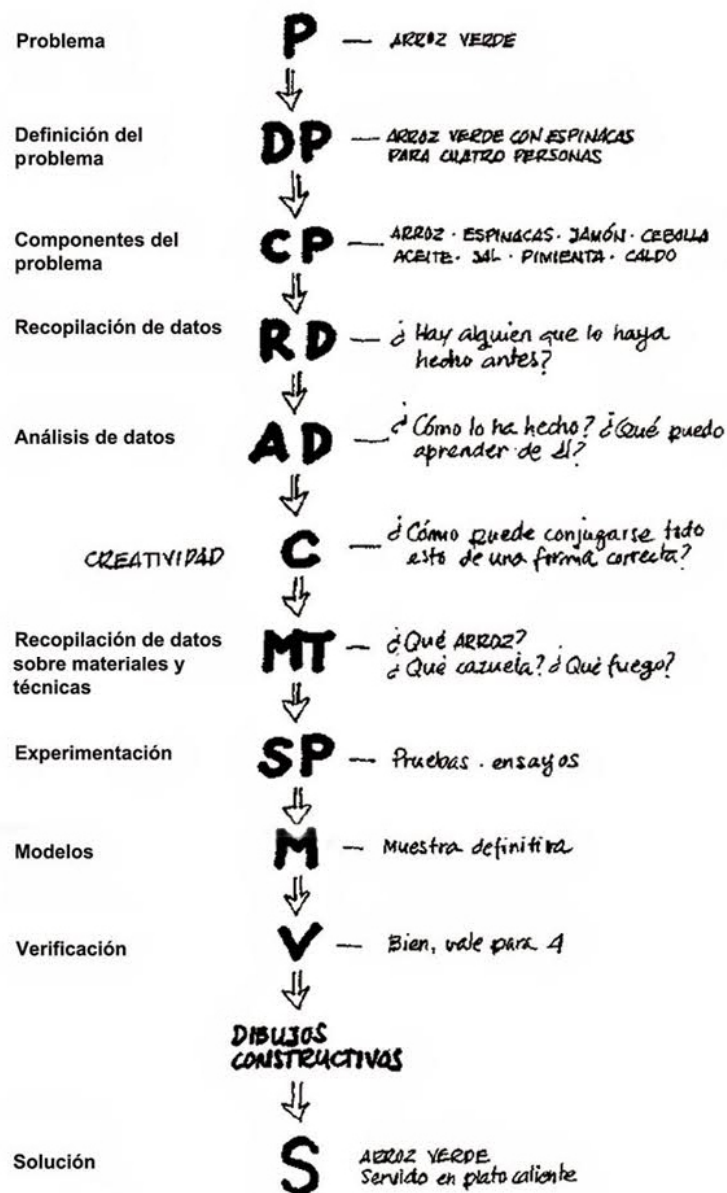
Son los dibujos en los que se especifica cómo realizar el prototipo de diseño antes de su producción. Podría decirse que se trata de los planos de cómo va a ser elaborado el producto.

1.8.9 Tipo de Investigación

Para la realización de este estudio se hizo uso de una combinación de enfoques documental y transcriptivo. De acuerdo con (Razo, 2011) una tesis de investigación documental son trabajos cuyo método de investigación se concentra exclusivamente en la recopilación de datos de fuentes documentales, ya sea de libros, textos, sitios web o cualquier otro tipo de documentos gráficos, iconográficos y electrónicos. Su propósito es estudiar las teorías de otros autores, aportadas con anterioridad sobre el tema de estudio, para corroborarlas, complementarlas, refutarlas, o bien, para derivar a partir de ellas nuevos conocimientos sobre el tema de estudio.

A su vez, esta investigación adopta la “metodología proyectual” de Bruno Munari, en su libro “Cómo nacen los objetos” (Munari, ¿Cómo nacen los objetos?, 1981). En dicha metodología se abordan una serie de pasos para resolver un problema de diseño, como se muestra en Figura 1.

Figura 1
Imagen de la metodología proyectual de Bruno Munari



Nota. *Tomado de Arroz verde con espinacas... si el clima lo permite* [Fotografía], por Josep Sornosa y Pascual Timor, 2020, (<https://sortimnos.blogspot.com/2021/03/arroz-verde-con-espinacas-si-el-clima.html>). CC BY 2.0

Debe aclararse que la metodología proyectual no es la única ni la mejor metodología de diseño, simplemente se usará porque es la metodología que he usado al abordar problemas de

diseño, y de alguna manera me reta en mi persona; dado que soy alguien a quien le cuesta ser organizado.

Con la metodología proyectual se abordará la resolución de los problemas prácticos en la realización de los tres productos editoriales, siguiendo los pasos de la misma, ya que, el diseñador es alguien que planea, concibe e idea, con la intención de atender un problema de diseño, lucha con sus limitantes y se vale de su creatividad para dar soluciones reales a los problemas que se le presentan.

1.8.10 Fuentes de Información

Por otro lado, la recopilación y tratamiento de la información es de carácter transcriptiva, dado que, los datos e información de textos y los documentos que servirán para fundamentar un tema; con su análisis y conclusiones se pretende aportar conocimientos adicionales a lo que se está investigando.

Para fundamentar esta tesina, el investigador se respaldó en textos, conceptos, definiciones y aportaciones comprobadas. Cabe señalar que, para dar la formalidad y validez que demanda una investigación de este tipo, es requisito indispensable que en la redacción de la tesis se haga clara referencia a las fuentes de consulta utilizadas y se evite el plagio, esto es, la práctica de reproducir textualmente los documentos consultados sin citar fuentes. En algunos casos, con la finalidad de profundizar en el tema, se permite interpretar lo leído o copiar textualmente la información obtenida, tal y como aparecen escritos en el documento de consulta, pero siempre citando las fuentes bibliográficas; sin este requisito, se estaría incurriendo en un plagio. (Razo, 2011)

1.8.11 Técnicas de Investigación

Asimismo, para la realización de esta investigación se adoptó un diseño de tipo no experimental. Según (Sampieri, 2014), la investigación no experimental: es un estudio que se realizan sin la manipulación deliberada de variables y en los que solo se observan los fenómenos en su ambiente natural para analizarlos. En esta investigación no se ha manipulado ninguna de las variables, únicamente se ha limitado a su revisión, descripción e interpretación de la información obtenida.

Dentro del diseño no experimental están las secciones transversales y longitudinal. En este estudio se decantó por el diseño transversal-correlacional, que son los que “describen relaciones entre dos o más categorías, conceptos o variables en un momento determinado, ya sea en términos correlacionales, o en función de la relación causa-efecto”. (Sampieri, 2014)

La selección de este diseño de investigación fue considerada la más apropiada dado que el objetivo del presente estudio fue buscar información que respalde y justifique el uso de elementos de diseño editorial, como medio para desarrollar tres productos editoriales, abordando el tema de la depresión. Además, dicha metodología se adapta mejor a mi forma de aprender y entender las cosas.

1.9 Público objetivo

Una parte fundamental de todo proceso de diseño y de otras áreas donde se busca conectar con la gente es definir y conocer al público objetivo, ya que son dichas personas a las que se quiere llegar, para así poder identificar elementos diferenciadores para poder enfocar los tres proyectos, Revista, Periódico y Libro, y dar una perspectiva adecuada a cada producto.

“Al entender las necesidades y deseos de tu público, podrás crear contenido y mensajes que realmente resuenen con ellos.” (Eurnekian, 2024)

Revista y Periódico

- Para padres de familia con un nivel de estudio básico y que tengan 3 o más hijos.
- Edad: 20 a 35 años.
- NSE: c+, c, c-

Nuestro público objetivo son personas de educación básica, que tienen trabajos donde se paga el salario mínimo o quizás un poco más, trabajan jornadas extras o buscan un ingreso adicional por medio de otro trabajo; esto repercute a que tienen nulos pasatiempos o actividades sociales. Dentro de los que llegarán ser sus pasatiempos estarían actividades gratuitas o de bajo costo como: reuniones familiares, fiestas locales, ver o practicar fútbol, básquetbol o algún otro deporte donde haya instalaciones públicas o de bajo costo. Buscan el entretenimiento digital, ya sea por medio de redes sociales, videojuegos móviles y servicios de streaming o, en menor medida, novelas y TV abierta.

A causa de su educación, temas como la depresión y la salud mental no son de su interés, lo desconocen, malentiendan o no le dan importancia. Son personas que confunden la depresión por algún tipo de conducta de pereza, rebeldía y/o aislamiento por parte de sus hijos hacia ellos. Sus formas de actuar pueden ser muy diversas; ser hirientes, violentos o simplemente ignorarlos.

La situación antes dicha puede tener muchas circunstancias detrás, puede haber factores tales como: pobreza, trabajo desde temprana infancia, maltrato y/o ausencia de sus

propios padres, difícil acceso a la educación o el padecer algún trauma durante su vida, por lo que no tienen el tacto para acercarse a sus propios hijos.

Nuestro público tiene como su principal meta darles a sus descendientes ese acceso a una mejor vida que ellos no pudieron tener, pero sin contemplar la consecuencia de no buscar tiempo de calidad con sus hijos y poder desarrollar lazos afectivos y proyectar esa confianza hacia ellos, dando como resultado hijos con apego inseguro y/o evitativo, lo cual repercute en su desarrollo social, genera baja autoestima, sentirse rechazados y el cúmulo de todos estos sentimientos negativos conlleva la depresión severa acumulativa.

Libro (Novela Gráfica)

- Para jóvenes adultos de ambos sexos, educación media-superior y superior.
- Edad: 18 a 30 años. (Generación Z y millennials jóvenes).
- NSE: c, c+, b

Personas con educación media-superior y superior, ya sea que esté concluida o trunca (por falta de recursos o la presión de trabajar), tienden a estar mucho tiempo en internet, mayormente en redes sociales, en este caso tiktok, debido a que es la red social más usada por el rango de edades de nuestro público. De igual manera, sus pasatiempos van ligados al ámbito digital, es decir, el streaming, seguir a influencers, jugar videojuegos, entre otros. A pesar de tener el alcance de la tecnología digital, el tema de la depresión puede sonar raro, exagerado o, en últimas instancias, desconozcan y/o malentiendan la importancia de este. Son personas que de una manera sienten una tristeza más grande de lo normal y comienzan a cuestionarse acerca de ello. Dichas personas analizan su vida y pueden detectar de manera inmediata alguna cuestión traumática en su infancia, o, por el contrario, no pueden racionalizar cuál es el motivo, en especial qué es lo que ocasiona esta tristeza continua.

En el caso de los jóvenes, su meta en estas circunstancias es buscar una aceptación social o un aislamiento de la misma para no sentirse lastimados. Por eso hay jóvenes que sus actividades son el consumo de alcohol, cigarros, drogas, etc. Y otros que, por el contrario, buscan estarlo más alejados de otros jóvenes.

Las metas que pueden tener son variables, pero quizás la que mas sensata suena es encontrar el equilibrio y superar esta adversidad.

1.10 Concepto creativo

Un motivo de mi preocupación es como el público objetivo de los tres productos editoriales puedan reaccionar a lo que se les va a presentar con dichos productos; debido a que la

temática del trastorno depresivo, aunque malinterpretada en sí, sigue siendo un tema delicado y de interpretación abstracta y variable; con esto quiero decir que cada persona puede interpretar la información presentada de manera única e individual, basado en su perspectiva, razonamiento, ideología y sentimientos. De igual manera, yo, al estar pasando por un tratamiento psicológico y psiquiátrico para enfrentar este trastorno puedo decir que, hay días que se ve el mundo y la vida de diferentes ángulos y sensaciones emocionales, que puede proyectarse en el modo de abordar los tres productos editoriales de esta especialidad.

Sin embargo, siguiendo las ideas de Munari, el diseñador es un proyectista que no debe de imponer sus ideas, su estilo de trabajo no debe ser personal, sino en función del problema que se debe de resolver. "El diseñador trabaja en grupo para toda la comunidad con el objetivo de mejorar la producción, tanto en sentido estético como práctico" (Munari, 2019, p.38). Con esto en mente, el concepto creativo buscará resolver los problemas que salgan durante la creación de los tres productos editoriales, basándose en las herramientas y conocimientos de diseño que tiene el autor de la presente tesina.

A continuación, se mostrarán los moodboard de los tres productos editoriales, dentro de la Figura 2, Figura 3, y Figura 4. Antes se debe mencionar que un "moodboard o tablero de inspiración", es un tablero de composición visual que combina imágenes, texto, colores, texturas y otros elementos para representar el estilo, la atmósfera y la dirección de un proyecto creativo.

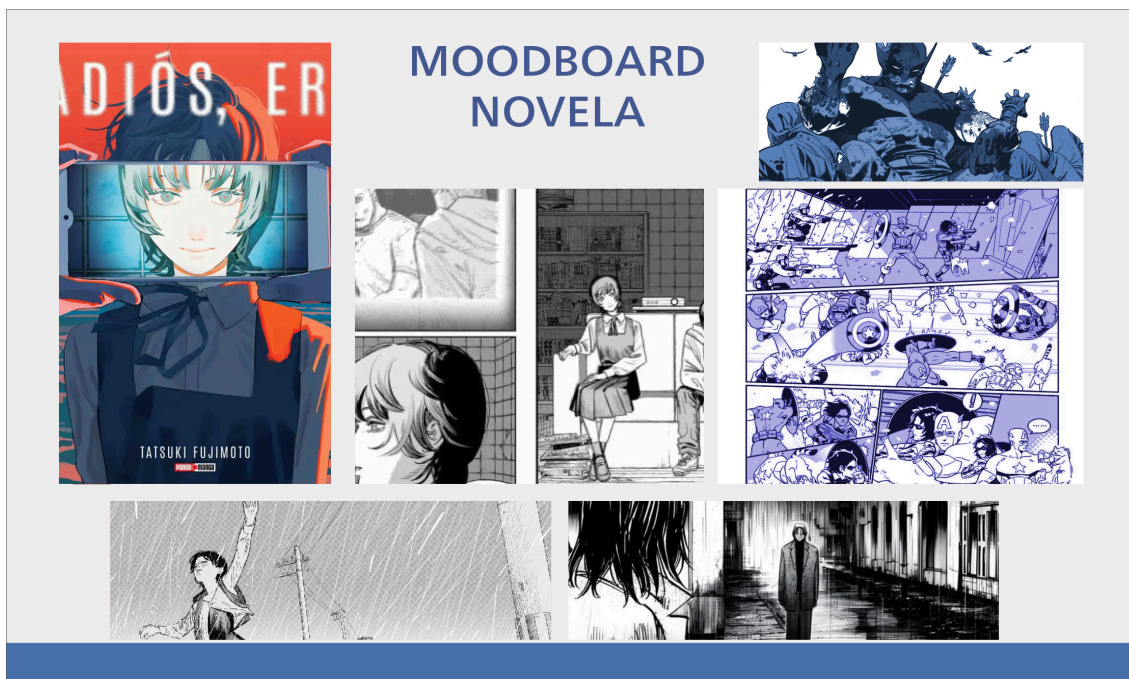
Figura 2
Moodboard del periódico



Figura 3
Moodboard revista



Figura 4
Moodboard novela grafica



Nota: Elaboración propia.

1.11 Propiedad intelectual

La (OMPI, 2024) da la siguiente definición: La propiedad intelectual (PI) se relaciona con las creaciones de la mente, como las invenciones, las obras literarias y artísticas, y los símbolos, nombres e imágenes utilizados en el comercio.

Retomando lo dicho por (OMPI, 2024), toda (PI) se puede considerar como la creación del intelecto humano, por lo cual toda creación intelectual tiene uno o más autores, y dichos autores tienen derechos sobre su obra; en este caso, obra editorial, y a ese derecho se le conoce como “**derecho de autor**”.

1.11.1 ¿Qué es el derecho de autor?

Tal y como lo menciona el (OMPI, 2024)

“En la terminología jurídica, la expresión “derecho de autor” se utiliza para describir los derechos de los creadores sobre sus obras literarias y artísticas. Las obras que se prestan a la protección por derecho de autor van desde los libros, la música, la pintura, la escultura y las películas hasta los programas informáticos, las bases de datos, los anuncios publicitarios, los mapas y los dibujos técnicos”.

A su vez, la Ley federal del derecho de autor (INDAUTOR, 2024) lo define de la siguiente forma.

“El derecho de autor es el reconocimiento que hace el Estado en favor de todo creador de obras literarias y artísticas previstas en el artículo 13 de esta Ley, en virtud del cual otorga su protección para que el autor goce de prerrogativas y privilegios exclusivos de carácter personal y patrimonial”

Siguiendo con la lógica del apartado, se plantea la cuestión de ¿Para qué nos ayuda el conocer el derecho de autor en el diseño editorial? El derecho de autor precisamente nos ayuda a tener el derecho de nuestra obra y así poder protegerla en caso de que quieran hacer uso de ella fuera de nuestro consentimiento.

Hay que mencionar que el derecho de autor hay ramificaciones. En la Presentación de Sánchez, 2025 lo expresa con la siguiente información:

“La expresión derecho de autor nos remite a la persona creadora de una obra artística, su autor, subrayando así que, como se reconoce en la mayor parte de las legislaciones, el autor goza de derechos específicos: derechos morales y derechos patrimoniales”.

Derechos Morales: Son los que te reconocen como autor y creador de la obra. Estos títulos no se pueden traspasar.

Derechos Patrimoniales: Los que te permiten explotar la obra y tener un beneficio económico a través de ceder los derechos a terceros por medio de un contrato.

En cuestiones de derechos patrimoniales, él (INAPI, 2024) lo define así

“Es de esta forma que el autor podrá sacar ventajas económicas de su obra, permitiendo a terceros, normalmente a través de licencias (muchas veces reguladas por entidades de gestión colectiva de los derechos de autor), el uso de la mismas; o podrá ceder su derecho patrimonial de manera que el adquirente lucre con la obra, o podrá realizar cualquier transacción de carácter económico permitido por la Ley.

Es decir, el derecho patrimonial del autor es esencialmente cesible y transferible. No obstante, lo anterior el titular de derecho patrimonial puede renunciar al ejercicio de sus derechos si así lo estima pertinente, total o parcialmente, por ejemplo, mediante la publicación del material protegido”

A su vez, el INAPI también da los lineamientos que cubren los derechos patrimoniales y lo que pueden hacer los terceros a partir de la sesión de derechos del autor.

- Publicarla mediante su edición, grabación, emisión radiofónica o de televisión, representación, ejecución, lectura, recitación, exhibición, y, en general, cualquier otro medio de comunicación al público
- Reproducir la por cualquier procedimiento
- Adaptarla a otro género, o utilizarla en cualquier otra forma, que entrañe una variación, adaptación o transformación de la obra originaria, incluida la traducción
- Ejecutarla públicamente mediante la emisión por radio o televisión, discos fonográficos, películas cinematográficas, cintas magnetofónicas u otro soporte

material apto para ser utilizados en aparatos reproductores de sonido y voces, con o sin imágenes, o por cualquier otro medio

- Distribuir la al público mediante venta, o cualquier otra transferencia de propiedad del original o de los ejemplares de su obra que no hayan sido objeto de una venta u otra transferencia de propiedad autorizada por él o de conformidad con la Ley.

CAPÍTULO 2 : CONCEPTOS DE DISEÑO EDITORIAL

Cómo toda área de conocimiento, primero se debe de empezar por saber y entender los aspectos más usados dentro de dicha área, así que veremos las definiciones de estos elementos que nos permiten el desarrollo de nuestros tres productos editoriales.

2.1 Formato

El formato es meramente las medidas que tendrá un elemento, ya sea gráfico o de otra índole. Kloss da la siguiente definición:

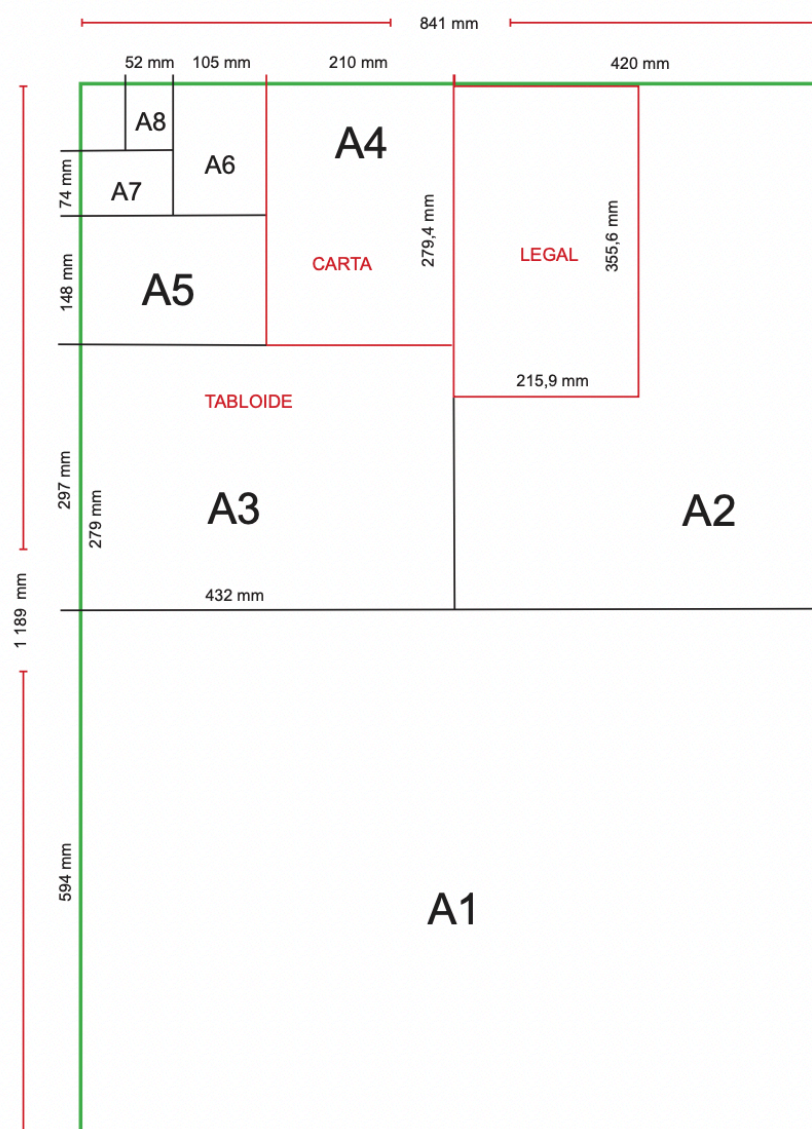
Las medidas que tendrá el impreso terminado y refinado (cortado a su proporción definitiva), que enunciaremos en centímetros expresados como anchura por altura (Kloss, 2002, p. 182).

Kloss menciona que en la antigüedad el formato de los papeles buscaba tener proporciones perfectas o “proporción áurea”, ya que en aquellas épocas se buscaba plasmar la belleza por medio del arte.

Iñigo & Makhlouf, hacen referencia a que los formatos de papel se rigen bajo las normas DIN 476 del Deutsches Institut für Normung (Instituto Alemán de Normalización), más conocido como DIN, y a las normas ISO 216. El uso de dichas formas hace posible la estandarización de un producto, servicio o uso determinado a nivel mundial. En este caso, por ejemplo, las normas permiten que, sin importar el país o qué equipo de impresión se compre, todos van a aceptar los mismos formatos de papel para su impresión.

El formato no es solo saber el tamaño de papel, sino también para tomar decisiones de diseño con base en qué mensaje queremos dar a través del producto que vamos a realizar. Se debe de pensar en el lector y como se va a relacionar nuestro producto con él. Por ejemplo, hay libros que son fáciles de transportar, hay más grandes para plasmar grandes obras, y varias funciones más.

Figura 5
Formatos del papel



Las medidas son aproximadas y pueden variar según el caso.

Nota: Tomado de libro Iñigo & Makhoul, Diseño editorial, manual de conceptos básicos, 2014

2.1.1 Propiedades básicas del papel

Dentro del formato, el autor de esta tesina quiso considerar las propiedades básicas del papel, ya que es importante saber las características y como se comportan, ya que las características del papel tienen una importancia decisiva en el resultado impreso final, por ello deberemos escogerlo lo antes posible en el proceso de producción.

A continuación, se muestra la Tabla 3 a partir de los datos del libro de (Iñigo & Makhoulouf, Diseño editorial, manual de conceptos básicos, 2014). Diseño editorial, manual de conceptos básicos y complementado con el libro de manual de producción gráfica de (Kaj Jonhasson, 2011).

Tabla 3
Propiedades del papel

Clases	Cubiertos o satinados / alta cohesión (por ejemplo: couché, eurokote). No cubiertos o porosos / menor cohesión en sus fibras (por ejemplo: Bond, cultural, educación).
Opacidad	es una medida de la cantidad de luz que logra atravesar el papel, y se mide en porcentajes, por el grado en que se ve la impresión del reverso: de 70 a 95%
Blancura	La blancura se refiere a la parte de la luz blanca que incide sobre su superficie y que resulta (Kaj Jonhasson, 2011) reflejada. Un papel con baja blancura puede tener tonos amarillentos o grisáceos, alterando la percepción de los colores. También en porcentajes de 55 a 95%.
Color	Depende de los pigmentos sólidos y mediante fibras de color (con texturas)
Textura.	Tienen acabado irregular, no liso: grano fino, grofados, amartillados
Lisura	La lisura es una propiedad que describe qué tan lisa y uniforme es la superficie del papel. A mayor lisura, mejor reproducción y mejor sensación al tacto.
Densidad	Los papeles de menor densidad tienen mayor opacidad.
Brillo	Se refiere a la reflectancia que tiene el papel de la luz.
Brillo impreso	Es importante saber el brillo que tendrá el papel en la impresión. Por ejemplo, los papeles mate y semimate permiten mayor contraste entre texto y selecciones de color.
Estabilidad dimensional	Se refiere a qué tanto crece el papel. Es importante para la productividad en máquina y registro. Este fenómeno explica que siempre se den más fallos de registro en distintas direcciones cuando se imprime en impresión offset húmeda.
Hilo o grano	Dirección de fabricación del papel.
Humedad relativa	Debe estar entre 45 y 55 %. Es importante para evitar arrugas y crecimiento
Resistencia al doblez	Se refiere a su resistencia a quebrarse o romperse.

Peso	El peso en kilogramos de un millar de hojas o el peso de una bobina y el gramaje (gramos por metro cuadrado). Papeles: 60, 75, 135 g. Cartulinas: 210, 255 0 338 g).
------	--

Nota: tabla de elaboración propia, con base en los autores antes mencionados.

2.2 Retícula

A primera vista se puede percibir que la retícula es un elemento limitante debido a que cumple con la estructura rígida de una regla, sin embargo, esto es lo contrario; las retículas son un factor de control para que podamos tener un diseño más ordenado, limpio y estético (Brockman, 2012) dice lo siguiente:

“El empleo de la retícula como sistema de ordenación constituye la expresión de cierta actitud mental, en tanto que manifiesta que el diseñador concibe su trabajo de forma constructiva y orientada hacia el futuro”. (Brockman, 2012, p.10)

Con lo anterior dicho, podemos decir que el uso de retículas sirve para tomar decisiones de composición en el momento de diseñar un producto editorial. Además de estimular la creatividad para resolver la estética del producto editorial. En la opinión de este autor, a través de múltiples experiencias, argumenta que la creatividad sustituye a la idea intuitiva que se guía por una manera espontánea y sin fundamentos para la resolución de problemas. La creatividad no es intuición; es considerar todas las operaciones y factores necesarios que se desprenden del análisis de los datos y cómo podemos comenzar a generar las posibles soluciones de problemas a partir de estos.

Una característica de los diseñadores es el usar la creatividad como un medio de entendimiento y comprensión que se tienen de los proyectos que se asignan, desmenuzándolos y explorando su alcance.

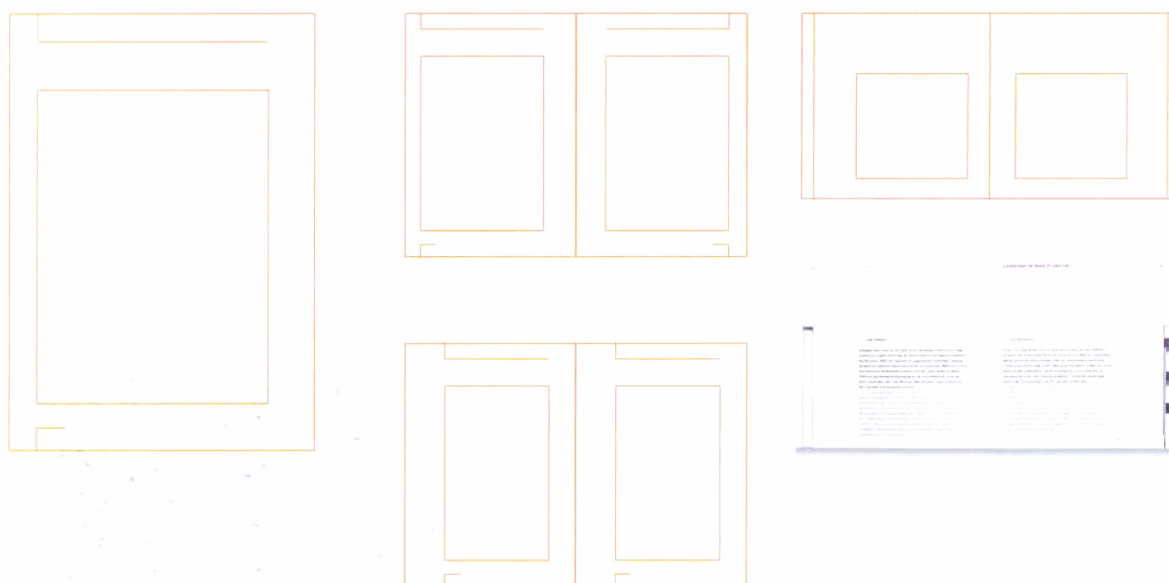
Volviendo al tema de retículas, hay varios tipos de retículas para trabajar nuestros diseños. A continuación, veremos a lo que a mi consideración son las retículas más usadas; esto con la ayuda del libro de “Timothy, Samara, diseñar con y sin retículas”.

