



REPÚBLICA BOLIVARIANA DE VENEZUELA

UNIVERSIDAD MONTEÁVILA

FACULTAD DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN E INFORMACIÓN
ESCUELA DE COMUNICACIÓN SOCIAL

LOQUESÉ: DISEÑO DE UNA REVISTA MONOCROMÁTICA A PARTIR DE LAS
ACEPCIONES DEL COLOR VERDE

Autor:

Maduro Gamboa, Andrea María

Profesor coordinador:

Rodríguez Macedo, Michelle

Caracas, 13 de junio de 2025

Derecho de autor

Quien suscribe, en condición de autora del trabajo titulado “Loquesé: Diseño de una revista monocromática a partir de las acepciones del color Verde”, 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 solo 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: Andrea María Maduro Gamboa

A handwritten signature in black ink, enclosed within an oval shape. The signature is stylized and appears to read 'Andrea María Maduro Gamboa'.

C.I. 30.394.820

En la ciudad de Caracas, a los (13) trece días del mes de junio de 2025.

Dedicatoria

Dedico este Proyecto Final de Carrera a todos aquellos que tienen al verde como su color favorito. También se lo dedico a aquellos que les guste indagar más acerca de los significados de los colores y cómo estos pueden influir en las personas. A mi familia, por su apoyo incondicional. A mis amigos, por escuchar mis ideas sin entenderlas del todo.

Y a todas las personas que me dijeron alguna vez: “El verde te queda bien”.

Agradecimientos

Gracias a Dios y a la Virgen, por acompañarme siempre y ser mi guía en cada paso.

A mis papás, por darme la oportunidad de estudiar esta carrera en la Universidad Monteávila y por estar ahí en todo momento, apoyándome incondicionalmente.

A Michelle Rodríguez, mi tutora, por confiar en esta idea desde el primer día, por su apoyo, paciencia y confianza.

A Karen Ramírez, Vanessa Rodríguez Tinoco, Jesús Jiménez y Andrea Stifano, por compartir sus fotos y ayudarme a darle forma visual a esta revista.

A todas las personas que respondieron la pregunta “¿Qué es el verde para ti?”, especialmente a Pimen, Stif, Karencita, Gabo, Rorro y Eva. Gracias por pensar un poquito más acerca de este color.

A Vero por estar los últimos momentos antes de entregar el trabajo, fijándose en cada detalle para que todo estuviera perfecto.

A la Universidad Monteávila y a los profesores que me acompañaron en estos años, por enseñarme tanto y darme herramientas que hoy valoro mucho.

Gracias a todos los que creyeron en mí, incluso cuando yo misma dudaba. Son parte fundamental de que este proyecto exista.

Y al color verde por quedarme bien.

Índice

Dedicatoria	3
Agradecimientos	4
Índice	5
Índice de Figuras	6
Resumen	8
Capítulo I: Presentación del Proyecto	9
1. 1 Enunciado del proyecto	9
1.2 Planteamiento del problema	9
1.3 Modalidad	13
1.4 Objetivo General	13
1.5 Objetivos Específicos	13
1.6 Justificación	14
1.7 Factibilidad	16
1.8 Alcance y delimitación	17
1.9 Antecedentes	18
1.9.1 MOVIMIENTO KURLAVISTA Elaboración de una revista digital con temática cultural basado en el emprendimiento de “Kurt La Vié”	18
Proyecto de Final de Carrera	18
1.9.2 MuMo Magazine: diseño de una revista digital sobre moda, vista como un mundo en el que todos tienen espacio y se ven representados, en sus individualidades y diferencias	18
1.9.3 Gradiente: publicación impresa que busca acompañar, celebrar y empoderar a la mujer durante su autorrealización y descubrimiento personal	19
1.9.4 El Diseño Editorial. Guía para la realización de libros y revistas	19
1.9.5 Psicología del Color	19
1.9.6 The good, the bad green colour (El bueno, el mal color verde)	20
Capítulo II: Estrategia	20
2.1 Marco Teórico	20
2.2 Marco Metodológico	21
2.2.1 Plan de acción.	21
2.2.2 Cronograma de actividades	22
2.2.3 Recopilación de datos	25
Capítulo III: Proyecto	26
3.1 Público objetivo	26
3.2 Título y portada	27
3.2.1 Título	27
3.2.2 Portada	27
3.3 Estructura y contenido	28
3.3.1 Portada	28

3.3.2 Lo que yo sé	28
3.3.3 Lo que significa	29
3.3.4 Lo que se dice	30
3.3.5 Lo que se aprende	31
3.3.6 Lo que se percibe	32
3.3.7 Lo que se come	33
3.3.8 Lo que nos rodea	34
3.3.9 Agradecimientos	35
3.3.10 Contraportada	36
3.4 Identidad Gráfica	37
3.4.1 Logotipo	37
3.4.2 Tipografía	38
3.4.3 Paleta de Colores	40
3.4.4 Elementos Gráficos	41
3.5 Maqueta del ebook	45
3.6 Herramientas y plataforma de publicación	47
Capítulo IV: Conclusiones	47
Capítulo V: Recomendaciones	48
Capítulo VI: Referencias	49
Capítulo VII: Anexos	52
8.1 Respuestas de amigos, familiares y compañeros: ¿Qué es el verde para ti?	52
8.1.1 Andrea Maduro	52
8.1.2 Andrés Maduro	52
8.1.3 Lilian Gamboa	52
8.1.4 Mariana Pimentel	52
8.1.5 Andrea Stifano	53
8.1.6 Gabriel Reyes	53
8.1.8 Rodrigo de Lemos	53
8.1.9 Eva Falena	54

Resumen

El proyecto Loquesé surgió con el propósito de explorar las múltiples connotaciones del color verde a través de una revista monocromática que combina la psicología del color y la comunicación visual. Bajo la modalidad de diseño de medios, la propuesta integra elementos visuales como ilustraciones, collages, fotografías y escritos breves, con el objetivo de crear una experiencia estética y cognitiva para los lectores. Se destacan algunos conceptos como la esperanza, la juventud y la naturaleza, los cuales fueron extraídos de las teorías de Eva Heller y otros autores relevantes. Estas nociones se traducen en secciones temáticas como “Lo que significa”, “Lo que nos rodea” y “Lo que se percibe”.

La estrategia de desarrollo incluye la maquetación de la revista, y la producción de contenido original con herramientas como InDesign, Photoshop y Procreate. El enfoque que se le da a la revista no solo facilita una reflexión más profunda sobre la influencia del color en la vida cotidiana, sino que también presenta una propuesta estética que puede inspirar a otros proyectos editoriales a explorar conceptos similares.

Palabras clave: verde, diseño gráfico, psicología del color, revista, comunicación visual.

Capítulo I: Presentación del Proyecto

1. 1 Enunciado del proyecto

Loquesé: Diseño de una revista monocromática a partir de las acepciones del color verde.

1.2 Planteamiento del problema

La autora, desde que nació, ha estado rodeada del color verde. Caracas, su ciudad natal, está lleno de él, en cada esquina se puede ver así sea una pequeña planta rebelde que sale de las grietas de la acera, y sin contar el icono de la capital venezolana, el Cerro El Ávila. Esta misma fue creciendo y con ella su gusto por este color que varía tanto en significados.

Por la influencia de su abuela, empezó a apreciar los medios impresos, específicamente las revistas y los libros, tanto así que comenzó a coleccionar los que más le llamaban la atención. Hoy en día tiene una pequeña colección de 24 revistas de varias partes del mundo, que ha guardado con mucho cuidado, y donde se incluye la editorial que la inspiró a elaborar este Proyecto Final de Carrera (PFC).

Por otro lado, se quiso incluir la psicología del color y los diferentes significados que el verde pudiera tener, ya que desde hace unos años la autora ha investigado acerca del tema y le apasiona. Esta curiosidad por la materia viene desde el colegio por su tesis final, la cual se trataba de una comparación de resultados del libro de la psicóloga Eva Heller titulado “La Psicología del color”. En este trabajo se replicó el mismo procedimiento planteado en el texto, pero con una muestra más reducida, y se analizaron los resultados basándose en las teorías expuestas. Por eso es que este tema se tomó como un punto de partida para el PFC.

Megan Le Masurier (2014), profesora de la Universidad de Sídney, menciona que las revistas son uno de los tipos de medios más viejos que hay, incluso se puede argumentar que es uno de los formatos más exitosos que ha existido. Estos

no son libros, ni periódicos y mucho menos páginas web que se actualizan constantemente.

