



República Bolivariana de Venezuela
Universidad Monteávila
Facultad de Ciencias de la Comunicación e Información
Escuela de Comunicación Social

MOVIMIENTO KURTLAVISTA
Elaboración de una revista digital con temática cultural
basado en el emprendimiento de “Kurt La Vié”.

Autores

Alexandra Trinity José Courtois Gutiérrez
Carlos Miguel Méndez Lorenzo

Tutor(a)

Andrea Medina

Caracas, junio del 2024

CARTA DE CESIÓN DE DERECHOS A LA UNIVERSIDAD

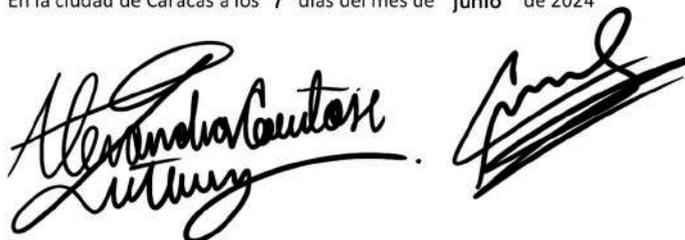
Derecho de autor

Quien suscribe, en condición de autora del trabajo titulado "Movimiento Kurtlavista", declara que cedo a título gratuito, y en forma pura y simple, ilimitada e irrevocable a la Universidad Monteávila, los derechos de autor de contenido patrimonial que me corresponden sobre el presente trabajo. Conforme a lo anterior, esta cesión patrimonial sólo comprenderá el derecho para la Universidad de comunicar públicamente la obra, divulgarla, publicarla o reproducirla en la oportunidad que ella así lo estime conveniente, así como, la de salvaguardar mis intereses y derechos que me corresponden como autor de la obra antes señalada. La Universidad en todo momento deberá indicar que la autoría o creación del trabajo corresponde a mi persona, salvo los créditos que se deban hacer a la tutora o cualquier tercero que haya colaborado o fuere hecho posible la realización de la presente obra.

Autora: Alexandra Courtois / Carlos Méndez

C.I. 29.678.955 / 29.678.427

En la ciudad de Caracas a los 7 días del mes de junio de 2024

The image shows two handwritten signatures in black ink. The signature on the left is 'Alexandra Courtois' with 'Lutiny' written below it. The signature on the right is 'Carlos Méndez' with a stylized flourish underneath.

DEDICATORIA

*A nuestros padres,
por siempre estar a nuestro lado desde el primer segundo de nuestras vidas
y educarnos y formarnos de la mejor manera posible.*

*A nuestros seres queridos,
por sumarse y ser parte esencial de nuestras vidas.*

*Y a Venezuela.
“Por los padres, por los hijos,
por los padres, por los hijos,
por los padres, por los hijos”.*

AGRADECIMIENTOS

Escribir estos agradecimientos representa el fin de una etapa, la vida universitaria. Todos mis logros personales, académicos y artísticos se los debo a las personas que siempre me han apoyado. Es por eso que deseo agradecer a mi padre Tony, por impulsarme a estudiar en esta universidad y a emprender. A mis hermanas, Betty, Sabri y Luna por hacerme querer ser mejor persona. A mi madre Bettina, por guiarme en este camino. A mis profesores que han sido agentes de cambio en mi vida y a Carlos por atreverse a soñar en grande conmigo con este proyecto.

-Alexandra.

Quisiera agradecer a mi familia, específicamente a mis papás, Mary Luz y Juan Carlos, y a mi hermana, Sara Elisa, por apoyarme en este camino desde el principio, no tengo las palabras suficientes para justificar lo agradecido que estoy por tenerlos como familia. Quisiera agradecer a mi grupo cercano a lo largo de esta carrera: Alexandra, la mejor compañera de tesis; Andrés Ignacio; Andrés Eloy; Claudia; Deimar Fabiola; José Ignacio; Jose Ignacio; Isabella; Juan Diego; mis gemelas favoritas, María Gabriela y María Laura; Natalia Margarita y Ricardo Federico. Unos desconocidos que comenzaron a ser parte de mi vida cotidiana en estos últimos cuatro años, siendo parte esencial de mi formación académica en los salones y en los pasillos de la universidad, pero mejores personas fuera de este recinto educativo.

-Carlos.

Queremos agradecer a nuestra tutora del proyecto final de carrera, Andrea Medina, por su compromiso y dedicación a lo largo de este último tramo de carrera universitaria, en donde nos motivó y nos guió de la mejor manera posible para completar este objetivo.

Queremos agradecer a cada uno de los profesores que nos acompañaron y nos educaron durante la carrera universitaria. Mención especial para Gabriel Sará, Eucaris Meza, Juan Carlos Vidal, Sofía Nederr, Michelle Rodríguez y Gabriel Gutiérrez, profesores que de una manera u otra nos marcaron en la vida a través de sus clases, sus opiniones o la pasión por su profesión.

Por último, queremos agradecer a cada uno del personal de la universidad, desde los señores de mantenimiento hasta los trabajadores de las cafeterías, gracias por hacernos sentir en casa en estos cuatro años de carrera. Mención especial para Carlos y Valentina de Date Aquí.

-Alexandra y Carlos.

ÍNDICE GENERAL

CARTA DE CESIÓN DE DERECHO A LA UNIVERSIDAD	1
DEDICATORIA	2
AGRADECIMIENTOS	3
ÍNDICE GENERAL.	5
3. RESUMEN.	8
3.1 PALABRAS CLAVES.	8
3.2 ANTECEDENTES.	9
3.2.1 Fernández, N., Pérez, A., Rojas, S., Suppini, C., Torres, F. (2022). Diseño de medios para la creación de un blog de moda en Instagram que impulse la producción y el consumo nacional..	9
3.2.2 Godoy, V. (2018). Propuesta de diseño de medios para una revista musical en formato web con cinco secciones que impulsen al talento nacional “VDV”..	9
3.2.3 Fernández, M., Rodríguez C. (2019). Somos emprendedoras. Workshop: Herramientas prácticas de emprendimiento..	10
4. PRESENTACIÓN DEL PROYECTO.	11
4.1 INTRODUCCIÓN.	11
4.2 BASES TEÓRICAS	13
4.2.1 DISEÑO.	13
4.2.2 DISEÑO GRÁFICO.	13
4.2.3 REVISTA.	14
4.2.4 REVISTA DIGITAL.	14
4.2.5 COMPOSICIÓN VISUAL.	15
4.2.6 PUBLICACIÓN DIGITAL..	15
4.2.7 PORTADA.	16
4.2.8 TIPOGRAFÍA.	16
4.2.9 COLOR.	16
4.2.10 LOGOTIPO.	17
4.2.11 BANCO DE ILUSTRACIONES.	17

4.2.12 CONTRAPORTADA.	17
4.2.13 ÍNDICE.	18
4.2.14 ARTÍCULO DEL MEDIO.	18
4.2.15 FORMATO PDF.	18
4.2.16 COLLAGE.	18
4.2.17 EMPRENDIMIENTO.	18
4.2.18 SOCIOLOGÍA.	19
4.2.19 FOLKLORE.	19
4.2.20 CULTURA.	19
4.2.20.1 CULTURA VENEZOLANA.	19
4.2.21 RENACIMIENTO.	19
4.2.22 BARROCO.	20
4.2.23 REALISMO.	20
4.2.24 IMPRESIONISMO.	20
4.2.25 CUBISMO.	20
4.2.26 SURREALISMO.	21
4.2.27 POP ART.	21
4.3 JUSTIFICACIÓN.	22
4.4 OBJETIVOS.	23
4.4.1 OBJETIVO GENERAL.	23
4.4.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS.	23
5. PLAN DE ACCIÓN.	24
6. PROYECTO.	26
6.1 DESCRIPCIÓN.	26
6.2 SLOGAN.	26
6.3 TARGET.	27
6.4 FILOSOFÍA DE GESTIÓN.	29
6.4.1 HISTORIA.	29
6.4.2 MISIÓN.	29

6.4.3 VISIÓN.	30
6.4.4 VALORES.	30
6.5 IDENTIDAD CORPORATIVA.	30
6.5.1 NOMBRE.	30
6.5.2 PERSONALIDAD.	31
6.5.3 TONO COMUNICACIONAL.	31
6.5.4 IDENTIDAD VISUAL.	33
6.5.4.1 LOGO.	33
6.5.4.2 PALETA DE COLORES.	34
6.5.4.3 TIPOGRAFÍA.	35
6.6 SEGMENTOS DEL MERCADO.	36
6.7 POSICIONAMIENTO.	36
6.8 LÍNEA EDITORIAL.	37
6.9 PROPÓSITO.	37
6.10 PUBLICIDAD.	38
7. ENLACE DEL PROYECTO.	39
8. CONCLUSIONES.	39
9. RECOMENDACIONES.	40
10. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS.	42
11. ANEXOS.	48

RESUMEN

El presente proyecto final de carrera tiene como objetivo diseñar una revista digital en formato PDF, pertinentemente titulada “Movimiento Kurtlavista”, con la intención de expandir la creación de contenido del emprendimiento “Kurt La Vié”, desarrollado por Alexandra Courtois en 2020.

El diseño de la revista desempeña una labor crucial en la experiencia del lector, una revista excelentemente diseñada captura la atención del público a través del contenido y crea una experiencia memorable. En este caso, el proyecto resalta la importancia de aplicar meticulosamente los principios del diseño gráfico para crear una propuesta visualmente atractiva y cautivadora.

Esta revista es el comienzo de un tapiz visual comprendido por la unión de técnicas artísticas y la esencia peculiar que define a Kurt La Vie. La realización de siete pinturas renderizadas se adentra en cada uno de los períodos del arte, combinadas con el estilo característico del emprendimiento, se complementan con una serie de artículos acerca de la historia contemporánea de Venezuela, expresando de manera eficiente el folklore venezolano, la identidad nacional y los desafíos dentro de la sociedad.