2.2.1 Retícula de manuscrito:

Es la estructura básica para comenzar a trabajar, ya que se compone de un área grande de trabajo y de márgenes amplios que dan un descanso visual, tomando como referencia los manuscritos de la Baja Edad Media donde se ocupaba esta misma estructura para hacer una lectura fluida y que no fuera pesada de leer.

“La retícula de bloque o manuscrito es, estructuralmente, la retícula más sencilla que puede existir. Su tarea es acoger textos largos y continuos, como en un libro que se desarrolló a partir de la tradición de manuscritos”. (Samara, 2004, p.26)

Figura 6
Retícula de manuscrito.



Retícula de manuscrito

Nota: Tomado del libro “Timothy, Samara, diseñar con y sin retículas, pág. 26”. Edición propia.

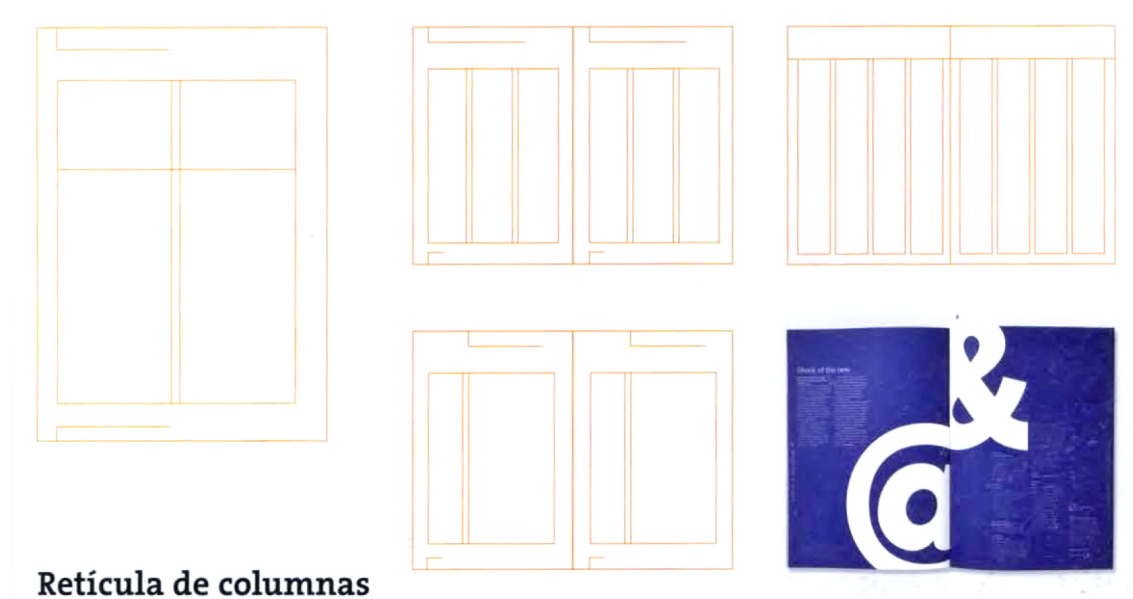
2.2.2 Retícula de columnas:

En este tipo de retículas se utiliza para dar un acomodo un poco más detallado, donde se incluyen imágenes, para lograr la armonía visual. El diseñador se guía por el uso de columnas como elemento de control y orden. Timothy Samara da la siguiente definición:

La retícula de columna es muy flexible y puede utilizarse para separar diversos tipos de información. Por ejemplo, pueden reservarse algunas columnas para el texto corrido y las imágenes de mayor tamaño. La anchura de las columnas depende del cuerpo de letra del texto corrido. Debe encontrarse una anchura en la que quepan tantos caracteres como resulte cómodo leer en una única línea. (Samara, 2004, Pag. 27).

También se habla de como las columnas se apoyan en una serie de guías verticales llamadas líneas de flujo para tener mejor control del diseño, ya que se pueden distribuir mejor los elementos que se vayan a utilizar, ya sea imágenes, tablas, caja de texto de diferentes tamaños, etc.

Figura 7
Retícula de columnas



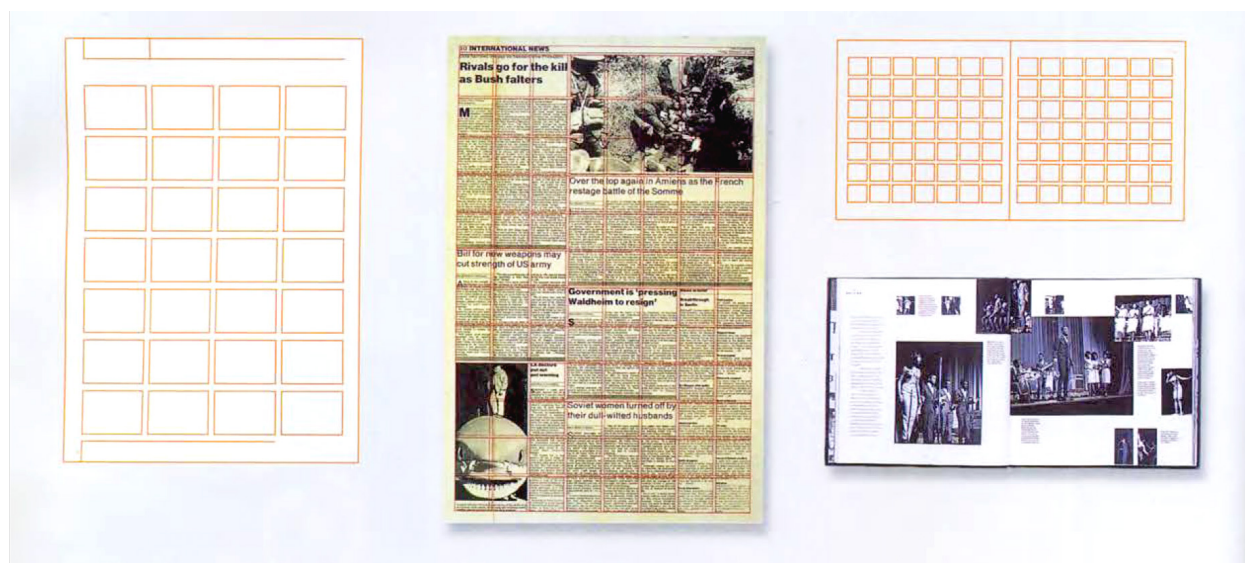
Nota: Tomado del libro "Timothy, Samara, diseñar con y sin retículas, pág. 27". Edición propia.

2.2.3 Retícula modular:

Este tipo de retícula es muy parecida a la de columnas, salvo que las líneas de flujo pasan a formar parte del diseño de columnas y no solo como guías visuales, por otra parte, su uso es para proyectos complejos.

Una retícula modular es en esencia, una retícula de columnas con un gran número de líneas de flujo horizontales que subdividen las columnas en filas, creando una matriz de celdas que se denominan módulos. Cada módulo define una pequeña porción de espacio informativo. Agrupados, estos módulos definen áreas llamadas zonas espaciales, a las que pueden asignárseles funciones específicas. (Samara, 2004, p. 27)

Figura 8
Réticula modular



Nota: Tomado del libro "Timothy, Samara, diseñar con y sin retículas, pág. 28". Edición propia.

2.3 Tipografía

Se establece que la tipografía son varios moldes de letras, con un cierto estilo y/o forma que permite comunicar, lo que se quiere decir textualmente.

Noordzij (2009) da la siguiente definición: "La tipografía se entiende aquí como la escritura realizada mediante letras prefabricadas". (Noordzij, 2009, pág.47)

La definición de Noordzij es muy precisa pero, por otro lado, la tipografía sigue manteniendo la intención artística, ya que a través del tiempo ha habido infinidad de tipógrafos que han buscado hacer arte por medio de tipografías. Hace referencia a la manera en la que las ideas escritas reciben una forma visual, y puede afectar radicalmente a cómo percibimos un diseño.

Bhaskaran (2006) argumenta: "La tipografía es una herramienta muy poderosa en el diseño editorial, y su capacidad para transformar una publicación no debería subestimarse nunca". (Bhaskaran, 2006, pág.69)

2.3.1 Forma y función:

Como todo elemento, la tipografía tiene un porqué y él como lo va a hacer. Para eso nos valemos de ciertas características que tiene la tipografía, el más común es el tamaño, las tipografías tienen diferentes tamaños en correlación a la función que van a cumplir; por ejemplo: serán para títulos, para cajas de texto, para hacer mensajes y por lo general la tipografía se piensa para estas funciones. Otros puntos a considerar son que, si queremos

llamar a atención de los lectores, o que sea de fácil lectura, si puede ser moderna, no tradicional, si puede ser serif, o san serif, y a partir de esta elección se comienza a limitar las características para el uso particular que le demos.

2.4 Paleta de colores

La paleta de colores se utiliza para acoplar y combinar los colores de una manera armoniosa y equilibrada. Es una herramienta fundamental para los diseñadores, ya que ayuda a crear una identidad y transmitir emociones específicas. Sin embargo, la paleta de colores se basa en la teoría del color, así que para entender aún más la paleta de color es importante saber la teoría del color y sus antecedentes.

2.4.1 Teoría del color:

La teoría de color se remonta con los antiguos griegos, quienes creían que los colores se originaban por la lucha de la luz contra la oscuridad. Aristóteles creía que el rojo estaba en medio de una línea, donde los colores más cálidos como el amarillo se acercaban al blanco; mientras colores más como el azul lo hacían al negro. Así fue como concibió la ordenación lineal de los colores, basada en la claridad u oscuridad de los colores puros. Dicha teoría tuvo una duración de más de dos mil años, desde el siglo XI A.C. hasta el siglo xvii D.C.

2.5 Psicología del color

A consideración al autor de esta tesina, el color tiene un rol muy importante en el ámbito de las emociones; esto se puede deber a que cada color representa algo en particular que nos conecta con una emoción y al mismo tiempo nos lleva a una cierta situación o recuerdo.

Edwards menciona que, a lo largo de la historia, las culturas que han vivido antes que la nuestra, han dotado a los colores de significados por las emociones que estos les transmitían. Un hecho interesante es que, investigadores han demostrado que a lo largo del tiempo las culturas han asignado significados parecidos a los mismos grupos de colores, dando a entender que hay una relación universal del color con la estructura del cerebro humano; misma que hay con el lenguaje y el cerebro.

Es un hecho que los colores tienen muchos significados. Pero, ¿por qué el diseñador debe de saber todo esto? Una de las labores del diseñador es comunicar y dar y transmitir emociones, por lo que una de las herramientas que usamos es el color, ya que como se dice con el párrafo anterior, se relacionan con la cultura y el cerebro. En lo personal combina colores siempre lo he considerado una tarea difícil, debido a que hay veces que un mismo tono puede

dar diversas esencias de valores, por lo que he aprendido, hay que tener un alto conocimiento del color, repasar una y otra vez lo que significan, y la sensación que puede representar para de esta forma acercarnos más a lo que se quiere comunicar.

El estudio del color es muy vasto, cada color puede producir distintos efectos y, aun siendo el mismo color, producir diferentes sensaciones; esto se debe al contexto y a la percepción visual. Primeramente, hablando del contexto, se puede decir que es bajo qué circunstancias se mira un color y qué intensidad se quiere dar o incluso con qué otro color se combina. Por ejemplo, un color amarillo puede representar alegría por sí solo, pero si se combina con un negro, se asocia a alerta o incluso peligro por el alto contraste que hay entre ellos. Cuanto, a la percepción visual, se refiere al espectro del color captado por nuestros ojos y como lo relacionamos con base en nuestras experiencias, por ejemplo, el color azul puede transmitir sabiduría, pero también tristeza, esto basándonos en circunstancias como el tono del color, la saturación o el brillo, dando como resultados tonos diferentes que representan diferentes emociones.

2.5.1.1 Colores Primarios, secundarios y terciarios

Lo primero que se debe de saber acerca del color es que, estos se clasifican por tres grupos de colores llamados: primarios, secundarios y terciarios. Estos grupos nos permiten representar la mezcla de los colores. En primer lugar, se encuentran el grupo de colores primarios, los cuales se componen por los colores amarillo, rojo y azul. Estos tres colores son los esenciales del círculo de color o círculo cromático, debido a que, estos colores no se pueden obtener mezclando ningún otro color, además que, teóricamente, de la combinación de estos. También tenemos los colores primarios de la luz artificial que serían el verde, rojo y azul, llamados también colores aditivos o más conocido como modelo RGB; dichos colores son usados con una carga de electrones para generar lo que se conoce como píxeles, capaces de generar una amplia gama de colores para imágenes digitales y video (Edwards, 2006).

Después contamos con los tres colores secundarios, dichos colores son la mezcla de los colores primarios en modo de pares y con una proporción igual entre cada par: el naranja procede del rojo y el amarillo, el verde del azul y el amarillo, y el violeta del rojo y azul. De la misma forma, tenemos los seis colores terciarios que se obtienen mezclando un color secundario con un color primario. Los colores terciarios son los que proporcionan mayores contrastes en el círculo de color.

Figura 9
Elementos de portada



Nota: Tomado de **Universidad Oberta de Cataliuna** [Fotografía], (<https://disseny.recursos.uoc.edu/recursos/dis-marca/7-la-portada-2/>) CC BY 2.0

2.6 Forros

Los "forros" se refieren a la portada y contraportada que contienen publicaciones como, revistas y periódicos, que suelen imprimirse en un tipo de papel más grueso y resistente que el de los interiores o también llamados *tripas*.

Portada (primera de forros): la portada es el medio por el cual se dará el primer vistazo al producto editorial, y esta debe de ser capaz de transmitir el mensaje que el diseñador creo, y así poder acercar al lector a dar ese primer vistazo del contenido.

Dicho por Cadwell & Zapaterra (2014): "El sitio principal en el que hay que estampar la imagen de marca de una publicación y sus valores asociados es la portada. Es el componente

de la revista que trabajará sin descanso en beneficio de la editorial, ya sea expuesta en los kioscos, donde competirá por distinguirse y transmitir su mensaje por encima del de la competencia” (Cadwell & Zapatero 2014, pág.44).

Así como una ilustración, la portada también se inicia por un proceso de composición, elección de colores y jerarquía tipográfica. Todo esto permite cumplir su función y dar el mensaje adecuado.

Forros: al resto de páginas que componen la tapa de la revista se le denominan forros.

- Cuarta de forros (contraportada): como su nombre lo indica, es la que secunde a la portada en el factor de importancia, ya que al igual que esta última, la contraportada, también está expuesta al contacto directo con el lector. Por lo general, en la contraportada se usa para poner la publicidad más importante, ya sea de la editorial o publicación de alguna agencia publicitaria, que pague el precio de tener su publicidad en la contraportada de una publicación. Mayormente, la publicidad es más vista en revistas, ya que la contraportada de un libro suele ser la continuación de la portada o reverso para explicar de forma resumida el contenido del libro
- Segunda y tercera de forros: son los respectivos reversos de la portada y contraportada dentro de una publicación, al igual que la cuarta de forros. Depende del tipo de publicación, el contenido que van a llevar estos forros. En el caso de revistas, es donde se pone publicidad y en los libros, llevan algún otro color, van en blanco o llevan portadas variantes del libro.

2.7 Pliegos

Un pliego es una hoja de papel de gran formato que se usa para impresión de libros, revistas, periódicos y otros productos impresos. Dicho por Fernández

Quando una revista se imprime en una rotativa o imprenta, no se hace página a página sino que se imprimen unas hojas de gran tamaño denominadas *pliegos* que, al ser dobladas un número concreto de veces, conforman un bloque de la revista en el orden correcto. (Fernández, 2025, sección “Pliegos”)

El uso de pliegos dentro de la impresión es para tirajes largos. Dichos tirajes se manejan por múltiplos de cuatro, de esta manera, se reducen costes económicos, de tiempo y de producción. Por lo que una buena práctica de diseño es asesorarte con el impresor en caso de ser un proyecto propio o que se trabaje de manera independiente o consultar con la editorial. Fernández menciona, que el decidir el número de páginas totales no puede hacerse de manera aleatoria y siempre es respetando este múltiplo, y que, dentro del ámbito de diseño, no afectará para nada el hecho de que ese número de páginas se impriman en pliegos de 8, 32 o 72 páginas.

2.8 Imposición de páginas

La imposición de páginas es la ordenación de dichas páginas sobre un pliego de mayor tamaño con el fin de plegarlo posteriormente, dando forma a un cuadernillo. El documento donde distribuimos todas las páginas impuestas recibe el nombre de trazado. Hay varios métodos de imposición en función del software, el proyecto o el sistema de impresión que estemos utilizando. Una vez que tenemos todos nuestros pliegos, para proceder al montaje de los cuadernillos.

- Insertado: también conocido como embuchado, aquí los pliegos van colocados uno dentro de otro. Este método es muy habitual en obras editoriales grapadas, como, por ejemplo, una revista.
- Alzado: los pliegos se colocan uno al lado del otro. Es el método empleado para proyectos editoriales que irán cosidos o fresados, como en el caso de un libro.

Figura 10
Ejemplo de Imposición de páginas

Cortesía	Cortesía	Portada	Legal	Presentación	Presentación	Contenido	Contenido	Ensaladas								
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	

		Sopas											Platos principales			
17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	31	32	

									Postres						Bebidas	
33	34	35	36	37	38	39	40	41	42	43	44	45	46	47	48	

				Repostería											Cortesía	Colofón
49	50	51	52	53	54	55	56	57	58	59	60	61	62	63	64	

PAGINADO DE LIBRO - 64 páginas

- Cortesía: 3 páginas
- Portada: 1 página
- Legal: 1 página
- Presentación: 2 páginas
- Contenido: 2 páginas
- Separatas de color: 6 páginas
- Recetas y fotos: 48 páginas
- Colofón: 1 página

Nota: tomado de la tesina de la Mtra. Jael Araceli González Pérez. DISEÑO DE TRES PRODUCTOS EDITORIALES: REVISTA, PERIÓDICO Y LIBRO COMO HERRAMIENTA PARA LA PRESERVACIÓN DE LA COCINA TRADICIONAL MEXICANA BASADA EN PLANTAS. 2022. UAEM

2.9 Fotografías, imágenes, ilustraciones

Así como en otra rama del diseño. En el diseño editorial la imagen es un recurso muy valioso, ya que lo utilizamos para comunicar y complementar nuestro contenido, en este caso es una revista, periódico, libro, como ya sabemos las imágenes pueden ser: ilustraciones, fotografías, diagramas o cualquier otro tipo de representación visual.

Dentro de la comunicación visual, una imagen puede traer atención al lector, y esas pueden dar contextos o transferir sentimientos o situaciones, al reforzar nuestro mensaje que usamos a partir de los textos que elegimos.

“La elección de las imágenes es, entonces, significativa, y es importante que las seleccionadas sean coherentes con el texto. La coherencia es clave

para evitar dar información extra innecesaria que pueda confundir a los lectores”. (Martínez, 2009, pág. 8).

También explica en como la imagen, al ubicarse en distintas partes y con la intención de la composición en relación con el texto, genera puntos de enfoque y de atracción diversos para el lector, destacando y mejorando el contenido visual de nuestros proyectos.

Entre las imágenes se incluyen fotografías e ilustraciones, utilizadas tanto en libros como en revistas y periódicos. Existen algunas diferencias entre ambas.

2.9.1 Fotografías: Las fotografías se incluyen al diseño para aportar realismo, ya que representan escenas de la realidad, nos ayudan a transmitir emociones y generar ese sentido de identificación y pertenencia con el lector; esto es muy usado en revistas de moda, estilo de vida, incluso de ejercicio y videojuegos; (se puede decir que de esta fue la referencia de las redes sociales para generar esa adicción por el contenido).

De igual modo, las fotografías pueden tener en muchos casos un gran valor artístico que realza el prestigio de la publicación en la que aparecen.

2.9.2 Ilustraciones: Las ilustraciones, por otra parte, se incluyen fundamentalmente por su valor estético y creativo. Se caracterizan por la originalidad y la expresividad, y tienen el poder de atraer poderosamente la atención de los lectores. Esto es debido al alto valor artístico y humano que tienen, por medio de cada artista o diseñador/ilustrador, pues cada uno tiene un estilo único que siempre tendrá a su cliente ideal y así poder difundir y promocionar su producto.

En el caso de las revistas y periódicos las ilustraciones permiten promocionar productos de forma novedosa y artística, marcando la diferencia con otros productos de la competencia. Expresan distintas sensaciones según la composición que tengan, con predominio de líneas rectas o curvas. las rectas expresan fuerza y definición, las horizontales reflejan tranquilidad y las verticales, superioridad. las curvas, por su parte, crean sensación de movimiento y flexibilidad. (Martínez, 2009, pág. 8)

Tanto las fotografías como las ilustraciones son herramientas poderosas de atracción para el lector, ya sean imágenes a color o blanco y negro.

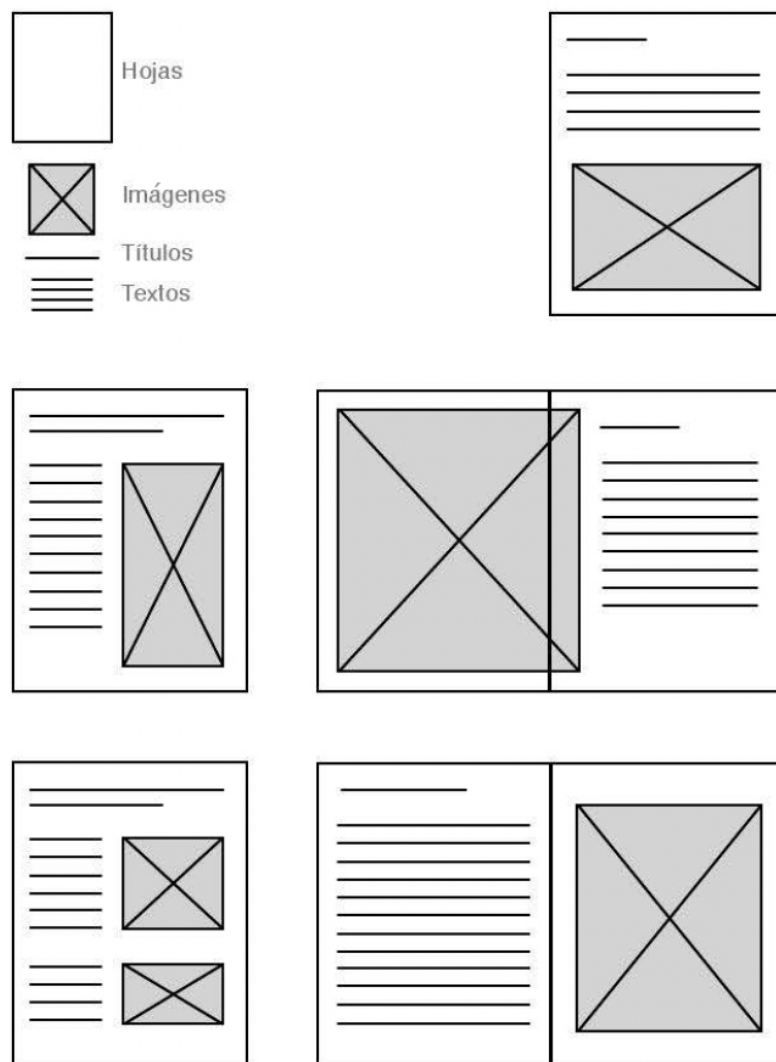
Espacios en blanco.

Un punto importante del diseño editorial, aunque no lo parezca, son los espacios en blanco, son más importantes de lo que se supone, ya que producen una gran sensación de libertad y

claridad, hace ver al diseño más minimalista y limpio, realmente el usar espacio blanco es un reto poco si se usan de manera inadecuada en vez de dar la sensación de descanso visual, producen escasez de contenido.

Figura 11
Ejemplo del uso de los espacios en blanco

Ejemplos



Nota: Tomado del libro de Esther Martínez, Manual de diseño editorial, 2009 con edición propia.

2.10 Márgenes y caja tipográfica

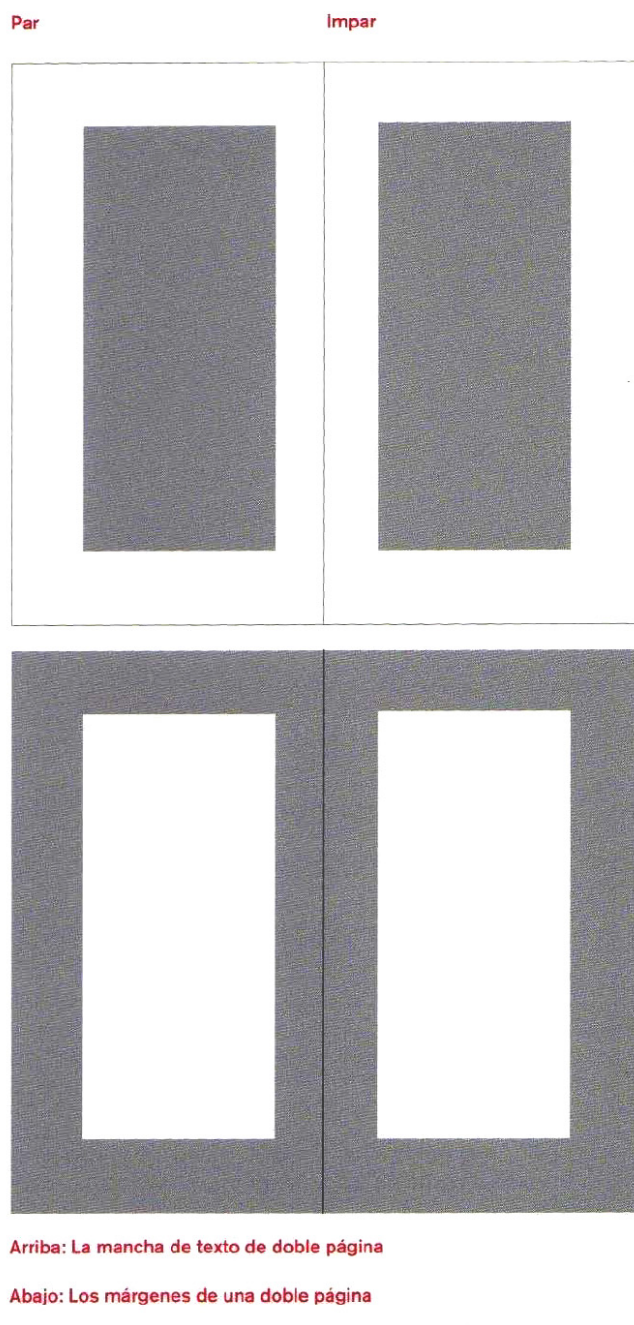
Se puede decir que la caja es nuestro espacio delimitado por las medidas de establecidas, de una manera más artística, es nuestro lienzo para poder componer nuestro diseño editorial.

Pizarro (2020) da la siguiente definición: “La caja es el espacio dentro de la página que marca los límites para los textos tratados para la lectura continua; simultáneamente, el espacio sobrante en cada extremo se denomina margen.” (Pizarro, 2020, pág. 160)

De igual manera se puede complementar con lo dicho por Kane (2012); el habla de que el tamaño de la caja tipográfica o mancha como también la llama, depende de varios factores como: el tamaño de la propia página, del texto, anchura de las líneas o de las columnas y que para determinar estos aspectos nos demos de guiar por el sentido común y las exigencias del proyecto. Volviendo con con Pizarro (2020), donde este último habla sobre la organización del texto y cómo este debe ser un medio para establecer cómo vamos a presentar diversos componentes como: índices, permanentes, cabeceras, títulos, subtítulos, bajadas, artículos, citas, lecturas de foto, folio, etc., y cómo deben funcionar de tal manera que sean evidentes para el lector. muchas veces se otorga más tiempo a desarrollar aspectos estéticos con la idea de que se ayudará al lector a interesarse en el contenido, pero al final este objetivo se vuelve en contra, pues se debe tener cuidado cuando comienza a ser un factor de distracción.

Márgenes. Esta es la parte de la página que no ocupa el texto, pero puede incluir imagen. Debe tener un tamaño suficiente para acomodar cualquier elemento de navegación, así como la porción de papel que queda oculta en el lomo por la encuadernación y, lo que quizás reviste mayor importancia, tener la holgura necesaria para que las manos especialmente los pulgares no interfieran en la lectura al sostener el libro.

Figura 12
Ejemplo esquemático de la caja tipográfica y los márgenes



Nota: Tomado del libro de Jonh Kane, Manual de Tipografía, 2012 y edición propia.

CAPÍTULO 3 : REVISTA

3.1 ¿Qué es una revista?

Se puede definir una revista como una serie de información; ya sea textual o con imágenes en un formato definido, cada revista contiene información en determinación al público al que va dirigida en un periodo de tiempo, dicho en su libro Diseño Editorial, Manual de conceptos básicos, (Iñigo & Makhlouf, Diseño editorial, manual de conceptos básicos, 2014) dan la siguiente definición:

Es una publicación periódica. A diferencia de los diarios o periódicos, orientados principalmente a ofrecer noticias de actualidad más o menos inmediata, las revistas ofrecen una segunda y más exhaustiva revisión de los sucesos, sea de interés general o sobre un tema más especializado (Iñigo & Makhlouf, 2014, p.24).