Esta misma autora comenta que hoy en día, con la evolución digital, cuesta definir bien qué es una revista. Incluso autores como Tim Homes y Liz Nice, en su libro “Magazine Journalism” declaran que las respuestas a qué es este medio son bastantes y variadas, y no llegan a un punto en común. (Le Masurier, 2014).

Sin embargo, una revista impresa se pudiera definir como un panfleto ligado, que se saca más o menos regularmente; este contiene una variedad de material de lectura y una fuerte connotación de entretenimiento. (Frank Luther Mott, 1930).

Por todo ello, este PFC pretende crear un material visual en el que se incluyan varias acepciones del color verde en diferentes estilos de arte, como lo son la fotografía, la ilustración, el collage y el diseño. Se busca que esta revista sea monocromática con algunos detalles en otros colores.

Con este medio se quiere abrir un interés por este color que está tan presente en la vida del ser humano y que se utiliza varias veces con un propósito que no muchos se dan cuenta. Incluso es un estímulo que aumenta la creatividad y ayuda a calmar el pulso, según la autora Lichtenfeld (2012) de la Universidad de Múnich. De esta manera, la revista Loquesé quiere mostrar de una forma creativa un concepto que puede parecer mundano.

La creación de medios, específicamente de revista, permite combinar textos, imágenes, gráficos y otros elementos visuales de manera flexible. Lo que da la libertad de explorar diferentes enfoques y formatos para presentar la información. Las revistas son una excelente herramienta para comunicar ideas complejas de forma clara y atractiva, llegando a un público amplio y diverso.

Crear una producción editorial implica desarrollar habilidades en escritura, diseño gráfico, diagramación y edición de fotografías. Este proyecto parte de la preferencia que tiene la creadora por las revistas impresas, a pesar de que puede ser que no se imprima. Estas son una gran vía de comunicación, entretenimiento y

conocimiento. Mezclan e incluyen muchas de las áreas de la carrera Comunicación Social.

Las acepciones de este color se tomaron de diferentes publicaciones, siendo el libro de la autora, psicóloga y socióloga Eva Heller, “Psicología del color” (2000), uno de los principales, incluso se menciona que:

Este libro explora la relación que los colores tienen con nuestros sentimientos y demuestra que no se combinan de manera accidental, pues sus asociaciones no son meras cuestiones de gusto, sino experiencias universales que están profundamente enraizadas en nuestro lenguaje y en nuestro pensamiento. (p. 17).

Por lo tanto, se incluyeron diversos sentimientos que causan los matices del verde. Adicional a esto, la autora enuncia diferentes significados populares de este pigmento, entre ellos la esperanza, la fertilidad y la juventud.

Otro experto que trata de la psicología del color es Ojeda-Peñaranda, et. al. (2021), en su investigación en la Revista Convicciones, la cual es “una publicación científica semestral, orientada a la publicación de resultados de actividades de la ruta de investigación en los campos del Diseño Gráfico, Logística, (...) moda, y otras afines.” En ella concluyen que:

La psicología del color es un concepto que suele pasar desapercibido para la mayoría de las personas, pero que de manera inconsciente influye en la forma de percibir la realidad, las emociones, la forma de vestir y relaciona pensamientos, comunidades y empresas. (p. 16).

Debido a lo escrito anteriormente, es importante para esta publicación que se destaque este tema, ya que no muchas personas saben cómo los colores, y mucho menos el verde, influyen en casi todos los aspectos de la vida.

Según Heller “el verde es la quintaesencia de la naturaleza: es una ideología, un estilo de vida: es conciencia medioambiental, amor a la naturaleza y, al mismo tiempo, rechazo de una sociedad dominada por la tecnología.” (p.105).

La creación de una revista monocromática que trate de la psicología del color es algo novedoso en los proyectos finales de carrera de la universidad, ya que no se ha hecho una revista con este tipo de temática que se pueda encontrar en el repositorio de la universidad. Incluso en el mundo de las revistas, la estudiante que hace esta propuesta solo conoce una editorial que saca ediciones monocromáticas.

La publicación “Sindroms” es la principal inspiración de este proyecto. En su página web se definen como:

Una revista sobre estados mentales monocromáticos, que se publica anualmente de forma impresa y se vende en más de 30 países en todo el mundo. Selecciona su contenido basándose en colores específicos, los investiga a través de la cultura y sumerge a sus lectores en los sentimientos y estados de ánimo que evoca cada color.

Por ahora, solo han sacado ocho ediciones, entre las cuales está el color verde. Sin embargo, la publicación que inspiró este proyecto fue la azul, debido a que la autora tuvo la oportunidad de obtenerla. Se quiere demostrar cuál es la mejor manera de presentar todas estas ideas en un medio que puede ser tanto impreso como digital, que sea llamativa y agradable al ojo del lector, que le deje un mensaje y que pueda aprender algo nuevo.

Se pretendió priorizar el estilo y el diseño de la revista, más que la redacción de los artículos. Por consiguiente, se utilizó la modalidad de diseños de medios para este proyecto. Para esto, se emplearon algunos principios del diseño gráfico y la ilustración, cuando fue aplicable. El diseño gráfico puede definirse como: “disciplina que consiste en la comunicación creativa y técnica mediante la utilización de imágenes y textos” (Harris & Gavin, 2009). Y según Velasquez Carrascal (2020) la psicología del color es uno de sus principales recursos.

Detrás de esta edición se realizó un proceso meticuloso de elección y producción de material creativo y atractivo, en armonía con su concepto y estética. Todo esto con la intención de que los consumidores puedan apreciar y conocer más de este color.

Inspirado en la psicología del color, el nombre Loquesé refleja el compromiso de la autora por transmitir de forma clara y concisa todo lo que sabe sobre este fascinante tema. Este espacio busca profundizar en los conocimientos de los lectores, más allá de los conceptos básicos.

1.3 Modalidad

Este Proyecto Final de Carrera pertenece a la modalidad “Diseño de medios Multimedia”, según las opciones presentadas por la Universidad Monteávila (UMA).

1.4 Objetivo General

Diseñar y redactar una revista monocromática a partir de las acepciones del color verde.

1.5 Objetivos Específicos

Para lograr el objetivo general del proyecto, se tuvieron como objetivos específicos los siguientes:

- Crear contenido original y variado, que incluya escritos originales, ilustraciones, fotografías y otros elementos visuales, para explorar las diferentes facetas del color verde en diversos contextos culturales y artísticos.
- Desarrollar una propuesta visual coherente y atractiva que refleje la naturaleza multifacética del color verde y que sea capaz de transmitir las emociones y sensaciones asociadas a este.

- Plasmar la información existente sobre la psicología del color verde, con énfasis en las teorías de Eva Heller y otros autores relevantes.

1.6 Justificación

Este Proyecto Final de Carrera se presenta como una oportunidad para crear mensajes a través del estudio del verde y el uso de las técnicas del diseño gráfico. Como explora la psicología del color y la combinación de elementos visuales, este proyecto contribuye al campo de la comunicación visual.

La creación de una revista, principalmente monocromática y tomando las acepciones de un color, representa un punto de vista poco representado en el campo del diseño gráfico, desafiando las convenciones establecidas y ofreciendo un nuevo enfoque para la presentación de información gráfica.

La psicología del color y la comunicación visual se han establecido como disciplinas relevantes en las últimas décadas. Se buscó mostrar el conocimiento existente sobre la relación entre el verde y las emociones humanas, su percepción y sus implicaciones en estos temas.

De igual forma, esta producción de medios aborda de manera innovadora la temática del monocromatismo en el ámbito del diseño editorial. Se podría decir que esta es una revista interdisciplinaria, que en consecuencia une la psicología con el diseño, el periodismo y un poco de sociología.

La creación de una revista de un único color con pequeños detalles en otros, trae un desafío creativo que le permitió a la autora desarrollar habilidades en diseño gráfico, edición, diagramación y un poco de escritura creativa. De igual manera, esta producción se puede convertir en un gran componente de un futuro portafolio profesional, ya que se combinan elementos teóricos con una propuesta atractiva para el ojo y diferente.

Como se mencionó en la presentación, este PFC nace de una profunda fascinación por el color verde y la psicología del color. La misma busca compartir su

pasión por este color con otros y generar un espacio de apreciación. No solo esto, sino también la elección del verde como tema central, refleja una conexión personal con varias de sus acepciones mencionadas por Heller (2000), como lo son la naturaleza, la juventud y su variabilidad.