Las nuevas generaciones se caracterizan por su gran ímpetu de contribuir a la formación de un mejor país. Por ello, esta revista digital fue planteada de esta manera, se invita al pensamiento crítico, a la conexión cultural y a la acción social, un recordatorio de que el arte tiene el poder de inspirar y transformar. El emprendimiento “Kurt La Vié” pretende ser más que un simple modelo de negocios tradicional, por ende, emplea el arte para catalizar al público a investigar sobre la culturización y concientizar con cualquier problemática social.

3.1 Palabras claves

Diseño de medios, revista digital, medio digital, emprendimiento, movimiento artísticos, arte, identidad nacional, sentido de pertenencia, Venezuela.

3.2 Antecedentes

Para este proyecto final de carrera se escogieron como referencia tres trabajos de grados.

3.2.1 Fernández, N., Pérez, A., Rojas, S., Suppini, C., Torres, F. (2022). *Diseño de medios para la creación de un blog de moda en Instagram que impulse la producción y el consumo nacional.* [Proyecto final de carrera, Universidad Monteávila].

El primer antecedente es el más importante para la creación del proyecto final de carrera debido a todas las herramientas presentadas en diversas áreas de elaboración del trabajo. Consiste en impulsar la producción y el consumo de indumentarias diseñadas, confeccionadas y comercializadas en Venezuela mediante un medio que funja como educador y expositor de la industria y cultura de la moda nacional. Este medio digital es importante para la investigación porque presenta una excelente base de cómo desarrollar la revista digital, siendo la guía principal del equipo a la hora de elaborar el propio, además de una excepcional orientación en las áreas de mercadeo y de la identidad visual para el desarrollo del proyecto. Asimismo, enfatiza sobre la relevancia de los medios digitales en la actualidad, pues facilitan el proceso de comunicación con las nuevas generaciones, siendo un precursor del estudio.

3.2.2 Godoy, V. (2018). *Propuesta de diseño de medios para una revista musical en formato web con cinco secciones que impulsen al talento nacional "VDV".* [Proyecto final de carrera, Universidad Monteávila].

El segundo antecedente trata de un diseño de medios para la creación de una revista musical digital en formato de página web con el objetivo de incentivar el talento nacional. Sirve como una referencia para moldear el formato de composición de revista digital, considerado debido a la similitud entre propuestas presentadas del diseño. Además presenta una estructura de composición visual dividida en secciones, dicho planteamiento puede ser imitado por el equipo debido a su funcionalidad. Otro aspecto rescatable de este proyecto final se basa en su objetivo específico desarrollado para incentivar el conocimiento de temas específicos en el público, su metodología de igual forma puede ser aplicable en el trabajo final de carrera de los alumnos.

3.2.3 Fernández, M., Rodríguez C. (2019). *Somos emprendedoras. Workshop: Herramientas prácticas de emprendimiento.* [Proyecto final de carrera, Universidad Monteávila].

El tercer y último antecedente académico contiene bastante valor la información sobre las herramientas prácticas que potencian a las marcas, suministrando a los lectores material que puedan potenciar su capacidad de implementar técnicas efectivas de planificación, mercadeo y proyección de negocio. Con el objetivo de desarrollar puntos esenciales para el establecimiento y progreso de los emprendimiento.

PRESENTACIÓN DEL PROYECTO

4.1 Introducción

Fundado hace cuatro años por Alexandra Courtois, Kurt La Vié es un emprendimiento que cautivó a las audiencias con su exquisita colección de pinturas, carteles, marcos de madera MDF, acrílicos y lámparas de acrílico. Actualmente, explora sus horizontes hacia la comunicación digital con la elaboración de una revista digital, siendo un testimonio de la visión presentada por el proyecto artístico y un preludeo al establecimiento de un sitio web dedicado.

Este proyecto final de carrera tuvo el objetivo de diseñar el medio digital, en el formato de revista con la aplicación de los principios del diseño gráfico para asegurar una iniciativa atractiva para los afiliados del emprendimiento. El uso del color, la tentativa tipografía y los cuadros cuidadosamente realizados se combinan armónicamente con el texto de los artículos, originando una cautivadora narración visual y un contenido melódico. La importancia del diseño gráfico es palpable en cada uno de los aspectos consumibles por el ser humano, Kurt La Vié propone demostrar el arte por medio del diseño gráfico, educando a los consumidores con la información recopilada de los artículos en la revista con el fin de poseer un elemento diferenciador contra sus competidores.

El diseño gráfico es el arte de comunicar una idea o mensaje de manera visual, estos gráficos pueden ser tan simples como un logotipo de negocio o tan complejos como diseños de página en un sitio web. Las aplicaciones del diseño gráfico van más allá del ámbito tradicional del medio impreso, abarcando una amplia gama de plataformas digitales e interactivas. Sitios web, aplicaciones móviles, interfaces de redes sociales e interfaces de usuario, todos se basan en los principios del diseño gráfico para mejorar la experiencia del usuario y transmitir mensajes de marca. En esencia, el diseño gráfico sirve como un puente entre las ideas y su representación visual, permitiendo una comunicación efectiva y un compromiso con las audiencias, siendo un campo dinámico y en constante evolución que juega un papel fundamental en la configuración de nuestro panorama visual y en la influencia de nuestras percepciones del mundo que nos rodea.

El diseño gráfico es “el arte y la práctica de planificar, proyectar ideas y experiencias con contenido visual y textual” (American Institute of Graphic Arts, 2023), en concordancia con este instituto, los alumnos consideramos la revista como el medio digital ideal para este proyecto, debido a que el emprendimiento consiste en la realización de obras de arte personalizadas. El arte es la expresión más profunda del ser humano, siendo manifestada en pinturas o costumbres, es el espejo humano que transmite emociones, valores, sentimientos e ideas interpretadas de distintas maneras por cada individuo. Una obra puede llegar a traspasar fronteras culturales, estremecer a personas de distintos orígenes, ser un espacio para el entendimiento social y resaltar los valores y las tradiciones de cada lugar para ampliar la perspectiva individual del hombre.

El arte es expresado en las pinturas, en la historia o en los valores de una sociedad, el emprendimiento de Kurt La Vié lo aplica como herramienta para la reflexión social de Venezuela. Las manifestaciones artísticas son el reflejo de la identidad nacional, son productos desarrollados por la experiencia y sueños de una nación con el paso del tiempo y el aprecio de ellos genera una comprensión detallada de la cultura y la nación a la que el individuo pertenece.

En el arte visual de la revista, Kurt La Vié combina su estética esencial con cada uno de los movimientos artísticos para la realización de siete cuadros centrados en la cultura e identidad venezolana, con el fin de educar a los lectores sobre el sentido de pertenencia mediante el folklore y el género artístico. Queriendo lograr un cambio a través del arte para transmitir un mensaje de manera introspectiva para el ciudadano venezolano por medio de la identidad venezolana, para concientizar acerca la pérdida del sentido de pertenencia que la sociedad ha tenido en estas últimas décadas sin dejar de lado la evolución del crecimiento comunicacional y los beneficios de la multiculturalidad en el país.

4.2 Bases Teóricas

4.2.1 Diseño

La Real Academia Española define la terminología de “diseño” como la “concepción original de un objeto u obra destinados a la producción en serie” (Real Academia Española, 2023, definición 3).

J. Costa (2014) explica que “el diseño es una actividad mediadora que tiene mucho que ver con la configuración del entorno artificial y constituye un elemento significativo de sus interacciones con los individuos y la sociedad” (p.89). El diseño se encuentra en la cotidianidad del hombre, tiene la capacidad de dar forma a la imaginación y crear un ambiente sin precedente en la naturaleza con el objetivo de satisfacer nuestras necesidades y dar sentido a nuestras vidas.

El Consejo Internacional de Diseño (2024) indica que “design is a discipline of study and practice focused on the interaction between a person — a ‘user’— and the man-made environment, taking into account aesthetic, functional, contextual, cultural and societal considerations”. [El diseño es una disciplina de estudio y práctica centrada en la interacción entre una persona (un 'usuario') y el entorno creado por el hombre, teniendo en cuenta consideraciones estéticas, funcionales, contextuales, culturales y sociales].

4.2.2 Diseño gráfico

La terminología del diseño gráfico es bastante ambigua y, por ende, la capacidad de explicarla determinadamente debido a su amplitud expresiva. En el proyecto de diseño editorial de I. García Fernández (s.f) en la Universidad Oberta de Catalunya menciona que “la palabra clave -para definir el diseño digital- es adaptación. Los diseñadores se encuentran ante la disyuntiva de que tienen que adaptarse a los nuevos formatos, a las nuevas herramientas y, en consecuencia, a las nuevas formas de diseñar y de comunicar a través del diseño”.

Un artículo en la web de Esneca Business School (2023) menciona que “en la era digital en la que vivimos, el diseño gráfico desempeña un papel crucial en diversos aspectos de nuestras vidas... El diseño gráfico se ha convertido en una herramienta versátil que nos ayuda a transmitir ideas, emociones y mensajes de manera efectiva”. Esta disciplina combina la estética con la comunicación visual y se

convirtió en una herramienta fundamental para la sociedad actual y dominar los fundamentos del diseño gráfico abre un abanico de posibilidades creativas. H. Baumann (2021) certifica que “el diseño gráfico es un medio para representar visualmente el lenguaje y los pensamientos, así como para hacer visibles, legibles y comunicables las conexiones teóricas”.