La cita dada anteriormente nos da a entender que una revista es una publicación que su enfoque es tomar un tema y tratarlo de manera más detallada a partir de una investigación, la cual lleva tiempo en poder materializarla y al contrario de un periódico, que su función es comunicar una serie de noticias de manera pronta, es decir de manera diaria o semanal, la periodicidad de una revista es más tardía. Ahora bien, hay distintos tipos de revista, que se clasifican en estos grupos: información obtenida del archivo “PDF” del sitio Scribd (Historia de las Revistas, 2023).

Informativas: su fin es comunicar o divulgar cierta información. Se diferencia del diario en el tiempo de producción.

De ocio: son utilizadas como medio de entretenimiento. Se considera que las primeras revistas publicadas tenían como fin entretener a sus lectores, aunque estas además tenían contenido informativo.

De divulgación científica: su fin es comunicar acerca de los avances, investigaciones y descubrimientos en materia de la ciencia. Se considera que tiene tres fines específicos, el primero se relaciona con la función de archivo (búsqueda de información). En segundo lugar, como “filtro” (solo es publicada la información que se considera apropiada). Por último, como medio de prestigio.

Especializadas: estas revistas se caracterizan por tratar un tema o materia en particular. Generalmente, estas revistas están orientadas a un público que trabaje en dichas disciplinas, es decir, que no son masivas.

3.2 Objetivos particulares revista

- Investigar temas específicos que hablen de la depresión y su repercusión en adultos y adolescentes en el Estado de Morelos, así como otros temas referentes a la depresión.
- Elaborar artículos en una revista que trate sobre diferentes aspectos de la depresión, tales como: “la depresión como consecuencia de una educación violenta” y la importancia del sueño en pacientes con depresión”
- Informar mediante la revista el porqué de la elaboración de estos artículos mediante el uso teórico y práctico de herramientas de diseño editorial.

3.3 Historia

La siguiente información fue sacada del blog de (Blog Imprimir mi revista, 2017).

Conocemos que el nacimiento de la imprenta fue en el año 1440, por Johannes Gutemberg, que tenía el objetivo de conseguir una forma de poder traspasar conocimientos en masa por primera vez en la historia humana. Pero lo que se puede considerar la primera revista, fue un periódico mensual, en el año 1663 por el teólogo y poeta alemán Johann Rist, que es considerado uno de los primeros ejemplos modernos de revista, que tuvo una gran repercusión y que se extendió su gran idea con publicaciones similares por Inglaterra, Francia e Italia. La llegada de las revistas, activó una nueva generación, que andaba deseando empaparse de los conocimientos y curiosidades que podían conocer en cada publicación. Entre los espacios que incluía podíamos encontrar, noticias, chismes, canciones, versos cortos, pero esta revista no despertaba la simpatía de los escritores de la época, por su contenido divertido e intelectual, pero sí que se hizo muy popular en Francia.

En la década de 1700, comenzó un periodo en que cada vez había más gente alfabetizada y aumentó la capacidad intelectual de las personas. La sociedad estaba ansiosa por adquirir nuevos conocimientos, y las revistas se transformaron en un elemento cultural muy popular. Empezaron a nacer las revistas especializadas sobre temas de interés de la época, y

que ofrecían datos que representaban un término medio entre temas que se analizaban en libros y los resúmenes rápidos que se podían encontrar en algunos periódicos.

El excesivo precio de los periódicos y revistas, hicieron que solo las personas con mayor poder adquisitivo, pudieran pagarlas. Pero, sin embargo, en la década de 1830, empezaron a emerger las revistas con coste más pequeño y dirigidas a un público más general, centradas en la diversión y el entretenimiento de los lectores, lo cual tuvo una gran acogida que se tradujeron en un aumento del volumen de ventas.

La llegada de la primera revista ilustrada fue en 1842, nació en Gran Bretaña y creada por Hebert Ingram. Tras darse cuenta de que los coloridos bocetos e ilustraciones, se transformaron en grandes ventas, empezó a comercializar también noticias ilustradas. La primera revista en incorporar fotografía fue **The Illustrated London News**, que también obtuvo un gran éxito en ventas. Sin duda la inclusión de las ilustraciones, fue un nuevo comienzo para las revistas, ya que podíamos conocer con más exactitud sobre las temáticas que nos hablaban en los artículos, y presentaban en muchas ocasiones algunos objetos y lugares que aún no conocíamos, lo cual resultaba un reclamo muy atractivo para los más curiosos. También con las ilustraciones, llegaron las viñetas, que, al día de hoy, sigue siendo un recurso de humor.

Las primeras revistas se compraban en quioscos, pero poco a poco las compañías empezaron a distribuir sus propias revistas por suscripción, que garantizaban a que cada suscriptor consiguiera cada nuevo número en su lanzamiento.

3.4 Estructura

Como todo producto de diseño, las revistas siguen una serie de lineamientos y pasos para su desarrollo, todo esto para resolver una necesidad, que en este caso es buscar que a los lectores se les facilite la lectura y comprensión del contenido mostrado. Un punto que aborda (Lewis, 2016) sobre la estructura es el siguiente:

Existen una serie de convenciones y tradiciones editoriales que hacen que una revista sea una revista, pero cuando eres independiente, las reglas están para romperlas. Algunas revistas cambian completamente de un número a otro, pero para poder hacer eso necesitas un concepto editorial sólido y duradero que justifique ese enfoque. (Lewis, 2016, p.56).

Dicho de otro modo, para poder alterar algo primero necesitas saber qué alterar, por ende, veremos qué partes conforman una revista.

3.4.1 Planillo:

El planillo de una revista es una representación esquemática de todas las páginas de la publicación, mostrando los pliegos que la componen y el contenido que se incluye en cada uno. Es una herramienta visual que facilita la organización y el control del flujo de trabajo durante la producción de la revista.

3.4.2 Paginación:

Es la acción de poner un número a cada página de la revista. A este número también se lo llama folio y es la cifra que indica la secuencia de las páginas.

El objetivo de la paginación es ayudar a localizar partes de este. Para ello, se suele incluir un índice en el que señala en qué página comienza una determinada parte o sección.

Estos dos puntos nos ayudan a determinar el tipo de pliego idóneo para nuestro proyecto. Las separaciones entre las diferentes secciones te permiten cambiar de tipo de papel o tinta. Además de especificar el número de páginas interiores.

3.4.3 Portada:

Es el elemento que será el enganche hacia el lector, y es el que hará que el público se interese en seguir viendo el resto del contenido. En palabras de (Lewis, 2016)

“La portada es un poderoso embajador de la publicación en estantes y escaparates y puede tener un impacto directo en las ventas. No hay fórmula mágica: las portadas confusas que no reflejan el contenido no funcionan. Si logras resumir tu revista en una imagen, lo tienes” (Lewis, 2016, p.60).

Haciendo hincapié en mi proyecto de revista, la portada fue el elemento más difícil de decidir porque el mensaje a comunicar es demasiado abstracto y evoca a una variación de sentimientos posibles, además que se está llevando el reto de que mis lectores; como ya expliqué en el apartado de público objetivo, son reacios a leer este tipo de contenido.

A continuación, en las siguientes figuras se muestra el resto de los elementos que componen a la revista tomados del libro de (Lewis, 2016) “Quieres publicar una revista” con la Figura 13, Figura 14 y Figura 15.

Figura 13
Partes de Revista

Componentes de una revista

Desde los números de página al ISSN, algunos de los elementos que constituyen la anatomía de una revista son estándares, algunos opcionales y otros esenciales. Cada publicación les da un tratamiento diferente, pero ayuda a tus lectores que ese tratamiento sea coherente y consistente. Como los manejos contribuirá también de modo sutil a configurar el tono de tu revista. A continuación te ofrecemos una lista útil de los elementos que debes considerar y de su terminología.

Cabecera/Logotipo

La **cabecera**, el nombre de la revista, puede funcionar también como logo, pero hay publicaciones que tienen algún otro elemento gráfico icónico (como la M de *Monocle* o la mascota de *Esquire*, "Esky").

Titulares de portada

Decide si estos aperitivos del contenido de la revista serán parte de tu estrategia de portada. Son más importantes cuanto más dependa tu publicación de la venta directa en quioscos.

Eslogan

Resume la idea de tu revista en 10 palabras o menos.

PVP

Incluye el precio de venta al público en la moneda del país de origen y, si tienes precios fijos en otros países y monedas, inclúyelos también. Debes fijarlos con tu distribuidor.



13.

ISSN

Toda publicación seriada requiere un Número Internacional Normalizado de Publicaciones Seriadas (ISSN por sus siglas en inglés, International Standard Serial Number), un número único que identifica la publicación y que forma parte del código de barras. Lee más acerca de este sistema y averigua dónde y cómo debes solicitar un ISSN en tu país en el sitio web del ISSN International Centre: <issn.org>. Solicítalo con tiempo, al menos con un mes de antelación.

Número/fecha

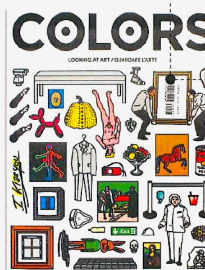
Invita a coleccionar los números y planifica cómo quedarán los lomos de la revista ordenados en una estantería.



14.

Código de barras

Para poder tener un precio de venta legal, una publicación tiene que contar con un código de barras que pueda ser escaneado en los puntos de venta. Cada nuevo número de la revista tiene que llevar su propio código de barras. Una vez hayas conseguido el ISSN (ver página de la izquierda), puedes comprar online imágenes de códigos de barras en diferentes sitios web, como <codigodebarrasonline.com> en España, <buyabarcodes.co.uk> en el Reino Unido o <buyabarcodes.com> en Estados Unidos. Suelen costar unos 20 euros y suele haber descuentos si se compran varios a la vez. Las tiendas introducirán tu código de barras en su sistema y cuando se escanee en alguna de las cajas aparecerá la información sobre la revista y el precio. A los distribuidores y las tiendas les gusta que los códigos de barra se vean bien en la portada, pero los diseñadores suelen buscar la manera de ocultarlos para que no interfieran con el diseño. La Professional Publishers Association ofrece un documento detallado sobre los códigos de barras en <ppa.co.uk>.



15.

10. *Oh Comely* número 12, fotografía de Agatha A. Nlekeck; modelo: Micheline Auguste, de Models 1

11. *The Forecast* (publicación anual de *Monocle*), número 1, 2015

12. *Works That Work*, número 4, 2014, fotografía de George F. Mobley/National Geographic/Getty

13. *The White Review*, números 6-10

14. *Delayed Gratification*, número 12, enero-marzo de 2012

15. *Colors*, número 37, "Looking at Art" ("Una mirada al arte")

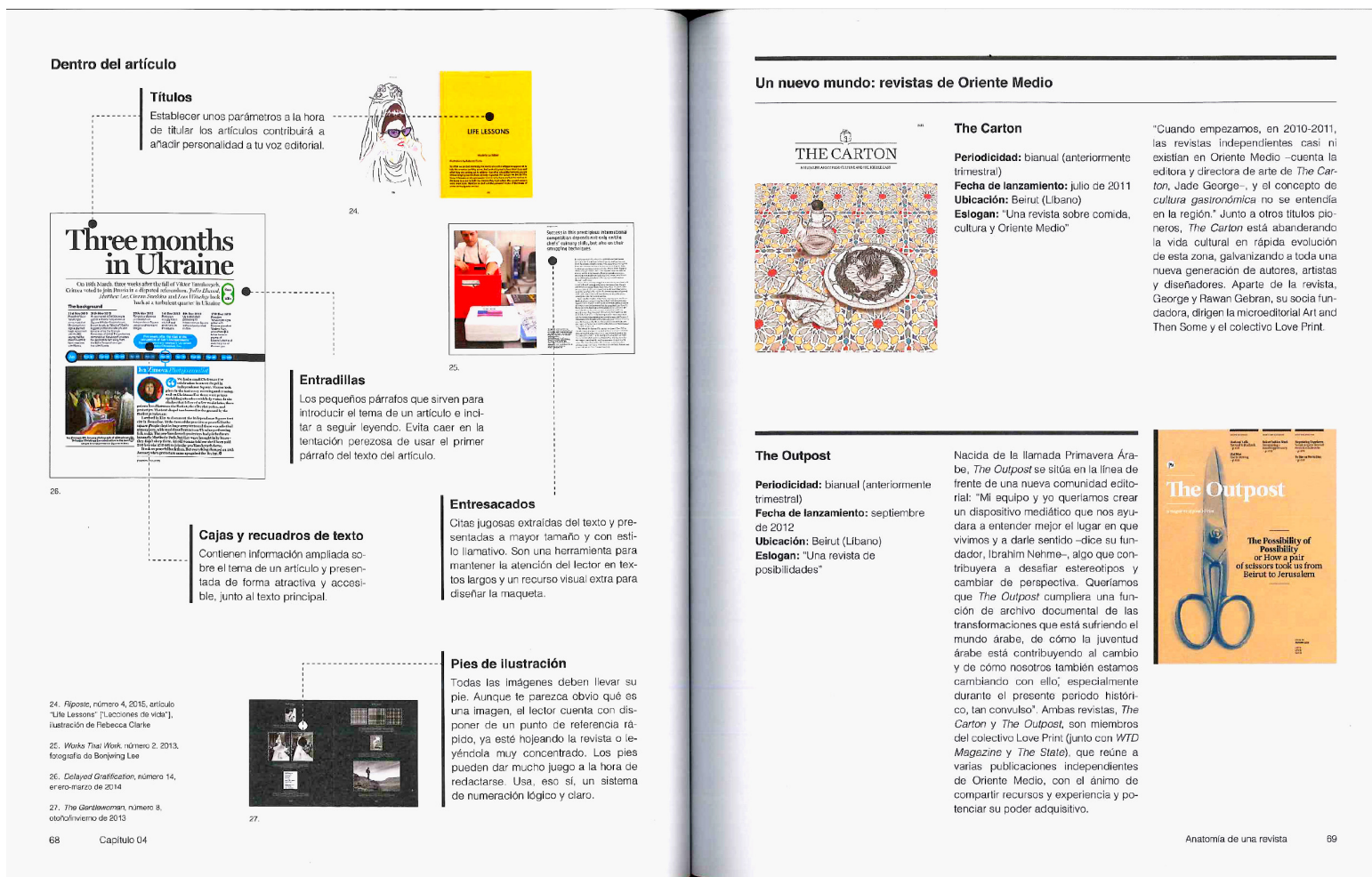
Nota: imagen del libro "Como elaborar una revista, 2016 pag. 64-65".

Figura 14
Parte de Revista 2



Nota: imagen del libro "Como elaborar una revista, 2016 pág. 66-67".

Figura 15
Parte de Revista 3

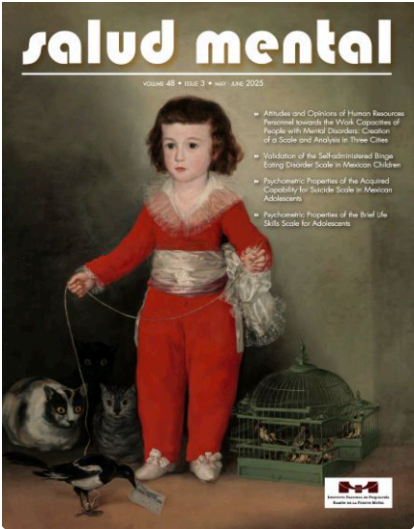


Nota: imagen del libro "Como elaborar una revista, 2016 pág. 66-67".

3.5 Productos similares

A la hora de hablar de este tipo de revistas, es fundamental analizar productos similares, ya que existen pocas revistas en español que aborden la depresión de forma accesible al público general, pero no nos hace únicos y es importante revisar productos similares. Analizar estas publicaciones permite entender cómo se trata el tema, qué enfoques predominan, tomar referencias e iniciar un punto de partida para justificar y fortalecer la propuesta de esta revista.

Tabla 4
Productos similares revista

Título	Descripción	Formato
<i>The American Journal of Psychiatry</i> 	Comprometida a mantener el campo de la psiquiatría vibrante y relevante mediante la publicación de los últimos avances en el diagnóstico y tratamiento de las enfermedades mentales, The American Journal of Psychiatry (AJP) es una de las revistas psiquiátricas más leídas del mundo y es la revista que la inmensa mayoría de los psiquiatras considera esencial. De publicación mensual, es una revista indispensable para todos los psiquiatras y otros profesionales de la salud mental que necesitan mantenerse a la vanguardia de prácticamente todos los aspectos de la psiquiatría. https://www.appi.org/american_journal_of_psychiatry	Número de páginas: depende del artículo Idioma: inglés Editorial: American Psychiatric Association Edited by Ned H. Kalin, M.D.
<i>Revista Salud Mental</i> 	Órgano de difusión del Instituto Mexicano de Psiquiatría, publicación bimestral dedicada a la educación continua de los especialistas de la salud mental, da a conocer las actividades científicas y académicas que desarrolla el IMP. https://lafuente.mx/?cat=11	Número de páginas: 69 Idioma: inglés Editorial: Instituto Nacional de Psiquiatría
<i>National Geographic</i>	Desde 1888, National Geographic desata al explorador que todos llevamos dentro compartiendo las historias más revolucionarias y brillantes de las personas que están transformando el mundo en los campos de la ciencia, la exploración, la educación, y la narración de historias. National Geographic Partners es un joint venture entre The Walt Disney Company y National	Número de páginas: 69 Idioma: más de 30 idiomas en el mundo Editorial: varia según la región



Geographic Society que combina los canales de televisión globales de National Geographic con los recursos orientados al consumidor y los medios de comunicación de National Geographic.

<https://www.nationalgeographicla.com/partners>

3.5.1 Ventaja competitiva:

El principal enfoque que va a tener esta revista va a ser el lenguaje coloquial, si evitará usar terminología difícil entender, se dirán frases fáciles de relacionar como: sentir tristeza sin razón en vez de decir síntomas anhedónicos, ya que muchas veces las revistas están enfocadas a especialistas o conocedores del tema, lo que se busca en esta revista es dar el enfoque al público en general, llegando al público objetivo, también se darán usos de analogías que nos permitan para comprar salud mental con la salud física, para así puede dar la importancia que se merece a la salud mental a la vez de qué se buscará normalizar el tema, para así poder tener la relación entre lo cotidiano y la salud mental.

3.6 Formato

Para la elaboración de la revista, se escogió un formato muy usado con dimensiones: 27 x 21 cm. Con un papel cuché de 150 g. Este tipo de papel es ideal para impresiones a color de alta calidad, ya que se busca que las fotos y gráficos se vean nítidos y que tengan la mayor absorción del pigmento, por lo que también se eligió un acabado barniz mate. Este acabado le da a la revista un aspecto elegante y profesional, reduce el brillo y hace que los colores se vean más suaves, lo cual puede ser muy adecuado para un tema tan delicado como la depresión. Por último, para la encuadernación usamos grapado a caballo. Es el tipo de encuadernación más común para revistas con pocas páginas.

A continuación, en la tabla se presenta el formato de nuestra revista y la información requerida que puede usarse para una solicitud de cotización. En este caso, la cotización se hizo con la imprenta Vettoretti Impresores.

La **Tabla 5** se elaboró a partir de los datos de formato de mi revista llamada “Claroscuro” y los datos de la imprenta a la que solicitamos la cotización, en este caso Vettoretti Impresores.

Tabla 5
Ficha técnica de revista con datos para solicitar una cotización.

Para	Vettoretti Impresores
Persona de referencia	Elsa Ramírez
Dirección	Zacatecas 310, Ricardo Flores Magon, 62370 Cuernavaca, Mor.
Email	elsa.ramirez@vettorettiimpresores.com
De	Alan Omar García Sánchez
Dirección	Raymundo Casillas 3, Bosques de Cuernavaca, 62340 Cuernavaca, Mor.
Email	elsa.ramirez@vettorettiimpresores.com
Nombre del proyecto	Revista: Claroscuro
Formato	Impreso
Dimensiones	27 x 21 cm
Dimensiones a página extendida	27 x 42 cm
Número de páginas	16. Más forros
Número de tintas	4 x 4
Encuadernación	Engrapado a caballo
Acabados	Barniz mate en cubierta 1 x 1
Tipo de papel en interiores	Couche de 150 gr
Tipo de papel en cubiertas	Couche de 150 gr

Piezas	Precio por revista sin IVA (MXN)	Precio total sin IVA (MXN)	Precio final
1000 piezas	\$24.00 sin IVA	\$24,000.00 + 3,840.00	\$27,840.00
500 piezas	\$35.00 sin IVA	\$17,500.00 + 2,800.00	\$ 20,300.00

Nota: Tabla de elaboración propia

3.7 Contenidos

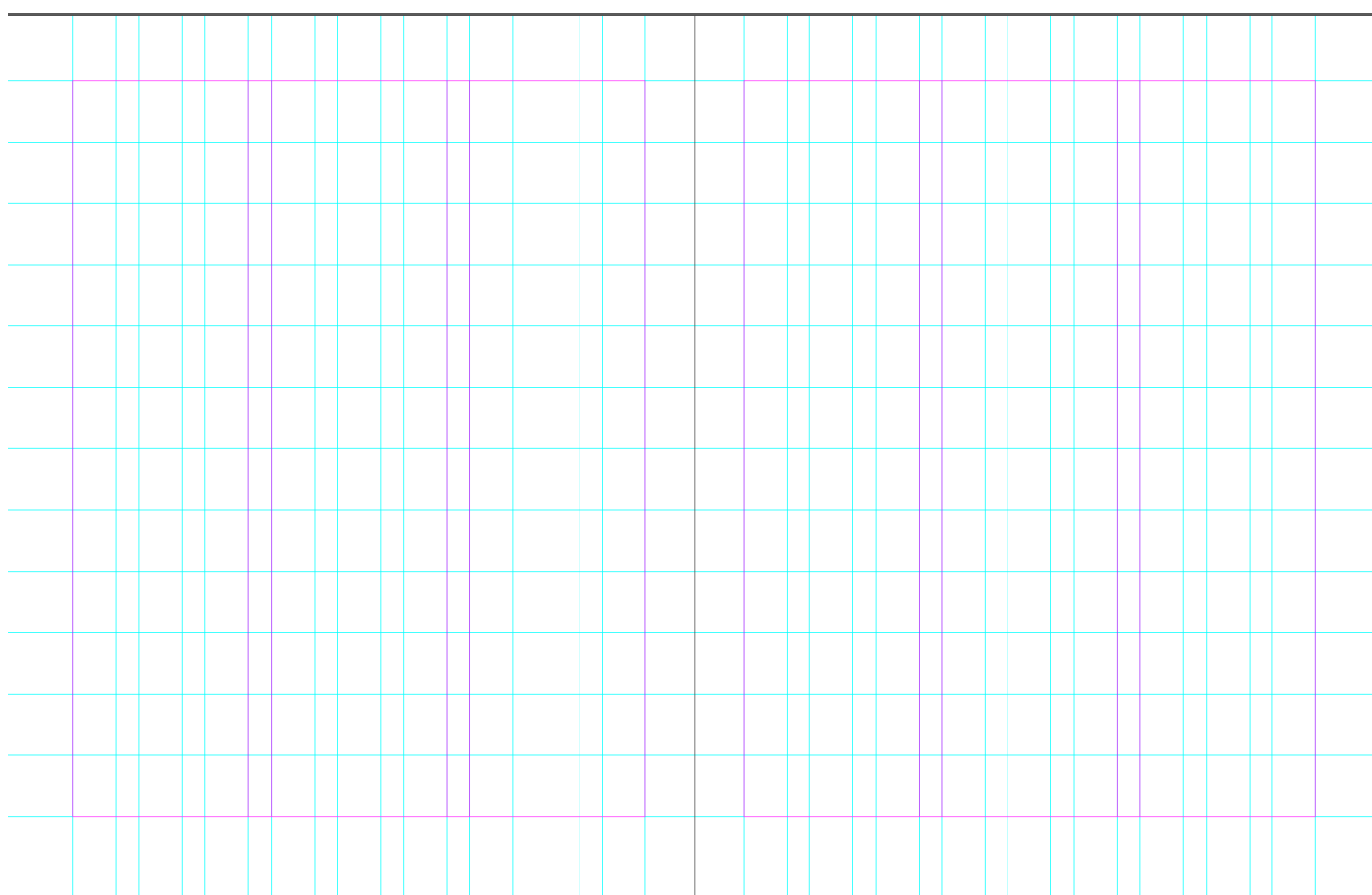
El hablar sobre la depresión es un tema profundo y con muchos paradigmas, por lo que se opta por un formato inspirado en la revista “National Geographic”, ya que se busca tratar dicha

temática a través de una sintaxis visual cómoda y que genere empatía con el público por medio de imágenes que sean fáciles de interpretar para el lector, un diseño limpio, moderno y accesible. Con un título impactante que capta la atención. Ejemplo: “**EL TRAUMA Y SU IMPACTO EN LA VIDA**”.

3.8 Retícula

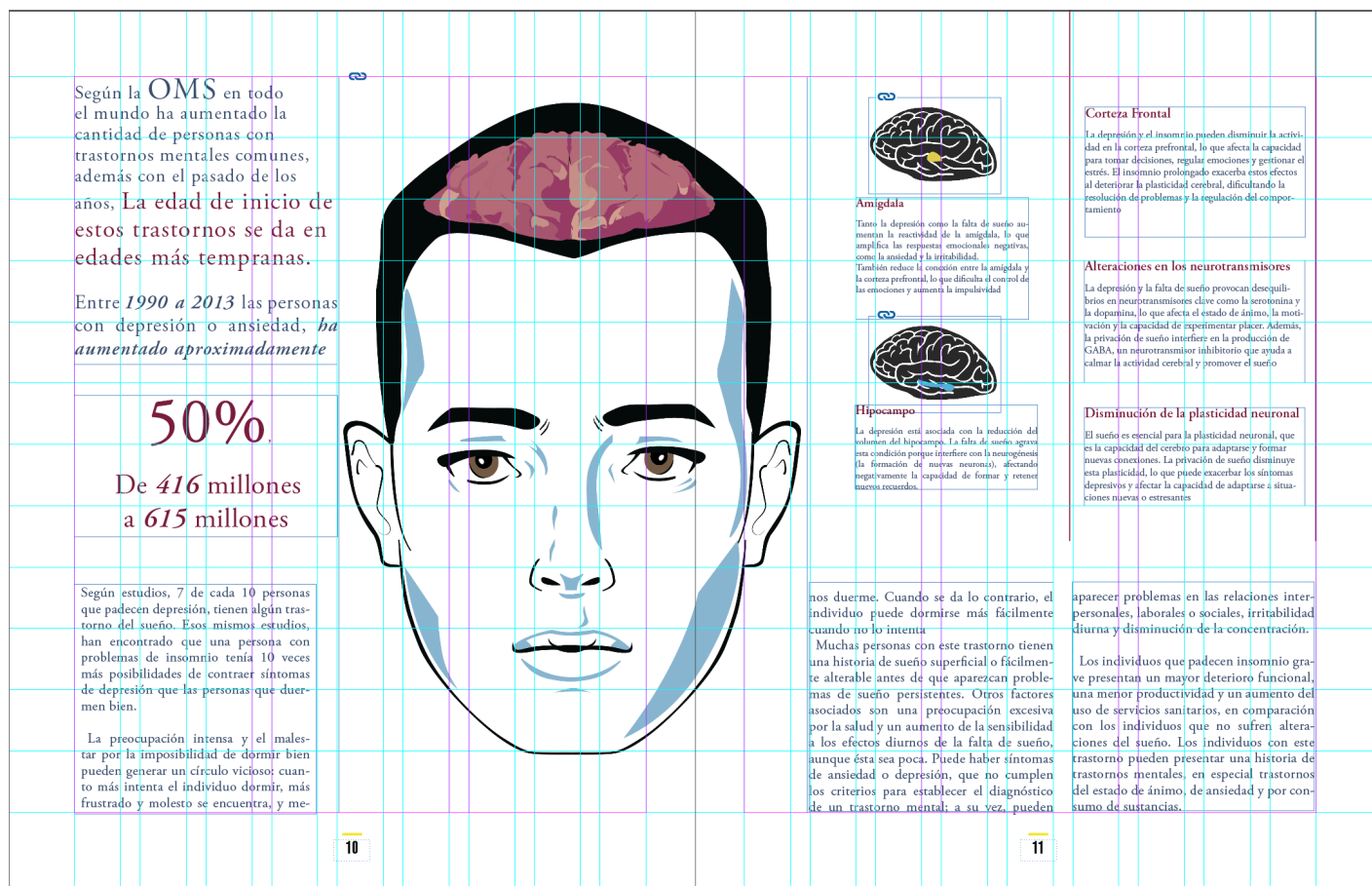
En el caso de la revista desarrollada en la presente tesina, se eligió una retícula basada en columnas como estructura principal de diseño. Esta decisión busca facilitar la organización del contenido. En la **Figura 16** se muestra la retícula de la revista del autor de esta tesina. Se trata de una retícula de columnas; en un principio se consideraba que era una retícula modular, sin embargo, conforme a lo que dice Samara (2004), las guías se consideran guías de flujo y no columnas como tal, por eso, aunque mi retícula tiene varios módulos, son por medio de guías y no columnas. En cuanto a su composición, es una retícula a tres columnas.