De esta misma forma, el interés que tiene la autora por las revistas la lleva a crear su propia editorial. Desde pequeña ha coleccionado varias de estas, y quiso inspirarse en algunas para crear la suya propia, a su estilo, de un tema que le interesara. Loquesé nace de un profundo gusto hacia el diseño de medios y cómo estos llaman la atención de los consumidores.

A diferencia de muchos proyectos que exploran una amplia gama de colores, este PFC se centra exclusivamente en uno, permitiendo un análisis más profundo y detallado de sus significados y cómo este puede ser aplicado en diferentes ámbitos. Esta es una propuesta poco común e incluso se podría decir que arriesgada, lo que le genera un carácter distintivo con su contenido multidisciplinar.

Esto no solo es una exploración estética, sino también un experimento en la construcción de narrativas visuales. Al limitar la paleta de color a uno solo, obliga al lector a prestar atención de manera más detallada a otros elementos del diseño, como la tipografía, la composición y los elementos que se utilizan. Esta restricción creativa puede generar soluciones visuales innovadoras y abrir nuevas posibilidades para la comunicación visual.

A pesar de que las editoriales digitales están creciendo y dejando atrás las impresas, la elección de que esta revista pueda ser vista en físico tanto como en digital, le otorga cierta diferencia de otros PFC que se han realizado recientemente en la universidad. Incluso al imprimirla esta obtendría un carácter tangible y coleccionable. Sin embargo, es importante notar que la entrega de la revista se realizó en digital.

Recientemente, la psicología del color en campos como el marketing, la publicidad, el diseño de interiores y gráfico ha crecido exponencialmente en interés. (Ojeda-Peñaranda, et. al., 2021). Por lo tanto, este PFC es pertinente y actual, ya

que muestra este tema de interés general enfocado en un color y con implicaciones en diferentes disciplinas.

Es importante que los comunicadores sociales entiendan que no solo se puede comunicar con palabras, sino también con estética, colores, gráficos, posturas del cuerpo y muchos más. Los matices cuentan historias y afectan a los lectores o consumidores de maneras distintas. Por lo tanto, para lograr conmovir a estas personas, es necesario contar con los conocimientos necesarios.

Dicho todo esto, Loquesé se realizó para satisfacer esa curiosidad de la autora, de qué realmente significa este color que la apasiona tanto. Cómo el verde, combinado con otros, puede llegar a definirse de varias maneras. De esta misma forma, se crea para poder mostrarle al público desde sus ojos y perspectiva, lo que significa para ella. Incluso para esas personas que no les gusta el verde, que según Eva Heller fueron el 6% y 7% de los hombres y las mujeres, respectivamente, de las 2000 personas que encuestó en su momento.

En definitiva, Loquesé es un proyecto que va más allá de una simple exploración del color verde. Es una invitación a reflexionar sobre cómo los colores influyen en nuestra vida y cómo podemos utilizarlos de manera creativa y significativa para crear un impacto.

1.7 Factibilidad

Este proyecto se pudo realizar debido a que la autora cuenta con las herramientas necesarias. Entre ellas están los conocimientos de diseño gráfico, estructura que permite construir una pieza de interés al público y que fue parte de la formación proporcionada por la universidad, y diferentes cursos en los que ha participado. También cuenta con los programas necesarios para la diagramación y creación de contenido para la revista en su computadora y tableta, los cuales son InDesign, Photoshop, Illustrator y Procreate.

En el caso de que se decida imprimir un ejemplar de la revista la autora tiene ahorrada una cantidad de dinero, esta fue estimada por indagación previa en

diferentes locales de impresión y gracias a la consulta a estudiantes de diseño que recurren a estas sucursales para adquirir productos de la misma índole.

1.8 Alcance y delimitación

La revista fue pensada como una pieza editorial autónoma, diseñada para ser apreciada tanto en formato digital como impreso. No se plantea su distribución masiva ni posible su continuidad como línea editorial, ya que su naturaleza es académica y experimental, enmarcada en el cumplimiento de los requisitos para la presentación del PFC.

El proyecto se delimita en primer lugar por el uso exclusivo del color verde como hilo conductor de toda la revista, con detalles de otros colores. Esta decisión responde tanto a una intención estética como conceptual, siendo uno de los principales desafíos creativos del proyecto.

Aunque se abordan temas relacionados con el color desde distintas disciplinas como la psicología, el diseño gráfico y la sociología, no se profundiza en aspectos científicos o técnicos. Tampoco se contempla el uso de metodologías cuantitativas ni estudios estadísticos; las únicas técnicas de recolección aplicadas fueron: una encuesta abierta de una sola pregunta, que permitió recoger opiniones personales sobre el significado del color verde; una recolección de datos documentales; y fotografías capturadas por personas conocidas de la autora.

Por otro lado, el proyecto está marcado por una delimitación temporal, correspondiente al calendario académico de la universidad, con una etapa de anteproyecto realizada el semestre anterior y entrega final pautada para el 13 de junio del 2025. Además, muchas de las referencias visuales, emocionales y simbólicas surgen del contexto local de la autora, específicamente de la ciudad de Caracas, Venezuela, lo que añade una delimitación geográfica al enfoque del contenido.

1.9 Antecedentes

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

Proyecto de Final de Carrera

Alexandra Trinity José Courtois Gutiérrez y Carlos Miguel Méndez Lorenzo.

2024, Universidad Monteávila (Venezuela).

Este Proyecto Final de Carrera tuvo como “objetivo diseñar una revista digital en formato PDF, con la intención de expandir la creación de contenido del emprendimiento “Kurt La Vié.” (Courtois, Méndez) Es una referencia, ya que el Plan de acción que realizaron para la creación puede funcionar como base para el de este proyecto. De igual forma, el proyecto desglosado puede ayudar como apoyo para generar el presente PFC.

1.9.2 MuMo Magazine: diseño de una revista digital sobre moda, vista como un mundo en el que todos tienen espacio y se ven representados, en sus individualidades y diferencias

María Laura Risso Rondón.

2024, Universidad Monteávila (Venezuela).

Mumo Magazine es un PFC de diseño de medios que busca promover la inclusión y la diversidad en la industria de la moda. Su objetivo principal es crear un espacio donde todas las personas, sin importar sus características físicas o estilo personal, se sientan representadas y valoradas. Se utilizaron de este su proyecto, su plan de acción, cómo la crearon, “softwares” que se utilizaron, la estructura y se tomaron en cuenta sus recomendaciones.

1.9.3 Gradiente: publicación impresa que busca acompañar, celebrar y empoderar a la mujer durante su autorrealización y descubrimiento personal

Andrea Baéz.

2017, Universidad Monteávila (Venezuela).

Este proyecto consistió en “la conceptualización y elaboración del manual de producción de la revista Gradiente, publicación impresa que busca acompañar, celebrar y empoderar a la mujer durante su autorrealización y descubrimiento personal.” (Baéz, 2017). Se rescató de este mismo sus objetivos específicos, los cuales sirvieron como base para la conceptualización de los de este trabajo y su carácter impreso.

1.9.4 El Diseño Editorial. Guía para la realización de libros y revistas

Leonardo Guerrero Reyes.

2016, Universidad Complutense de Madrid (España).

El objetivo principal de este trabajo final de Máster Universitario fue servir como una guía completa y práctica para estudiantes y profesionales del diseño editorial. Busca transmitir de manera clara y concisa los conocimientos necesarios para diseñar y producir libros y revistas impresas de alta calidad. Se utilizó de este máster universitario algunos de sus fundamentos teóricos, no solo para las bases teóricas del presente trabajo, sino también como herramienta en el momento de crear la revista, ya que habla de cómo debe ser el diseño editorial y cómo emplear ciertos elementos.

1.9.5 Psicología del Color

Aryaf Alnasuan.

2016, Universidad de Fontbonne, St. Louis. (Estados Unidos).

Este artículo de investigación trata de que el color no es solo una apariencia visual, sino una herramienta poderosa para crear ambientes y transmitir emociones. Al elegir los colores adecuados para un espacio interior, podemos influir en cómo las personas se sienten y perciben ese lugar. Se utilizaron diferentes acepciones del color verde mencionadas aquí. Al igual que las formas que sugiere el autor de que estos sean utilizados para la creación de algunos artículos.