La misma Esneca Business School (2023) alude que el diseño gráfico “se enfoca en la creación y combinación de elementos visuales, como imágenes, tipografía, colores y formas, con el objetivo de comunicar mensajes claros, efectivos y atractivos... A través de sus funciones informativas, persuasivas, educativas y de entretenimiento, el diseño gráfico moldea nuestra percepción, facilita la comunicación y enriquece nuestra experiencia visual”.

4.2.3 Revista

Según la Real Academia Española (RAE), la revista es la "publicación periódica que contiene escritos sobre diversos temas, generalmente ilustrada". (Real Academia Española, 2023, definición 5).

4.2.4 Revista digital

En la era digital, las revistas han encontrado una nueva forma de expresión a través de las revistas digitales. Llensa (2017) afirma que la revista digital es “una secuencia de contenidos que tratan sobre un mismo tema y que son publicados digitalmente en una interfaz lógica y en un flujo UX (experiencia de usuario), capaz de permitir que el usuario interactúe y se interconecte con redes sociales”. Más allá de la simple lectura, se busca una experiencia que involucre al lector desde el inicio. Por ello, el diseño de la portada juega un papel crucial para la captación del interés y anima a adentrarse en los contenidos.

El objetivo será crear una composición visual, de carácter creativo y atractivo, coherente con la identidad gráfica del medio digital. Mediante el diseño de este medio, los alumnos planean iniciar una conversación con el lector desde el principio, es por ello que realizarán una pieza diferenciadora, iniciando por su portada. S. Vázquez (2018) considera que estos modelos de revistas aprovechan el formato

digital para incorporar animaciones, multimedias y enlaces dentro de sus contenidos “para que sea más interactiva y mejor estéticamente”.

En definitiva, las revistas digitales se erigen como un nuevo paradigma de la comunicación, ofreciendo una experiencia de lectura enriquecedora, atractiva y acorde a las demandas del público actual.

4.2.5 Composición visual

Según Godoy, A. (2023), “la composición al nivel artístico es la organización de elementos o formas a la hora de crear una obra, al nivel visual la utilizamos para determinar la ubicación de todos los recursos visuales de manera en la que el resultado sea coherente y ordenado dependiendo de lo que necesitemos en el diseño”.

4.2.6 Publicación digital

Según la investigación de la Universidad Oberta de Catalunya realizada por I. García Fernández (s.f), “una publicación digital es aquella que se visualiza en un soporte digital, es decir, que se accede a ella mediante un ordenador u otro dispositivo electrónico y que, además de textos, puede reproducir imágenes, audios y vídeo o contener enlaces y opciones que permiten un juego de interactivas con el receptor”. La globalización ha permitido la migración de lo físico a lo digital, por ende la mayoría de la información que se consume actualmente proviene de dispositivos inteligentes, la tendencia ecológica del reciclaje reduce cada vez más las impresiones de papel, por lo cual las personas se manejan mayormente a la transmisión de información mediante portales web.

A diferencia de las publicaciones tradicionales en papel, las digitales no solo presentan textos, sino que también pueden incluir imágenes, audios y vídeos. Además, permiten la interacción con el lector a través de enlaces y opciones que dinamizan la experiencia de lectura. Esta nueva forma de comunicación ofrece un sinfín de posibilidades para presentar información de manera atractiva, interactiva y accesible, rompiendo las barreras del formato tradicional y abriendo un mundo de oportunidades para la creación y el consumo de contenido.

4.2.7 Portada

Cumpliendo con los requisitos del diseño de una revista digital, la elaboración de la portada fue primordial. “Su función es llamar la atención sobre el lector, y hacer de escaparate de los contenidos de la publicación. La portada ha de resumir el contenido de manera clara, y conseguir impactar en el observador para provocar una intención de compra” (I. García Fernández, s.f).

Bajo este concepto, el diseño de la revista fue realizado una vez que el proyecto se encontraba en etapa avanzada, para que pudiese capturar el espíritu del diseño mismo, como se expone anteriormente. La portada a su vez debe contener los siguientes elementos: logo de cabecera, imagen principal (ilustrada por los alumnos), información fija (fecha), título principal y titulares secundarios.

(Ver Anexo 1 para observar la portada de la revista).

4.2.8 Tipografía

El equipo considera primordial aplicar el concepto de “jerarquía tipográfica” planteado por Agustín Pérez, de la Escuela Superior de Diseño de Barcelona, España (2020), puntualizando el siguiente consejo: “una composición tipográfica clara, desde el texto principal hasta el título. Encontrar el patrón y la clase de tipografía adecuada ayudará en general”. Es por ello que los alumnos seleccionarán su propia combinación de fuentes, para generar una familia tipográfica funcional entre las fuentes primarias y secundarias que complementarán la estética del diseño digital mediante el uso de cuadrículas para asegurar su equilibrio en cada página.

(Ver 6.5.4.3 para observar la tipografía seleccionada).

4.2.9 Color

El diseño buscará diferenciarse en su calidad visual para el público, la previa elaboración de una paleta de colores, con tonos característicos de Kurt La Vié, será fundamental para la creación del medio. “El color es el aspecto de las cosas que es causado por diferentes cualidades de la luz mientras es reflejada o emitida por ellas” (Crayola, 2018).

H. Baumann (2021) menciona que “los psicólogos ya habían establecido una conexión entre las emociones humanas y los colores. Es así como la psicología del color investiga qué colores evocan ciertos tipos de emociones”. El estudio de

análisis para la elección de nuestra gama de colores estará basado en optimizar el acercamiento, a través de la pantalla, para conectar con mayor facilidad con nuestros usuarios. “La combinación de los colores no solo es crucial para los gráficos, sino sobre todo para construir una identidad de marca atractiva y coherente”. (Ibid.).

(Ver 6.5.4.2 para observar la paleta de colores seleccionada).

4.2.10 Logotipo

Armstrong y Kotler (2008) afirman que “los logotipos pueden convertirse en un elemento crucial en la conexión entre el cliente y la marca” (p.237). Señalan la importancia del logotipo como un elemento crucial entre el cliente y la marca. Consecuente a esto, en el aspecto de la identidad visual de la revista, se desarrollará un nuevo logotipo para el emprendimiento, adaptada a las nuevas tendencias anteriormente dichas y cuyos tonos armonicen con la paleta del proyecto.

(Ver 6.5.4.1 para observar el logotipo seleccionado).

4.2.11 Ilustraciones digitales

Honrando el propósito del emprendimiento seleccionado para realizar este medio digital, el equipo deberá diseñar los elementos visuales que acompañarán a la información del medio digital. La revista contará con su propio banco de ilustraciones digitales, las cuales se definen como “la producción de imágenes y diseños utilizando para ello todo tipo de herramientas digitales y dispositivos electrónicos” (Pérez, 2019).

4.2.12 Contraportada

El medio digital posee una estructura para el desarrollo efectivo de la revista: la contraportada, el pie de página, los artículos y el índice son otros elementos que lo componen, siendo partes esenciales para el avance del desarrollo digital. Según Rojas (2017), “la contraportada es una pequeña reseña del contenido de la revista, enunciado breve y sintético algunos de los contenidos más relevantes que se encontrarán en el interior de la edición”.

(Ver Anexo 10, p.58).

4.2.13 Índice

“El índice es un listado de indicadores asociados a palabras o frases, que permiten ubicar con facilidad un contenido en el interior de la revista (Rojas, 2017)”.

(Ver Anexo 2, p.50).

4.2.14 Artículo del medio

Continuando con la denominación de los artículos del medio, “son la parte medular de la revista, al igual que del diario y periódico. Pueden ir acompañados de imágenes, gráficas o fotografías, que estarán generalmente explicadas por un epígrafe (Rojas, 2017)”.

4.2.15 Formato PDF

Todo el diseño al ser realizado de forma digital, se consolidó en formato PDF, según I. García Fernández (s.f): “El uso de archivos en formato PDF que permiten crear un arte final con imágenes y fuentes insertadas ha simplificado mucho los procesos. Un PDF es un documento cerrado, lo que nos asegura que no será alterado una vez enviado, ya que se trata de un archivo no manipulable”. Asegura no sólo su contenido no sea modificable, si no que su convertibilidad segura en cualquier dispositivo móvil, permitiendo a su vez la reproducción de vídeos e hipervínculos.

4.2.16 Collage

Técnica pictórica que consiste en componer una obra plástica uniendo imágenes, fragmentos, objetos y materiales de procedencias diversas. (Real Academia Española, 2023, definición 1).

4.2.17 Emprendimiento

Emprender es el acto de “acometer y comenzar una obra, un negocio, un empeño, especialmente si encierran dificultad o peligro” (Real Academia Española, 2023, definición 1). Según F. Cárdenas (2022), un emprendimiento es el esfuerzo que hace una persona o grupo de personas para impulsar un proyecto, crear una empresa o una solución innovadora. Con base en esta actividad se generarán

ganancias y se aportará valor a los consumidores, de tal forma que el negocio o proyecto permanezca, crezca y escale.

4.2.18 Sociología

“Ciencia que trata de la estructura y funcionamiento de las sociedades humanas” (Real Academia Española, 2023, definición 1).

4.2.19 Folklore

La Real Academia Española denomina a la palabra “folklore” o “folclore” como el “conjunto de costumbres, creencias, artesanías, canciones, y otras cosas semejantes de carácter tradicional y popular”. (Real Academia Española, 2023, definición 1).

4.2.20 Cultura

“Conjunto de modos de vida y costumbres, conocimientos y grado de desarrollo artístico, científico, industrial, en una época, grupo social, etc”. (Real Academia Española, 2023, definición 3).

Según la UNESCO (2001), es el conjunto de los rasgos distintivos espirituales y materiales, intelectuales y afectivos que caracterizan a una sociedad o a un grupo social y que abarca, además de las artes y las letras, los modos de vida, las maneras de vivir juntos, los sistemas de valores, las tradiciones y las creencias.