Figura 16
Retícula de revista EDE



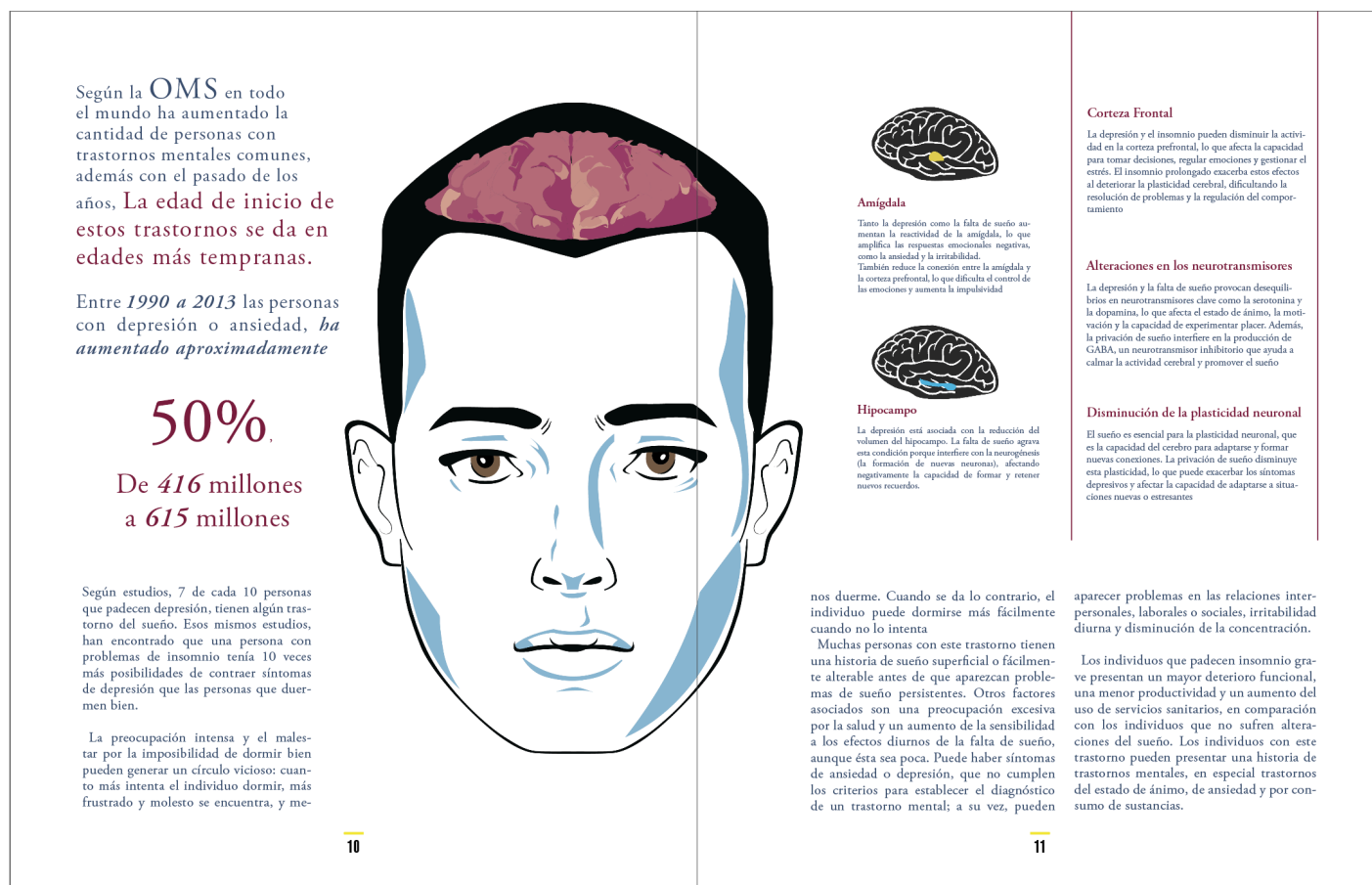
Nota: Elaboración propia.

Figura 17
Réticula Aplicada



Nota: Elaboración propia.

Figura 18
Pagina de revista sin retícula



Nota: Elaboración propia.

3.9 Tipografía

Para nuestra revista quisimos aplicar tipografías que fueran serias, para dar a connotar que lo que hablan los artículos es de suma importancia y con una tipografía que diera más énfasis a esto por medio de sus títulos. Para llegar a este resultado usamos Adobe Garamond Pro para la caja de texto y Balboa Plus para títulos de artículos.

En Figura 19 se muestra la tipografía Adobe Garamond Pro, tipografía clásica y reconocidas a través de la historia. Al tener tanto tiempo, el cerebro la ha asociado con los libros, la tradición y la autoridad académica, por lo que, al usarla, la revista tiene un aire de credibilidad y seriedad instantáneo que cuando se habla de depresión, es fundamental que el lector sienta que la información es confiable y ha sido tratada con respeto.

Figura 19
Tipografía Adobe Garamond Pro aplicada en revista

Gg
Garamond Pro Regular
ABCDEFGHIJKLMNOPS
TUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
!"#\$%&/'?;,:.1234567890w

Imagina un niño que, tras años de abandono, crece sintiendo que el mundo es un lugar hostil. O un soldado que, décadas después de la guerra, aún salta al escuchar un petardo. Estos son ecos del trauma, resonancias que se infiltran en la psique y el cuerpo, germinando en depresión. Según la Organización Mundial de la Salud (OMS), más de 300 millones de personas viven con depresión, muchas de ellas con historias de trauma no resuelto.

Este artículo explora cómo las experiencias traumáticas, especialmente en la infancia, tejen una red invisible que conecta el cerebro, las emociones y la identidad, llevando a una de las condiciones más silenciosas y devastadoras de nuestra era.

El trauma no es solo un evento del pasado; es una herida que sigue latiendo en el presente. Y la depresión, lejos de ser una simple tristeza, es una respuesta compleja a un mundo que, en algún mo-

mento, dejó de sentirse seguro. A través de la ciencia, la psicología y las historias de quienes han logrado sanar, descubriremos cómo estas dos fuerzas están intrínsecamente ligadas y qué podemos hacer para romper el ciclo.

Definiendo lo infnible

Depresión: Según el psicoanalista *J.D. Nasio*, es la pérdida del amor propio, manifestada a través de síntomas físicos (fatiga, insomnio), psicológicos (desesperanza) y sociales (aislamiento). A diferencia de la tristeza pasajera, la depresión es un estado persistente alimentado por factores como el trauma infantil, desilusiones profundas o estrés crónico. Nasio la describe como «un duelo por la pérdida de la ilusión que nos sostenía». Generalmente se confunde la tristeza con la depresión. La tristeza es un estado emocional normal que recurre en la que los humanos y la depresión es un estado

Nota: Elaboración propia. El capitular de la revista es con la tipografía *Adobe Garamond Pro* mencionada en el uso de la revista.

En la Figura 20 se usa la tipografía Balboa Plus que es una tipografía sans-serif de palo seco, con trazos gruesos y un diseño condensado y robusto. La intención fue dar a los títulos de la revista un impacto visual inmediato, comunicando al instante que el tema es importante y no debe tomarse a la ligera.

Otro punto fuerte de esta tipografía es que contrasta muy bien con la *Adobe Garamond Pro*, este contraste no solo es estético, sino funcional. Los títulos dan ese toque de seriedad e impacto. Los ojos del lector distinguen inmediatamente qué es va a decir algo impactante y qué es el contenido principal; razón por la que también se usa para los balazos de la revista.

Figura 20
Tipografía Balboa Plus aplicada en revista



Nota: Elaboración propia. El capitular de la revista es con la tipografía *balboa plus* mencionada en el uso de la revista

3.10 Paleta de colores

La paleta de color de la revista fue un reto, ya que, aunque se conocen los colores que pueden representar a la depresión, es un poco arriesgado usarlos. Esto se debe a que la intención de esta revista es meramente informativa, llegando a una pequeña paradoja. El color sirve para dar sensaciones, pero ¿Es prudente transmitir una sensación de tristeza? Esto se planteó y se llegó a la conclusión de que, aunque es una idea buena idea plasmar colores que represente depresión, no es tan bueno que tengan una carga tan pesada, por lo que se decidió usar esos colores de una manera más sutil; por lo que se eligió **el plasmar los colores en los títulos y en los balazos de los artículos.**

Figura 21 Paleta de Color de la revista en modo CMYK



Nota: Elaboración Propia.

Cómo se ha mencionado en el capítulo anterior, un mismo color puede transmitir diferentes emociones por medio de la manipulación de valores como la saturación, luminosidad y la influencia del blanco y negro, por lo que se dará una breve introducción de lo que puede significar cada uno de los colores, siguiendo la información del libro **“Psicología de color, como actúan los colores sobre los sentimientos y la razón de Eva Heller”**. Además, se aclara que la obtención de tonos se consiguió en base del libro de Haruyoshi Nagumo “Cómo combinar colores. En su libro, Nagumo tiene un esquema de colores conforme a ciertas características y sentimientos que pueden, a la que llama “índice de color”. Dichas clasificaciones van desde colores tristes, pesados, familiares, entre otros más.

A continuación, se presentan los colores usados en la revista y la sensación que se quiere presentar con ellos.

Azul: Por lo general, el azul se representa serenidad, elegancia, sabiduría en los valores positivos, por decirlo de una manera, pero en este caso, el azul busca ser un color más frío, dando esa sensación de ausencia. El azul tiene el origen de ser un color frío, ya que a bajas temperaturas nuestra piel se pone azul y eso da como significado el desprendimiento de nuestra piel en dichas temperaturas. También se hace noción a la lejanía, ya que, según Heller, un color frío, parece dar esa sensación de lejanía en la perspectiva, dando sensaciones, turbias y oscuras. (Ver Figura 18).

Rojo: El rojo que hemos elegido no es un rojo cualquiera: es un tono intenso, con una gran carga de violeta y negro, casi inquietante, que transmite la tensión de una mente que no logra descansar. En el contexto del insomnio, este color se convierte en un reflejo de la vigilia forzada: la sangre corriendo rápido, el corazón que late con fuerza cuando el cuerpo debería estar en calma. Heller menciona, que el rojo siempre se representa con la guerra. En la antigüedad con el dios Ares, y después en Roma con Marte, también asociados con uniformes de guerra del ejército inglés y el español. Con esto dicho, reforzamos la idea de qué con el color rojo es una señal de estar siempre en alerta. (Ver Figura 18).

Marrón: El marrón, al estar vinculado con la tierra, lo sólido y lo pesado, puede asociarse con el peso de los traumas que cargamos en la memoria corporal y emocional. Así como la tierra guarda las raíces y restos del pasado, el marrón simboliza esas experiencias enterradas que permanecen ahí, aunque no siempre las veamos. El marrón, como color simbólico, puede relacionarse con lo terrenal, lo pesado, lo denso. Así, el trauma puede representarse como una carga que hunde, como raíces que no permiten avanzar, o como un suelo enlodado en el que uno se atasca. En el libro de Heller, el marrón es expuesto como el color de menor agrado por la gente, ya que se relaciona con lo podrido y marchito. (Ver Figura 27).

Rosa: Este tono recuerda a la coloración natural de los tejidos internos: mucosas, órganos blandos, sangre oxigenada en los capilares. Por esa semejanza, conecta de manera simbólica con el interior del cuerpo, y por extensión, con el intestino como órgano vital que rara vez vemos, pero sentimos constantemente. Genera una sensación de suavidad y acompañamiento, muy pertinente al hablar de un tema que a veces genera incomodidad o vergüenza. Funciona como un color mediador, que hace más accesible la conversación sobre

el intestino, evitando tanto lo clínico frío (blancos, azules) como lo dramático (rojos intensos). (Ver Figura 22).

Figura 22 Página de revista donde se aplica el tono rosa



Nota: imagen

3.11 Forros

3.11.1 Portada:

Como se ha mencionado, la portada es el primer vistazo entre el lector y el producto. Como experiencia personal, la portada de esta revista fue muy difícil de elaborar, ya que cómo se decía, la portada buscaba ser de alto impacto, con una imagen que pudiera evocar lo que dice los títulos de cada artículo, además acompañada con colores que es evoquen tristeza, pero a la vez de qué no todo está perdido, por lo cual el color de fondo es un amarillo que aunque no radica optimismo como tal, pero tampoco es un amarillo más oscuro para evocarse desesperanza, sino un amarillo más neutral, que es sinónimo de la lucha constante que tiene no caer de nuevo en depresión.

Otro reto fue el estilo del personaje, protagonista de la portada, y el fondo, ya que surgieron variaciones de estilo de fondos porque no se encontraba el equilibrio ideal. Cualquier pequeño movimiento falso daba un significado totalmente diferente. En este caso si el fondo estaba muy saturado, podría ser que es una revista de notas actorales y si se cambia de estilo el personaje de portada puede caer en lo artístico, evocando a un libro de arte o una ilustración, por eso digo que el reto más importante que tuve al diseñar la revista fue la portada.

Aún se tiene incertidumbre de qué sea 100% funcional, pero a partir de enviársela a diferentes conocidos, la portada que se muestra en la **¡Error! No se encuentra el origen de la referencia.**, fue la más votada en cuestión a su relación con el tema de la depresión. En la Figura 49, de la sección de anexos, se ven las propuestas.

Figura 23
Portada de revista

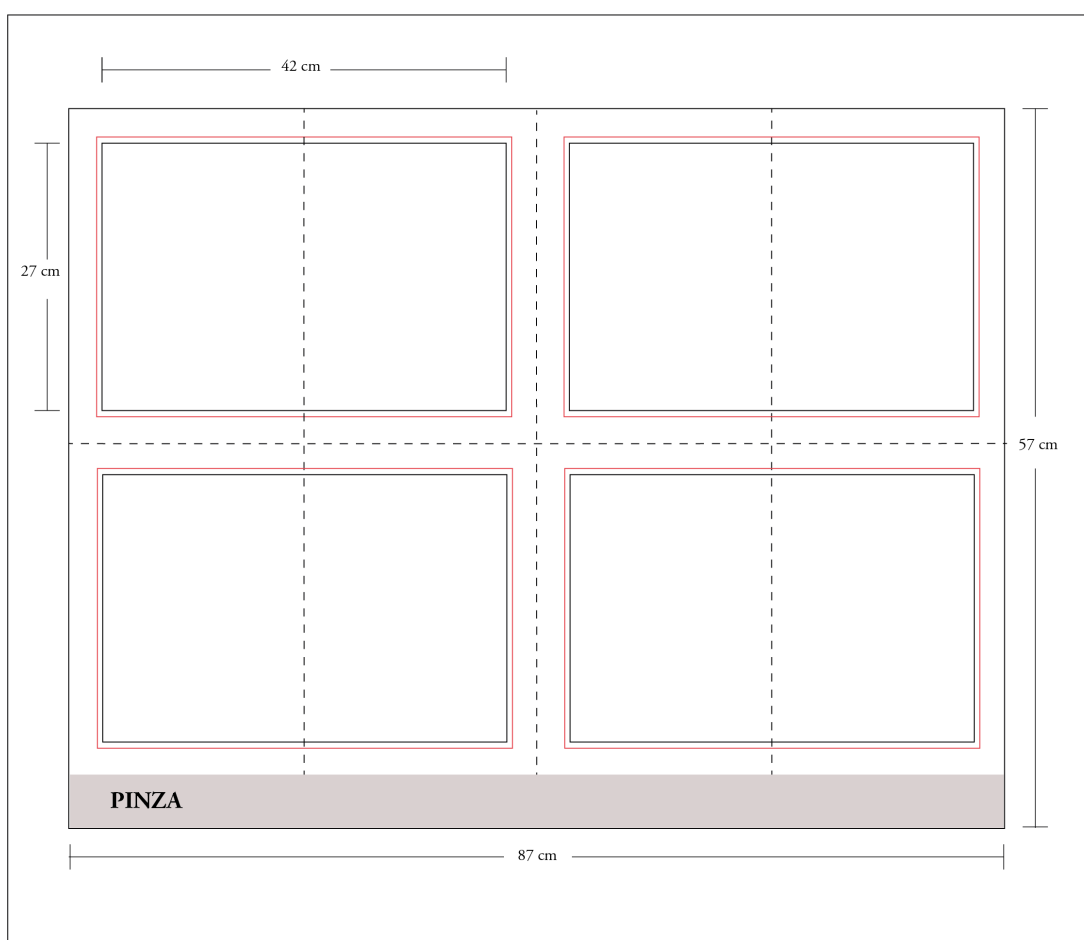


Nota: Imagen de elaboración propia.

3.12 Pliegos

Antes que nada, se hace el comentario que, para la elaboración de la Figura 24, donde se muestra la distribución de las páginas de la revista dentro de un pliego, se tomó referencia de la tesina de la maestra **Jael Araceli González Pérez**; esto debido a que el formato de la revista es el mismo. De acuerdo con nuestro formato de la revista (42 x 27 cm) en su hoja extendida y por lo explicado en el párrafo anterior, se opta por un pliego de papel de (87 x 57 cm). Por lo que en cada pliego pueden imprimirse 8 páginas de nuestra revista por lado del pliego, dando un total de 16 páginas por pliego.

Figura 24 Distribución de páginas de revista en pliego



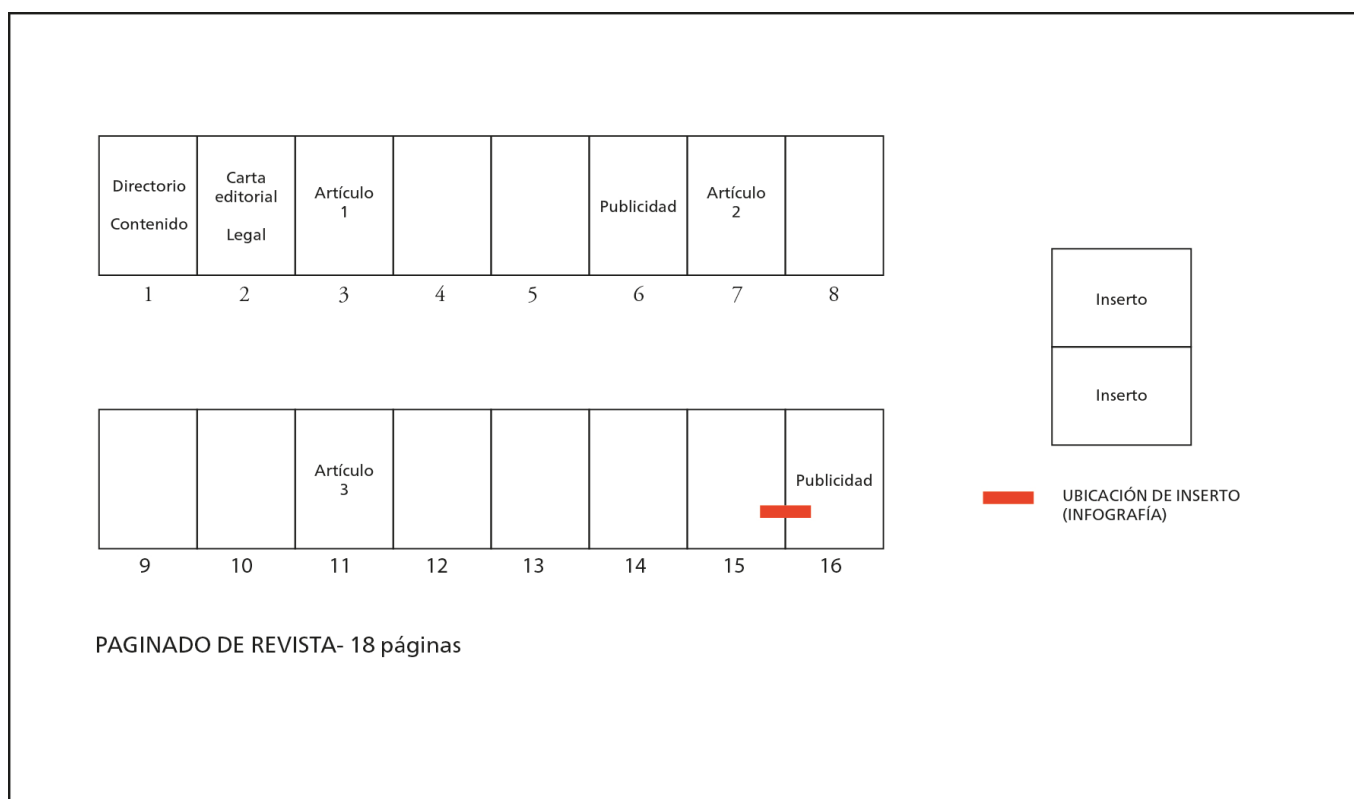
Nota: Elaboración propia con base a la imagen de **Jael Araceli González Pérez. 2022**

3.13 Imposición de páginas

Como ya vimos, la imposición de páginas, es la estrategia para acomodar u ordenar nuestras las páginas de manera adecuada. En este caso, si empieza con el artículo **del intestino y los**

sentimientos, ya que es un artículo introductorio al tema de la depresión, después sigue un corte publicitario, referente al artículo. Luego empieza con el segundo artículo: **“Depresión y el sueño”**, el cual es un poco más inmerso al tema, y de cierta manera más fuerte. Para finalizar, el artículo principal, que por lo general se coloca en la parte media de la revista. En este caso, es el artículo final, por lo que tendrá más páginas, y hablará del tema más delicado, que es el **trauma y la depresión**, finalizando con un inserto de una infografía a tamaño doble carta en vertical. Esta decisión se tomó con base en que la infografía planteada puede ser usada como póster, ya que su objetivo es informar al lector que se puede superar, enfrentar o sobrellevar los traumas que se vivieron. En Figura 25 se muestra la imposición de páginas propuesta.

Figura 25 Imposición de páginas de revista



Nota: elaboración propia.

3.14 Fotografías, imágenes, ilustraciones

Como se ha mencionado, el uso de las imágenes e ilustraciones, nos aporta contexto que se quiere manejar en la revista. En este caso, las imágenes son reflexivas y, a la vez, no son tan

académicas como otras revistas; más bien, son imágenes que todo el mundo conoce o puede deducir rápidamente de qué se trata, pero a la vez busca dar esa sensación diversa de sentimientos. En el caso de esta revista, las ilustraciones se usaron para la elaboración de infografías, las cuales constan de dos infografías, una que va dentro de la revista y otra que se manejó en el formato de inserto. La depresión puede tratarse de manera académica como se plantea en el caso de la infografía que se elaboró dentro de artículo de **depresión y sueño**, donde se habla de las consecuencias de no dormir en el cerebro, y la segunda infografía llamada, **superando el trauma**, en este caso, una infografía más simbólica que reta al espectador a interpretar su mensaje de que superar un trauma es un alto referente a la libertad mental.

En Figura 26 se plantea una imagen de una persona, encorvada. Se puede ver que es una persona con un cuerpo, delgado y huesos marcados, dando un aspecto de desnutrición o sufrimiento. Esto se refuerza por los colores, el uso de un blanco muy brillante como luz, los complementos, marrones y grises opacos.

Esta imagen se eligió para representar el trauma, debido a que la pose da entender con una señal de derrota y/o sufrimiento.

Figura 26
Imagen de Revista Propia



Nota: Tomado de **Unsplash: foto de Larm Rmah** [Fotografía], sitio <https://unsplash.com/es> CC BY 2.0

3.15 Márgenes y caja tipográfica

A continuación, se toma de ejemplo la Figura 27, dónde se muestra la composición de la caja de texto. Nuestra página tiene seis columnas, las cuales tienen alrededor de 32 a 50 caracteres, que según (Kane, 2012); este rango de caracteres ayuda a que la lectura sea ligera, y poder leer por mas tiempo. Esto se hizo debido a que, la redacción de la revista a pesas de no estar a un nivel académico, aún sigue siendo un tema complejo y que, en cierto punto es difícil de comprender y por ende se utiliza una caja tipográfica con una cantidad moderada de caracteres moderada por línea.

Con referencia a la portada anterior, la imagen está situada en el extremo derecho de la composición, haciendo contraste con el título del artículo. La imagen también tiene un balazo dentro de ella, dando un primer vistazo óptico hacia el lector.

Figura 27
Composición tipográfica y de diseño de revista



Nota: Imagen de elaboración propia.

3.16 Conclusiones

El poder elaborar, diseñar e investigar los artículos de la revista fue una experiencia de muy demandante, esto no quiere decir que no me ha gustado el resultado, pero su elaboración fue un reto; por el hecho de que como ya se ha mencionado, se está hablando un tema delicado y que si no se sabe manejar puede ser contraproducente. Qué se quiere decir con esto, la depresión es un arma de dos filos, dependiendo de circunstancias y del carácter de cada persona, ya que para algunos puede ser un motivante para no recaer, para otros puede ser un detonante para encerrarse más dentro de ella o incluso, como es mi caso, es una dualidad de estos dos parámetros; hay momentos donde siento que ya no vale la pena nada y otros donde debo de luchar más para salir adelante.

El objetivo fue informar sobre los temas de la revista, que si bien son delicados y difícil de entender, son temas que se deben conocer, se deben de saber sus causas y de las consecuencias de lo que puede pasar si no se atienden o ignoran; tanto en el artículo de la depresión y el sueño, como el del trauma y la depresión, se presenta una serie de consecuencias para no tomarse a la ligera, sino que se pueda aprender de ellos y estar alertas y conscientes de que sí, hay una raíz, pero a la vez también hay soluciones a estos problemas.

CAPÍTULO 4 : PERIÓDICO

Para el proyecto, se tomó un periódico ya en el mercado, El Herald de México, integrando el proyecto como un inserto del mismo. La razón trabajar con este periódico como base, fue el diseño con el que fue elaborado, en un principio los tonos azules con los que se basa su identidad sirvieron como punto de atracción para poder relacionarlo con mi público objetivo, ya que bien se sabe que los colores azules en cierta tonalidad evocan sentimientos de tristeza, pero a su vez en las tonalidades del “Herald”, dan noción al cielo y la sabiduría. Otros factores de diseño que llamaron mi atención fueron su limpieza y el minimalismo utilizado, casi al 100%, dando ese enfoque, para que la lectura de noticias sobre la depresión no sea tan pesada para el lector.

Este proyecto, se realizará respetando la línea editorial que maneja “El Herald de México” en lo que respecta a la diagramación y al diseño.

4.1 ¿Qué es un periódico?

Dicho por la Universidad de Londres, un periódico es un boletín no institucional que aparece regularmente y contiene noticias de índole general sobre lo que sucede en un área geográfica o del conocimiento.

Por otro lado, el sitio web “<https://humanidades.com/periodico/>” establece que:

El periódico es un medio de comunicación masivo, en formato impreso o digital, que permite comunicar noticias recientes o temas de actualidad e interés público. La palabra periódico proviene del latín y alude a “algo que ocurre en intervalos de manera regular”.

Ademas argumenta que el periódico tiene gran alcance y sirve para informar, promover, persuadir y formar opiniones a un gran número de la población. Su difusión puede ser diaria, semanal o mensual. Los periódicos de tirada diaria suelen ser de primera edición o edición matutina, es decir, se emiten a primera hora de la mañana. En caso de difundirse a última hora de la tarde se denomina edición vespertina.

4.2 Objetivos particulares periódico

- Obtener temas específicos que hablen de la depresión y su repercusión en adultos y adolescentes en la región de Morelos, así como otros temas referentes a la depresión.
- Redactar una serie de noticias sobre diferentes aspectos de la depresión

- Mostrar a través de un periódico noticias que hablen de diferentes temas acerca de la depresión usando elementos de diseño editorial.

4.3 Historia

Se puede decir que una vez que el hombre inventó la escritura en la época remota de las antiguas civilizaciones, el periodismo tomó un lugar dentro de la cultura humana, dado que es una disciplina que ha evolucionado junto con la humanidad.

Desde comienzos de la imprenta de tipos móviles de Gutenberg, los diarios o almanaques tuvieron un gran auge como principal medio de difusión de las noticias locales e incluso nacionales de cada país. El oficio requería de un gran número de trabajadores encargados de la formación de la publicación, algunos de ellos: ilustrador o grabador, impresor, editor, formador, entre otros. A principios del S. XIX el alemán Friedrich Koenig revolucionó la impresión del periódico con su máquina: la prensa rotativa. Este invento permitió a las grandes casas editoriales realizar un amplio número de ediciones en una fracción del tiempo requerido. A su vez, el invento tuvo muchos detractores debido a que la industrialización de un trabajo que hasta el momento se consideraba como toda una artesanía cuyo proceso era completamente manual, significaría la pérdida de un ingreso para los trabajadores y, por ende, el desamparo económico de muchas familias.

El invento, que tiene como contexto la revolución industrial en distintos países de Europa, logra ser todo un parteaguas en los sistemas de impresión, llegando a crear 1.100 pliegos por hora en su primera versión de 1814 y posteriormente, alcanzó una mejora de hasta 4.000 pliegos en 1828.

Actualmente, es uno de los medios impresos que más se imprime de manera diaria en todo el mundo; su uso, lejos de lo que se piensa, no está próximo a ser obsoleto. Si no que, se adapta a las necesidades de sus usuarios.

4.3.1 Historia del heraldo de México

Este es un resumen, a partir del trabajo de **Mario Ortiz Murillo** “*El Heraldo de México, orgulloso periódico anticomunista*” con fecha de mayo 8, 2023. Donde comienza a hablar sobre el periodismo en México. Es un oficio que trasciende en la historia, que refiere el pasado remoto; una crónica que va desde la llegada de la imprenta de Juan Pablos, en el siglo XVI, hasta la aparición del ciber periodismo posmoderno del tercer milenio.

Una de las motivaciones de su trabajo fue para documentar este particular caso, fue la oportunidad de recuperar en los testimonios de algunos periodistas vivos (pertenecientes a las

filas de El Heraldito) el relato histórico de un periódico identificado con la modernidad de la prensa industrial contemporánea.

Contexto histórico

Con el arribo de Díaz Ordaz al poder se reiteró una tendencia impulsada por el Estado autoritario de fomento a la actividad periodística y, paralelamente, de control del gremio. El nacimiento de dos nuevos periódicos más en la capital de la República, El Sol de México y El Heraldito, surgidos casi de forma simultánea, debe entenderse como parte una estrategia del gobierno para consolidar un modelo de comunicación tendiente a reforzar el liderazgo presidencial y otorgar una válvula de escape en una coyuntura de abierta confrontación ideológica, en la que se pensaba que en los años siguientes nuestro país podría quedar a expensas del caos a merced del ascendente comunismo.