1.9.6 The good, the bad green colour (El bueno, el mal color verde)

Maria S. Gorbuleva.

2023, Universidad Pedagógica de Tomsk State, Rusia.

El presente es un artículo académico en donde el autor indaga acerca de la simbología del verde, tomando en cuenta catálogos, descripciones de áreas como la botánica, la química, la física, el arte, entre otras, para poder compilar diferentes significados que se le da a este color. Se tomaron las acepciones que se utilizan en el documento para la realización de las distintas secciones y escritos de la revista.

Capítulo II: Estrategia

2.1 Marco Teórico

Para diseñar una revista, el autor Guerrero, L. (2016), menciona que se necesita recopilar información útil para llevar a cabo de manera correcta los pasos para la elaboración y creación de la misma. Este proceso implica seleccionar e incluir información de la historia, elementos, características y etapas del diseño editorial. Esto mismo sirvió como base para que la autora pudiera crear un Plan de Acción esquematizado que lleva a que se entienda el proceso creativo detrás de la ejecución y diseño del PFC.

2.2 Marco Metodológico

2.2.1 Plan de acción.

2.2.1.1 Fase 1. Conceptualización de la revista.

Se investigaron las diferentes acepciones del verde, así como su uso en la moda y en el lenguaje cotidiano. A partir de esto, se definieron diferentes secciones para la revista. Se elaboró un moodboard para que sirviera como referencia visual al momento de diseñar. Los temas definidos fueron escogidos para captar la atención del lector.

Secciones:

1. Lo que yo sé
2. Lo que significa
3. Lo que se dice
4. Lo que se percibe
5. Lo que se come
6. Lo que se ve
7. Lo que se aprende
8. Lo que se usa

2.2.1.2 Fase 2. Una vez concretadas las secciones, se realizó una lluvia de ideas que se utilizó para determinar las divisiones, de igual forma se pensaron cuáles serían los textos escritos que la autora quiere producir, y se ideó la pregunta para la encuesta abierta para una de las secciones. De igual manera, en esta etapa

sé decidió qué elementos visuales se utilizarían en cada una de estas y qué enfoque se le daría dentro de los temas escogidos.

2.2.1.3 Fase 3. Luego de tener claras las secciones y lo que se quería lograr, se llevó a cabo la ejecución necesaria para cada uno de los artículos, sean collages, fotografías, diseños e ilustraciones, tomando en cuenta el color verde en la mayor parte de la creación de cada uno de ellos. Previamente, se realizó un trabajo de preproducción, especialmente para las fotografías; de igual forma se realizaron varios moodboards para que el resto de los artes siguieran una misma línea gráfica.

2.2.1.4 Fase 4. Cuando ya se tuvieron todas estas piezas, se organizó y esquematizó la revista, de manera que tuviera coherencia cuando se leyera. Se comenzó por la nota de la editora, en este caso la autora del proyecto, en donde se da una breve introducción a la revista; y de ahí se establecieron las secciones según su relevancia, la cual fue dictada por la creadora.

2.2.1.5 Fase 5. En esta fase se diseñó la composición de la revista, una vez ya recopilados todos los elementos necesarios. Esto permitió crear una pieza gráfica que se diferencia por la organización visual de los elementos escritos, buscando armonía entre las piezas gráficas y el texto, cuando aplicara. Se realizó con la herramienta InDesign para la maquetación, diseño y finalmente su descarga y opcionalmente su impresión. Se tomó en cuenta la diferenciación de colores para la revista digital y si se llega a realizar, la impresa, ya que para imprimir se tiene que utilizar una paleta de colores con base CMYK, y para digital se puede quedar RGB.

2.2.1.6 Fase 6. La revista fue planificada para la revisión de fallos y correcciones del producto final, bajo la supervisión y enmiendas sugeridas por el profesor asesor asignado.

2.2.1.7 Fase 7. Opcional impresión de la revista.

2.2.2 Cronograma de actividades

Semanas	Actividad
29 de noviembre	Día en el que se recibe la aprobación de facultad.
2 al 8 de diciembre	Búsqueda de las acepciones del color verde y elección de cuáles temas se van a tratar.
6 de diciembre	Primer adelanto. Entrega de los objetivos, las herramientas digitales a utilizar, la estructura y un boceto inicial.
9 al 15 de diciembre	Selección de referencias gráficas para moodboards referentes a las secciones pensadas.
16 de diciembre al 6 de enero	Vacaciones de Navidad (pensar cuál puede ser la portada).
7 al 12 de enero	Proyección del posible contenido de cada sección en una presentación.
17 de enero	Adelanto 2. Entrega de muestra por cada sección, tipo boceto, el resumen y las palabras claves del proyecto.
13 al 19 de enero	Planificación sencilla de cómo se va a organizar la revista.
20 al 26 de enero	Pruebas de tipografía para la revista.
27 de enero al 2 de febrero	Realización de la tipografía del título de la revista y la portada.
3 al 9 de febrero	Preproducción de las ilustraciones para la sección "Lo que yo sé".
10 de febrero al 4 de marzo	Vacaciones entre semestre.
5 al 9 de marzo	Terminar ilustraciones de la sección "Lo que yo sé".
10 al 16 de marzo	Primer encuentro con el profesor asesor.
17 al 23 de marzo	Implementar correcciones del profesor asesor al trabajo final. Solicitud a compañeros de escrito corto sobre el verde.

24 al 30 de marzo	Creación de collages para la sección de “Lo que se dice” y solicitud de fotografías a la profesora Vanessa Rodríguez Tinoco para la sección de “Lo que se come”.
31 de marzo al 6 de abril	Preproducción de las fotografías de la sección: “Lo que nos rodea”. Realización del Índice.
14 al 20 de abril	Semana Santa.
21 al 27 de abril	Recopilar la información necesaria para redactar las secciones. Producción de “Lo que nos rodea”.
28 de abril al 4 de mayo	Recopilar la información necesaria para redactar las secciones.
5 al 11 de mayo	Diseño de la revista, primeras partes. Desarrollar los puntos de “Recopilación de datos”, “Técnicas de recolección de información”, “Instrumento de recolección de información”, “Resultados”.
12 al 18 de mayo	Diseño de la revista y desarrollo del punto, “Estructura y contenido”. Preproducción y producción de las fotografías de la sección de “Lo que se aprende”.
19 al 25 de mayo	Recopilación y edición de escritos para la sección de “Lo que se percibe”.
26 de mayo al 1 de junio	Diseño de la revista.
2 al 7 de junio	Finalización de la revista y el documento.
13 de junio	ENTREGA PFC.

2.2.3 Recopilación de datos

2.2.3.1 Técnicas de recolección de información. Para la elaboración de este Proyecto Final de Carrera se utilizó el método cualitativo, específicamente a través de la técnica de encuesta abierta para la sección de “Lo que se percibe”. Según Quecedo y Castaño (2002), este tipo de recolección de datos “busca comprender los fenómenos sociales desde la propia perspectiva del actor”, permitiendo explorar a un nivel personal los motivos, emociones y creencias que dan sentido a las acciones. Barnard (2024) menciona que una pregunta de encuesta abierta es aquella que permite a los encuestados responder con sus propias palabras. Este tipo de preguntas se utilizan para recopilar datos cualitativos sobre las opiniones, percepciones y experiencias de las personas.

En este caso, se invitó a amigos y compañeros a redactar un párrafo breve respondiendo a la pregunta: *¿Qué significa el color verde para ti?* El objetivo fue recoger distintas interpretaciones y percepciones sobre el color, integrando así miradas diversas que enriquecieran el enfoque emocional y simbólico de la revista.

Además de la encuesta, se solicitaron fotografías originales para tres secciones visuales clave de la revista. Para “*Lo que se come*”, se pidieron imágenes a la profesora Vanessa Rodríguez Tinoco (en Instagram @vanessarotinoco), especialista en fotografía gastronómica. Para “*Lo que se aprende*”, Karen Ramírez (en Instagram @karenramirezphotos), compañera de carrera de la autora, capturó fotografías de espacios dentro de la Universidad Monteávila, reflejando ambientes de estudio y crecimiento. En la sección “*Lo que nos rodea*”, se incluyeron imágenes enviadas por Andrea Stifano (en Instagram @astifano), estudiante de artes visuales en OCAD University, en Toronto, y Jesús Jiménez (en Instagram @jmjimenezp_), estudiante de la Universidad Monteávila, quienes aportaron registros visuales que representan cómo el verde aparece en el entorno cotidiano.