4.2.20.1 Cultura venezolana

Los valores de la cultura constituyen un bien irrenunciable del pueblo venezolano y un derecho fundamental que el Estado fomentará y garantizará, procurando las condiciones, instrumentos legales, medios y presupuestos necesarios. (Constitución de la República Bolivariana de Venezuela, 1999, Artículo 99).

4.2.21 Renacimiento

P. Maurizio (2018), considera al Renacimiento como la manifestación cultural del cambio en la mentalidad europea. “Cambió el modo de concebir el arte en general y las imágenes en particular y su influencia se extendió hasta el siglo XX”.

Además, J. Pascual Molina (2023) cita una frase de Vasari para explicar la capacidad artística que ostenta el cuadro: "todo aquel que quisiera ver en qué medida puede el arte imitar a la Naturaleza lo podría comprender en la cabeza de La Gioconda".

4.2.22 Barroco

Some of the qualities most frequently associated with the Baroque are grandeur, sensuous richness, drama, vitality, movement, tension, emotional exuberance, and a tendency to blur distinctions between the various arts. [Algunas de las cualidades más frecuentemente asociadas con el Barroco son la grandeza, la riqueza sensual, el drama, la vitalidad, el movimiento, la tensión, la exuberancia emocional y la tendencia a desdibujar las distinciones entre las diversas artes]. (The Editors of Encyclopaedia Britannica, 2024).

Ann Kay (2024) explica que "Its complex composition creates an unparalleled illusion of reality and is a reason that it is one of the most important paintings in the Western Canon". ["Su compleja composición crea una ilusión de realidad incomparable y es una de las razones por las que es una de las pinturas más importantes del canon occidental"].

4.2.23 Realismo

Según S. Ruz (2023), "El arte no siempre ha buscado imitar la realidad... El Realismo propuso un giro radical y dirigió su mirada a la realidad circundante del día a día".

4.2.24 Impresionismo

E. Cruz (2023) menciona que "el impresionismo se caracteriza por las pinceladas cortas, los colores claros y el énfasis en capturar la impresión momentánea de una escena...El impresionismo artístico se considera hoy uno de los estilos pictóricos más importantes de la historia del arte".

4.2.25 Cubismo

S. Vargas (2022) dice que "con formas fracturadas y composiciones desordenadas, el cubismo abandonó las representaciones figurativas de otros géneros del arte y se movió hacia la abstracción total. Este aspecto, junto con su

evolución única y su influencia duradera, ha hecho del cubismo una de las formas de arte más famosas del siglo XX”.

4.2.26 Surrealismo

Un artículo publicado en Domestika (s.f) lo define “movimiento artístico surgido en la década de 1920 que se caracteriza por expresar imágenes irracionales y oníricas”.

“El surrealismo en la pintura... busca explorar la mente subconsciente y desafiar las nociones tradicionales de la realidad. Con sus imágenes de cierta rareza y fantásticas, el surrealismo ha cautivado al público durante décadas y sigue siendo una de las corrientes favoritas en la actualidad”. (Ibid.).

4.2.27 Pop Art

En relación al Pop Art, la Escuela Europea Des Arts (2019) compara que “la idea que había detrás de este movimiento era similar a la que puedes encontrar en las vanguardias de los años 20”.

La misma institución menciona que “buscaban escapar de una visión elitista del arte, una visión que no hacía más que mermar su capacidad creativa y el modo en el que querían reproducir el mundo”. (Ibid.).

4.3 Justificación

Este proyecto final de carrera trata de llegar al consumidor desde lo emocional, Kurt La Vié busca llegar al público mediante lo visual para detonar sentimiento y desde lo escrito para llegar al corazón del venezolano. El contenido del medio está influenciado por el conocimiento de los movimientos artísticos y las clases de historia contemporánea nacional obtenidos a mediados de la carrera en diferentes materias.

El resultado final de la revista demuestra no sólo una gran capacidad de análisis y escritura, si no que presentará una pieza gráfica coherente, llamativa e interactiva en cuanto al diseño de sus páginas, lo cual permite complementar los conocimientos vistos en la materia de diseño gráfico. Se presentará en dicho trabajo, la teoría de color, tipografías, logos y demás elementos de dicha asignatura, para que esta revista pueda significar a largo plazo un aumento en la iniciativa de los alumnos, mayor adquisición de responsabilidad y desarrollo personal. Información valiosa para educar a los nuevos comunicadores que acostumbran a hacer sus diseños con plataformas poco profesionales como "Canva", "Power Point" o "Google Slides".

Cada uno de estos elementos deben englobar la estética de la revista como conjunto. La portada debe ser un abre boca que revele la intención de la pieza gráfica en general. Definiendo el tipo de portada a escoger, entre los modelos de textual, figurativa y conceptual. El equipo escogió la portada conceptual, aquellas que se caracterizan por contener ilustraciones o fotografías, su mensaje debe ser claro o pueden causar confusión en los lectores.

Los comunicadores poseen contacto directo con la línea gráfica en cualquier trabajo en el que se desarrollen profesionalmente, tener conocimiento de los fundamentos del diseño les permitirá participar en el desarrollo de piezas gráficas, lo cual aumentará considerablemente su aporte en la empresa empleadora. Los alumnos consideran que la Universidad Monteávila se caracteriza por su método de formación integral o una "comunidad de saberes", este proyecto ofrecerá a los alumnos de la Monteávila un amplio conocimiento de las nociones básicas que rodean el desarrollo creativo óptimo de un emprendimiento, sirviendo para su crecimiento académico y profesional.

4.4 Objetivos de la investigación

4.4.1 Objetivo general

- Diseñar una revista digital.

4.4.2 Objetivos específicos

- Crear una composición visual creativa y atractiva, coherente con la identidad gráfica del medio digital.
- Diseño del logotipo de la revista digital.
- Ilustrar el banco de elementos gráficos de la revista.
- Realizar un contenido introspectivo para el lector sobre la identidad venezolana, el duelo migratorio y la cultura nacional.
- Expresar cada uno de los movimientos artísticos más relevantes de la historia a través de cuadros asociados a la temática venezolana de los artículos.

5. Plan de Acción

La primera fase consiste en el “diseño”, se iniciará con el planteamiento de la identidad gráfica de la revista. Por ende, es fundamental comenzar con la introducción del medio digital, construyendo elementos como la filosofía de gestión (visión, misión y valores) y continuando con el desarrollo de la personalidad del medio, definiendo su voz y tono.

La segunda fase procede a la elaboración de una lluvia de ideas para la temática del arte de la revista. Después del “brainstorming”, el equipo escogió como tema principal unir a Venezuela con cada uno de los principales movimientos artísticos adaptados con el método de trabajo de Kurt La Vié. El equipo de redacción se encargó en escoger y desarrollar meticulosamente los contenidos de la identidad nacional, el sentido de pertenencia, el duelo y la añoranza migratoria y las costumbres regionales de Venezuela en cada uno de los siete cuadros. Cada uno tenía el objetivo de relacionarse con un período artístico a través de las características del arte escogido.

La tercera fase sustenta la definición de la identidad visual del emprendimiento como el logotipo, la tipografía y la estética, en este se desarrollará no únicamente el diseño, sino las especificaciones de su uso, como lo es el espaciado en la tipografía y sus elementos. La escala de colores permitida también será agregada y el uso correcto e incorrecto del mismo para evitar errores que comprometan la legibilidad del logo.

La cuarta fase se enfoca en la psicología del color, el equipo comienza a elaborar una paleta de colores para la revista basada en su significado, se realizan las combinaciones permitidas y a su vez se puntualizan las que son inadmisibles. La paleta será especificada por sus códigos en pantones bajo el formato digital de colores RGB (rojo, verde y azul) los cuales son los colores utilizados para los dispositivos electrónicos como lo son las computadoras y teléfonos.

La quinta fase abarca la finalización de la planificación de nuestra identidad visual. Mediante estudios y trabajos realizados por profesionales del diseño gráfico, establecemos un logotipo acorde a los elementos de moda. Además, de concluir la tipografía del medio; esto incluye el tamaño, espaciado, uso de colores dependiendo del fondo, relación entre los títulos y párrafos de contenido. Se definen también tipografías complementarias y su jerarquía según las variaciones del texto. Se

exponen los caracteres que conforman cada tipografía, los números del 0 al 9 y sus signos de puntuación.

La sexta fase consiste en el diseño de la composición de la revista, esto permite crear una pieza gráfica diferencial debido a la disposición de la organización visual de los elementos escritos, asegurando la interactividad con el contenido. Enfocado en el uso de imágenes, las fotografías en cuanto a cómo deben ser editadas o intervenidas al igual que la cantidad mínima de píxeles para asegurar su buena resolución, esto incluye también a las ilustraciones. En esta fase se definen los tonos de la fotografía (si deben ser únicamente duales para transmitir una línea estética definida o el uso libre de colores que representen la diversidad).

La séptima fase consiste en la redacción de contenido acerca de Venezuela para los artículos publicados en la revista digital. Luego de reunir el aspecto informativo del medio, realizamos los centros de información como el pie de página, el índice y la contraportada.

Finalmente la octava fase estará planificada para la revisión de fallos y correcciones de los retoques o pequeños ajustes del producto final, bajo la supervisión y correcciones suministradas por el tutor asignado.

6. Proyecto

6.1 Descripción

El equipo considera fundamental el impacto del arte en la vida de una persona, pero los principales movimientos artísticos no se encuentran presentes en la mayoría de los ciudadanos. Es por ello que la revista busca desvelar un principio de cercanía y familiaridad por medio del folklore venezolano con una temática sobre la interpretación de dichos movimientos al ámbito nacional, demostrando que Venezuela es fuente de inspiración con su historia, tradiciones y costumbres.