A mediados de 1965, en la última etapa del desarrollo estabilizador, el país parecía alcanzar la promesa revolucionaria de progreso. En México se disfrutaban las últimas mieles del milagro mexicano, con bajas tasas de desempleo y mayores oportunidades de movilidad social. La sociedad mexicana y sus medios de comunicación eran más conservadores, más moralistas, más institucionales.

Corría el final del año 1965. Gustavo Díaz Ordaz estaba muy cerca de cumplir su primer año en la Presidencia de la República, cuando apareció en la capital del país, el martes 9 de noviembre, el primer número de El Heraldito de México. Era un matutino con un diseño moderno, con una presentación llamativa, impreso en offset, causó novedad la utilización del color y se distinguía de la mayor parte de los diarios por sus abundantes imágenes. El Heraldito de México con la bien meditada ambición de ofrecer a la patria de hoy el periódico que requiere su nueva medida, su espléndido desarrollo, con su prometedora proyección; el periódico que requiere “No solo en cuanto decoro de su presentación” tipográfica y a la eficiencia de sus servicios informativos, sino sobre todo con el aliento y el espíritu que se ajustan a la presentación de la nación y a su destino futuro. Se trata de una empresa periodística diseñada y ejecutada en México. Era la proclama de un diario sin disimulos, que fijaba en su estreno sus valores y su visión del periodismo que pretendía desarrollar. Los conceptos: (limpieza) moral, ética profesional, patria, nación, responsabilidad... manifestados en el discurso fundacional, no permiten vislumbrar, por el momento, uno de sus rasgos posteriores: la condena comunista. En este sentido, El Heraldito no se propuso desde el principio abanderar el conservadurismo, la definición editorial e informativa se iría configurando en los años siguientes, cuando el curso de los acontecimientos obligó a los medios a fijar su postura y a

definirse por un bando. Sin embargo, El Heraldito, prometía a los capitalinos "...advertir los desmanes y los desvíos dobles donde se encuentre". La crónica y las fotografías del evento testificaron la emoción del invitado de honor al inaugurar las instalaciones y la maquinaria del "diario que piensa joven".

"El presidente de México, Gustavo Díaz Ordaz, fue el primer lector de EL Heraldito de México. - Sostiene entre sus manos y lee con interés, el ejemplar de la edición número cero, fresqucito, salido apenas de la gran rotativa, un segundo después de haber oprimido el botón que puso en operación la modernísima "Goss Urbanite". Comparten la satisfacción manifiesta en el rostro del Primer Mandatario, los creadores de este nuevo órgano de difusión periodística: don Gabriel Alarcón, presidente y director general de "**EL HERALDO DE MÉXICO**"; Óscar Alarcón Velázquez, subdirector, y Alberto Peniche Blanco, gerente general"

En 1963, inició una ardua valoración de los sistemas de producción en la impresión y de las nuevas tendencias en el diseño editorial. El hijo de Gabriel Alarcón, Óscar, fue el encargado de visitar y conocer de forma directa varias de las más importantes empresas editoras de periódicos del mundo. El propietario tomó todas las previsiones mercadológicas posibles: contrató a consultores y especialistas del negocio editorial para conocer, mediante el diagnóstico del mercado de lectores, qué leían y cómo leían periódicos los diferentes sectores socioeconómicos de la población de la Ciudad de México.

El Heraldito de México fue el primer periódico a color. Este también se distinguió por cambiar la presentación tradicional de las noticias, que, hasta entonces, eran impresas en un solo paquete por una presentación en secciones independientes. En una práctica que en este tiempo es muy común en los periódicos tamaño estándar, *El Heraldito de México* podía leerse por secciones: el periódico apareció con su sección deportiva, de espectáculos, de sociales, de información general y **el suplemento cultural**. De esta forma de separación de la información, el lector interesado en un asunto en particular solo desprendía la sección correspondiente.

Pedro Camacho Marín, reportero suplente en 1969, establece lo trascendental que resultó la innovación de un medio que separaba por secciones independientes la información:

"antes era un solo cuaderno (...) *El Heraldito* fue el primero en hacer una sección para cada tipo de información con la idea de ser, desde el principio, un periódico familiar y que cada miembro de la familia tomara la parte que le interesaba, la parte de deportes y sociales. La historia de El Heraldito debe ser vista desde varios ámbitos: como industria periodística, por sus innovaciones, postura editorial y su manejo informativo, por el enfoque impuesto por sus directivos, condiciones laborales, la administración y vías de contratación, prácticas reporteriles. Autonomía financiera.

Desde el nacimiento del periódico hasta la muerte de su fundador, lo que puede llamarse una primera etapa (1965-1986), El Heraldó invirtió en la mejor tecnología disponible. Desde de los primeros sistemas computacionales de edición periodística, la incorporación de las primeras rotativas destinadas a la impresión en offset, en la modernización de la redacción adquiriendo equipos avanzados de transmisión de datos para la comunicación con las agencias internacionales de información, especializando cada una de las áreas con capacitación y adiestramiento permanente de los recursos humanos con el fin de hacer un uso eficiente de los equipos. El periódico por quince años, al menos, representó la vanguardia de la prensa industrial en México. Con la capacidad para imprimir, como ocurrió en ediciones especiales, hasta 250 mil ejemplares diarios.

Las innovaciones legadas por El Heraldó deben ser vistas en el contexto histórico en el que se producen: la aplicación del color, se pasa de un solo paquete al periódico seccionado (separado e impreso de forma independiente), la inclusión de un periodismo gráfico de y para las socialité mexicana cristalizado en frívolos fotorreportajes bautizados como “los cuics”, lo cual representó una renovación del periodismo de sociales con fórmulas más vistosas y atractivas imitadas en buena parte de la prensa de los años sesenta y setenta. En el ámbito deportivo, El Heraldó, por lo menos en las dos primeras décadas, destacó por una de las mejores secciones deportivas gracias al prestigio de especialistas y reporteros, muchos de ellos formados en el oficio en este medio. Los recursos económicos, humanos y tecnológicos del periódico le permitieron desarrollar memorables coberturas de eventos deportivos internacionales celebrados en México y el extranjero. Los Juegos Olímpicos de México 1968, La Copa del Mundo de Fútbol en 1970 y 1986, Juegos Panamericanos, Campeonatos Mundiales de Boxeo... Son registros indispensables en la historia del deporte moderno. El Heraldó conformó un eficaz equipo de reporteros y fotógrafos especializados en las crónicas e imágenes de todos los ángulos de la noticia deportiva.

4.4 Productos similares

Se puede decir que el objetivo principal de los periódicos es dar noticias, pero cada uno tiene ciertas políticas y lineamientos, por lo que se buscó qué tipos de periódicos se dedica a divulgar temas de salud mental. En la **¡Error! No se encuentra el origen de la referencia.**, se listarán productos similares, al heraldo de México y que cuentas con suplementos o divulgación web acerca de salud mental.

Tabla 6
Productos similares- periódico

Título	Descripción	Formato
LA JORNADA 	La Jornada es un periódico mexicano de corte progresista fundado en 1984, reconocido por dar voz a sectores marginados, su crítica al gobierno y a la iniciativa privada, así como por su apoyo a causas de izquierda. El periódico utiliza los TAGS "Mental health" y "TAG - salud mental" en su web para agrupar noticias y artículos sobre bienestar psicológico, emocional y social, abarcando temas como la ansiedad, la depresión, la atención integral a trastornos mentales y las iniciativas de salud pública, con un enfoque en la situación en México y la región.	Idioma: Español Editorial: Universal Periodicidad: Diaria Dimensiones: 28 x 43 cm.
	Las noticias de salud mental en Milenio se centran en la perspectiva de México y abordan el impacto de la prevalencia de trastornos como la depresión y ansiedad, y la importancia de	Idioma: Español Editorial: Universal Periodicidad: Diaria Dimensiones: Berlínés, 31.5 x 47 cm.



desestigmatizar y mejorar el acceso a la atención especializada. Los artículos de Milenio también exploran soluciones, como la tecnología (inteligencia artificial), la medicina tradicional y la necesidad de políticas públicas.

Nota: tabla de elaboración propia.

4.5 Ventaja competitiva

A partir de la tabla, se puede decir que una ventaja es un suplemento dedicado a la salud mental, (siendo más específico la depresión) en un formato impreso, ya que los periódicos expuestos, la jornada y milenio abarcan varias noticias de esta temática, pero a través de sus páginas webs. Además, el Herald, como ya vimos en su historia, siempre se ha destacado por dar ideas frescas y nuevas. Por otra parte, su diseño se alinea con el objetivo de transmitir contenido sutil, pero impactante, ligero de ver y cómodo.

4.6 Estructura

Todo periódico, debe ser organizado de manera coherente. Las partes que lo conforman son: la plana, primera plana, cintillo, secciones, fechario, lema, logotipo, columnas, directorio, titular, fotografía, pie de fotos y orejas. Se refiere a la plana, una de las páginas en las cuales se escribe la noticia.

Primera plana, es la hoja principal del periódico, es decir, la primera página que lo conforma, en ella se muestran las noticias de mayor relevancia e impactantes para el lector.

El cintillo es una pequeña línea, sobre la cual se escribe el nombre del periódico.

Las secciones son todas y cada una de las partes informativas en que se divide el periódico. Estas se dividen en nacionales, internacionales, sociales, deportes, educación, cultural, economía, regional, ciencia, etc.

El Fechario se refiere a la fecha de publicación del periódico, está situado en la parte superior del periódico.

Lema es una frase corta, que identifica la filosofía de la empresa, por ejemplo: “El diario que leemos todos”. Este aparece debajo del logotipo que porta el periódico.

El logotipo es un gráfico o imagen que identifica al periódico.

Las columnas son la estructura en que se encuentra escrita la noticia. Estas son redactadas por periodistas especializados, que analizan un tema de interés. El objetivo de escribir las noticias en columnas, es para que el lector no se fastidie al leer la nota y sea más amena.

4.7 Contenidos

El contenido del periódico se centra en ser un suplemento de noticias, sobre depresión y su impacto en diferentes áreas de la vida del público en general. Como se planteó que el periódico, va dirigido a un público, de entre 20 y 35 años, con un perfil de que ya son padres de familia, estas noticias les puede ser relevantes e incluso informativas para saber cómo tratar y combatir estos temas sobre depresión, ya que se abordan desde la depresión del ambiente laboral, el tipo de medicamento que hay y otras noticias más que puede ser de suma importancia para nuestro público para nuestro lector.

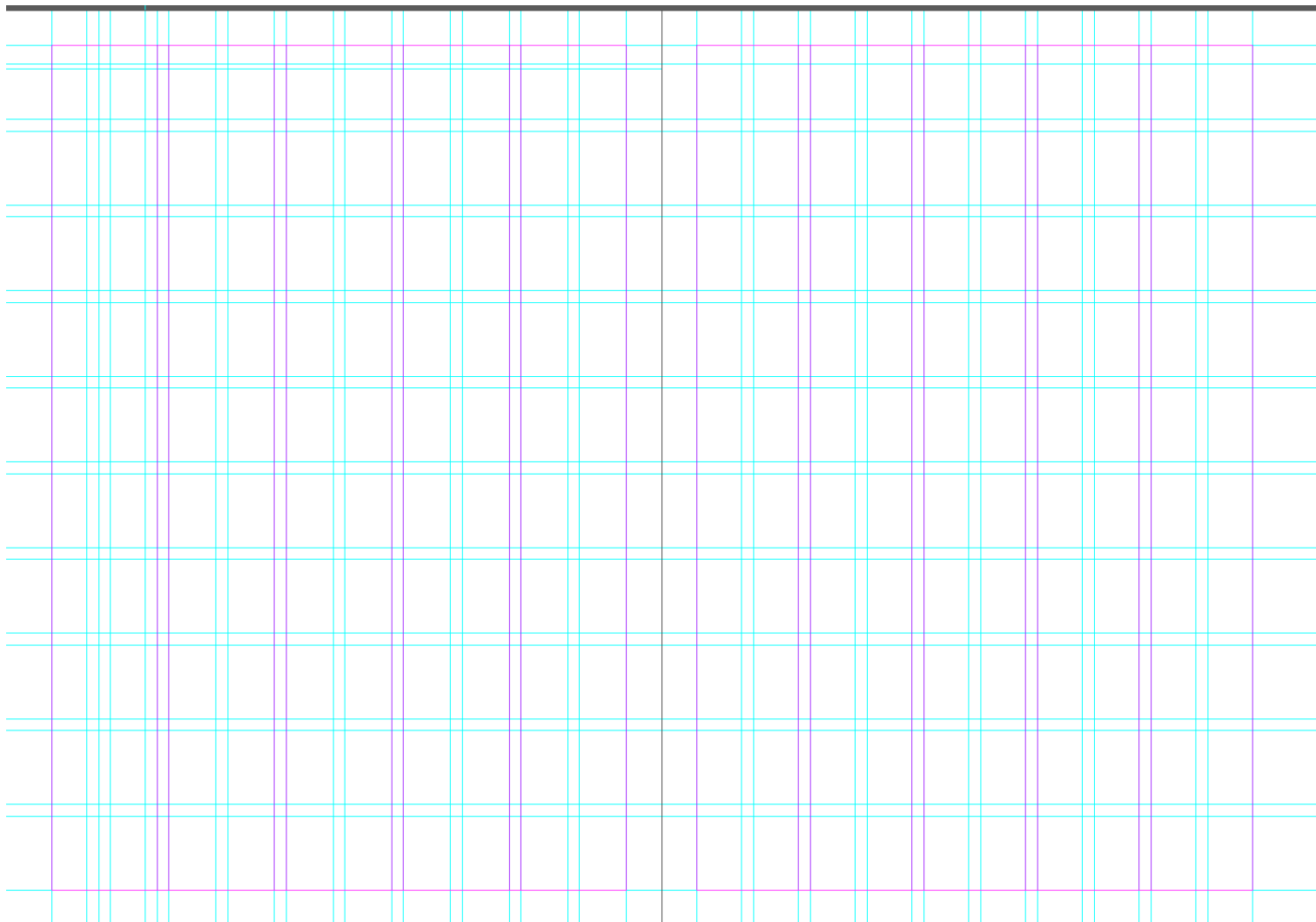
4.8 Formato

Este periódico está basado en las características editoriales del Heraldo de México que maneja formato impreso y digital y su tamaño en la versión impresa es doble carta, es decir: 28x 43 cm por hoja e impreso en papel de prensa.

4.9 Retícula

Así como la revista, el periódico tiene una retícula de columnas, en este caso es de cinco columnas, además cada columna tiene líneas guías que la dividen para trabajos más precisos. Otra función de la guía es tener referencias precisas para colocar objetos destacables o únicos dependiendo de las características propias de cada diseño; en este caso, el heraldo tiene su paginación en la parte superior del periódico a una altura determinada revasando el margen.

Figura 28
Retícula periódica



Nota: Elaboración propia

Figura 29
Página de periódico con retícula sobrepuesta

EL HERALDO DE MÉXICO

SALUD

MIÉRCOLES 11/06/25

DEPRESIÓN JUVENIL: UNA ENFERMEDAD SILENCIOSA

En los últimos años, la depresión juvenil ha emergido como una de las principales preocupaciones de salud mental a nivel mundial. Según estudios recientes, uno de cada cinco jóvenes experimenta algún

tipo de trastorno depresivo antes de llegar a la adultez, lo que ha generado una creciente alarma entre expertos y autoridades de salud.

Este trastorno, conocido como "la enfermedad silenciosa", afecta tanto emocional como físicamente a los jóvenes, impidiéndoles llevar una vida normal. A menudo, los síntomas pasan desapercibidos o son minimizados como cambios de humor propios de la adolescencia. Sin embargo, los efectos de la depresión pueden ser devastadores, afectando el rendimiento académico, las relaciones sociales y la salud física.

Los jóvenes y adultos de depresión incluyen un cambio en la actitud y el comportamiento previos que pueden provocar ansiedad y dificultades importantes en la escuela o el hogar, en actividades sociales, en otros aspectos de la vida.

Puede resultar difícil notar la diferencia entre los síntomas en el estado de ánimo que simplemente forman parte de la vida de los jóvenes y la depresión adolescente. Habla con tu hijo/a adolescente. Intenta determinar si su comportamiento refleja un sentimiento difícil o si la vida le parece abrumadora.

Entre ellos se encuentran los que viven en lugares donde hay inseguridad o se requiere ayuda humanitaria; los que padecen enfermedades crónicas, trastornos del espectro autista, discapacidad intelectual u otras afecciones "atípicas"; los jóvenes embarazados y los padres adolescentes o en matrimonios precarios o forçados; los huérfanos, y los miembros de minorías étnicas o sexuales o de otros grupos marginados.

Muchas conductas de riesgo, como el consumo de sustancias o las prácticas sexuales no seguras, se inician en la adolescencia. Pueden ser mecanismos que se usan para hacer frente al malestar emocional, pero pueden afectar muy negativamente al bienestar físico y mental.

En promedio, durante 2024 se brindaron en México 46 consultas por hora para atender dicho trastorno. Las mujeres representaron el 79 % del total y los hombres el porcentaje restante, según datos preliminares de la Dirección General de Información en Salud (DIGIS) de la SSA.

Los jóvenes tienen más tendencia a adoptar hábitos nocivos de consumo de sustancias que pueden perjudicar a lo largo de la vida.

Algunos problemas como la presión de sus compañeros/as, las expectativas académicas y los cuerpos que cambian pueden ocasionar muchos altibajos en ellos/as. Sin embargo, para algunos/as adolescentes, estar deprimido es mucho más que solo sentimientos temporales, sino que es un síntoma de depresión. La depresión en adolescentes no es una debilidad o algo que se pueda superar con fuerza de voluntad; puede tener consecuencias graves y requiere tratamientos a largo plazo. Para la mayoría de los y las adolescentes, los síntomas de depresión se calman con tratamientos como medicamentos y terapia psicológica.

Con la depresión juvenil en aumento, se subraya la necesidad de crear más espacios seguros donde los adolescentes puedan hablar sobre su salud mental sin temor al estigma, y recibir el tratamiento adecuado para recuperar su bienestar.

Uno de cada cinco jóvenes sufre depresión antes de llegar a la adultez.

MIÉRCOLES 11/06/24

Mitos y Realidades de la depresión

¿Qué es la depresión?

Todas las personas se sienten tristes o decaídas de vez en cuando, pero estos sentimientos suelen desaparecer. La depresión (también llamada depresión mayor, trastorno depresivo mayor, depresión clínica) es diferente. Puede causar síntomas graves que afectan cómo la persona se siente, piensa y ejecuta actividades diarias como dormir, comer o trabajar. La depresión puede afectar a cualquier persona, sin importar la edad, el sexo o la raza, los ingresos, la cultura o el nivel educativo. Hay investigaciones que sugieren que los factores genéticos, biológicos, ambientales y psicológicos desempeñan una función en la depresión.

Dejar de creer en los mitos acerca de la depresión y de las personas que la padecen es una forma de ayudar y luchar contra este estigma. Por eso, hoy te compartimos mitos que se tienen sobre esta enfermedad.

Mitos	Verdades
1. El único tratamiento eficaz es el farmacológico. La depresión tiene múltiples causas (ambientales, biológicas, psicológicas, etc.), por lo que el tratamiento varía según la persona. Puede incluir medicamentos, terapia psicológica o ambos.	1. La depresión no es trágica: es una enfermedad curable. Los expertos creen que la causa de la enfermedad es el desequilibrio de determinadas sustancias químicas del cerebro. No hay una única causa. Muchas cosas, incluidos sus genes, los acontecimientos vitales, enfermedades y medicamentos, pueden causar el desequilibrio.
2. Las mujeres no sufren depresión. La depresión no distingue género ni edad. Sin embargo, las mujeres suelen reconocer menos sus emociones y pueden expresar el malestar con conductas de riesgo.	2. La depresión no discrimina: le puede pasar a cualquiera. La depresión es más común en adolescentes y adultos, pero puede manifestarse en cualquier grupo étnico, étnico y económico, y en ambos sexos por igual.
3. No es una enfermedad. La depresión no es solo una etapa ni una bajada de ánimos. Es una enfermedad real, compleja, que afecta tanto la mente como el cuerpo.	3. No necesitas una "razón" para sentirte así. Si bien vivir una experiencia dura o difícil puede desencadenar la depresión, ésta no es la única causa. Los medicamentos, problemas hormonales, el parto y el uso de alcohol y drogas pueden desencadenar la depresión. A veces ocurre sin motivo aparente.
4. No necesitas ayuda para superarla. Aunque tengas recursos personales, es fundamental apoyarte en redes cercanas o profesionales. Pedir ayuda es un paso clave para salir adelante.	4. No se supera con fuerza de voluntad. La depresión es una enfermedad. Es un problema con la química del cerebro, no de carácter. No puede obligarse a superarlo o como proponerse hacer que desaparezcan el alma o un talento.

SALUD 3

Cómo apoyar a alguien con depresión

Hablar con alguien que sufre de depresión puede parecer desafiante. Las palabras y el tono adecuados pueden hacer una gran diferencia en cómo la persona se siente apoyada y comprendida. Informarse sobre cómo ayudarle y comprenderlo, y ayudarlo a recibir los recursos que necesita. Mientras más sepa sobre la depresión, más se puede apoyar a la persona y cómo se puede usar una propuesta realista para ayudar a alguien que no necesita.

Aquí algunos consejos clave para comunicarse de manera efectiva y empática con alguien que está lidiando con la depresión.

- Escucha sin juzgar**
Una de las maneras más importantes de ayudar es simplemente estar presente y escuchar sin ofrecer soluciones inmediatas o juzgar. La depresión es una enfermedad compleja, y las personas que la padecen necesitan sentir que tienen un espacio seguro para expresar lo que están experimentando. Haz preguntas abiertas como "¿Cómo te sientes hoy?" o "¿Qué puedo hacer para ayudarte?".
- Se paciente y comprensivo**
La depresión puede hacer que las personas se sientan cansadas, irritables o distantes. Es importante recordar que estas actitudes no son personales, sino un reflejo de lo que están viviendo. Mostrar empatía, incluso cuando no entiendas completamente lo que están pasando, es vital. Tráete como "Lamento que estés pasando por esto, pero estoy aquí para ti" pueden ser muy reconfortantes.
- Evita los clichés o minimizar su dolor**
Frases como "Todo estará bien" o "Otras personas lo tienen peor" pueden parecer bienintencionadas, pero para alguien con depresión, pueden sonar vacías o invalidantes. En su lugar, trata de validar sus emociones diciendo cosas como "Debe ser muy difícil lo que estás sintiendo" o "Es comprensible que te sientas así".
- Ofrece apoyo práctico**
A veces, las personas con depresión necesitan ayuda en aspectos prácticos de la vida, como hacer las compras, acompañarlos a una cita médica o simplemente estar ahí para una caminata. Ofrece ayuda de manera concreta: puede marcar una gran diferencia.
- Animas, pero no presiones**
Aunque es importante animar a la persona a buscar ayuda profesional, como un terapeuta o consejero, sé paciente. Pueden decir algo como: "Ha pensado en hablar con un especialista? Estoy dispuesto a ayudarte a encontrar uno si lo necesitas".
- Hayde saber que no está sola**
El aislamiento es común en la depresión, por lo que es crucial hacerle saber a la persona que tiene una red de apoyo. Un simple "Estoy aquí para ti" o "No tienes que pasar por esto solo" puede significar mucho para alguien que siente que su mundo se está desmoronando.
- Cuida de ti mismo también**
Ayudar a alguien con depresión puede ser emocionalmente agotador, por lo que es importante cuidar tu propio bienestar.

Nota: Elaboración propia.

Figura 30
Página de periódico



Nota: Elaboración propia.

4.10 Tipografía

La tipografía escogida en este trabajo no es la del heraldo, ya que dichas tipografías no se pudieron encontrar en la red, por lo que se usó el reconocimiento tipográfico de **Adobe Fonts** para encontrar las tipografías más parecidas a las que se usan en el heraldo de México. A continuación, iremos listando las tipografías seleccionadas y algunas de sus propiedades.

Figura 31
Tipografía Miller y su aplicación

Gg
Miller Banner Bold
ABCDEFGHIJKLMNOPS
TUVWXYZ
abcdefghijklmnpqrstuvxyz
!"#\$%&/'?¿,;.:1234567890w

**DEPRESIÓN
JUVENIL: UNA
ENFERMEDAD
SILENCIOSA**

Nota: Elaboración propia.

La Figura 31 nos muestra la tipografía Miller Banner. Es una tipografía con serifas que le otorga una sensación de sofisticación y sus trazos tienen un gran contraste, donde los trazos gruesos son muy prominentes y contrastan con los trazos finos, dándole un aspecto elegante. Su diseño robusto y de alto contraste la hace perfecta para titulares de periódicos, donde se necesite captar la atención con letras grandes.

Figura 32
Tipografía Garamond y su aplicación

Gg
Garamond Pro Regular
ABCDEFGHIJKLMNOPS
TUVWXYZ
abcdefghijklmnpqrstuvxyz
!"#\$%&/'?¿,;.:1234567890w

Porque un sistema nervioso equilibrado permite mantener el control emocional ante frustraciones cotidianas, manejar mejor las emociones y tomar decisiones más conscientes. En cambio, un sistema nervioso desregulado genera desequilibrio mental y físico. **Una mala VRC** no solo afecta el pensamiento y el estado de ánimo,

Nota: Elaboración propia.

En la Figura 32 se muestra la tipografía Adobe Garamond Pro. Dicha tipografía es una de las familias tipográficas más clásicas y reconocidas de la historia. Adobe conserva la esencia y la elegancia del diseño original, pero adaptado a las necesidades modernas.

La Garamond Pro es conocida por su apariencia clásica, equilibrada y su excelente legibilidad, por lo que es muy usada para cuerpos de texto largos, y un factor para esto son sus serifas menos afiladas que las de las tipografías modernas; lo que le da un aspecto más orgánico.

Figura 33
Tipografía Rift y su aplicación



Nota: Elaboración propia.

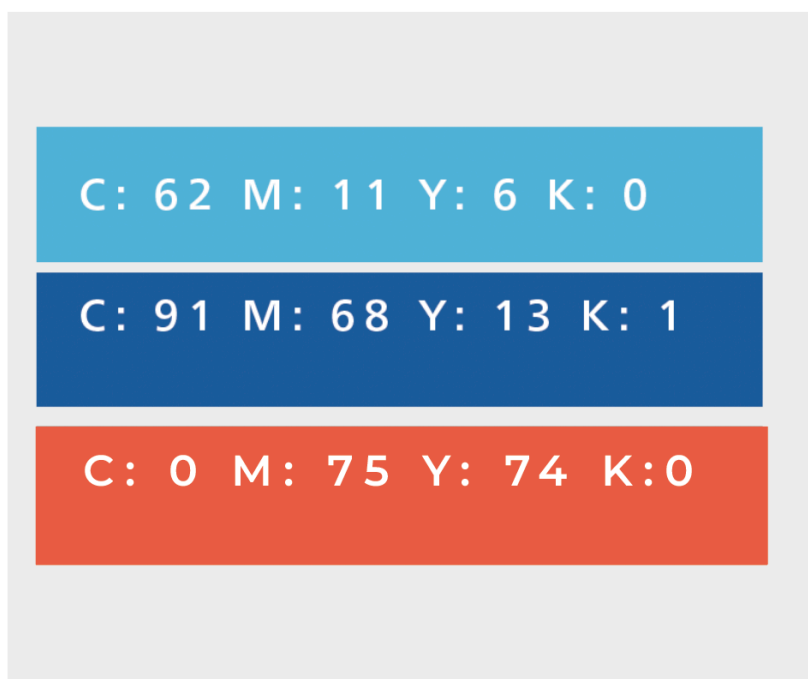
La tipografía Rift no es una fuente Sans-Serif, sus trazos son limpios y de formas simples para ahorrar espacio sin sacrificar impacto visual, dando un toque moderno a la vez que transmite fuerza y contemporaneidad. Por lo que el heraldo la usa para sus titulares de primera página, debido a su gran impacto visual y su naturaleza condensada, es perfecta para titulares, para captar la atención rápidamente.

4.11 Paleta de colores

En esta sección se va a analizar la paleta que usa el Heraldo en la gran mayoría de sus publicaciones que están compuestas de colores azul, pero lo interesante de esto es que,

aunque sean tonos de color muy parecidos a los otros productos editoriales planteados por este autor para representar la depresión, los tonos que usa el heraldo tienen otros significados.

Figura 34
Paleta de color periódico



Nota: Imagen de elaboración propia.

Se puede observar en el primer tono de azul, que puede representar tranquilidad y serenidad esto puede deberse a que este tono azul tiene una mayor carga amarillo, por lo cual, como hemos visto en el amarillo representa optimismo y energía (Heller, 2004) Comenta que por lo general, el azul también tiene estos sentimientos, porque en gran medida es el color favorito de la de la gente, ya que pueden relacionarlo con el cielo y lo divino.

El siguiente tono, aunque un poco más oscuro no caen los colores depresivos del azul, más bien representa una esencia de sabiduría y modernidad, de igual forma (Heller, 2004) hace referencia que los tonos de azul más oscuros se relacionan con el estatus, la sabiduría, la disciplina y la rectitud, dicha referencia se debe a que en la antigüedad, el azul ultramar era color más caro, por lo cual siempre relacionaban con poder, también al hecho que es muy usado en uniformes, realzando este estatus de autoridad.

Por último, el tono de naranja que usa el heraldo, al ser complementario del azul, sirve perfectamente para resaltar pequeñas secciones o notas importantes, de igual manera para balancear el peso visual que tiene el periódico.

Figura 35

Portada de periódico para visualizar la paleta de colores del Heraldo



Nota: Imagen de elaboración propia.