Adicionalmente, se realizó una investigación documental enfocada en la psicología del color para conseguir las acepciones del verde, tomando como base principal las teorías de Eva Heller, así como referencias complementarias sobre diseño gráfico y percepción visual. Se revisaron libros especializados, artículos

académicos y revistas impresas y digitales, destacando como inspiración la publicación internacional “Sindroms”, cuyo enfoque monocromático aportó referencias conceptuales y gráficas para la estructura de Loquesé.

2.2.3.2 Instrumento de recolección de información. Los instrumentos de recolección de información utilizados en este proyecto se dividieron en dos áreas principales. Para la parte documental, se recurrió a fuentes digitales y bibliográficas, como el libro de Eva Heller sobre psicología del color, páginas especializadas en diseño gráfico y análisis de revistas impresas y digitales. En cuanto al enfoque cualitativo, se aplicó una encuesta abierta, que consistió en una única pregunta. Esta permitió recopilar respuestas personales y subjetivas.

2.2.3.3 Resultados. Gracias a la pregunta abierta enviada a amigos, familiares y compañeros, se lograron recopilar 8 respuestas, y se incluyó la de la autora, logrando completar 9 percepciones sobre qué significa el color verde para cada uno. Algunos hablaron del verde como esperanza, otros como naturaleza, paz o energía. Esas ideas se incluyeron en la sección de “*Lo que se percibe*”, para reforzar que el color no tiene un solo significado, sino que puede variar o no según el marco referencial personal de cada uno. Los resultados detallados se pueden encontrar en los anexos del presente informe.

Capítulo III: Proyecto

3.1 Público objetivo

Aunque Loquesé es un proyecto profundamente personal, creado a partir de los gustos, intereses y reflexiones de su autora, puede resultar atractivo para un público amplio y variado. Está dirigido a personas que sienten curiosidad por el color verde, que desean descubrir nuevas formas de verlo, interpretarlo o simplemente disfrutar de una propuesta visual centrada en este tono.

Adicionalmente, el establecer un diseño monocromático impulsa una nueva forma de atención de las personas y despierta interés en la versatilidad que se puede lograr con un solo color.

No está pensado para un grupo específico de edad o profesión, sino para cualquier lector, joven o adulto, que valore el diseño, la estética y los detalles que suelen pasar desapercibidos en la vida cotidiana. En ese sentido, más que segmentar, Loquesé busca conectar con quienes estén abiertos a observar lo cotidiano desde otra perspectiva y a dejarse llevar por lo que un solo color puede evocar.

3.2 Título y portada

3.2.1 Título

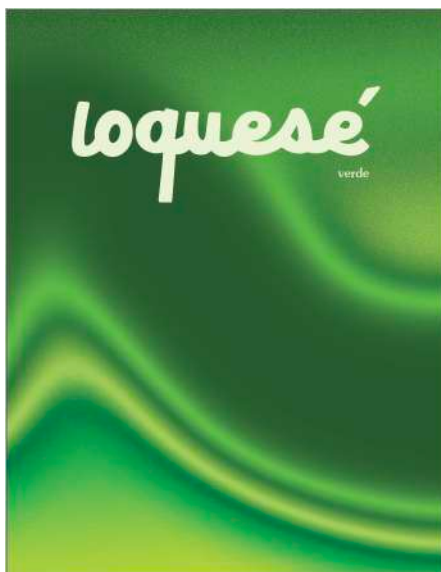
El título por el cual se optó para esta revista es Loquesé, la unión intencional de las palabras *lo-que-sé*. Este alude a lo que la autora sabe del verde, y al mismo tiempo puede dar a entender que este trabajo viene desde su perspectiva. Aunque se nutre de información objetiva acerca del color, la revista está basada desde una mirada personal conectada con el tema. Igualmente, deja un mensaje en las personas sobre lo que se puede saber con base en sus conocimientos y lo que puede conocer a través de la autora.

En este sentido, se establece el tono del proyecto desde el primer momento, una revista monocromática que comparte una visión desde “Lo que se sabe”, una narrativa construida desde el conocimiento y la emoción. Se espera que, a través de esta propuesta monocromática, el lector no solo aprenda, sino que también desarrolle una apreciación hacia el color verde.

3.2.2 Portada

La portada presenta una composición visual libre, construida a partir de distintos tonos de verde, sin representar un objeto o escena concreta. La intención fue crear una imagen que llamara la atención por su armonía cromática. No busca adelantar el contenido de la revista, sino generar curiosidad.

Figura 1.
Portada de la revista Loquesé.



3.3 Estructura y contenido

La revista Loquesé está conformada por siete secciones principales, además de una página final de agradecimientos. El contenido se desarrolla de forma progresiva, iniciando desde la visión personal de la autora, pasando por el significado cultural y psicológico del color verde, y culminando en cómo este se manifiesta en lo cotidiano y lo colectivo.

3.3.1 Portada

3.3.2 Lo que yo sé

Esta sección funciona como una editorial personal. Es una pequeña introducción al lector al universo de la revista, explicando de dónde surge la idea y qué se busca transmitir con el proyecto. Contiene además ilustraciones de pertenencias personales verdes de la autora, lo cual refuerza el carácter íntimo y emocional de la propuesta.

Figura 2.

Spread de la sección Lo que Yo sé.



3.3.3 Lo que significa

Aquí se presentan 12 acepciones del verde desde la psicología del color, especialmente basadas en las teorías de Eva Heller. Estas ideas fueron representadas gráficamente como cartas del Tarot, mezclando lo simbólico con lo visual. Esta sección se ubica al principio porque ofrece un marco conceptual para comprender mejor el resto del contenido.

Figura 3.

Spread de la sección Lo que significa.

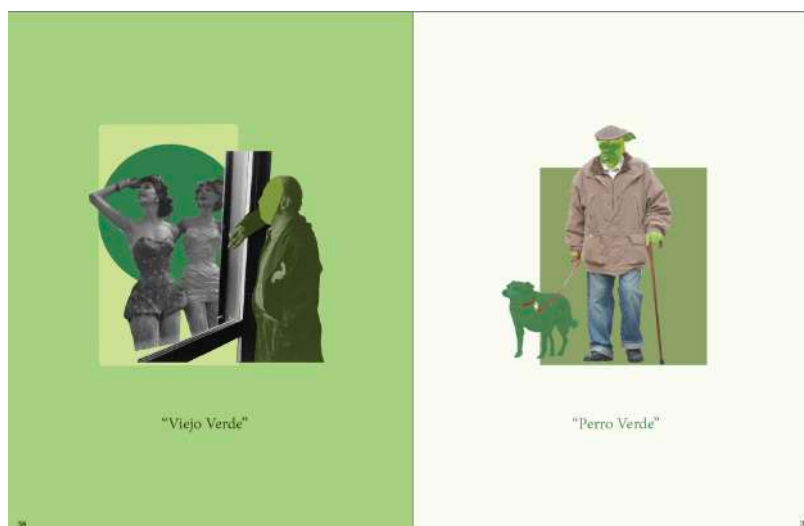


3.3.4 Lo que se dice

En esta sección se recopilan refranes y expresiones populares que contienen la palabra "verde", presentados a través de collages visuales. El objetivo es mostrar cómo el color está presente en el lenguaje cotidiano y cultural, revelando su carga simbólica dentro de lo popular.

Figura 4.

Spread de la sección Lo que se dice.



3.3.5 *Lo que se aprende*

Esta parte está compuesta por fotografías capturadas por Karen Ramírez dentro de la Universidad Monteávila, institución donde estudia la autora. Las imágenes retratan espacios académicos, transmitiendo cómo el color verde aparece en los espacios de la sede ubicada en Boleíta, en la ciudad de Caracas.

Figura 5.

Spread de la sección Lo que se aprende.



3.3.6 *Lo que se percibe*

Reúne las respuestas obtenidas mediante una encuesta abierta, en la que personas cercanas a la autora respondieron la pregunta: *¿Qué significa el color verde para ti?* La sección recoge sus palabras y sentimientos, mostrando la diversidad de percepciones que puede evocar un solo color.

Figura 6.

Spread de la sección Lo que se percibe.



3.3.7 Lo que se come

Compuesta por fotografías de alimentos y bebidas verdes tomadas por la profesora Vanessa Rodríguez Tinoco, especialista en fotografía gastronómica. Esta sección resalta el verde como parte de la experiencia sensorial y estética de lo que consumimos, y cómo puede transmitir frescura, salud o energía.

