TRABAJO DE GRADO
Opción Campamento de Diseño

El lettering como puente entre diseño gráfico, psicología y bienestar emocional

Corporación Universitaria Remington
Facultad de Diseño
Diseño Gráfico

Mayra Alejandra Zárate Valbuena
Nombre del Tutor: Billy Johanna Osorio
Campamento de Diseño
2026

Dedicatoria

A quienes, con su cariño, paciencia y compañía, me recuerdan que cada proceso tiene su propio tiempo y su propio ritmo.
Y a mí, por la dedicación, constancia y por no rendirme y permitirme crear desde lo que siento.

Agradecimientos

Agradezco a mi pareja, mi familia, compañeros y profesores por acompañarme durante este proceso, por su apoyo y por cada palabra de aliento que me impulso a continuar.

Gracias también a todas las personas que hicieron parte de este proyecto y contribuyeron, de una u otra forma a hacerlo posible.

Tabla de Contenidos

Resumen……...……6
Palabra clave……8
Pregunta orientadora de la búsqueda 9
Metodología de búsqueda de la información 13
Fase 1: Aproximación conceptual inicial (diccionarios temáticos). 14
Fase 2: Profundización conceptual (literatura científica y bases de datos académicas). 14
Fase 3: Ampliación teórica (literatura general y especializada). 15
Fase 4: Articulación conceptual entre diseño gráfico y psicología. 15
Fase 5: Análisis histórico del lettering como objeto de estudio. 15
Fase 6: Análisis del contexto contemporáneo del lettering. 16
Fase 7: Exploración de perspectivas futuras del lettering. 16
Fase 8: Contextualización del lettering contemporáneo en Colombia. 16
Fase 9: Discusión teórica sobre las relaciones entre lettering, diseño y psicología. 17
Fase 10: Desarrollo y presentación del producto de diseño (Katarsis). 17
Sustentación teórica de la pregunta 20
1. Definición de conceptos claves desde los diccionarios temáticos 20
1.1. Gestalt y percepción: el impacto en el mensaje visual. 20
1.2. Semiótica y signo: de la estructura al significado visual. 20
1.3. Color, estímulo y emoción: interacción hacia la respuesta emocional. 21
1.4. Arteterapia, escritura y lettering: herramientas de expresión emocional. 23
2. Definición de conceptos desde literatura científica y académica 24
2.1. Organización perceptual y eficacia en la comunicación visual. 24
2.2. Construcción de significado en lo visual. 24
2.3. El color como respuesta emocional en el proceso de diseño. 25
2.4. Expresión emocional por medio del arte, la escritura y el lettering. 26
3. Definición de conceptos desde literatura general y especializada 27
3.1. De la percepción a la forma: la Gestalt como base del significado en el diseño. 27
3.2. El signo como proceso cognitivo: construcción de significado en la comunicación visual. 28
3.3. Estímulo cromático y emoción: el color en el contexto de la experiencia visual. 29
3.4. Arteterapia, escritura y lettering: procesos creativos y resignificación emocional. 30
4. Conexiones entre conceptos. 31
4.1. Conexión entre el estímulo y su impacto psicofisiológico. 31
4.2. Conexión entre el signo, el símbolo y la terapia de la escritura expresiva. 32
4.3. Conexión entre el lettering y la resignificación emocional. 32
5. Historia del lettering: del rotulismo comercial a la contracultura. 33
6. Presente del lettering: la autenticidad frente a la era digital. 35
7. Futuro del lettering: preservación de la autenticidad y convergencia con lo digital. 36
8. Representaciones de mi objeto de estudio. 37
9. Discusiones sobre el objeto de estudio. 45
9.1. Respuesta a la problemática actual de salud mental. 45

9.2. La semántica y la comunicación visual en los procesos terapéuticos. 45
9.3. Materialización del bienestar. 46
10. Resultados. 47
10.1. Fundamentación teórica. 47
10.2. Definición de la paleta de color y tipografías. 48
10.3. Definición de las secciones del libro 52
10.4. Bocetación. 54
10.5. Desarrollo del cuerpo del libro 60
10.6. Portada y contraportada. 65
10.7. Limitaciones del estudio. 68
10.8. Futuras líneas de investigación. 68
Conclusiones. 70
Referencias 72
Anexos 79
Anexo 1 79
Anexo 2 84

Resumen

El estudio de la percepción es el campo donde la psicología y el diseño convergen, y el lettering surge como herramienta con alta capacidad de promover y fortalecer el bienestar emocional y la salud mental. Ante el aumento de los casos de depresión, ansiedad, estrés crónico y otros trastornos, esta investigación aborda la siguiente pregunta orientadora: ¿Cómo puede el lettering, como recurso de diseño gráfico, contribuir a la gestión emocional de las personas mediante una propuesta de apoyo que articule lettering y escritura expresiva?

Para responder a esta pregunta, se realizó una búsqueda documental metodológica que se dividió en nueve fases: inicialmente, se definieron los conceptos clave recurriendo a diccionarios temáticos de diseño gráfico y psicología, para posteriormente profundizar dichas definiciones mediante bases de datos científicas y literatura especializada. Con estos fundamentos claros, se establecieron las relaciones que permitieron definir el lettering como herramienta terapéutica. A continuación, se hizo un análisis de la evolución histórica del lettering, se entendió su resurgimiento actual como respuesta al corporativismo y al arte digital, y se hizo una proyección del futuro del diseño manual de letras, convergiendo con tecnologías digitales. Se evidenció el estado actual del lettering en Colombia a través de representaciones materiales en el trabajo de Ximena Jiménez y Cristina Cepeda en Bogotá, y Piglander en Medellín, se plasmó una discusión teórica sobre el impacto de las relaciones identificadas en el manejo emocional y psicológico del individuo, y se expuso el desarrollo de un libro de apoyo como resultado de la

asimilación de los argumentos de los expertos consultados, evidenciando como las decisiones de diseño impactan en el estado emocional.