4.12 Fotografías, imágenes, ilustraciones

Para las fotografías de este proyecto, se utilizaron fotos que impliquen claridad visual, es decir, que sea fácil referenciar la intención de la fotografía con lo que se dice en el texto que se encuentra y se complementa mejor la información que se ofrece en la sección.

También algo en lo que destaca el heraldo son los espacios en blanco, que utiliza, ya que cumplen con la sensación de libertad y claridad, y hace un contraste con la imaginaria tan detallada que utiliza hace ver al diseño más minimalista, juvenil y moderno; razón por la que se decidió usar este periódico como referencia editorial para el proyecto de la especialidad.

4.13 Márgenes y caja tipográfica

Siguiendo con lo dicho en la sección anterior, los márgenes que utiliza el heraldo son una clave para aprovechar los espacios en blanco que proporciona dicho periódico, dado que su margen exterior es un poco más amplio de lo normal, **con una medida de 25 mm** por ende, también se reduce la caja tipográfica, esto es un principio puede parecer una desventaja, pero el trabajar con esta caja tipográfica, (al menos lo que en lo personal me percate) fue que los textos no generaron tantas lagunas entre palabras, lo que conllevó que se viera más limpio y ordenado la vista, además de ahorrar bastante de tiempo en el acomodar el tracking y el kerning de la tipografía.

4.14 Conclusiones

Realizar el periódico, quizás fue el producto con un mayor grado de dificultad técnica y manejo del software, ya que cuenta con muchísimas imaginarias, que lo hacen destacar. En lo personal, no me gustan, no tanto a respecto de que no estén bien hechas, sino de que hay páginas donde llega a saturarse de diferentes elementos. Es importante mantener un equilibrio visual, pero a su vez tiene un atractivo muy icónico y difícil de obtener sin ser parte del equipo creativo que está dentro del periódico, todo esto hace notar que la restructuración del mismo fue planeada con mucho esfuerzo y dedicación, ya que se requiere de un gran equilibrio para lograr que se vea estéticamente bien, pero sin ser excesivamente saturado de elementos.

CAPÍTULO 5 : LIBRO

5.1 ¿Qué es un libro?

Extraído de la tesina de la Mtra. Jael Araceli Gonzáles Pére, 2022, que menciona la investigación que realizo Andrew Haslam “Un libro es un recipiente portátil que consiste en una serie de páginas impresas y cosidas, y que conserva, anuncia, expone y transmite conocimientos a los lectores a través del tiempo y el espacio” (Haslam, 2007, p. 7). Ahora bien, para la presente tesina se planteó como un objetivo en específico “Transformar el libro a un formato de novela gráfica que cuente de manera ilustrada un caso de estudio sobre la depresión”. Por lo cual se hará referencia a que es una novela gráfica.

En el artículo electrónico de la página web Marca, lo definen así:

“La novela gráfica es un tipo de publicación que fusiona los formatos del cómic y la novela tradicional, tomando prestados elementos de ambos géneros. La misma cuenta una historia mediante viñetas que contienen ilustraciones y textos, pero, a diferencia de las historietas tradicionales, está dirigida a un público lector maduro, el relato mantiene una estructura literaria, y su extensión es mayor”. (Marca, 2023)

Una de las características de novela gráfica se caracteriza mayormente por tomar temas con una visión más adulta, de diversas temáticas como: la vida cotidiana, historia, autobiografía; o incluso la fantasía, ciencia ficción o los superhéroes, pero con una propuesta narrativa más cruda. En lo personal, la primera novela gráfica que pasó por mis manos fue “Maus de Art”.

En su artículo, ¿qué es una novela gráfica? Francisco Javier Illescas Díaz habla de cómo se comenzó a introducir el término de novela gráfica.

“El término de novela gráfica surge durante los años 70 con el objeto de acotar determinadas obras dentro del terreno artístico y, de este modo, diferenciarlas de lo que hasta entonces era un ligero medio de entretenimiento popular”. (Díaz, 2020)

En todo caso, este formato da libertad a los autores para contar su historia sin modificar por necesidades editoriales que puedan alterar el curso de la narración por cuestiones relacionadas con su potencial serialización. Incluso, en muchas ocasiones, podemos encontrar novelas gráficas editadas con el mismo formato que un libro.

5.2 Objetivos particulares del libro:

- Transformar el libro a un formato de novela gráfica que cuente de manera ilustrada un caso de estudio sobre la depresión
- Concientizar por medio de una novela gráfica el tema de la depresión
- Promover a través del libro (novela gráfica) la importancia de atender los síntomas de la depresión

5.3 Historia

5.3.1 Historia del comic:

Así como muchas artes clásicas, el cómic también es un medio de manifestación al cual podemos distribuir, como origen, las pinturas rupestres, ya que, como cualquier otro arte, el cómic también tiene como propósito comunicar y expresar una idea o sentimiento. A diferencia de las otras artes, el cómic es relativamente nuevo, se atribuye a principios del siglo XX, con la distinción de que fue concebido como un objeto industrial, es decir, algo que se tiene que reproducir en masa por medios mecánicos. Sin embargo, Fuentes (2014) hace referencia a que el movimiento empezó antes.

Suiza del siglo XIX. Allí nos encontramos con Rodolphe Töpffer, un profesor al que su miopía impidió seguir los pasos del padre, pintor de paisajes. Töpffer, que llegó a ser un intelectual respetado en su época, superaba esa frustración infantil dibujando, por puro entretenimiento, unas pequeñas historias a las que llamaba garabatos, y que distribuía entre sus alumnos. Estas historietas, de formato apaisado y dibujo apresurado, pueden considerarse el inicio del cómic moderno (Fuentes, 2014, pág. 13).

Figura 36
Ejemplo de los garabatos de Rodolphe Töpffer.



Nota: Tomado del libro "Gerardo Vilches Fuentes, Breve historia del cómic, 2014, pág. 15".

Para hablar del cómic, necesitamos ir a Estados Unidos, finales del siglo XIX. La prensa estaba teniendo un crecimiento a gran escala debido a que la gente se estaba aprendiendo leer con mayor frecuencia y grandes empresas se consolidaban en el país, dando como resultado un mayor consumo de periódicos y dentro de ellos venían apartados de tiras cómicas, dando lugar a una época en la que dibujantes de increíble talento, gracias a la demanda de historietas por parte de la prensa de todo el país, creando obras caracterizadas por una gran libertad formal.

En el otro lado del mundo, en Japón, para ser más específicos se daba el movimiento denominado como "manga". El nombre manga, significa "dibujo involuntario" o "dibujo grotesco" y fue acuñado por el pintor Katsushika Hokusai en 1814 cuando editó su Hokusai Manga, una

colección de dibujos satíricos. Pero el manga, en realidad, tiene dos orígenes. Uno interno: la cultura japonesa tiene una tradición pictórica y visual de profundas raíces, y el segundo es externo: la publicación de la revista satírica Japan Punch en 1862 por iniciativa de un inglés residente en Japón, Charles Wirgman, que fue posible debido a la apertura cultural de la era Meiji.

Realmente la historia del cómic es muy basta y rica, el sentido de cultura, y cómo dio nacimiento a otros estilos artísticos, como las películas de superhéroes, videojuegos, etc. Pero para el fin de esta tesina hablaré del momento del cómic de superhéroe, y de la revolución del manga con “el dios del manga”, Osamu Tezuka, ya que a partir de aquí, en mi opinión, se parte para lo que sigue después, la novela gráfica, el centro de atención en este trabajo.

Comic de superhéroe

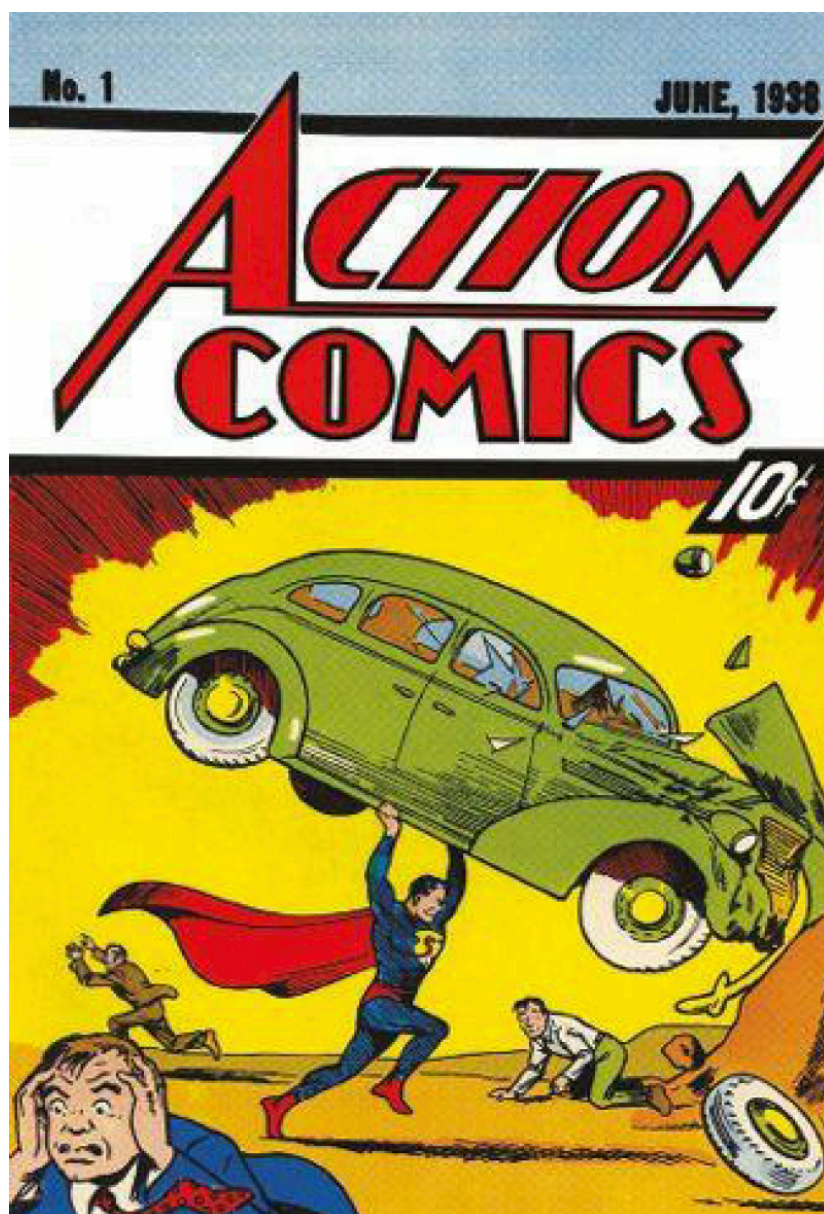
Con la industrialización masiva de la historieta, la creación de grandes estudios de guionistas y dibujantes, como el Eisner & Iger Studio, dio la oportunidad a varios autores jóvenes y talentosos. Fue el caso de Jerry Siegel y Joe Shuster. Ambos llevaban algún tiempo publicando sus historietas, pero al mismo tiempo habían estado moviendo en los últimos meses un proyecto de tira de prensa por diferentes lugares, sin éxito. Tuvieron la suerte de que, en 1938, esa propuesta llegó a su editor en National, Vin Sullivan, que entonces estaba buscando material para un nuevo comic-book, Action Comics. Los dos autores adaptaron como pudieron su tira de prensa y, finalmente, su creación apareció en la cubierta del nuevo título. Estamos hablando del archiconocido Superman, que se puede apreciar en la Figura 37.

Osamu Tezuka

Revolucionó la manera en la que se hacían tebeos tras la Segunda Guerra Mundial. Su llegada causó un profundo impacto en los autores contemporáneos, que empezaron a dibujar manga a la manera de Tezuka, imitando su estilo y adoptando sus recursos. Su aparición resulta más sorprendente, aun si tenemos en cuenta que la primera obra larga la publicó, con solo dieciocho años, en 1946. Se trata de Shin Takarajima (La nueva isla del tesoro), una historieta publicada en formato tomo, de doscientas páginas, en las que Tezuka vuelca sus dos pasiones: la animación y el cómic occidental. Shin Takarajima está llena de ideas revolucionarias, que nunca antes se habían visto en el manga, sobre todo en lo que respecta a la secuenciación de planos y a la narrativa. El estilo de Tezuka, increíblemente dinámico, se convierte de pronto en el canon del manga. Los llamativos ojos enormes, característicos de ciertos géneros, se deben a él. Dicho estilo se puede ver en la figura 35.

Figura 37

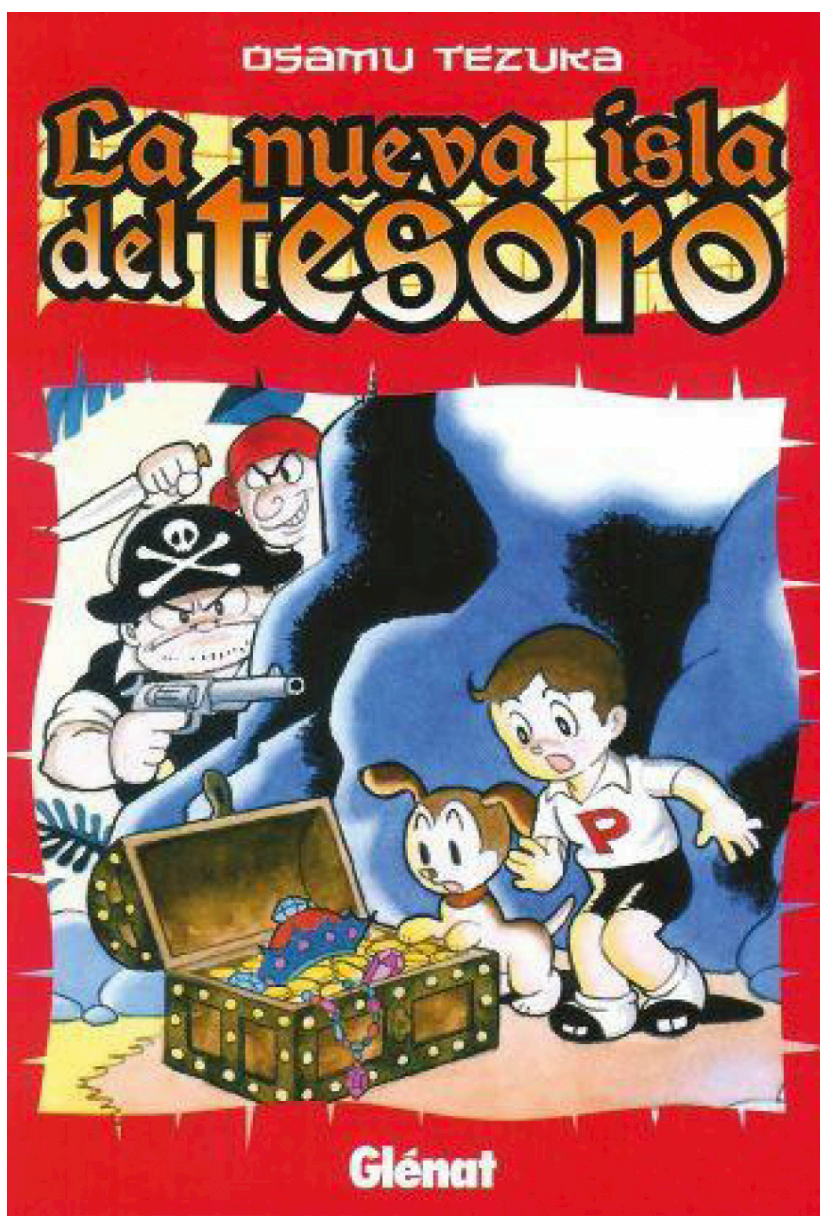
Portada de Action Comics número 1, obra de Joe Shuster



Nota: Tomado del libro "Gerardo Vilches Fuentes, Breve historia del cómic, 2014, pág. 38.

Figura 38

Tomado del libro "Gerardo Vilches Fuentes, Breve historia del cómic, pág. 15



Nota: Tomado del libro "Gerardo Vilches Fuentes, Breve historia del cómic, 2014, pág. 38.

Rompiendo un poco con la formación académica de esta tesina, me permito hablar de manera personal. Debido a que los conocimientos que yo tenía sobre la novela gráfica se debe a obras como Watchmen de Alan Moore, Sandman de Neil Gaiman e historias referentes al los superhéroes ochenteros, que fueron manejados de una manera más madura, sin embargo, al abordar esta investigación, he podido descubrir que el movimiento del cómic y la novela gráfica, realmente tiene mucho más trasfondo de lo que pensaba, por lo que haré hincapié, a lo que yo

creo que es el antecedente de la novela gráfica, que es el movimiento underground y de ahí dar este paso a la novela gráfica.

El cómic underground

Este movimiento comienza a partir de las incertidumbres de lo que ha causado la Segunda Guerra Mundial, ya que la generación joven de aquellos tiempos, comenzó a cuestionar los valores y la cultura de sus progenitores porque ¿Cómo se podía realmente confiar en los valores de la sociedad, responsable de dos guerras a escala mundial? Esto repercutió de modo de ver las cosas de aquella generación.

Cómo se ha visto a través del paso del tiempo, al cuestionar una generación, la generación siguiente da rienda suelta a sus impulsos y a lo que ellos creen correcto, en este caso historias terror, sangre, violencia desenfrenada, drogas y sexo explícito se mezclaban con la crítica social y política propia de todo movimiento contracultural. No es que los autores underground se plantearan estar haciendo arte, pero sí se sentían como autores más que como herramientas de una industria.

Lo dicho por Los primeros cómics underground respondían a la cultura del do it yourself (hazlo tú mismo): los autores dibujaban los tebeos en sus casas y luego los fotocopiaban manualmente, y los vendían ellos mismos primero por las calles o en las head shops, tiendas especializadas en todo lo que tenía que ver con la contracultura y lo alternativo, donde podían encontrarse revistas, camisetas, productos relacionados con la marihuana, etc. Lógicamente, los cómics underground jamás habrían sido aceptados en ninguna editorial ni mucho menos pasado el filtro de la Comics Code Authority, pero además sus artífices se sentían cómodos en el mercado marginal y valoraban por encima del beneficio económico la libertad total para dibujar lo que quisieran. (Fuentes, 2014, pág. 132)

Cómic independiente

Después del que el movimiento underground tuvo una decadencia, se retomó lo que más vende, que son los superhéroes, sin embargo, la semilla de dicho movimiento ya había quedado plasmada en este mundillo de la historia, a través de dibujos y viñetas.

El underground había plantado una semilla que no tardó en germinar. A partir de finales de los setenta, siguiendo su ejemplo, comenzaron a surgir multitud de autores que vieron en la autoedición una vía válida para dibujar cómics al margen de las exigencias o la censura de la industria. (Fuentes, 2014, pág. 190)

Quizás el nombre más significativo dentro de esta corriente es el de Art Spiegelman. Publicó durante toda la década de los ochenta, junto con Françoise Mouly, RAW, una nueva revista en la que intentaron dar cabida a propuestas formalmente revolucionarias y, al mismo tiempo, abrir sus páginas a colaboradores de todo el mundo, para darle un carácter internacional.

Publicada hasta 1991, RAW fue un excelente muestrario del cómic vanguardista, el que, desde presupuestos totalmente alejados del tebeo comercial, experimentaba con el lenguaje del medio sin complejos. En sus páginas, además, Spiegelman publicó por entregas uno de los cómics más importantes de la historia; Maus. Inspirado en los cómics underground que se centraban en los aspectos más cotidianos y realistas, Spiegelman contó la experiencia de su padre en los campos de concentración nazis, a través de un recurso típicamente historietista: los funny animals. En Maus, los judíos son ratones y los nazis gatos. La obra levantó cierto revuelo, porque se entendió que banalizaba el holocausto, que era un tema demasiado serio para los cómics. Pero Spiegelman, lejos de frivolizar, se toma su obra tan en serio que tarda catorce años en completarla.

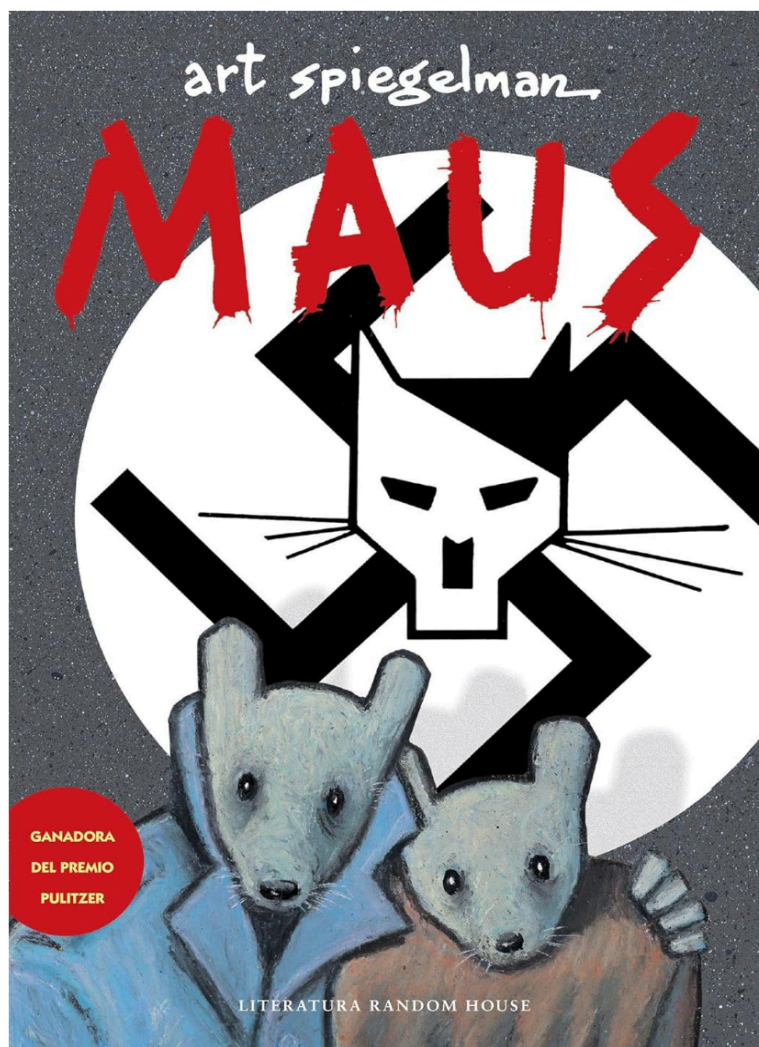
El impacto de Maus fue enorme, tanto dentro como fuera de las fronteras del cómic.

Dentro, demostró definitivamente que cualquier historia podía ser contada en viñetas.

Nunca antes había aparecido un cómic tan complejo. Decenas de autores independientes comprendieron gracias a Maus que realmente era posible implicarse en un cómic tanto como en cualquier otra obra artística, y que, además, este podía plantearse en forma de libro. Con una estructura cerrada e independiente de las demás obras. Y fuera del medio, demostró al público el auténtico potencial del cómic. El reconocimiento del Pulitzer que se le concedió en 1992 en la categoría de premio especial. Por todo ello, Maus no solo puede considerarse una de las obras maestras del cómic, sino también un verdadero hito que marcará el devenir del cómic adulto en las décadas siguientes y alumbrará la novela gráfica.

Volviendo a retomar la escritura en primera persona, Mouse fue la novela gráfica con la que pude decidir que el cómic es importante. Viendo esta breve historia del cómic, aún no pudimos entrar a la parte de una novela gráfica como tal, sin embargo, creo que la idea principal ya fue abordada para justificar el porqué se va a realizar una novela gráfica como uno de los proyectos de la presente especialidad; la respuesta es que se puede contar cualquier tipo de historia en un cómic, y realmente sentir esa conexión del autor con el público y el querer dejarles un mensaje.

Figura 39
Portada de Maus de art spiegelman

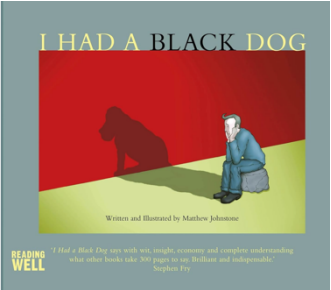


Nota: Tomado del sitio web de Amazon.

5.4 Productos similares

Tabla 7

Productos similares novela gráfica del autor de tesina.

Título	Descripción	Formato
Vivir con un perro negro: su nombre es depresión. Matthew Johnstone 	Es una novela gráfica creada por Matthew Johnstone en colaboración con la Organización Mundial de la Salud (OMS). Utiliza la imagen de un “perro negro” para simbolizar la depresión, una referencia inspirada en la metáfora de Winston Churchill. A través de ilustraciones, el libro describe cómo este “perro negro” afecta la vida cotidiana de las personas, mostrando cómo llega inesperadamente, afecta el ánimo y la percepción del mundo, e impacta en las relaciones y actividades diarias. Recuperado de: https://fundacionanaed.org/yo-tenia-un-perro-negro-su-nombre-era-depresion/	Número de páginas: 48. Idioma: inglés Editorial: Robinson Fecha de Publicación: 24 - mayo - 2007 Dimensiones: 17 x 0.8 x 21.2 cm
Bien, a veces llueve Amy Stoddart 	Es un fragmento de la vida romántica que sigue la vida de nuestra heroína Georgia mientras intenta superar un período de depresión cada vez mayor provocado por la pérdida de su amada abuela y otros reveses. Con la ayuda de un grupo de amigos firmes, poco a poco comienza a recuperar la confianza perdida que la ayuda a afrontar mejor los altibajos de la vida. Recuperado de: https://www.etsy.com/mx/listing/653079115/bien-a-veces-llueve-una-novela-grafica	Número de páginas: 238. Blanco y negro Idioma: inglés Editorial: Fecha de Publicación: Dimensiones: 6.75 x 10.25

5.5 Ventaja competitiva:

En palabras de este autor, en ese tipo de historias que buscan ayuda a la gente, no hay una ventaja, cada quien busca contar su historia y el querer lograr que la gente se identifique, y que no esté sola en este proceso, ya que hablando de otras historias se puede buscar un factor diferenciador para destacar entre las demás. Sin embargo, si se habla de una manera más técnica o en un factor de diseño; que siempre se busca el elemento diferenciador que hace que nuestro producto destaque más que la competencia es el hecho de que esta historia, es mi historia personal; con esto no se quiere sonar pretencioso, ni presumido, simplemente es que todos tenemos nuestros que contar, buscando hace sentir a la gente identificada. Poniéndolo en términos de mercado; lo que nos diferencia es que es una obra en español, que narra la historia de una persona común de clase media; no es la historia contada por alguien extranjero, o de una clase social alta, que quizás el padecer depresión pueda sobrellevarlo con algún tipo de solvencia económica, Sino que, al contrario, alguien de clase media, la depresión, puede alterar de forma determinante su estatus económico. Pero como se dijo al principio del apartado, la extensión principal es que la gente pueda darse cuenta de que no sean solos, y que de alguna manera esta identificación pueda hacerla propia.

5.6 Estructura

En cuestiones de la formación, el cómic, como novela gráfica con imágenes, se compone igual que un libro, tiene las mismas estructuras, y elementos que lo conforman. En el blog (Eguaras, 2019), en su artículo de las partes del libro, se explican las partes principales del libro de manera clara y fácil de entender, por lo tanto, tomaremos lo escrito por Mariana para esta tesina.

- Cubierta (cubierta anterior, tapa, tapa de delante, plano de delante, primera de forros, tabla, pasta): es la envoltura que cubre el cuerpo material del libro; parte delantera de un libro; la cara de una publicación.
- Lomo: parte que une la parte delantera y la trasera de un libro. Es la sección que reúne los pliegos y donde se encolan o cosen.
- Bisagra: parte de la tapa que se une al lomo mediante un pliegue o hendidura que permite que las cubiertas puedan abrirse y cerrarse con facilidad.

- **Cabezada:** cordel o banda de tela estrecha que se pone en los dos extremos del lomo de un libro.
- **Contracubierta** (cubierta posterior, contratapa, plano de detrás, cuarta de forros): es la parte trasera de un libro. También suele llamarse contracubierta a la parte interna de la cubierta, donde se pegan las guardas; lo que en las revistas se llama retirada de cubierta.
- **Interior de cubierta** (retiración de cubierta, contracubierta, contratapa de delante, retiro de cubierta, retiro de portada, segunda de forros). Es el revés de la cubierta, donde se pega la guarda anterior del libro.
- **Guardas:** son las hojas de papel dobladas por la mitad para unir la parte exterior del libro con la interior (tripa). Pueden estar impresas, pero también dejarse blancas.
- Guarda anterior es la del inicio y posterior la del final del libro; a su vez, la hoja que no se pega se llama guarda volante y la otra contraguarda.
- **Interior de contracubierta** (retiración de contracubierta, contratapa de detrás, retirada de contraportada o tercera de forros): revés de la contracubierta, donde se pega la guarda posterior del libro.
- **Canto** (canal, corte delantero): corte del libro, opuesto al lomo.
- **Solapas** (solapillas, aletas): partes laterales que van unidas a la cubierta y contracubierta en los libros de tapa blanda.

Todo lo anterior visto se puede observar de manera gráfica en la Figura 40.

La estructura del contenido será bajo las directrices de los mangas, que es un formato en blanco y negro, esto debido a que en Japón, los mangas, manejan unos procesos de producción muy demandantes; que van desde lo mensual hasta entrega semanales, aunque en un principio era para rebajar costos, pero poco a poco las historias en blanco y negro fueron insignia del manga. En el caso de esta novela se hace con dicho formato para optimizar tiempos, dado que hacer una historia a color como los comics norteamericanos se requiere un gran número de procesos; desde el dibujo, el delineado, el entintado y por último el coloreado que también tiene sus etapas desde el color plano, sombras, iluminaciones lo cual acrecienta los tiempos de producción.