Figura 7.

Spread de la sección Lo que se come.



3.3.8 Lo que nos rodea

Muestra una serie de imágenes de la ciudad de Caracas, captadas por Andrea Stifano (estudiante de artes visuales en OCAD University, Toronto) y Jesús Jiménez (estudiante de la Universidad Monteávila). Se buscó retratar espacios urbanos donde el verde forma parte del entorno, muchas veces de forma silenciosa o desapercibida.

Figura 8.

Spread de la sección Lo que nos rodea.



3.3.9 Agradecimientos

Esta sección final reconoce a las personas que colaboraron, aportaron y apoyaron en la realización del proyecto, tanto desde lo visual como lo emocional.

Figura 9.
Spread de la sección de Agradecimientos.



3.3.10 Contraportada

Cada sección mantiene una estética visual coherente, con distintas técnicas gráficas como ilustraciones, collages, fotografías e intervenciones digitales, pero todas unificadas por el uso predominante del color verde. El orden del contenido fue cuidadosamente pensado para guiar al lector desde una introducción personal hacia una mirada más colectiva y sensorial del color, construyendo una narrativa visual con ritmo, intención y emoción.

Figura 10.
Contraportada de Loquesé.



3.4 Identidad Gráfica

3.4.1 Logotipo

Se diseñó un logotipo específico para la revista, con la intención de otorgarle una identidad visual propia y única. La decisión de crear este logotipo surgió del deseo de la autora de personalizar aún más el proyecto y reforzar su carácter íntimo. La tipografía en la que está inspirado presenta formas que recuerdan a la letra cursiva de la autora, lo que genera un vínculo directo entre la estética del nombre y su identidad personal.

Figura 11.
Logotipo Loquesé.



3.4.2 Tipografía

La elección de las fuentes en Loquesé fue un aspecto clave para definir la personalidad visual de la revista. Se optó por un conjunto de 4 tipografías con **serifas**, que como señalan Todd y Decotes (s.f.) “Se conoce por tipografía serif a las líneas unidas a las letras”. Las serifas aportan un equilibrio entre lo clásico y lo contemporáneo. Lo único que no contiene una tipografía con serifas es el logotema.

3.4.2.1 MADE Sunflower. Esta tipografía con serif fue utilizada para los títulos grandes de cada sección. Se eligió por la forma de sus curvas, que resultan visualmente agradables y se alinean con la estética general de la revista.

Figura 12.

Fuente MADE Sunflower.

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

3.4.2.2 Minion Pro. También con serif, esta fuente fue empleada para la mayoría de los textos corridos. Su apariencia clásica complementa bien a la fuente Made Sunflower y aporta legibilidad y equilibrio al conjunto visual.

Figura 13.

Fuente Minion pro.

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

3.4.2.3 ITC Souvenir. Se utilizó específicamente para la sección “Lo que significa”, en los subtítulos y cartas ilustradas tipo tarot. Esta tipografía fue seleccionada por ser agradable a la vista y de lectura fluida, aportando un tono simbólico y algo místico sin perder claridad.

Figura 14.

Fuente ITC Souvenir.

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

3.4.2.4 Elegant Typewriter. Utilizada exclusivamente para las respuestas de la sección “Lo que se percibe”. Esta fuente simula el estilo de una máquina de escribir, evocando una sensación de intimidad y registro personal. La elección se hizo con la intención de que pareciera escrito a mano, con un aire nostálgico y auténtico.

Figura 15.
Fuente Elegant Typewriter.

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

3.4.2.5 Letra personal de la autora. En la sección “Lo que yo sé” se incorporó la escritura manual de la autora, lo que aportó un toque más personal, humano y cercano al proyecto, reforzando su carácter íntimo y único.

Figura 16.
Letra personal de la autora.

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

3.4.3 Paleta de Colores

Tal y como se ha explicado a lo largo de este trabajo, la revista Loquesé está enfocada en explorar las distintas acepciones del color verde. Por esta razón, se trabajó casi exclusivamente con este color como eje visual de todo el proyecto. El verde fue elegido no solo por afinidad personal, sino también por su fuerte carga simbólica.

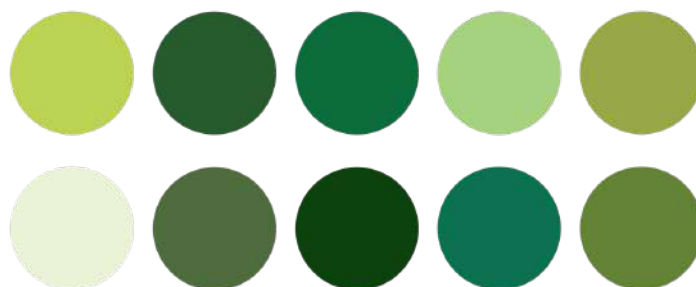
El color verde está asociado tradicionalmente a conceptos como naturaleza, renovación, juventud, frescura, esperanza y equilibrio. Según Eva Heller (2000), también puede evocar sensaciones de armonía, estabilidad emocional y conexión con lo orgánico.

Se realizó una paleta de colores con los verdes más utilizados en la revista. Los tintes claros se colocaron como fondos o detalles sutiles para no distraer del elemento principal de la página. Los más oscuros se utilizaron de fondo para resaltar

otros colores o para dar protagonismo, al igual que para la tipografía se utilizaron estos, en su mayoría, para que pudiera resaltar la letra ante lo claro.

Figura 17.

Paleta de los verdes más utilizados en Loquesé.



3.4.4 Elementos Gráficos

En cuanto a los elementos visuales, la revista combina diferentes recursos gráficos que se integran de forma orgánica en cada sección, se trabajó con un mixto de ilustraciones, intervenciones gráficas y fotografías, para darle dinamismo y vida al proyecto.

3.4.4.1 Ilustraciones originales. Estas fueron elaboradas por la autora, utilizadas especialmente en secciones como “Lo que yo sé” y “Lo que significa”.

Figura 18.

Cartas al estilo Tarot de las acepciones del color verde.



3.4.4.2 Intervenciones digitales. Estas fueron intervenciones realizadas en aplicaciones digitales, estilo collage. Como las visuales que están en la sección “Lo que se dice”, diseñados a partir de frases populares relacionadas con el verde.

Figura 19.

Collage de la frase “Perro verde”.



3.4.4.3 Fotografías. Las fotografías son en colaboración con personas que apoyaron en la construcción visual de la revista: desde alimentos y bebidas, hasta imágenes de la ciudad y de espacios de la UMA.

Figura 20.

Imagen retratando la Universidad Monteávila.



Nota. Autora Karen Ramírez, 2025.

3.4.4.4 Texturas digitales. Las texturas digitales fueron utilizadas para llenar espacios y aportar dinamismo visual, profundidad y riqueza estética a las composiciones, sobre todo utilizadas en la sección de “Lo que significa”.

Figura 21.
Collage de texturas utilizadas.



3.5 Maqueta del ebook

Para saber qué se iba a realizar antes de empezar con los diseños e ilustraciones, se realizaron bocetos digitales en la aplicación Procreate, con el objetivo de visualizar la estructura general de la revista y definir el enfoque visual de cada sección. Los bocetos funcionaron como una guía práctica y flexible durante todo el proceso de construcción editorial.

Figura 22.
Primera parte de la maquetación.