Como grupo, la intención es fomentar la capacidad de análisis del lector y la reflexión acerca de las realidades que debe enfrentar el venezolano. El movimiento kurtlavista traslada la idea de hacer introspectiva a la belleza de lo que significa ser venezolano.

6.2 Slogan

“Colores que inspiran, palabras que transforman”.

Este slogan captura la esencia de la revista de manera concisa y memorable. En cuanto a la primera parte de la oración, "colores que inspiran", se refiere a las ilustraciones realizadas con colores vibrantes que crean un ambiente visual estimulante. Los colores son herramientas poderosas para inspirar la creatividad y optimismo en el lector.

Haciendo referencia a la parte final del slogan, "palabras que transforman", la revista emplea una quisquillosa redacción en sus artículos que invitan a la reflexión y el sentido de pertenencia. El objetivo de los artículos es crear conciencia acerca de lo interesante que resultan las costumbres y tradiciones del venezolano.

6.3 Target

Descripción general:

- Edad: entre 18 y 35 años.

- Ubicación: residentes en Venezuela, principalmente en las grandes ciudades (Caracas, Maracaibo, Valencia, Barquisimeto).
- Nivel educativo: estudios universitarios o superiores.
- Ocupación: jóvenes profesionales en diversos sectores, emprendedores o freelancers.
- Ingresos: pertenecen a clases sociales A y B+, con un poder adquisitivo relativamente alto.
- Intereses: se caracterizan por ser una generación conectada, creativa, emprendedora y con un alto sentido de responsabilidad social.

Educación:

- Valoran la educación como un medio para el desarrollo personal y profesional.
- Buscan constantemente oportunidades para aprender y ampliar sus conocimientos.
- Son críticos con el sistema educativo tradicional y buscan alternativas de aprendizaje más innovadoras.

Trabajo:

- Aspiran a tener una carrera profesional satisfactoria que les permita desarrollar su potencial y contribuir a la sociedad.
- Valoran la flexibilidad laboral y el equilibrio entre la vida personal y profesional.
- Son emprendedores y están abiertos a nuevas oportunidades laborales.

Socialización:

- Son altamente activos en las redes sociales y utilizan estas plataformas para comunicarse, informarse y entretenerse.
- Valoran las experiencias sociales y disfrutan de pasar tiempo con sus amigos y familiares.
- Son conscientes de los problemas sociales y ambientales para buscar formas de contribuir a un mundo mejor.

Hábitos de consumo:

- Son consumidores exigentes que buscan productos y servicios de alta calidad.
- Valoran las marcas que comparten sus valores y que están comprometidas con la responsabilidad social.
- Están dispuestos a pagar más por productos y servicios que les brinden una experiencia satisfactoria.

Motivaciones:

- Buscan encontrar su propósito en la vida y hacer una diferencia en el mundo.
- Quieren vivir una vida plena y significativa, llena de experiencias nuevas y emocionantes.
- Están comprometidos con la construcción de un futuro mejor para Venezuela.

Necesidades e intereses:

- Contenido reflexivo y original: buscan contenido que les inspire, les haga pensar y les ayude a crecer como personas.
- Información sobre temas relevantes: se interesan por temas como la política, la economía, la cultura, la tecnología y el medio ambiente.
- Entretenimiento inteligente: disfrutan de contenido divertido e ingenioso que les haga reír y les permita relajarse.
- Espacio para expresarse: buscan un espacio donde puedan compartir sus ideas, experiencias y opiniones.
- Conexión con su comunidad: valoran la posibilidad de interactuar con otros jóvenes venezolanos y compartir experiencias.

Canales de comunicación:

- Redes sociales: son los canales de comunicación más utilizados por esta generación.
- Sitio web: un sitio web atractivo y fácil de usar es esencial para llegar a este público objetivo.

- Eventos: la organización de eventos presenciales puede ser una buena forma de conectar con los lectores y crear una comunidad.
- Colaboraciones con influencers: colaborar con influencers populares entre esta generación puede ayudar a aumentar la visibilidad de la revista.

En resumen, la revista debe ofrecer contenido de alta calidad que sea relevante para los intereses y necesidades de los jóvenes venezolanos de las generaciones Y y Z de clases sociales A y B+. La revista debe ser accesible a través de diversos canales de comunicación y debe fomentar la interacción entre los lectores.

6.4 Filosofía de Gestión

6.4.1 Historia

Esta revista nació con el propósito de crear una conexión con las tradiciones, la historia y las costumbres venezolanas. Los autores poseen tendencias artísticas y buscaban darle un propósito a su creatividad. Ahí nació el objetivo de crear una propuesta gráfica atractiva que cautive a los lectores y los invite a la reflexión sobre lo enriquecida que es la cultura de Venezuela.

En la actualidad existe apatía debido a los fracasos políticos que han adornado al país durante las últimas décadas, los autores sintieron la responsabilidad de crear un espacio donde la comunicación y el arte fueran pilares para fomentar en los lectores un mayor sentimiento de arraigo nacional. La invitación consiste en observar la historia de Venezuela desde una perspectiva donde se hace homenaje a las temáticas sociales de gran relevancia para los ciudadanos.

La comunicación es sumamente efectiva, y la lectura acompañada de ilustraciones crea el complemento perfecto para dejar un mensaje sumamente claro: es un orgullo ser venezolano.

6.4.2 Misión

Crear un contenido reflexivo y original que incentive la conexión como venezolanos.

6.4.3 Visión

Ser una revista ilustrada que inspire a los lectores a interpretar su realidad como venezolanos. Fomentando la creatividad, la pasión y la introspección.

6.4.4 Valores

Creatividad: fomentar la expresión libre y original en todas sus formas.

Reflexión: estimular el pensamiento crítico y la búsqueda de la interpretación de la realidad e historia venezolana.

Optimismo: celebrar la belleza nacional y la capacidad de transformación de la realidad a través de las expresiones artísticas.

Inclusión: impulsar el sentimiento de arraigo nacional, creando una comunidad donde las personas puedan conectar con la historia de su país.

6.5 Identidad corporativa

6.5.1 Nombre

Nombre: Movimiento Kurt la vista.

La revista tiene como pilar la reinterpretación de los principales movimientos artísticos de la historia. Sin embargo, el resultado de esta intención interpretativa dio pie a un nuevo movimiento llamado "Kurtlavismo". Su nombre nace del emprendimiento "Kurt La Vié", el cual significa de forma abreviada la vida de Kurt a través del arte, haciendo referencia a las raíces francesas de la alumna Alexandra Courtois.

La adaptación del nombre con la forma sustantiva del "ismo" propone la creación de un nuevo sistema, escuela o movimiento artístico. Esta revista busca inspirar a otros a transformar su percepción de la realidad, es por ello que no se espera que el resultado final sea la revista, sino el inicio de un efecto dominó que invite a otros venezolanos a expresarse de forma artística.

6.5.2 Personalidad

Kurtlavista es una joven de 25 años de género femenino, su ocupación es ser artista y escritora a la vez. Vive en Caracas y le encanta pasar tiempo con sus amigos y familia. Con frecuencia viaja al exterior para nutrirse de diferentes culturas y experimentar grandes momentos de reflexión que la llenan de motivación en su tarea de transformar su entorno.

En su tiempo libre disfruta enormemente de leer, escribir y dibujar. Se caracteriza por ser defensora de la justicia social, ambiental e inclusión.

Es una joven muy empática que se preocupa por los demás, cree que es fundamental tratar a las personas con respeto, en su tiempo libre realiza acciones de labor social, ya que le preocupa el estado de los menos favorecidos. Incluso en los momentos más difíciles es reconocida por ser una líder positiva, que cree en el cambio y lucha con optimismo para poder hacer un cambio en la realidad social que la rodea en Caracas. Aunque su principal pasatiempo es cuestionar incansablemente el status quo y buscar nuevas perspectivas, por eso para ella es importante ser una “persona de mundo” para no dejarse atrapar por sesgos.

Interactúa con las personas que la rodean como una gran oyente y consejera, siempre está dispuesta a ofrecer su apoyo a quien lo necesite. Es reconocida no solo por su actitud positiva si no por tener un carácter extrovertido, es una gran conversadora y siempre llena las conversaciones con aportes interesantes. Su círculo más cercano la considera una inspiración ya que ella siempre está reinventándose para conseguir nuevos canales de expresión.

El sabio es el arquetipo que más se le parece, es una personalidad poderosa ya que está llena de sabiduría, conocimiento y experiencia. A menudo son relacionados como líderes de opinión y las personas lo buscan como guías por sus acertados consejos.

6.5.3 Tono comunicacional

El tono comunicacional debe tener relación con tu producto o servicio, ya que esto permitirá establecer mejores conexiones con tus leads y potenciales clientes.

Siempre en función de la situación, a quién se dirige el mensaje y el medio o canal en que escribes.

- Patriótico, reflexivo, educativo, humorístico y equilibrado.

El lenguaje utilizado en los artículos se espera que genere un profundo amor hacia la cultura e historia de Venezuela. Por ello se incluyen expresiones coloquiales propias del país y diferentes regiones para crear una conexión cercana con el lector. El uso de las ilustraciones representan paisajes icónicos a través de símbolos o personajes reconocidos a nivel nacional que pueden reforzar este objetivo.

En cuanto al ámbito reflexivo, los artículos invitan a la introspección y análisis crítico sobre temas que son de suma relevancia para la sociedad, al momento de abordar temas complejos como lo es la migración se emplea el tono adecuado para aportar profundidad a los análisis.