Figura 40
Partes del libro



Nota: Recuperado de Mariana Eguaras consultoría editorial: **foto de Mariana Eguaras** [Fotografía], sitio <https://marianaeguaras.com/las-partes-de-un-libro-y-su-terminologia/> CC BY 2.0

Si se habla de su contenido, por lo general, los cómics se componen de varias historias cortas de diferentes autores dentro de un solo tomo, a diferencia de las novelas gráficas, que es una sola historia en uno o más tomos. En los mangas que se mandan a occidente, también aplican el mismo formato de una sola historia, en un tomo. A veces, en los cómics hacen

compilaciones de varios números en un solo tomo o directamente, se lanza la historia en formato de novela gráfica.

En las siguientes figuras se ejemplifica mejor lo que se quiere decir. Por otra parte, la .

Figura 42, muestra la historia de un manga en el cual la lectura se realiza de derecha a izquierda, de igual manera el recorrido de sus páginas, es decir, su portada inicia donde nosotros vemos la contraportada y la sucesión de páginas va de derecha a izquierda. También se mencionó que los mangas, el tomo completo, se centra en una misma historia.

Figura 41 se muestra la transición del final de una historia, la portada y el comienzo de la otra historia como ya se había mencionado, normalmente los cómics se publican de esta forma, ya sea para llenar las páginas que se requieran por tomo, mostrar trabajos de artistas diferentes y atraer a diversos lectores.

Por otra parte, la .

Figura 42, muestra la historia de un manga en el cual la lectura se realiza de derecha a izquierda, de igual manera el recorrido de sus páginas, es decir, su portada inicia donde nosotros vemos la contraportada y la sucesión de páginas va de derecha a izquierda. También se mencionó que los mangas, el tomo completo, se centra en una misma historia.

*Figura 41
Cambio de historia en un comic*



Nota: Imagen de elaboración propia, a partir de la historia de Superman Uncharted de DC comics.

Figura 42

Ejemplo de página de manga



Nota: Imagen de edición propia, a partir de la historia de Lookback.

5.7 Contenidos

La novela consta de un capítulo donde se habla de la historia de este autor. La historia narra su vivencia, cuando padeció el trastorno depresivo en su etapa severa.

Se presenta bajo la estructura de novela gráfica; más en concreto inspirada en **The Sandman** de Neil, Gaiman; iniciando primeramente con una página de cortesía, siguiendo por el título de la obra su y su autor, después aparece un pequeño mensaje al estilo Gaiman con frases sacadas de la Biblia, no sé por qué lo hace, pero me apareció una buena idea, más adelante se sigue con una introducción; que en este caso se utilizó la palabra **reflexiones**, ya que, realmente es una invitación, tanto de mi parte para el lector y un medio de desahogo al momento de hacer esta obra, porque hubo muchos retos, después se sigue con el contenido gráfico de la historia, seguido de páginas para invitar al lector a escribir o dibujar su propia historia, y finalmente la última sección sería uno detrás de cámara, donde se muestra un poco del proceso para la realización de la novela.

5.8 Formato

En un principio se iba a hacer bajo un formato meramente estilo manga japonés, pero este formato no es compatible en México. El formato "Manga estándar de Shueisha (manga shonen/shojo/seinen / tankobon B6)" que aplica el tamaño B6 japonés (aproximadamente 12.8 cm x 18.2 cm) y añade los márgenes de seguridad y corte estándar. Dicho formato es significativamente más pequeño que el B6 internacional (que no es un estándar común o se refiere al B6 de la serie ISO). Puede parecer que esto no es un problema, pero al momento de solicitar la cotización en la imprenta, se me informó que este formato era especial y el tamaño está fuera de los que ellos manejan y no era posible imprimir. Por lo cual se decidió utilizar un formato **A5**, que es un formato más internacional, y que está configurado en las impresoras de occidente.

En tanto el papel, el engrapado y los acabados son los mismos que en la revista, como se muestra en Tabla 8.

Tabla 8
Solicitud de cotización para novela grafica

Para	Vettoretti Impresores
Persona de referencia	Elsa Ramírez
Dirección	Zacatecas 310, Ricardo Flores Magón, 62370 Cuernavaca, Mor.
Email	elsa.ramirez@vettorettiimpresores.com
De	Alan Omar García Sánchez
Dirección	Raymundo Casillas 3, Bosques de Cuernavaca, 62340 Cuernavaca, Mor.
Email	alaan.gsa9@gmail.com
Nombre del proyecto	Revista: Claroscuro
Formato	Impreso
Tipo de impresión	offset
Dimensiones	26 x 17 cm
Dimensiones a página extendida	26 x 34 cm
Número de páginas	32. Más forros
Número de tintas	4 x 4
Encuadernación	Engrapado a caballo
Acabados	Barniz mate en cubierta 1 x 1
Tipo de papel en interiores	Couche de 130 gr
Tipo de papel en cubiertas	Couche de 150 gr

Nota: Tabla de elaboración propia.

5.9 Retícula

Para la novela, no se utiliza un sistema de retículas como tal; en el mundo de la composición gráfica, se utiliza un sistema llamado viñetas que sirve para la composición y distribución de las secuencias gráficas. La retícula y las viñetas son muy familiares; algunas viñetas, aunque también hay viñetas muy secuenciales.

Las viñetas se usan para la composición del estilo cómic que es muy parecido al estilo fotográfico, en palabras del *Dr. Makhlouf* y la *Dra. Iñigo*, en su libro manual de conceptos básicos en animación, define la composición “como el orden de los objetos vistos dentro del encuadre para formar un todo modificado y armónico, basándose en un sentido del equilibrio, la forma, el ritmo, el espacio, las líneas y los tonos”. (Iñigo & Makhlouf, 2020, p. 54). Siguiendo lo dicho por Iñigo y Makhlouf, las viñetas corresponden a planos específicos a través de movimientos que haría una cámara. Estos planos ayudan a seguir el ritmo de la historia y aportan ese dinamismo de la misma.

En Figura 43 Tipos de planos en comics, se muestra los planos más comunes que se utilizan en el cómic y una explicación de cada uno de ellos.

Otro elemento importante en el diseño de viñetas es la progresión de planos, es decir, el orden en que se narra la historia y cómo se transmite la información de la misma. Generalmente, se suele empezar por un plano general donde se establece un entorno o lugar de acción de los sucesos, luego se pasa a un plano medio, donde se fija la atención a los personajes de interés o principales, siguiendo un primer plano para ver una acción.

Figura 43 Tipos de planos en comics

UN PLANO GENERAL DE IBIZA MOSTRARÁ UNA VISTA PANORÁMICA DE LA PLAYA.

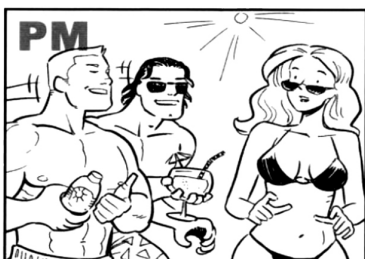
PERO TODAVÍA EXISTEN MÁS PLANOS EN FUNCIÓN DE LA ALTURA DESDE DONDE MIRA LA CÁMARA.



SE PUEDE MATIZAR TODAVÍA MÁS SI DECIMOS UN PRIMER PLANO CORTO. EL PLANO SE CIERRA Y VEMOS DESDE LA FRENTE HASTA LA BARBILLA. PARA SENTIMIENTOS MUY INTENSOS.



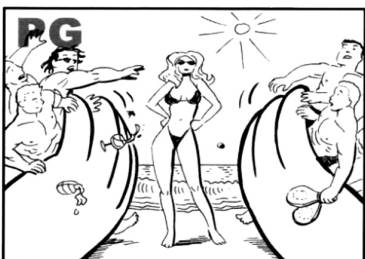
SI DECIMOS UN PRIMER PLANO LARGO, ENTONCES LA VINETA CORTA HACIA LA MITAD DEL PECHO. SE VE CLARAMENTE EL ROSTRO, PERO ES MÁS RELAJADO QUE LOS ANTERIORES.



EL PLANO MEDIO MUESTRA AL PERSONAJE HASTA LA CINTURA. SU USO HABITUAL ES EN DIALOGOS, O CUANDO EL PERSONAJE HACE ALGO CON LAS MANOS: COGER COSAS, GESTICULAR, ESCRIBIR...



EL PLANO AMERICANO CORTA MÁS O MENOS POR LAS RODILLAS. SE UTILIZA EN CONVERSACIONES MULTITUDINARIAS, PERO SIN DAR MUCHO ÉNFASIS AL FONDO. RECORDEMOS QUE EN CINE LA PANTALLA NO CAMBIA DE TAMAÑO. ASÍ, EN UNA CONVERSACIÓN DE CUATRO PERSONAS EN UN PLANO MEDIO SE TAPARÍAN LOS UNOS A LOS OTROS. SOLUCIÓN: ABRIR EL PLANO.



EL PLANO GENERAL ES MUY VERSÁTIL. NOS MUESTRA EL ELEMENTO COMPLETO. DEPENDIENDO DEL CONTEXTO EL PLANO SE ABRIRÁ O CERRARÁ. EN CONSECUENCIA UN PLANO GENERAL DE SANDRA NOS LA MUESTRA ENTERA, DE PIES A CABEZA.



PERO SI DIGO UN PLANO GENERAL DE UNA HABITACIÓN LA CÁMARA SE ALEJA PARA COGER COMPLETA LA HABITACIÓN. SU FUNCIÓN BÁSICA ES SITUARNOS: ¿DÓNDE ESTÁ SANDRA? ¿CÓMO DE GRANDE ES LA HABITACIÓN? ¿DÓNDE ESTÁ CADA PERSONAJE? ETC.

Nota: Recuperado de "Como dibujar Comics volumen 0 pág. 10 de Editorial T. Dolmen, España, 2008.

Hay diversas maneras de comenzar una página de una historia, pero lo que se debe de cuidar es la conexión entre viñetas y dar sentido a lo que narramos, así como en las retículas, se debe de buscar una armonía y sentido estético en nuestros diseños.

5.10 Tipografía

La tipografía elegida para los textos dentro de la narrativa gráfica fue **Anime Ace Bold**. Dicha tipografía es de las más comunes en este tipo de historias, dando como resultado esa sensación de familiaridad e incluso un poco de nostalgia hacia las historias de los años 80, ya que en esta época se escribieron mis comics favoritos.

Figura 44
Ejemplo de tipografía de novela gráfica y su aplicación



Nota: Imagen de elaboración propia.

5.11 Paleta de colores

Párrafos atrás, se mencionaba que la novela iba a ser blanco y negro, pero para dar un toque interesante a nuestra novela se va a añadir un tono azul en páginas donde la atmósfera o el ritmo de la obra marque una situación de depresión, esto para que lector pueda referenciar síntomas, identificarse, incluso para darle un valor estético diferente a la obra.

Figura 45
Paleta de color y su aplicación en página de novela



Nota: Imagen de elaboración propia.

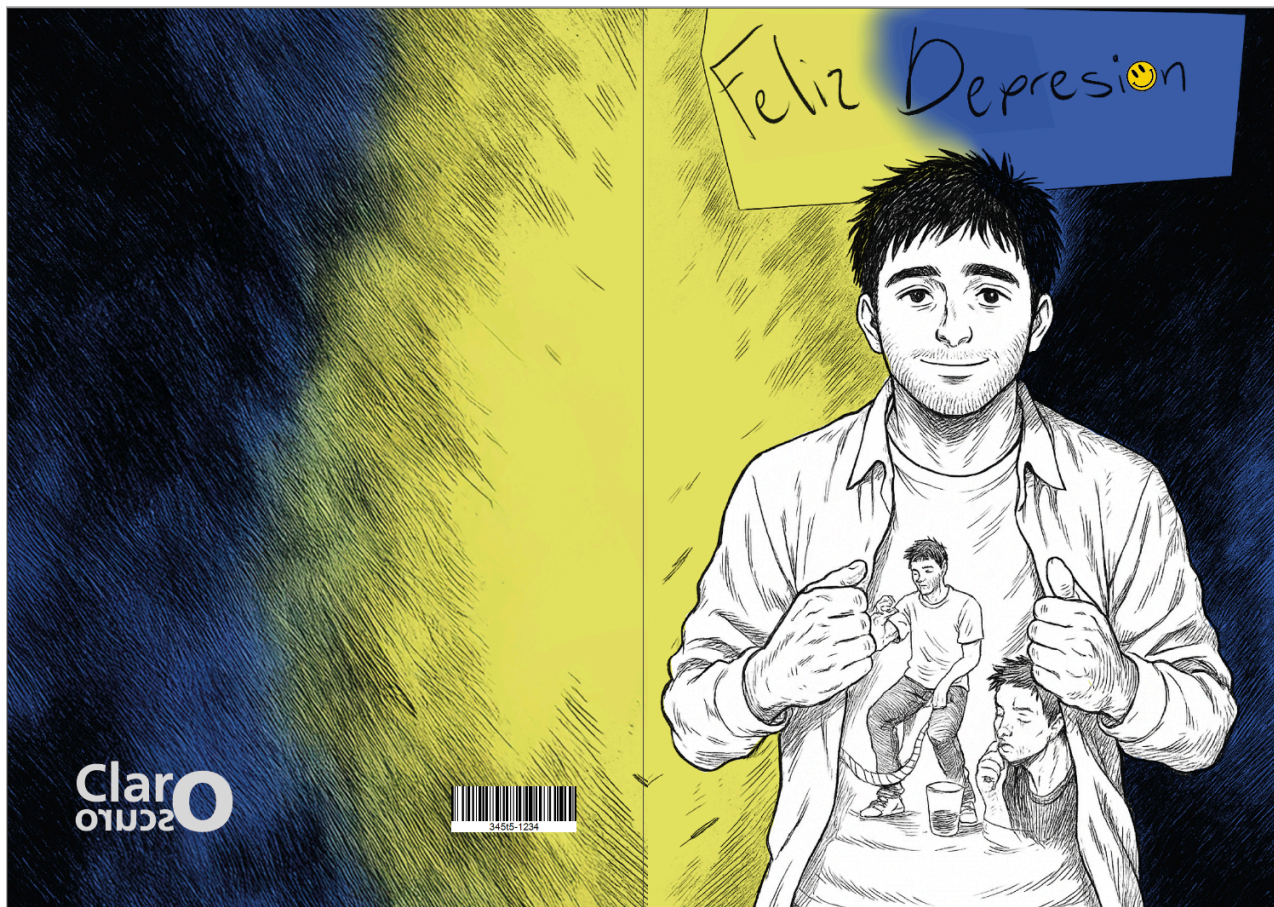
A primera vista se puede ver que es una imagen normal de alguien saliendo y que va caminando por un pasillo, pero bajo el contexto de la obra. En esta página, a nuestro protagonista le acaban de dar un diagnóstico sobre su condición que lo desmotiva, por lo cual camina con una sensación de pesadez, pero lo ocultará a la vista ajena.

5.12 Forros

Los forros de la novela solo se centran en la portada, en los forros interiores, serán páginas de color amarillo, como referencia en que buscamos el lado optimista. Dicho lo anterior, se explicará la intención de la portada. Es una portada central simétrica, donde el eje simetría es el personaje. El aparato tipográfico tuvo la intención de escribir el título a mano. Puede parecer una decisión perezosa y tal vez lo sea, pero lo que se quiere representar en esto es que cuando alguien tiene depresión, hay veces que no importa nada, por lo que, aunque pueda verse flojo en diseño, da un mensaje potente, a la vez se complementa el título

de la obra, llamándose irónicamente feliz depresión. A su vez, la elección de colores es diseñada con colores complementarios del azul y el amarillo. Como habíamos visto en psicología de color, el azul es un color que puede representar la tristeza y más en su vertiente de tonos más oscuros. Contrariamente, el amarillo puede representar optimismo, dando esta dualidad, que no puede estar en los tres momentos, pero siempre buscando la solución.

Figura 46
Forros de portada novela gráfica

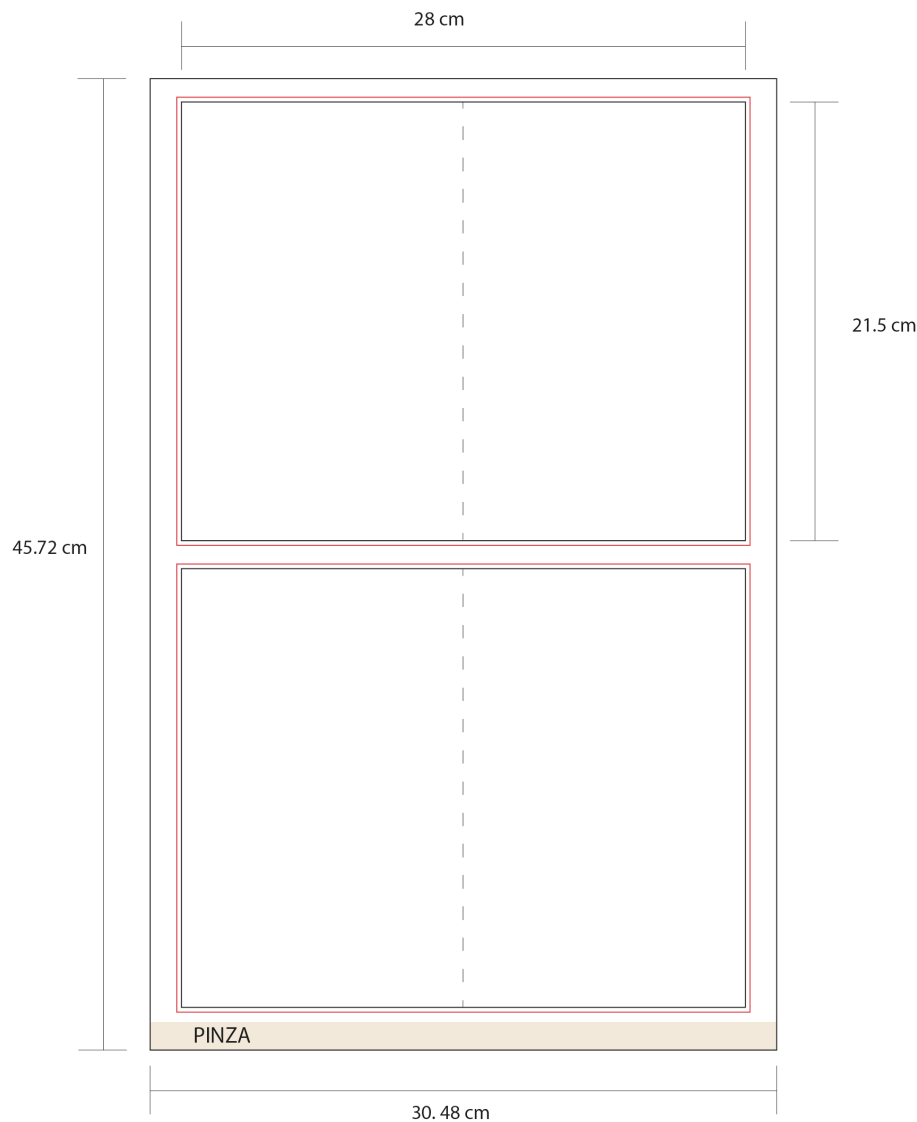


Nota: Imagen de elaboración propia.

5.13 Pliegos

A partir de la nueva cotización y sugerencia de los impresores, el mejor formato es el tabloide extendido que es de 12x18 pulgadas o 30.48x 45.72 cm ya que también manejamos tu formato de 50 × 35, pero dicho formato tiene un mayor margen de merma por la misma cantidad de hojas que caben dentro de él. En Figura 48 se puede visualizar la distribución de las paginas en la hoja doble carta extendido.

Figura 47
Pliegos de novela gráfica



Nota: Imagen de elaboración propia.

5.14 Fotografías, imágenes, ilustraciones

Para el caso, de la novela, se utilizarán ilustraciones: dichas imágenes son generadas con inteligencia artificial con el programa “ChatGTP”. Como dibujante y diseñador que soy, en un principio se me hizo algo imposible de considerar, ya que el uso de IA es algo polémico en este campo, pero algo que se debe de quedar claro es que esta nueva tecnología no se va a ir y va y debemos de adecuarnos a su uso, pero con esto no significa que las IA’s sean perfecta, (no en este momento), se requiere que uno como humano las guie y les dé una referencia para hacer su trabajo.

En el caso de la novela, lo que se hizo fue darle un esqueleto, con las poses y las instrucciones a partir del estilo que se buscaba, como se ven en la Figura 50, en la sección de anexos.

5.15 Imposición de páginas

Como hemos dicho en puntos anteriores, esta novela tiene muchas inspiraciones de varias más que el autor ha leído a lo largo del tiempo, y para la imposición de las páginas se optó por tomar la referencia de “**The Sandman**”. Primeramente, se empezó con páginas de cortesía con colores planos, en este caso fue el amarillo; esto se debe a como lo hemos mencionado, que se quiere tener mayor referencia al optimismo, aunque se esté hablando de una historia de depresión, se continúa con el título de la obra y sus integrantes y sus respectivos roles, después con la dedicatoria y agradecimientos, procedemos con la introducción; que en este caso se le llamó reflexiones.

Dando paso al inicio del capítulo para, al final, complementar con dos secciones que se colocaron como referente de que me recordaba mis inicios en el dibujo, cuando compraba revistas de dibujo. Dichas secciones son páginas dedicadas al lector para que pueda escribir, expresarse o simplemente dibujar y, otra sección llamada, “*como se hizo*”, donde se muestra un poco el proceso de elaboración de la novela.

Figura 48
Imposición de páginas novela

Página de Cortesía	Página de Cortesía	Legal	Título	Dedicatoria	Agradecimientos		Introducción				Inicio de Capítulo					
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	
								Páginas para Lectores				Como se hizo				
17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	31	32	

PAGINADO DE NOVELA - 32 páginas

Páginas para lectores: Es una sección para que el lector tenga un espacio para su expresión

Como se hizo: Es una sección donde se muestra el proceso de elaboración de la novela gráfica

Nota: Imagen de elaboración propia.

5.16 Tabla de costos novela gráfica

Cómo se mencionó en el apartado de formato el formato original. La novela era un B5 estilo japonés, pero sin formato especial, no era imposible su impresión, por lo que se optó por un formato A5 o media carta que se ejemplifica en

Tabla 9
Cotización para novela gráfica

Para	Vettoretti Impresores
Persona de referencia	Maria de la Paz
Dirección	Zacatecas 310, Ricardo Flores Magón, 62370 Cuernavaca, Mor.
Email	Maria.delapaz@vettorettiimpresores.com
De	Alan Omar García Sánchez
Dirección	Raymundo Casillas 3, Bosques de Cuernavaca, 62340 Cuernavaca, Mor.
Email	alaan.gsa9@gmail.com
Nombre del proyecto	Revista: Claroscuro
Formato	Impreso

Tipo de impresión	offset
Dimensiones	21.5 x 14 cm
Dimensiones a página extendida	21.5 x 28 cm
Número de páginas	32 más forros
Número de tintas	4 x 4
Encuadernación	Engrapado a caballo
Acabados	Barniz mate en cubierta 1x1
Tipo de papel en interiores	Couche de 130 gr
Tipo de papel en cubiertas	Couche de 150 gr

Piezas	Precio por novela sin IVA (MXN)	Precio total sin IVA (MXN)	Precio final
1000 piezas	\$38.00 sin IVA	\$38,000.00 + 6,080.00	\$44,080.00
500 piezas	\$50.00 sin IVA	\$25,000.00 + 4000.00	\$ 29,000.00

Nota: Tabla de elaboración propia.

5.17 Conclusiones

La principal razón por la que decidí cursar la especialidad, fue el hecho de poder contar esta historia desde un principio, por lo cual mucha de la investigación fue referente al saber cómo hacer una historia coherente y poder contar las experiencias vividas a través de dibujos, viñetas, guiones, etc.

Una limitación con la obra, es que fue muy difícil hacerla por todos los factores que puedan imaginar, tanto emocionalmente porque se tenían que recordar todas las experiencias que he pasado, el darse cuenta de que no era tan bueno como creía, ya que este primer número se desarrolló con ayuda de inteligencia artificial, una herramienta que se quería evitar, ya que esta obra estaba planeada para dibujarse a mano. Sin embargo, al tener un alto perfeccionismo, se buscaba dar la mayor calidad posible y poner el mayor empeño para su realización. Al ver que con mi nivel actual, no podría dar la calidad deseada, se optó por el uso de dichas herramientas; aunque se supone que iba a ser la solución más fácil, realmente usar inteligencia artificial, tiene su grado de dificultad de inteligencia intelectual, por parte de nosotros como humanos, ya que configurar los *prompts*, para que de resultados, conlleva un entrenamiento.

Cómo he mencionado, el diseñador debe ser alguien que siempre está en constante, adaptación y búsqueda de los conocimientos, sin embargo, a consideración personal de este autor, las IA, se debe de someter bajo un control ético y responsable para que pueda ser una herramienta que potencialice el trabajo y no un sustituto para el trabajo humano.

Finalmente, acabo mi conclusión informando que sería interesante poder continuar con el desarrollo de esta obra. Habrá muchas limitaciones tales como: el tiempo, el dinero, entre otras más. Se espera que un futuro, ya sea con algún otro apoyo o por simplemente plasmar esa calidad humana dentro de la novela, como se tenía planeado originalmente, y quién sabe, quizás en el futuro seguir con esto, aunque realmente es incierto.

CONCLUSIONES FINALES

En el diseño, así como cualquier otra rama, es importante trabajar bajo, una metodología. Este caso, al trabajar bajo la metodología proyecto de Munari, siempre se empieza planteándose el problema principal, y qué es lo que necesitamos para resolverlo. En mi caso, la investigación es la forma más precisa de encontrar soluciones. Siempre se aprende algo nuevo. Al adquirir los conocimientos se pueden plantear diversas soluciones, además de que se familiariza con el tema, y es ahí donde entra tu capacidad y estilo de diseñador.

En lo editorial, el dommie o la maquetación, es de suma importancia, ya que es el esqueleto que te permite fluir. ¿Por qué digo que en lo editorial es más importante tener bien planeado tu maquetación? Esto es debido a que el diseño historial se debe de plantear más reglas que en otras áreas del diseño, es decir, una identidad, ya que en el diseño industrial de donde yo vengo la base, siempre es producir algo tangible y que funcione y siga una estética, y la regla serían medidas, planos todo aquello que haga que el diseño funcione y sea seguro. Sin embargo, en lo editorial estas reglas se someten a un plano más teórico y visual, y deben de ser más claras para que cualquier diseñador pueda ejecutarlas sin problema. A diferencia de un plano, esto es un poco más complejo de realizar, ya que no es tan universal como números y medidas.

Con esto en mente es necesario tener un vasto conocimiento tanto teórico como práctico, pues, debido, la comunicación visual tiene muchísimas vertientes para llegar a su fin que es comunicar un mensaje. En mi forma de trabajar, considero que la composición es la base para realizar todo el proyecto. Además, es la manifestación de la creatividad y la forma de ver las cosas de cada diseñador, incluso se puede transmitir un estilo, ya sé que Munari recalca mucho que el diseñador debe ser alguien sin estilo personal, sin embargo, en mi criterio personal, puedo decir que eso no es 100% realista, ya que como diseñadores, lo fundamental es trabajar por un bien mayor para la sociedad, pero no es posible marcar un individualismo, creatividad, experiencias, forma de ver las cosas y gustos personales, por ejemplo, en mi caso,

me gusta mucho aplicar las reglas de composición básicas como: simetría, exageración, acento, etc.; se puede decir que es mi marca personal y cada diseñador tiene la propia.

He mencionado en varias partes de la tesina, que mi interés, se inició primeramente por el hecho de poder hacer una novela gráfica dedicada a la depresión, ya que en estos tiempos lo está pasando en su pico más largo. Sin embargo, me encontré con un nuevo campo de diseño, que expandió la forma de comunicarme y comunicar mis ideas. En un principio no estaba muy interesado por el periódico y la revista y centre todo mi tiempo de la novela gráfica, desgraciadamente no salió como yo quería, me di cuenta de que perdí mucha habilidad por el tiempo de estar alejado de lo que más me gusta que es el dibujo, pero me di cuenta de que lo editorial va más allá, conocí muchas herramientas y formas de comunicar un tema.

Al ser diseñador, ya tenía conceptos básicos de temas como tipografía, composición entre otros, pero durante la especialidad pude profundizar más en dichos temas y de alguna manera nació una nueva habilidad en mí; me di cuenta que, maquetar revistas es algo que me gusta, aunque no sea muy bueno en diseñar portadas o quizás en este tema que es la depresión, ya que, como he mencionado muchas veces, es tan abstracto, que es difícil llegar a un equilibrio visual para dar un mensaje. Renació el interés por un tema que manejé de mis primeros años de carrera, que fue la realización de infografías, debido a que por esta área podía combinar tanto el dibujo como el mensaje de alguna idea, tema u opinión por medio de datos e investigación.

En un futuro próximo, me gustaría poder desempeñarme profesionalmente en trabajos de diseño editorial, tales como: la elaboración de revistas o infografías, que fue lo que más llamo a mi atención dentro de la especialidad, retomar la novela gráfica de manera correcta, es decir, reviviendo mis habilidades de dibujo que sé que las tengo y poder llegar a contar una buena historia, y por qué no, soñar, a que sea una historia vendible, pero más que nada en lo personal, me gustaría superar el trastorno de la depresión y poder sobrellevar el TDAH, ya que dichos padecimientos me han cortado muchísimas oportunidades, quizás también vaya de la mano de mi personalidad, pero de alguna manera me siento aliviado. Los defectos que tengo como procrastinar, no ser tan concentrado, ser distraído, son ocasionados por un trastorno y no por la falta de voluntad y compromiso de mi parte.