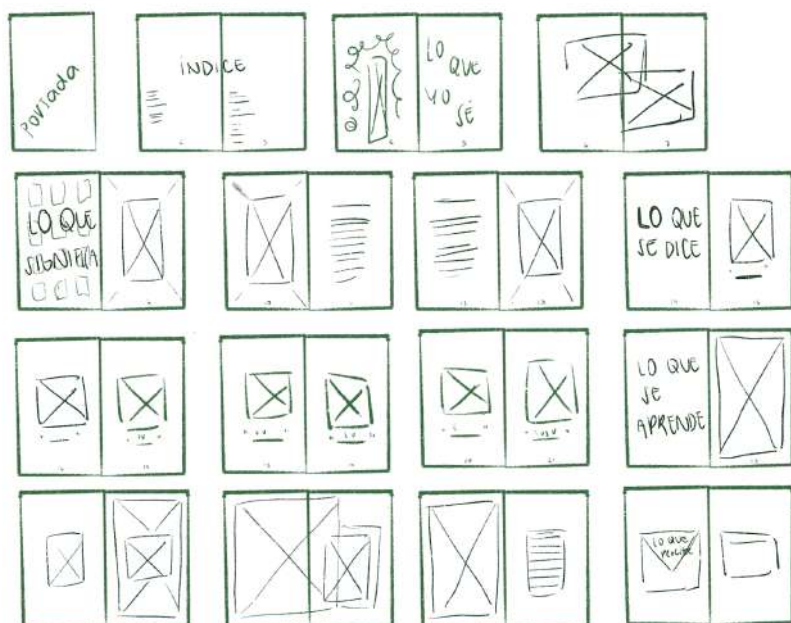
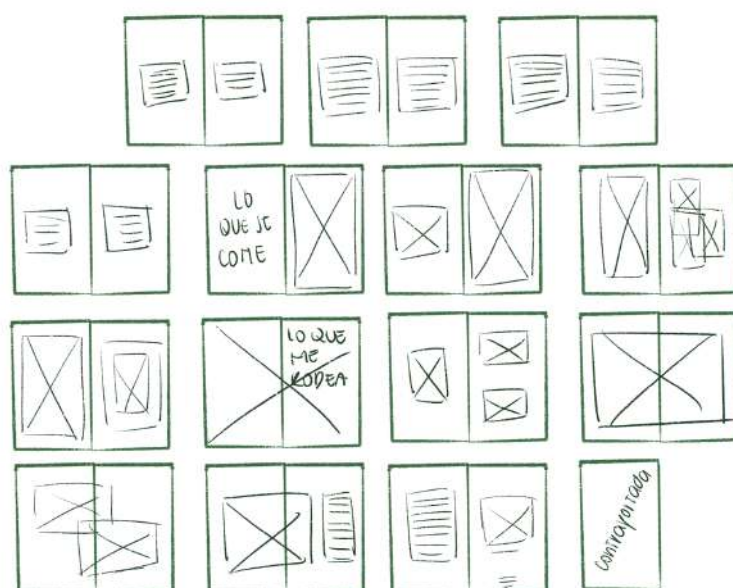


Figura 23.
Segunda parte de la maquetación.



3.6 Herramientas y plataforma de publicación

Para la creación de la revista Loquesé, se utilizaron diversas herramientas digitales y tecnológicas que facilitaron tanto el desarrollo como la organización del contenido. Adobe InDesign fue el programa principal para la maquetación completa de la revista. Las ilustraciones originales fueron realizadas en Procreate, una aplicación ideal para dibujo digital. Además, se usaron Adobe Photoshop e Illustrator para la edición de imágenes, retoques gráficos y detalles visuales que complementan el diseño editorial.

En cuanto al contenido escrito, se trabajó con Google Docs, Google Drive y la aplicación de Notas del teléfono. También se utilizó Pinterest como fuente de inspiración visual y para la búsqueda de fotos.

Se trabajó desde una laptop y una tableta digital, herramientas clave que hicieron posible la creación y edición de todo el material visual y textual de la revista. El uso combinado de estas plataformas y dispositivos permitió llevar a cabo la visión del PFC.

3.7 Enlace del proyecto

La revista está disponible en dos formatos, tipo flipbook y PDF. Para acceder a este primero, presionar [aquí](#). Para acceder al formato PDF a través de Google Drive, presionar [aquí](#). Es importante notar que en el formato PDF se observan dos páginas juntas.

Capítulo IV: Conclusiones

La realización de Loquesé representó para la autora la oportunidad de desarrollar una revista desde cero, combinando sus intereses personales, conocimientos previos y habilidades gráficas. Siempre había tenido el deseo de crear una, y este Proyecto Final de Carrera le permitió hacerlo de forma libre, utilizando un tema que le apasiona: el significado de los colores.

El proceso también le permitió reusar herramientas y capacidades de diseño que no utilizaba con frecuencia, enfrentándose por primera vez a un proyecto de esta magnitud. Siempre había realizado proyectos más pequeños.

El proyecto partió de una visión amplia y general que fue puliéndose hasta dar forma a cada sección con claridad e intención. Durante el proceso, la autora disfrutó de la elaboración de ilustraciones y gráficos, ya que le permitieron explorar diferentes técnicas y formas de expresión visual. Sin embargo, también enfrentó desafíos, como decidir la manera de representar ciertas acepciones del verde o frases culturales de forma visualmente coherente. La maquetación fue otro de los retos más constantes, ya que implicó dedicar tiempo a definir la disposición adecuada de textos, imágenes y decoraciones, buscando siempre un equilibrio visual que mantuviera el estilo de la revista y reforzará su narrativa.

Uno de los aspectos más interesantes fueron que las respuestas recolectadas en la encuesta abierta coincidieron en gran parte con las acepciones estudiadas de la psicología del color. Llamó especialmente la atención que una persona asociara el verde con el “*power*”, en referencia al encendido, una interpretación distinta que aportó una nueva mirada al significado del color.

Si bien el proyecto cumplió con los objetivos planteados, algunas ideas no pudieron desarrollarse debido a las limitaciones de tiempo. La autora tuvo que reorganizar o ajustar ciertas secciones, como “*Lo que se come*”, para poder completarlas adecuadamente. Aun así, el resultado final logró transmitir el enfoque deseado: mostrar la diversidad de significados del color verde y cómo este puede generar emociones y conexiones más allá de lo visual.

A lo largo del desarrollo de Loquesé, la autora reafirmó que comunicar no se limita únicamente al uso de palabras. El diseño, la elección del color, las formas y la composición también construyen significado y transmiten emociones. Este proyecto demostró que, con una idea clara, compromiso y una visión estética bien definida, es posible desarrollar una propuesta editorial completa que combine contenido, intención y diseño.

Capítulo V: Recomendaciones

Después de haber culminado este Proyecto Final de Carrera, hay varias recomendaciones que podrían ser útiles para quienes se enfrenten a un reto similar. Lo primero es tener claro que el diseño no es tan fácil como parece. Muchas veces, lo que se imagina en los bocetos no se ve tan bien cuando se lleva a la página. Por eso, es clave estar dispuesto a ajustar y repensar lo que sea necesario.

También se recomienda crear uno o varios moodboards visuales desde el principio, que ayuden a mantener una misma línea gráfica y de estilo, además te da referencias para lo que se vaya a hacer. Anotar todo lo que se vaya pensando, ya sea en una libreta o en una nota del teléfono, es otra práctica muy útil, ya que muchas ideas aparecen cuando menos se esperan, y vale la pena registrarlas para después no olvidarlas.

Otra recomendación importante es tener listo todo el contenido antes de comenzar la maquetación: fotos, textos, ilustraciones y cualquier otro elemento. Esto ayuda a ahorrar tiempo y a trabajar con más velocidad durante la maquetación del proyecto.

Pedir ayuda no es una debilidad, es parte del proceso. Si hay personas cercanas dispuestas a colaborar, ya sea con fotos, ilustraciones o ideas, y están de acuerdo en que se usen sus aportes, con los debidos créditos, es una gran ventaja. Sobre todo si realizan el proyecto solos como la autora.

A quienes decidan hacer una revista como Proyecto Final de Carrera, se les recomienda organizar muy bien su tiempo desde el principio. Aunque algunas partes parezcan rápidas o fáciles, todas toman más de lo que se cree y requieren diferentes tipos de esfuerzo. Lo mejor es no dejar todo para el final, porque si quieren que el resultado realmente valga la pena, seguramente les tocará trasnochar. Lo ideal es ir avanzando poco a poco, con metas claras y tiempos razonables para cada etapa. Y si el proyecto es individual, aún más importante es tener un tutor que entienda bien la idea desde el comienzo y los acompañe en el proceso. Con buena organización y algo de ayuda, se puede lograr un resultado del que uno se sienta orgulloso.