El humor es un pilar fundamental en nuestro tono comunicacional, estos elementos aportan ligereza a la lectura, haciendo que su apreciación sea un momento ameno para el lector. Sin embargo, el tono humorístico se encuentra delimitado para siempre ser respetuoso y no ofender a ningún lector con su contenido. Finalmente, el equilibrio se debe a que es fundamental para los autores encontrar un equilibrio entre el patriotismo, el humor y la reflexión para crear una propuesta atractiva para el público objetivo. El tono general de la revista se caracteriza por ser coherente y consistente en todos sus artículos.

6.5.4 Identidad visual

6.5.4.1 Logo



Según Vargas (2023), editora de Vogue Mexico, opina que “el color negro es como un lienzo que se pinta de sofisticación”. Esto se debe a que nos encontramos en la actualidad con tendencias cargadas de excesos, formas y colores vibrantes que llenan abruma al espectador por ser visualmente invasoras, el negro crea el efecto contrario al transmitir la temporalidad y transmite confianza al no pasar de moda como lo hacen las tendencias. Por ello el logotipo de la revista se reduce únicamente al color negro, haciendo hincapié a su significado de formalidad, autoridad, misterio y sobre todo, protección. El color negro según la autora Vargas, ha trascendido su connotación cultural de luto y se posiciona ahora como el mayor representante del deseo y prestigio, este color ha trascendido posicionándose en el mundo de la moda y el marketing como sinónimo de vanguardismo y elegancia.

Inspirados en la figura milenaria del Ying y el Yang, el color secundario de nuestro logotipo resulta ser el blanco, el equipo desea transmitir en su primera página que la revista es un equilibrio cambiante que pretende orientar al lector a encontrar un nuevo punto de vista sobre la belleza en la cultura venezolana.

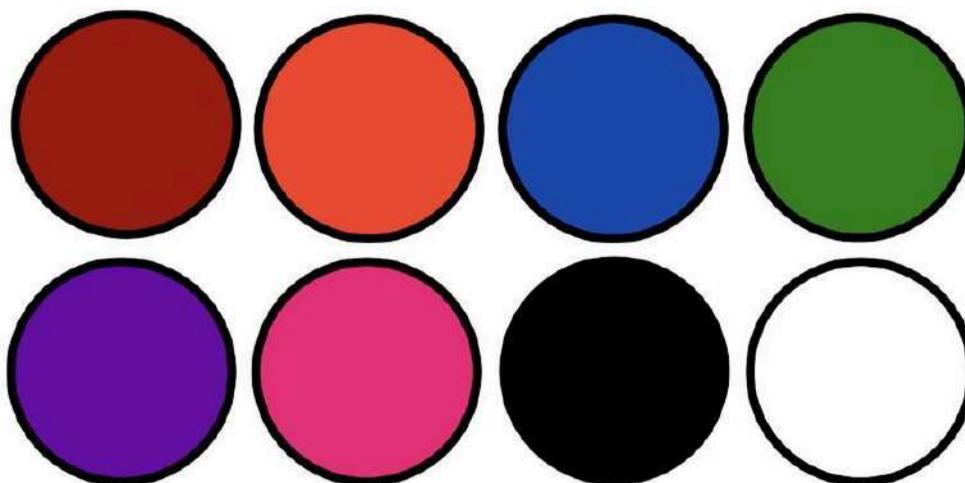
El logo fue realizado a raíz de la intervención de la tipografía “Major Mono” la cual se caracteriza por trazos finos al cual se le añadieron figuras geométricas. La fuente primaria es considerada minimalista, por lo cual al utilizarla en un logo funciona con modernidad, limpieza y elegancia. Esto refleja el enfoque de la revista al hablar de problemáticas sociales de suma importancia. La simplicidad de la fuente original hace que sea legible y memorable.

El equipo decidió implementar el uso de figuras geométricas debido a su significado simbólico, los triángulos de diferentes ángulos que se forman en el logo

representan la fuerza, estabilidad y progreso. Esto representa el mensaje de la revista al demostrar que la creatividad se puede encontrar en cualquier ángulo, y que la belleza se encuentra escondida a simple vista, desvelando el compromiso de los alumnos con la justicia social y el cambio positivo.

La unión de una fuente minimalista y figuras geométricas crea un logotipo moderno y a su vez atemporal. El resultado fue crear una composición memorable que refleja los valores de la revista “Movimiento Kurtlavista”.

6.5.4.2 Paleta de colores



1. Figura 1: paleta de colores.

Fuente: propia.

Según el equipo de redacción de Arte Escuela (2021), cada color significa:

- **Rojo (#960000)**. “Pasión, fuerza, vitalidad, peligro, energía, agresividad, virilidad”.
- **Azul (#144aa8)**. “Seriedad, limpieza, confianza, tranquilidad, frescura, tristeza”.
- **Verde (#007d1d)**. “Naturaleza, juventud, esperanza. Los verdes suaves suelen provocar calma, mientras que, los tonos más fuertes, incitan a la actividad”.

- **Negro (#00000).** “Sobriedad, elegancia, formalidad, misterios, lo desconocido, muerte”.
- **Naranja (#ff5037).** “Energía, calidez, atrevimiento, sensualidad, lo divino”.
- **Rosado (#e20278).** “Los rosas suaves se asocian a los conceptos de dulzura, delicadeza, inocencia y amor puro. Los tonos más fuertes se relacionan con el romance, el amor, la pasión”.
- **Morado (#7d6c94).** “Sofisticación, elegancia, espiritualidad, nostalgia, misterio, realeza”.
- **Blanco (#ffffff).** “Pureza, virtud y limpieza”.

6.5.4.3 Tipografía.

1. Tipografía para los títulos y encabezados: Major Mono.

Δ **B C D E F G H I J K L M N Ñ O P Q R S T U**
 ▽ W X Y Z .
 A C B D E F G H I J K L M N Ñ O P Q R T U V
 W X Y Z . 1 2 3 4 5 6 7 8 9 0

2. Figura 2: tipografía Major Mono.

Fuente: propia.

Major Mono es una tipografía monoespaciada con un aspecto moderno y audaz que se destaca en la página. Esta tipografía es perfecta para captar la atención del lector, ya que su diseño es limpio y sencillo, con letras bien espaciadas y un peso adecuado. Además, se puede utilizar para titulares grandes y llamativos, así como para titulares más sutiles y elegantes.

Major Mono complementa perfectamente la tipografía Georgia que se utiliza en el cuerpo de los artículos. La tipografía serif clásica de Georgia proporciona un contraste visual agradable con la tipografía monoespaciada moderna de Major Mono.

Tipografía seleccionada para los artículos: Georgia.

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
XYZ. acbdefghijklmñopqrtuvwxyz.
1234567890

3. Figura 3: tipografía Georgia.

Fuente: propia.

Georgia es una tipografía serif clásica que se caracteriza por ser una tipografía muy legible, especialmente en textos largos como los artículos de la revista. La composición de sus letras facilita la lectura en la pantalla, lo que reduce la fatiga visual y mejora la comprensión del lector. Posee un aspecto elegante y profesional que se adapta perfectamente al tono y estilo de la revista. La tipografía transmite una sensación de seriedad y confiabilidad, lo que es importante para una revista que cubre temas complejos e importantes. Además es una tipografía estándar que está preinstalada en la mayoría de los sistemas operativos y dispositivos. Esto significa que los lectores ya se encuentran familiarizados con su estilo.

6.6 Segmentos del mercado.

Jóvenes venezolanos de entre 18 y 35 años, clases sociales A y B+, altamente educados, profesionales o emprendedores, activos en las redes sociales, con un alto sentido de responsabilidad social y que buscan contenido reflexivo, original, entretenido e informativo sobre temas relevantes para su generación, accesible a través de diversos canales de comunicación y que fomente la interacción entre ellos.

6.7 Posicionamiento.

Para el público objetivo que busca motivación y fuente de inspiración, la revista Movimiento Kurtlavista espera ser reconocida por ofrecer contenido de alta calidad sobre temas de cultura nacional que interesan a los jóvenes de la

generación Y y Z. Que sea observada como un lugar de libre expresión, donde se pueda abrir el campo de reflexión y un catalizador hacia el aumento de arraigo nacional. La cual pueda disfrutarse al ser una propuesta visual creativa que se diferencie del resto de las opciones de lectura.

6.8 Línea editorial

1. La revista “Movimiento Kurtlavista” es un medio independiente, que no está sujeto a un partido político ni religión, su intención no es hacer propaganda. Por ende su principal compromiso es con la verdad, respeto a la historia y la diversidad.
2. La revista Kurtlavista busca ser accesible para todo el venezolano, no discrimina géneros, orientación sexual, edad, etnia, ideología política, estatus socioeconómico, entre otros derivados discriminatorios.
3. La revista Kurtlavista espera fomentar la reflexión del lector invitándolo a desarrollar su arraigo nacional, por ello los mensajes son redactados cuidadosamente para no dejar espacio a mal entendidos, evitando a toda costa mensajes confusos que eviten la incitación al odio o la discriminación.
4. La revista Kurtlavista apoya el movimiento artístico y el emprendimiento, la revista espera despertar inspiración en los lectores. Por ello, todas las obras y escritos son originales por los autores.
5. La revista Kurtlavista busca priorizar el contenido de alta calidad, que el mismo sea original, reflexivo, creativo, humorístico y que inspire a los lectores. Garantiza en todo momento la calidad de los artículos mediante un riguroso proceso de investigación y corrección.
6. La revista Kurtlavista desea crear una estética visual atractiva y acorde a la identidad de la revista.

6.9 Propósito

Reinterpretar la realidad y llenarla de colores.

En esta revista, los autores se proponen desafiar la percepción ordinaria de la realidad y la historia de Venezuela, invitando a los lectores a sumergirse en un mundo lleno de colores que hacen homenaje a la cultura venezolana. A través de escritos reflexivos, ilustraciones cautivadoras y un toque de humor reflexivo.