BIBLIOGRAFÍA

- Cadwell, C., & Zapaterra, Y. (2014). *Diseño Editorial. Periódicos y Revistas/ Medios Impresos y Digitales*. Barcelona, España: Gustavo Gill.
- Lewis, A. (2016). *¿Quieres publicar una revista*. Barcelona: Gustavo Gili.
- Blog Imprimir mi revista. (13 de 03 de 2017). *Blog Imprimir mi revista*. Obtenido de Historia de las revistas: <http://imprimirmirevista.es/blog/historia-revistas/>
- Bhaskaran, L. (2006). *¿Qué es el diseño editorial?* . Barcelona: Index Book.
- Brockman, J. M. (2012). *Sistema de retículas* . Barcelona: Gustavo Gili.
- Depresión. (s.f.). *MedlinePlus*. Obtenido de MedlinePlus: <https://medlineplus.gov/spanish/ency/article/003213.htm>
- Díaz, F. J. (07 de 02 de 2020). *Akira Comics*. Obtenido de Akira Comics: <https://www.akiracomics.com/blog/que-es-una-novela-grafica?srsId=AfmBOoqltF6pbNZs2zslmFY4WZtHIZzZ7si9PzpsY8y9PSuaGshBMvly>
- Diseño de tres productos editoriales: revista, p. y. (2022). *Repositorio Institucional de Acceso Abierto (RIAA)*. Obtenido de RIAA UAEM: <https://riaa.uaem.mx/xmlui/handle/20.500.12055/3415>
- Edwards, B. (2006). *El color. Un metodo para dominar el arte de combinar colores (versión pdf)*. Urano.
- Eguaras, M. (29 de 10 de 2019). *Las partes de un libro y su terminología* . Obtenido de Mariana Eguaras consultoria editorial: <https://marianaeguaras.com/las-partes-de-un-libro-y-su-terminologia/>
- Etece. (19 de 06 de 2016). *Enciclopedia Humanidades*. Obtenido de Enciclopedia Humanidades: <https://humanidades.com/periodico/>
- Eurnekian, M. (11 de marzo de 2024). *publica.la*. Obtenido de <https://blog.publica.la/es/definiendo-tu-p%C3%BAblico-objetivo-una-gu%C3%ADa-para-autores-y-editoriales>
- Fernández, I. G. (2025). *Universitat Oberta de Catalunya*. Obtenido de Proyecto II: Diseño editorial: <https://disseny.recursos.uoc.edu/recursos/dis-marca/1-introduccion-al-proceso-de-diseno-editorial-4/>
- Fuentes, G. V. (2014). *Breve historia del cómic*. Madrid: Nowtilus.
- Heller, E. (2004). *Psicología del color*. Barcelona: Gustavi Gili.
- Health, N. I. (2024). *national institute of mental health*. Obtenido de <https://www.nimh.nih.gov/health/publications/espanol/depresion-sp>

INAPI. (09 de 11 de 2024). *Instituto Nacional de Propiedad Intelectual*. Obtenido de INAPI: <https://www.inapi.cl/portal/institucional/600/w3-article-843.html>

INDAUTOR. (09 de 11 de 2024). *LEY FEDERAL DEL AUTOR*. Obtenido de <http://www.ordenjuridico.gob.mx/Documentos/Federal/html/wo17068.html#:~:text=%2D%20El%20derecho%20de%20autor%20es,de%20car%C3%A1cter%20personal%20y%20patrimonial>.

Iñigo, L., & Makhlouf, A. (2014). *Diseño editorial, manual de conceptos básicos*. Cuernavaca: Universidad Autónoma del Estado de Morelos.

Iñigo, L., & Makhlouf, A. (2020). *Animación, manual de conceptos básicos*. Cuernavaca: Universidad Autónoma del Estado de Morelos.

Kloss, F. G. (2002). *Entre el diseño y la edición: Tradición, Cultura e Innovación*. Universidad Autónoma Metropolitana.

Kaj Jonhasson, P. L. (2011). *Manual de producción gráfica, recetas*. Barcelona: Gustavo Gili.

Kane, J. (2012). *Manual de tipografía*. Barcelona: Gustavo Gili.

Marca. (30 de 03 de 2023). *Marca*. Obtenido de <https://www.marca.com/mx/actualidad/2023/03/30/6425bf9222601d627e8b458c.html>

Martínez, E. (2009). *Manual de diseño editorial*. Mexicali, Baja California: Santillana.

México, G. d. (14 de 02 de 2024). *Gobierno de México*. Obtenido de <https://www.gob.mx/promosalud/es/articulos/que-pensarias-si-te-dijeramos-que-el-amor-propio-es-la-base-de-tu-salud-mental>

Munari, B. (1981). *¿Cómo nacen los objetos?* Barcelona: Gustavo Gilí.

Munari, B. (2019). *Artista y diseñador*. España: <https://es.scribd.com/read/424490235/Artista-y-disenador#>.

Nagumo, H. (2023). *Cómo combinar colores*. Barcelona: Gustavo Gili .

Nasio, J. D. (2022). *La depresión es la perdida de una ilusión*. Buenos Aires, Argentina: Paidos.

Nolan, N. J. (2025). TDAH y ansiedad en adultos: domina tu mente, vive sin ansiedad y toma el control de tu vida.

Noordzij, G. (2009). *El trazo. Teoría de la escritura*. Valencia: Campgrafic.

OMPI. (9 de 11 de 2024). *OMPI*. Obtenido de <https://www.wipo.int/copyright/es/>

Pizarro, F. G. (2020). *Educación tipográfica*. Santiago de Chile.

Posada, A. M. (2018). *Técnicas de Modelos. En el proceso de creación y diseño de productos*. Medellín: <https://es.scribd.com/read/428070053/Tecnicas-de-modelos-en-el-proceso-de-creacion-y-diseno-de-productos>.

Razo, C. M. (2011). *Cómo elaborar y asesorar una investigación de tesis*. Estado de México, México: Pearson.

Revistas, H. d. (2023). *scribd*. Obtenido de <https://es.scribd.com/document/619638512/HISTORIA-DE-LAS-REVISTAS>

Samara, T. (2004). *Diseñar con y sin retícula*. Barcelona: Gustavo Gili.

Sampieri, R. H. (2014). *Metodos de la investigación*. CDMX: Mc Graw Hill.

Solomon, A. (2015). *El demonio de la depresión*. Debate.

BIBLIOGRAFÍA WEB

Blog Imprimir mi revista. (13 de 03 de 2017). *Blog Imprimir mi revista*. Obtenido de Historia de las revistas: <http://imprimirmirevista.es/blog/historia-revistas/>

Depresión. (s.f.). *MedlinePlus*. Obtenido de MedlinePlus: <https://medlineplus.gov/spanish/ency/article/003213.htm>

Díaz, F. J. (07 de 02 de 2020). *Akira Comics*. Obtenido de Akira Comics: <https://www.akiracomics.com/blog/que-es-una-novela-grafica?srsId=AfmBOoqltF6pbNZs2zslmFY4WZtHlZzZ7si9PzpsY8y9PSuaGshBMvly>

Eguaras, M. (29 de 10 de 2019). *Las partes de un libro y su terminología*. Obtenido de Mariana Eguaras consultoria editorial: <https://marianaeguaras.com/las-partes-de-un-libro-y-su-terminologia/>

Etece. (19 de 06 de 2016). *Enciclopedia Humanidades*. Obtenido de Enciclopedia Humanidades: <https://humanidades.com/periodico/>

Eurnekian, M. (11 de marzo de 2024). *publica.la*. Obtenido de <https://blog.publica.la/es/definiendo-tu-p%C3%BAblico-objetivo-una-gu%C3%ADa-para-autores-y-editoriales>

Health, N. I. (2024). *national institute of mental health*. Obtenido de <https://www.nimh.nih.gov/health/publications/espanol/depresion-sp>

INAPI. (09 de 11 de 2024). *Instituto Nacional de Propiedad Intelectual*. Obtenido de INAPI: <https://www.inapi.cl/portal/institucional/600/w3-article-843.html>

INDAUTOR. (09 de 11 de 2024). *LEY FEDERAL DEL AUTOR*. Obtenido de <http://www.ordenjuridico.gob.mx/Documentos/Federal/html/wo17068.html#:~:text=%2D%20El%20derecho%20de%20autor%20es,de%20car%C3%A1cter%20personal%20y%20patrimonial.>

Fernández, I. G. (2025). *Universitat Oberta de Catalunya*. Obtenido de Proyecto II: Diseño editorial: <https://disseny.recursos.uoc.edu/recursos/dis-marca/1-introduccion-al-proceso-de-diseno-editorial-4/>

Marca. (30 de 03 de 2023). *Marca*. Obtenido de <https://www.marca.com/mx/actualidad/2023/03/30/6425bf9222601d627e8b458c.html>

México, G. d. (14 de 02 de 2024). *Gobierno de México*. Obtenido de <https://www.gob.mx/promosalud/es/articulos/que-pensarias-si-te-dijeramos-que-el-amor-propio-es-la-base-de-tu-salud-mental>

OMPI. (9 de 11 de 2024). *OMPI*. Obtenido de <https://www.wipo.int/copyright/es/>

Posada, A. M. (2018). *Técnicas de Modelos. En el proceso de creación y diseño de productos*. Medellín: <https://es.scribd.com/read/428070053/Tecnicas-de-modelos-en-el-proceso-de-creacion-y-diseno-de-productos>.

CAPÍTULO 6 ANEXOS

La Tabla 10 se elaboró a partir de los datos de formato de mi revista llamada “Claroscuro” y los datos de la imprenta a la que solicitamos la cotización, en este caso Vettoretti Impresores.

Tabla 10
ficha técnica de revista con datos para solicitar una cotización.

Para	Vettoretti Impresores
Persona de referencia	Elsa Ramírez
Dirección	Zacatecas 310, Ricardo Flores Magón, 62370 Cuernavaca, Mor.
Email	elsa.ramirez@vettorettiimpresores.com
De	Alan Omar García Sánchez
Dirección	Raymundo Casillas 3, Bosques de Cuernavaca, 62340 Cuernavaca, Mor.
Email	alaan.gsa9@gmail.com
Nombre del proyecto	Novela
Formato	Impreso
Tipo de impresión	offset
Dimensiones	27 x 21 cm
Dimensiones a página extendida	27 x 42 cm
Número de páginas	16. Más forros
Número de tintas	4 x 4
Encuadernación	Engrapado a caballo
Acabados	Barniz mate en cubierta 1x1
Tipo de papel en interiores	Couche de 130 gr
Tipo de papel en cubiertas	Couche de 150 gr

Nota: Tabla de Elaboración propia.

Tabla 11
Cotización de imprenta más gastos de producción de revista

Piezas	Precio por revista sin IVA (MXN)	Precio total sin IVA (MXN)	Precio total con IVA (total 1)
500 piezas	\$35.00 sin IVA	\$17,500.00 + 2,800.00	\$ 20,300.00

Nota: Tabla de Elaboración propia.

Tabla 12
Elaboración de costos fijos de Revista

Concepto	Precio unitario MXN	Cantidad total	Precio total MXN
Trámite de ISSN	Gratuito	1	Gratuito
Diseño de forros	\$5,000.00	1	\$5,000.00
Elaboración de ilustraciones especiales	A tratar	2	\$3,500
Diseño y formación	\$2,240.00	1	\$2,240.00
Búsqueda y gestión de fotografías o ilustración	\$100.00	25	\$2,500.00
Retoque de fotografías	\$40.00	25	\$1,000.00
Elaboración de gráficos	\$60.00	5	\$300.00
Lectura y pruebas	\$960.00	1	\$960.00
Corrección de estilo	\$70.00	11	\$700.00
Revisión y ajustes de forros	\$250.00	1	\$250.00
Registro Indautor	\$338.00	1	\$338.00
Total 2			\$16,788.00

Nota: Tabla de Elaboración propia.

A partir de qué tenemos nuestra tabla de presupuesto y nuestra tabla de costos fijos de la elaboración de la revista, sumaremos, el total uno, y el total dos, para tener el total final, y saber cuál es el presupuesto real que vamos a invertir en la realización de nuestra revista. En este caso, 500 ejemplares.

Tabla 13
presupuesto total para la realización de la revista "Claroscuro2"

Concepto	Total 1 (MXN)	Total 2 (MXN)	TOTAL, final (MXN)
	\$20,300.00	\$16,788.00	\$ 37,088.00

Nota: Tabla de Elaboración propia.

En la última tabla se hará a partir de cuánto se debe de vender la unidad de revista para poder recuperar la inversión y tener ganancia. En este caso, se usa el cálculo a partir de dar el precio

de un tallo de revista en un factor por cuatro o por cinco, ya que se tiene que sacar cubrir costos del pago a editorial y el pago por las librerías por exhibir tu obra, entre otros.

Tabla 14
Precios al publico de revista

Concepto	Costo de imprenta	Costo al publico (por 4)
Precio de revista unitario	\$42.00	\$168.00
Precio de revista por 500 ejemplares	\$20,300.00	\$84,000.00

Nota: Tabla de Elaboración propia.

De nuestro total de 84,000 pesos, tenemos que hacer una serie de pagos a los diferentes intermediarios que tenemos para la distribución y venta de nuestra revista

Tabla 15
Pagos a colaboradores

Concepto	Porcentaje de pago	Total
Pago a librería	40%	\$33,600.00
Pago a Editor	20%	\$16,800.00
Pago a distribuidor	10%	\$8,400.00
Pago al autor	10%	\$8,400.00
Total, final		\$70,200.00

Nota: Tabla de Elaboración propia

En ese tema de presupuestos, no sé qué precio poner para recuperar la ganancia, esta se dejará inconclusa para posibles correcciones.

En este caso, no tuvimos respuesta de cotización, debido a que el formato es especial, y de alguna manera no me dieron respuesta.

Tabla 16
Elaboración de costos fijos de Revista

Concepto	Precio unitario MXN	Cantidad total	Precio total MXN
Tramite de ISBN	\$278.00	1	\$278.00
Diseño de forros	\$5,000.00	1	\$5,000.00
Elaboración de ilustraciones especiales (Dibujo, entintado, color)	\$1050.00	32	\$33,600.00
Diseño y formación	\$2,240.00	1	\$2,240.00
Lectura y pruebas	\$960.00	1	\$960.00
Corrección de estilo	\$70.00	2	\$140.00
Revisión y ajustes de forros	\$250.00	1	\$250.00
Registro Indautor	\$338.00	1	\$338.00
Total			\$42,786.00

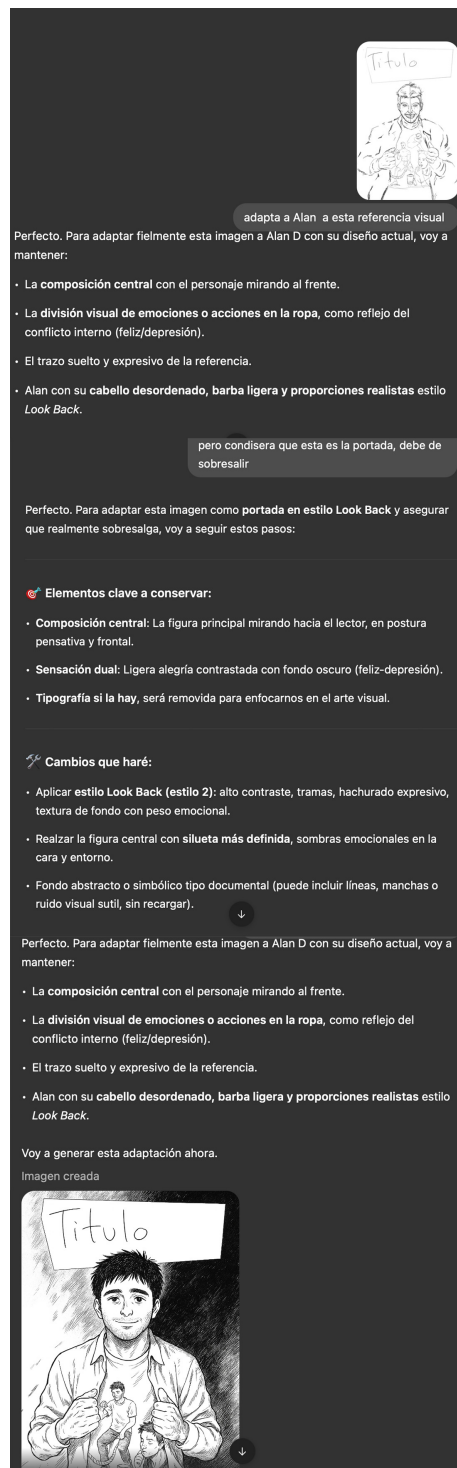
Nota: Tabla de Elaboración propia.

Figura 49
Variación de portadas. revista



Nota: Imagen de elaboración propia.

Figura 50
Comando de creación de portada en ChatGTP



Ejemplo de la serie de comandos que se le dio a Chat GTP para la creación de la portada y todas las opciones que daba, ya que en un principio es difícil configurar el programa para que haga la imagen tal como tú quieres, se debe tener un estilo de referencias, en este caso fue el manga de “Look Back”, aparte de la pose de referencia que debe de ser hecha por el autor, para ser lo más fiel a lo que tú quieres, y aun así el programa, a veces, no respeta el comando, ya que hay factores que lo limitan como políticas y privacidad y contenido que puede ser ofensivo bajo sus parámetros.

Nota: Tabla de Elaboración propia.



UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DEL
ESTADO DE MORELOS



FACULTAD
DE DISEÑO

FACULTAD DE DISEÑO
SECRETARÍA DE INVESTIGACIÓN

Cuernavaca, Morelos a 30 de septiembre de 2025

MTRA. BIANCA VANEESA FARÍAS BAHENA

DIRECTORA DE LA FACULTAD DE DISEÑO
UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DEL ESTADO DE MORELOS

PRESENTE

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

**El Diseño Editorial como herramienta para la divulgación
y concientización del transtorno depresivo**

que presenta el alumno:

ALAN OMAR GARCÍA SÁNCHEZ

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: Considero que la tesina y los productos editoriales han sido planeados y realizados con un alto criterio en estructura, investigación y diseño, obteniendo como resultado un proyecto que cumple con todas las expectativas necesarias de la Especialidad en Diseño Editorial.

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

Atentamente
Por una humanidad culta

DR. HÉCTOR CUAUHTÉMOC PONCE DE LEÓN MÉNDEZ

Incluir e-firma UAEM



Av. Universidad 1001 Col. Chamilpa, Cuernavaca Morelos, México, 62209, Facultad de Diseño, Edificio 10,
Tel. (777) 329 70 00, Ext. 2195,2196 / investigacion.disenio@uaem.mx

UAEM
RECTORÍA
2023-2029



UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DEL
ESTADO DE MORELOS

Se expide el presente documento con firma electrónica UAEM, soportada por el certificado vigente a la fecha de su elaboración y con efectos plenos de conformidad con los LINEAMIENTOS EN MATERIA DE FIRMA ELECTRÓNICA PARA LA UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DEL ESTADO DE MORELOS PUBLICADOS en el ÓRGANO INFORMATIVO UNIVERSITARIO "ADOLFO MENÉNDEZ SAMARÁ" número 117 de fecha 20 de abril de 2021.

Sello electrónico

HECTOR CUAUHEMOC PONCE DE LEON MENDEZ | Fecha:2025-09-30 14:15:32 | FIRMANTE

iERCa+LeDgO2SF/81VKL6BFqooOLZQ23nOUBdNsq1nLPfn/zsRRjvG7JJLNO0HnGHQSjAjUa3xauDI75a/kHEDTuPv583FdCFFRauXluUW/DxxpgS26W4LW/1i+xX8pImroFrc4OfucHdOTDRn1JpD6L0mO6q6FXywuVueacGyathQ01Y0DoMGrDj5122yYgO7K6OxSE19hWcDxnimDAhZlcWiAszSuSqcT3ZUaZvJcKIFZDG6QtViFPJPIJIGlVCvexiYHAg65rpNQB2KnEktlDdYR4Ph+//iq0Nh0+sQlgdvnO7vTdRsopAbEpENmk+dCV62OJvvkkQSLCsgFg==

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



[EOVUvga5Q](#)

<https://efirma.uaem.mx/noRepudio/K0KAyR4W7y1QfhjkQIBYsjNs63XgdIHu>



UAEM
RECTORÍA
2023-2029

Cuernavaca, Morelos a 19 de septiembre de 2025

DR. HÉCTOR CUAUHTÉMOC PONCE DE LEÓN MÉNDEZ
COORDINADOR DE LA ESPECIALIDAD EN DISEÑO EDITORIAL
FACULTAD DE DISEÑO
UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DEL ESTADO DE MORELOS

PRESENTE

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

**El Diseño Editorial como herramienta para la divulgación
y concientización del transtorno depresivo**

que presenta el alumno:

ALAN OMAR GARCÍA SÁNCHEZ

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 y los productos reflejan 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

DR. ANTONIO MAKHLOUF AKL

Incluir e-firma UAEM



UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DEL
ESTADO DE MORELOS

Se expide el presente documento con firma electrónica UAEM, soportada por el certificado vigente a la fecha de su elaboración y con efectos plenos de conformidad con los LINEAMIENTOS EN MATERIA DE FIRMA ELECTRÓNICA PARA LA UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DEL ESTADO DE MORELOS PUBLICADOS en el ÓRGANO INFORMATIVO UNIVERSITARIO "ADOLFO MENÉNDEZ SAMARÁ" número 117 de fecha 20 de abril de 2021.

Sello electrónico

ANTONIO MAKHLOUF AKL | Fecha:2025-09-19 15:13:10 | FIRMANTE

N9xkTpvGIHd2q9WopdIUEnjxMMLICFjzjdu+IUgjl4vdTfZJiDCGc92L8kUPlau4bU80YLP2MqYI45tWpAl+EdxTG1KZkpJoSdXABWbyoeXZOzQAsr1qU7QAQbUBv374KDZJqpTcD1Ec7oUSHsGYR+SgLLULxgxXBa7+Xv4uX9wcDv9p3cX7t6p0MxQeQOUmAlYzVYmRyzaQtqWAd1sdVq7tVCf3yCBrkW+bT44CA3J+ZFe3uns6wnAz8kD7hCtGQyqhuaG1nRnR7ZTu1jvHfPzAvUtrtShxDmzXAGbZEZW2vCQ71uxxjiaef5iTkCBICMReQ1N4tJ9RuXjpFW9kA==

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



5IOcyqf8M

<https://efirma.uaem.mx/noRepudio/8U66zivHSKsZpEbQ355eZ1bEU3Izpx6S>



UAEM
RECTORÍA
2023-2029



UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DEL
ESTADO DE MORELOS



FACULTAD
DE DISEÑO

FACULTAD DE DISEÑO
SECRETARÍA DE INVESTIGACIÓN

Cuernavaca, Morelos a 25 de septiembre de 2025

DR. HÉCTOR CUAUHTÉMOC PONCE DE LEÓN MÉNDEZ

COORDINADOR DE LA ESPECIALIDAD EN DISEÑO EDITORIAL

FACULTAD DE DISEÑO

UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DEL ESTADO DE MORELOS

PRESENTE

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

**El Diseño Editorial como herramienta para la divulgación
y concientización del trastorno depresivo**

que presenta el alumno:

ALAN OMAR GARCÍA SÁNCHEZ

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 se considera que el estudiante cumple de manera satisfactoria con todos los requerimientos establecidos por el programa de la Especialidad. Como parte de su proceso formativo, presenta tres productos que evidencian un trabajo consistente y reflexivo, en los cuales emplea el diseño editorial como una herramienta central para abordar, desde una perspectiva visual y comunicativa, el tema de la depresión.

En dichos proyectos demuestra un manejo sólido de los elementos fundamentales del campo, destacando la selección pertinente y coherente de tipografías, el uso intencionado y armónico de paletas cromáticas, la aplicación adecuada de retículas y sistemas de composición, así como la integración equilibrada de recursos gráficos y textuales. Estas decisiones proyectan no solo un conocimiento técnico del diseño editorial, sino también la capacidad de utilizarlo como medio para sensibilizar y comunicar de manera efectiva un tema de relevancia social.

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

Atentamente

Por una humanidad culta

(FIRMA ELECTRÓNICA)

DRA. LORENA SÁNCHEZ ADAYA



Av. Universidad 1001 Col. Chamilpa, Cuernavaca Morelos, México, 62209, Facultad de Diseño, Edificio 10,
Tel. (777) 329 70 00, Ext. 2195,2196 / investigacion.disenio@uaem.mx

UAEM
RECTORÍA
2023-2029

Cuernavaca, Morelos a 19 de septiembre de 2025

DR. HÉCTOR CUAUHTÉMOC PONCE DE LEÓN MÉNDEZ

COORDINADOR DE LA ESPECIALIDAD EN DISEÑO EDITORIAL
FACULTAD DE DISEÑO
UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DEL ESTADO DE MORELOS

PRESENTE

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

**El Diseño Editorial como herramienta para la divulgación
y concientización del trastorno depresivo**

que presenta el alumno:

ALAN OMAR GARCÍA SÁNCHEZ

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: el cumplimiento mínimo de los lineamientos académicos establecidos por el programa, en la tesina y los proyectos editoriales, y los criterios establecidos por el plan de estudios.

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

Atentamente
Por una humanidad culta

MTRA. Jael Araceli González Pérez



UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DEL
ESTADO DE MORELOS

Se expide el presente documento con firma electrónica UAEM, soportada por el certificado vigente a la fecha de su elaboración y con efectos plenos de conformidad con los LINEAMIENTOS EN MATERIA DE FIRMA ELECTRÓNICA PARA LA UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DEL ESTADO DE MORELOS PUBLICADOS en el ÓRGANO INFORMATIVO UNIVERSITARIO "ADOLFO MENÉNDEZ SAMARÁ" número 117 de fecha 20 de abril de 2021.

Sello electrónico

JAEL ARACELI GONZALEZ PEREZ | Fecha:2025-10-21 15:26:22 | FIRMANTE

FKivLwrhpGLUBiLT6xEOTfyT/hjyvn4ppDY0XISAPNonnx6LM2Qwfm8Asq+aD0XRL+Hnj6+YSfWbyJMehlblyafUI+NyPpUy7Z5P836uDBMjl2HfYyhZHYqDAn3iz22LBAWPsT+OC
T+yyhy6aqBx8b9mV+dK3GC3HiUjTaB4K0ZmPwvzkdRkzEyll4yM0/hHT5YLJjtJlkDnijiThHl1Z5sDN19dVXmjotKFVjf9AOqoEKtYPFLoa9qLz6TpquQYUE05rCepcNoAq3xBrvBs
Uv9CmM0f91GngKXg7xpZV2cY7/pfYp3ul4enuYFkZOFspTecO7H1KX4X2i/OWg==

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



sYQZ76TDJ

<https://efirma.uaem.mx/noRepudio/a0aCR8Udr8vkVZItBIDw5Ztf6uZL6VtN>



UAEM
RECTORÍA
2023-2029



UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DEL
ESTADO DE MORELOS



FACULTAD
DE DISEÑO

FACULTAD DE DISEÑO
SECRETARÍA DE INVESTIGACIÓN

Cuernavaca, Morelos a 19 de septiembre de 2025

DR. HÉCTOR CUAUHTÉMOC PONCE DE LEÓN MÉNDEZ

COORDINADOR DE LA ESPECIALIDAD EN DISEÑO EDITORIAL

FACULTAD DE DISEÑO

UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DEL ESTADO DE MORELOS

PRESENTE

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

**El Diseño Editorial como herramienta para la divulgación
y concientización del trastorno depresivo**

que presenta el alumno:

ALAN OMAR GARCÍA SÁNCHEZ

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:

1. Demuestra una adecuada composición y maquetación de sus tres productos editoriales.
2. Plantea y alcanza los objetivos del proyecto descrito en la tesina.

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

Atentamente
Por una humanidad culta

MTRO. ULISES GALVÁN SALGADO



Av. Universidad 1001 Col. Chamilpa, Cuernavaca Morelos, México, 62209, Facultad de Diseño, Edificio 10,
Tel. (777) 329 70 00, Ext. 2195,2196 / investigacion.disenio@uaem.mx

UAEM
RECTORÍA
2023-2029



UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DEL
ESTADO DE MORELOS

Se expide el presente documento con firma electrónica UAEM, soportada por el certificado vigente a la fecha de su elaboración y con efectos plenos de conformidad con los LINEAMIENTOS EN MATERIA DE FIRMA ELECTRÓNICA PARA LA UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DEL ESTADO DE MORELOS PUBLICADOS en el ÓRGANO INFORMATIVO UNIVERSITARIO "ADOLFO MENÉNDEZ SAMARÁ" número 117 de fecha 20 de abril de 2021.

Sello electrónico

ULISES GALVÁN SALGADO | Fecha:2025-09-19 13:02:09 | FIRMANTE

9gYY+CDdJZVHI+q0/LR/UGcN7Tr18gZN5ewjHpvLG7jvAi2FKXpxrsWjhQ8wzhF9hAlbirz5OkAccVLwHQbyX/5DNQj+XkYqQgZQLCZ2AB+UANGWd1MonVOam6wf8canS8tQKF57Oii//AGBBsu6zXlyp1VefpEwSus67un+RESpDO5Nr5B3sFUU5u+CYdphOHiiYoHIQ493VycL4ih/VkhTYORBgvtNjILRr/erUtgpm6+mzmhGOD5DWp4/ulSNbNAQHhMgvtCBGhkOaQnaF9l99bi/Ke7gRHhXN/H67fx5phWv/NyrPpM/kd2U7tjQ0PJQLewPsKM3DfaU/scQdQ==

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



C9jhg4Bkv

<https://efirma.uaem.mx/noRepudio/ohEpph2Jrfkh1UG3CgzkbzuX5923xY1j>



UAEM
RECTORÍA
2023-2029