Capítulo VI: Referencias

- Alnasuan, A. (2016). Color Psychology. American Research Journal Of Humanities And Social Sciences, 2, 1-6.
<https://doi.org/10.21694/2378-7031.16009>
- Baez, A. (2017). Gradiente: publicación impresa que busca acompañar, celebrar y empoderar a la mujer durante su autorrealización y descubrimiento personal. [Proyecto de Final de Carrera]. Universidad Monteávila.
- Barnard, E. (2023). Open-ended survey questions: definition, examples and tips. Attest.
<https://www.askattest.com/blog/guides/open-ended-survey-questions>
- Courtois, A. T., y Méndez, C. M. (2024). MOVIMIENTO KURLAVISTA
Elaboración de una revista digital con temática cultural basado en el emprendimiento de “Kurt La Vié”. [Proyecto de Final de Carrera, Universidad Monteávila].
http://repositoriodigital.uma.edu.ve:8080/jspui/bitstream/123456789/1117/1/PFC26_2024.pdf
- Gorbuleva, M. (2023). THE GOOD, BAD GREEN COLOUR. Universidad Pedagógica de Tomsk State. Journal of Visual Semiotics.
<https://doi.org/10.23951/2312-7899-2023-1-140-162>.
- Guerrero Reyes, L. (2016). El Diseño Editorial. Guía para la realización de libros y revistas [Máster Universitario, Universidad Complutense de Madrid].
<https://docta.ucm.es/rest/api/core/bitstreams/ae9a1284-8f73-4956-9e20-761230468e3a/content>
- Harris, P., & Gavin, A. (2009). Fundamentos del diseño gráfico. Parramón
Barcelona

- Heller, E. (2004) *Psicología del color: Cómo actúan los sentimientos y la razón*. Barcelona, España: Editorial Gustavo Gili
- Holmes, T & Nice, L. (2012). *Magazine journalism*. Londres. Sage Publishing.
- Le Masurier, M. (2014). *What is a Magazine?*. Universidad de Sídney.
(p.1-16.)
file:///Users/andreamaduro/Downloads/27415-what-is-a-magazine%20(1).pdf
- Lichtenfeld, S., Elliot, A., Maier, M., & Pekrun, R. (2012). Fertile Green. *Personality and Social Psychology Bulletin*, 38, 784 - 797.
<https://doi.org/10.1177/0146167212436611>.
- Mott, F.L. (1930). *A history of American magazines 1841–1850*. Universidad de Cambridge.
- Ojeda-Peñaranda, I. G., Zambrano-Guerra, F. P., & Lesmes-Silva, A. K. (2021, 3 diciembre). *Uso de la psicología del color en el diseño gráfico*. *Revista CONVICCIONES*.
<https://www.fesc.edu.co/Revistas/OJS/index.php/convicciones/about>
- Quecedo, R., & Castaño, C. (2002). *Introducción a la metodología de investigación cualitativa*. *Revista de Psicodidáctica*, (14),5-39.[fecha de Consulta 27 de Mayo de 2025]. ISSN: 1136-1034. Recuperado de:
<https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=17501402>
- Risso, M. L. (2024). *MuMo Magazine: diseño de una revista digital sobre moda, vista como un mundo en el que todos tienen espacio y se ven representados, en sus individualidades y diferencias* [Proyecto de Final de Carrera]. Universidad Monteávila.

Sindroms.com. (s. f.). About — sindroms.com.

<https://www.sindroms.com/about-1>

Todd, D., & DeCotes, M. (n.d.). Tipografía serif vs. sans serif y cuándo utilizarla | Adobe.

<https://www.adobe.com/la/creativecloud/design/discover/serif-vs-sans-serif.html#:~:text=%C2%BFQu%C3%A9%20es%20la%20tipograf%C3%ADa%20serif,parte%20esencial%20de%20las%20letras.>

Velasquez Carrascal, B. L., Picón Angarita, H. L., & Caselles Hernández, C. (2020). La Psicología del color en el diseño. Revista convicciones, 7(14).

Capítulo VII: Anexos

8.1 Respuestas de amigos, familiares y compañeros: ¿Qué es el verde para ti?

8.1.1 *Andrea Maduro*

Mi color favorito es el verde, es un color que usualmente llevo encima. Este da vida, te ilumina, nos rodea, también es un color que tiene connotaciones negativas, pero aun así, no son tan graves. El verde es el color que más vemos, por lo menos en Caracas, con todos los árboles, las matas, hasta el Ávila que siempre tenemos en frente. Este me trae tranquilidad, me recuerda cuando jugaba en el jardín de mis abuelos todos los días después de clases, me recuerda a mis zapatos favoritos en este momento, a mi casa siempre llena de plantas. El verde es definitivamente un color que no creo que solo me traiga vida a mí.

8.1.2 *Andrés Maduro*

El verde es tranquilidad, vida y frescura. Cuando uno va al bosque, donde todo es verde, lo que siente es frescura; en las ciudades te da color, elimina la monotonía y los colores apagados. El verde es confort. Es *power*, porque las cosas encendidas tienen lucecitas verdes, tienen energía.

8.1.3 *Lilian Gamboa*

El verde para mí significa vida, esperanza, tranquilidad... y si lo asocias a un trébol de 4 hojas también suerte. Es el color de las plantas y vegetación que te conecta con la naturaleza.

8.1.4 *Mariana Pimentel*

Para mí, el verde es esperanza. Me recuerda a la naturaleza, a ese olor de grama recién cortada y a lo bonito que se ve el Ávila en las mañanas. Me da una sensación de serenidad y tranquilidad. Aunque así como la naturaleza, a veces puede ser un poco turbulento, como cuando estamos verdes de envidia. El verde es

energía y fuerza ante todo. Es un recuerdo de que incluso en los peores momentos, siempre hay algo bueno creciendo.

8.1.5 Andrea Stifano

El verde es el color de la naturaleza, es el color de las plantas. Es un color que nos sostiene, es un color que nos mantiene y es un color que nos rejuvenece, tanto en los jugos verdes como en el matcha. Es un color que revitaliza, esto es lo que significa para mí. De cierta manera realinea mis chakras. Es un color esencial, todas las mañanas lo tomo en mi matcha, lo veo todos los días mientras riego las matas de mi casa, hasta en mis toallas hay verde, en mi comida. Es un color que simplemente revitaliza.

8.1.6 Gabriel Reyes

El verde es naturaleza, es encontrar la paz. Es un color que llama a la calma, a ser positivo, a tener esperanza, a buscar un camino para llegar a algo. El verde está siempre a nuestro alcance, todo lo que nos rodea tiene verde, los árboles, las hojas, las flores. Estamos en constante estimulación al verlo, manejando lo vemos, caminando, lo vemos, hasta en nuestras casas con las matas lo vemos. El verde hace vida.

8.1.7 Karen Ramírez

El verde es la fertilidad de la creatividad en la mente de las personas. El verde refleja tus ideas, me activa el cerebro, me ayuda a que nuevas ideas surgen. Me recuerda al aire libre y las ideas nuevas.

8.1.8 Rodrigo de Lemos

Iba a empezar diciendo que yo tengo el verde asociado a la "naturaleza", pero lo pensé un poco y no ayuda mucho esa descripción. La naturaleza también la asocio mucho con otros colores, como el marrón y el azul. Así que intenté volverlo un poco más específico, con "tranquilidad", pero eso tampoco me servía porque al

escuchar esa palabra, de nuevo se me ocurre primero el azul.

Toca entonces buscar, no qué me recuerda al verde, sino qué lo separa de ese azul al que tanto lo tengo ligado. En vez de usar un término genérico como "naturaleza" el verde, obviamente me recuerda, es a las plantas más que nada, mientras que azul va de la mano con el cielo y el agua, representan partes distintas del ambiente. El verde es la parte "viva", "feliz" o "activa" (sé que no tiene sentido decir 'activo' en contexto de plantas, pero va en contraste con la siguiente parte) mientras que el azul es lo "sereno", "tranquilo" y "estático".

Ahora hace falta de nuevo un poco de separación con otro color "vivo" y "activo" para mí, el rojo. La diferencia, ahora siendo que el rojo depende más de la energía contenida en estos términos, es un color que representa acción y movimiento. El verde, en cambio, es asociado más al sentimiento que a la parte física de estos aspectos.

En conclusión, el verde es un color que para mí significa tanto "naturaleza", "tranquilidad" y "paz" como "vida", "felicidad" y "energía". Centrándose siempre en la parte emocional de estos adjetivos más que nada.

8.1.9 Eva Falena

El verde, si pienso rápido, es para mí, salud y el estar afuera con la naturaleza. Pero si me detengo a pensar un poco más, mi cabeza me lleva a una montaña que para mí implica grandeza. Es un color que me recuerda a las joyas y a la realeza. Entonces representa lo grande, lo poderoso. Creo que el verde, sobre todo el oscuro, es el que representa seguridad, mientras que el claro para mí es como la paz dentro de la grandeza y el poder.