Queriendo influenciar al lector para su auto descubrimiento, invitándolo a explorar sus pasiones a través de la creatividad. La búsqueda de re imaginar la realidad de Venezuela, encontrando belleza de forma inesperada en las temáticas sociales y abrazar el hecho de ser venezolano.

6.10 Publicidad

Según P. Lucena (2023), licenciada en comunicación social y parte de la Universidad CESUMA, define a la publicidad como “un tipo particular de actividad de marketing, cuyo objetivo es distribuir información pagada a sabiendas para atraer a los consumidores y aumentar las ventas”.

El equipo busca la manera de apoyar el talento nacional en ciertos espacios de la revista. Por ello, se decidió implementar dos proyectos de compañeros de clases para hacer eco de sus trabajos al público. Estos trabajos son el podcast “Filosofando sin filtros” y “Baños Caracas”.

(Ver anexos 10 y 11, p.59-60).

7. Enlace del proyecto

Se recomienda al lector leer la revista desde una computadora o iPad, para disfrutar la experiencia de observar la diagramación en el formato de dos páginas, en dispositivos móviles de igual forma podrá leer la revista en el formato de una sola página.

La revista digital: <https://heyzine.com/flip-book/7ac2cd1a03.html>

8. Conclusiones

Luego de que el equipo diseñará la propuesta de revista como diseño de medio digital "Movimiento Kurtlavista" se da por concluido el proyecto final de carrera de manera satisfactoria al haber cumplido los objetivos propuestos por los alumnos y cumplir con los parámetros establecidos por la Universidad Monteavila en su manual de elaboración.

Gracias a la elaboración de la revista, los alumnos tuvieron la oportunidad de sumergirse en un proceso didáctico, enriquecedor y desafiante que puso en práctica los conocimientos adquiridos durante su formación académica como estudiantes de la escuela de comunicación. Tales conocimientos pueden ser puntualizados como la aplicación de redacción y estilo, comunicación corporativa, creación de marca y línea editorial, diseño gráfico y desarrollo de contenidos.

La revista "Movimiento Kurtlavista", fue creada como una propuesta retadora y sumamente innovadora en comparación a antiguos PFCs, la misma dotó a los estudiantes con nuevos conocimientos que fueron vistos de manera superficial durante su formación.

Ese es el caso del diseño de la línea editorial en la comunicación efectiva, el equipo comprendió que es fundamental para la transmisión adecuada del mensaje en una publicación. La minuciosa tarea de establecer una jerarquía tipográfica, paleta de colores, composición visual y diagramación son fundamentales al momento de crear una lectura atractiva y funcional para el público objetivo.

A su vez otro aprendizaje destacable fue el poder de la ilustración para reflejar la realidad, cada una de ellas fue ideada primeramente por los alumnos para después ser realizada de forma manual por el equipo. Se entendió la profundidad

del arte como catalizador que plasma la realidad de manera crítica, reflexiva y estéticamente significativa. El equipo concluye con su aprendizaje de que la misma es una herramienta poderosa para comunicar ideas, emociones y experiencias.

El proceso de escritura en base a la línea editorial y tema propuesto significó que el desarrollo de los artículos exigieran un riguroso proceso de investigación, análisis y síntesis de información. Por lo cual los alumnos desarrollaron aún más su capacidad de estructuración de textos claros, concisos, persuasivos y relevantes para el público objetivo.

Finalmente, tanto como Alexandra y Carlos, nuevos egresados de esta universidad, hemos visto el crecimiento de la misma en lo estructural. El valor integral del centro educativo fue vital para nuestro desarrollo como estudiantes y futuros profesionales de la carrera. Y, por ende, pilar esencial para la elaboración de un proyecto final ideal para cada uno de los integrantes.

9. Recomendaciones

Recomendamos a la Universidad Monteávila actualizar el “Manual de Elaboración de Proyecto Finales de Carrera” en el área de diseño de medios. El equipo considera de vital importancia crear un apartado específico para la elaboración de revistas, que cuente con los requisitos indispensables y la guía básica para desarrollar el proyecto. Algunos de los apartados serían: portada, contraportada, línea editorial, filosofía de gestión, identidad corporativa, paleta de colores, segmento del mercado, personalidad de marca, pilares de contenido, elaboración de artículos, concepto, tono comunicacional, propósito y elementos gráficos.

Recomendamos a la universidad actualizar su plan anual de la Suite de Adobe en sus computadoras, para que los alumnos interesados en el diseño gráfico puedan contar con nuevas actualizaciones y así incentivarlos a usar las nuevas tendencias del mundo del diseño. Al igual que la creación de un laboratorio que cuente con equipos de avanzada tecnología y sean nuevos, con el fin facilitar el trabajo y optimizar la nitidez en la pantalla.

Recomendamos a la Universidad Monteávila una mayor fomentación en el ámbito del diseño gráfico a lo largo de los semestres de carrera, o en su defecto, mayor oportunidad de electivas que pueda fortalecer los conocimientos de esta

materia. Al igual que hacemos la invitación a actualizar el p nsum en esta materia a nadiendo: composición gráfica, diagramación básica, diseño de logotipo y sus variables, armonía del color, ilustración, entre otras cosas.

Recomendamos a la Universidad Monteávila la cuidadosa elección de docentes en la materia de “Redacción y Estilo” y en clases similares o relacionadas a ella, ya que la misma es un pilar fundamental para los futuros comunicadores sociales egresados de esta institución. En el caso del equipo contaron con la formación de la docente Sofía Nederr, la cual hizo una labor excepcional formando a los alumnos en el ámbito de géneros periodísticos.

Recomendamos que en la asignatura “Seminario de Proyecto Final de Carrera” se realice la selección de tutores de forma anticipada, y se otorgue la oportunidad a los alumnos de seleccionar de forma personal al tutor. La misma podría realizarse por prioridad a los alumnos de mayor promedio, en el caso del equipo, no conocían a la tutora Andrea Medina, pero la experiencia fue sumamente satisfactoria ya que demostró una gran devoción por el proyecto y un acompañamiento excepcional. Sin embargo, numerosos compañeros del equipo no tuvieron la misma fortuna y deseamos sugerir esta corrección.

Finalmente, recomendamos a la Universidad Monteávila que al inicio de la formación de los alumnos, específicamente en las materias de O.D.P, se incluya en el p nsum la formación de los alumnos en el ámbito de la inteligencia digital, para evitar el consumo excesivo de las redes sociales, claves para mantener la concentración y la organización.

10. Referencias Bibliográficas

A

- Academia Lab. (s.f.). *Sociología de la cultura*. <https://academia-lab.com/>
- Alcaldía de Chacao. (2024, 17 de enero). *Meninas de Caracas*. <https://www.chacao.gob.ve/home/782/meninas-caracas-gallery>
- Ann Kay. (s.f.). *Las Meninas*. Britannica, The Editors of Encyclopedia. Consultado el 23 de mayo del 2024. <https://www.britannica.com/topic/Las-meninas>
- Armstrong, G., Kotler, P. (2008). *Fundamentos de Marketing*. https://frrq.cvg.utn.edu.ar/pluginfile.php/14584/mod_resource/content/1/Fundamentos%20del%20Marketing-Kotler.pdf
- Arte Escuela. (2021, 26 de octubre). *Psicología del color: significado y curiosidades de los colores*. <https://www.arteescuela.com/psicologia-del-color-significado-y-curiosidades-de-los-colores/>

B

- Baumann, H. (2021, Noviembre 12). *¿Qué es el diseño gráfico?. Descubre por qué es una de las profesiones más versátiles*. Crehana. https://www.crehana.com/blog/estilo-vida/que-es-el-diseno-grafico/#google_vignette
- Britannica, The Editors of Encyclopedia. (s.f). *Baroque art and architecture*. Consultado el 6 de mayo del 2024. <https://www.britannica.com/art/Baroque-art-and-architecture>
- Britannica, The Editors of Encyclopedia. (s.f). *Folklore*. Consultado el 13 de mayo del 2024. <https://www.britannica.com/topic/folklore-academic-discipline>

C

- CAF - Banco de Desarrollo de América Latina. (2023, 27 de abril). *GEM Venezuela 2022: Voces del emprendimiento en Venezuela*. <https://www.caf.com/es/actualidad/noticias/2023/04/gem-venezuela-2022-voces-del-emprendimiento-en-venezuela/>

- Cárdenas, F. (2023, 22 de marzo). *Qué es un emprendimiento, características y ejemplos exitosos.* HubSpot. <https://blog.hubspot.es/sales/guia-emprendimiento#que-es>
- Constitución de la República Bolivariana de Venezuela. (1999, 30 de diciembre). *Artículos 98-99.*
- Costa, J. (2014, 10 de julio). *Diseño de Comunicación Visual: el nuevo paradigma* (p. 89-107). Universidad Autónoma de Barcelona. <https://revistes.uab.cat/grafica/article/view/v2-n4-costa/pdf>
- Crayola (2018). *Lo que es el color.* <https://www.crayola.com.mx/for-educators/padres-y-maestros-como-equipo/lo-que-es-el-color.aspx>
- Cruz, E. (2023). *El impresionismo.* Arte Historia. <https://artehistoria.online/impresionismo/>

D

- Domestika. (s.f.). *¿Qué es el surrealismo? El surrealismo en pintura y literatura.* <https://www.domestika.org/es/blog/11497-que-es-el-surrealismo-el-surrealismo-en-pintura-y-literatura>
- D'Arthenay, H. (2010). *Nuestra* [CD]. Caracas: All of the Above.
- D'Arthenay, H. (2013). *Será* [CD]. Caracas: National Records.
- D'Arthenay, H. (2017). *La Lucha* [CD]. Caracas: S-Music.

E

- Escuela Europea Des Arts. (2019, 10 de octubre). *Pop art: historia y desarrollo de un movimiento artístico.* <https://www.escueladesarts.com/blog/pop-art-historia/#:~:text=La%20historia%20del%20'pop%20art',-Este%20nuevo%20movimiento&text=La%20idea%20que%20hab%C3%ADa%20de%20ser%20que%20quer%C3%ADan%20reproducir%20el%20mundo.>

- Esneca Business School. (2023, 14 de junio). *¿Qué es el diseño gráfico y para qué sirve?*. <https://www.esneca.com/blog/que-es-diseno-grafico/>

F

- Fernández, M., Rodríguez C. (2019). *Somos emprendedoras. Workshop: Herramientas prácticas de emprendimiento*. [Proyecto final de carrera, Universidad Monteávila]. Repositorio digital Universidad Monteavila: <http://repositoriodigital.uma.edu.ve:8080/jspui/bitstream/123456789/131/1/PFC20.pdf>
- Fernández, N., Pérez, A., Rojas, S., Suppini, C., Torres, F. (2022). *Diseño de medios para la creación de un blog de moda en Instagram que impulse la producción y el consumo nacional*. [Proyecto final de carrera, Universidad Monteávila]. Repositorio digital Universidad Monteávila: http://34.67.47.54:8080/jspui/bitstream/123456789/621/1/PFC17_2022.pdf
- FidelSotoC Vnzla. (2014, 31 de octubre). *Palabras de Renny Ottolina que todo venezolano debe escuchar*. YouTube. https://www.youtube.com/watch?v=gGDI1FF6R9c&t=5s&ab_channel=FidelSotoCVnzla

G

- García Fernández, I. (s.f). *Proyecto II: Diseño editorial*. Universidad Oberta de Catalunya. <https://disseny.recursos.uoc.edu/recursos/dis-marca/>
- Godoy, A. (2022, 27 de octubre). *¿Qué es la composición visual en el diseño?*. Signos Comunicación Visual. <https://signoscv.com/composicion-visual/>
- Godoy, V. (2018). *Propuesta de diseño de medios para una revista musical en formato web con cinco secciones que impulsen al talento nacional "VDV"*. [Proyecto final de carrera, Universidad Monteávila]. Repositorio digital Universidad Monteávila: <http://34.67.47.54:8080/jspui/bitstream/123456789/167/1/PFC36.pdf>

I

- International Council of Design. (s.f). *What is Design?*. <https://www.theicod.org/en/professional-design/what-is-design/what-is-design>

K

- Kemp, A. (2023, 9 de octubre). *¿Qué es la publicación digital? La guía completa con ejemplos*. State of Digital Publishing.

<https://www.stateofdigitalpublishing.com/es/publicacion-digital/que-es-la-edicion-digital/>

L

- Llensa, E. (2017). *Definiciones de revista digital*. Emma Llensa. <https://emmallensa.com/definiciones-revista-digital/>
- Lucena, P. (2023). *¿Qué es la publicidad?*. Universidad CESUMA. <https://www.cesuma.mx/blog/que-es-la-publicidad.html#:~:text=Publicidad%3A%20es%20un%20tipo%20particular,consumidores%20y%20aumentar%20las%20ventas.>

M

- Matius. (2021, 2 de abril). *Entrevista a Arturo Uslar Pietri en 24 Horas (Venezuela)*. Youtube. https://www.youtube.com/watch?v=PvLAMaPYtWE&t=52s&ab_channel=MatiUS
- Maurizio, P. (s.f). *Renacimiento*. Enciclopedia Iberoamericana. <https://enciclopediaiberoamericana.com/renacimiento/#:~:text=El%20Renacimiento%20fue%20un%20movimiento,extendi%C3%B3%20hasta%20el%20siglo%20XX.>

O

- Olivares, A. (2022, 7 de abril). *Usa el tono de comunicación ideal y genera mayor cercanía con tu público*. Crehana. <https://www.crehana.com/blog/transformacion-digital/tono-de-comunicacion/>
- Olmo, G. (2020, 19 de junio). *Quién fue José Gregorio Hernández, el "médico de los pobres" de Venezuela al que el papa Francisco beatificó*. BBC News Mundo. <https://www.bbc.com/mundo/noticias-america-latina-53116833>
- Ortega, R. (2023, 12 de mayo). *A 10 años de Será de La Vida Bohème*. Indie Rocks. <https://www.indierocks.mx/musica/articulos/a-10-anos-de-sera-de-la-vida-boheme/>

P

- Pascual Molina, J. (2023, Septiembre 23). *Los enigmas de la Mona Lisa*. National Geographic. https://historia.nationalgeographic.com.es/a/mona-lisa-obra-maestra-mas-enigmatica-leonardo-da-vinci_12799
- Pérez, A. (2018, 16 de marzo). *La jerarquización en el diseño editorial*. Escuela Superior de Diseño de Barcelona. <https://www.esdesignbarcelona.com/actualidad/disenio-editorial/la-jerarquizacion-en-el-diseno-editorial>
- Pérez, A. (2019, 6 de mayo). *¿Qué es la ilustración digital y para qué sirve?*. Escuela Superior de Diseño de Barcelona. <https://www.esdesignbarcelona.com/actualidad/ilustracion/que-es-la-ilustracion-digital-y-para-que-sirve>
- Pérez, A. (2020, 27 de junio). *Todo lo que debes saber sobre el diseño de revistas*. Escuela Superior de Diseño de Barcelona. <https://www.esdesignbarcelona.com/actualidad/disenio-editorial/todo-lo-que-debes-saber-sobre-el-diseno-de-revistas>

R

- Real Academia Española. (2023). *Collage*, (definición 1). Diccionario de la lengua española (edición del tricentenario). <https://dle.rae.es/collage>
- Real Academia Española. (2023). *Cultura* (definición 3). Diccionario de la lengua española (edición del tricentenario). <https://dle.rae.es/cultura>
- Real Academia Española. (2023). *Diseño* (definición 3). Diccionario de la lengua española (edición del tricentenario). <https://dle.rae.es/dise%C3%B1o>
- Real Academia Española. (2023). *Folclore* (definición 1). Diccionario de la lengua española (edición del tricentenario). <https://dle.rae.es/folclore>
- Real Academia Española. (2023). *Emprender* (definición 1). Diccionario de la lengua española (edición del tricentenario). <https://dle.rae.es/emprender>
- Real Academia Española. (2023). *Revista* (definición 5). Diccionario de la lengua española (edición del tricentenario). <https://dle.rae.es/revista>
- Real Academia Española. (2023). *Sociología* (definición 1). Diccionario de la lengua española (edición del tricentenario). <https://dle.rae.es/sociolog%C3%ADa>

- Rojas, F. (2017, 20 de octubre). *Partes de la revista*. Cátedra Cosgaya. <https://catedracosgaya.com.ar/tipoblog/2017/partes-de-la-revista/>
- Ruz Comas, S. (2023, 6 de abril). *El Realismo en el arte: características, orígenes y ejemplos*. Psicología y Mente. <https://psicologiaymente.com/cultura/realismo-arte>

U

- UNESCO. (2001, 2 de noviembre). *Declaración Universal de la UNESCO sobre la Diversidad Cultural*.
- <https://www.unesco.org/es/legal-affairs/unesco-universal-declaration-cultural-diversity>

V

- Vargas, M. (2023, 8 de diciembre). *El significado del negro y cómo combinarlo de forma correcta*. Vogue México. <https://www.vogue.mx/articulo/significado-color-negro#:~:text=Si%20analizamos%20desde%20el%20ámbito,esta%20tonalidad%20en%20sus%20logos.>
- Vargas, S. (2023, 13 de junio). *Cubismo: Cómo Picasso y otros rompieron con la tradición para transformar el arte moderno*. <https://mymodernmet.com/es/que-es-cubismo/>
- Vázquez, S. (2018). *Revistas Digitales - Qué son, Ventajas y Cómo Elaborarlas*. Digital Editorial. <https://digital-editorial.com/revistas-digitales/>

11. Anexos

1. Portada. (p.49)
2. Índice (p.50)
3. Obra: "Verónica". (p.51)
4. Obra: "Mi querencia". (p.52)
5. Obra "La piel del mal". (p.53)
6. Obra "Sentir zuliano". (p.54)
7. Obra "La vida mejor". (p.55)
8. Obra "El paraíso". (p.56)
9. Obra "Vocabulario básico". (p.57)
10. Contraportada. (p.58)
11. Publicidad I. (p.59)
12. Publicidad II (p.60)

MOVIMIENTO KURT LA VISTA

COLORES QUE INSPIRAN, PALABRAS QUE TRANSFORMAN

PRIMERA EDICIÓN



EL VALOR
INTRÍNSECO DEL
VENEZOLANO

DESCUBRE LAS
CARAS DE LA
EVOLUCIÓN DE LA
COMUNICACIÓN

EL CANTAR
DESDE OTRAS
FRONTERAS

UNA EMOCIÓN TAN
GRANDE CAPAZ DE
NUBLAR LA MENTE

1	VERONICA.....	PP
2	MI QUERENCIA.....	PP
3	LA PIEL DEL MAL.....	PP
4	SENTIR ZULIANO.....	PP
5	LA VIDA MEJOR.....	PP
6	EL PARAÍSO.....	PP
7	VOCABULARIO BÁSICO.....	PP

ÍNDICE

















ESTA REVISTA FUE BASADA EN EL
EMPRESARIATO KURT LA VIE,
FUNDADO EN EL 2020.



filosofando
sin filtros

PODCAST DISPONIBLE EN SPOTIFY



Los artículos de cada cuadro se encuentran en el siguiente link:

- [w Artículos - Texto.docx](#)