Finalmente, se pudo concluir que el lettering tiene un alto potencial para actuar como canalizador y regulador emocional, facilitando la externalización y resignificación de emociones a través del dibujo de la palabra, y se estableció que la materialización del lettering en productos permite contar con herramientas de apoyo terapéutico que contribuyen con el bienestar mental y emocional.

Palabras clave

- Lettering.
- Composición.
- Escritura expresiva.
- Comunicación.
- Bienestar emocional.
- Diseño gráfico
- Psicología
- Lenguaje escrito
- Salud mental

Pregunta orientadora de la búsqueda

La sociedad contemporánea padece de algunas problemáticas en donde se ve involucrada la salud mental. En la ciudad de Bogotá, los trastornos más comunes en la población joven y adulta incluyen el trastorno depresivo, que como resultado de estadísticas del año 2023 sugiere un 10.92% de la población diagnosticada. En estas cifras se evidencia una mayor prevalencia en mujeres con un 12.82% en comparación con los hombres con un 8.76%. También se identifica que el 9.75% de la población ha sido diagnosticada con trastornos de ansiedad, evidenciando nuevamente una mayor incidencia en mujeres con el 11.49% frente a los hombres con un 7.8%, como se observa en la Figura 1 (Alcaldía Mayor de Bogotá et al., 2023).

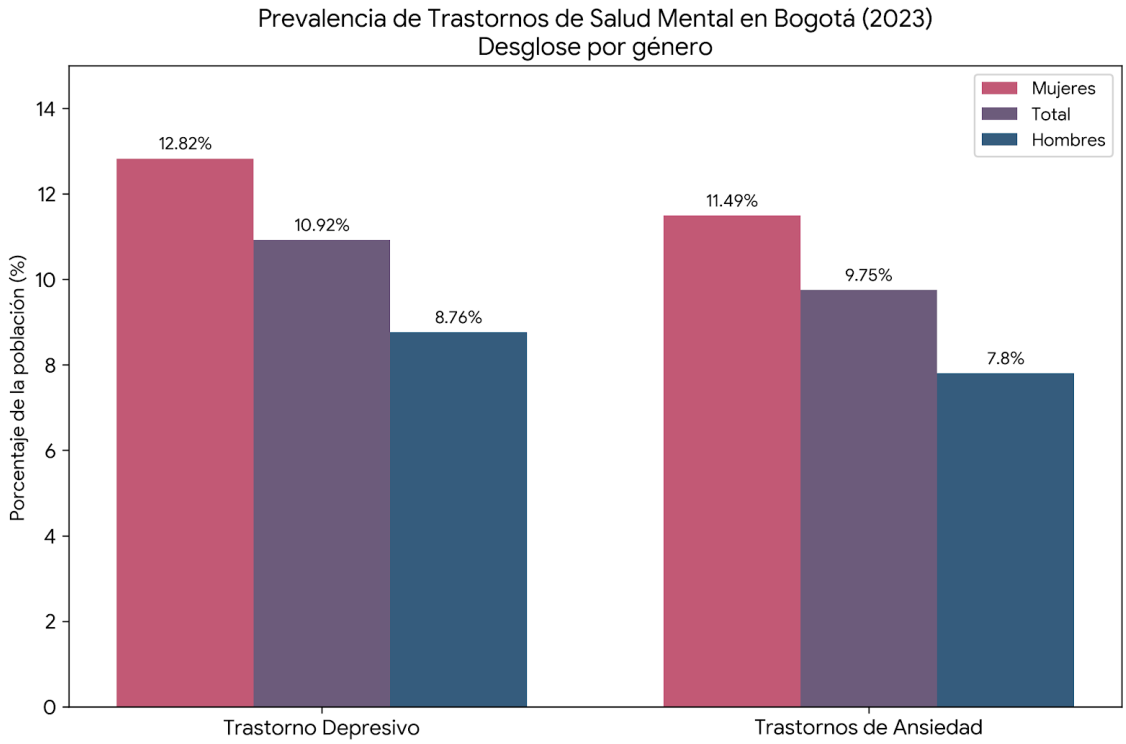


Figura 1. Prevalencia de salud mental en Bogotá (2023). Desglose por género.

Los jóvenes enfrentan situaciones tales como baja autoestima, exceso de autocrítica, falta de educación emocional, entre otras, debido a la presión constante que trasmiten las redes sociales por la búsqueda del éxito y la alta productividad. Tal como lo evidencia la Fundación Nacional para el Desarrollo [FUNDE] (2021), la exposición a imágenes y situaciones poco realistas generan un efecto de comparación destructiva, donde la mente no tiene un espacio de descanso y el resultado es la autopercepción negativa frente a estereotipos difíciles de alcanzar.

Más allá de una función comunicativa, el diseño gráfico puede generar influencia en la manera en que las personas perciben emocionalmente las piezas visuales que encuentran en el entorno (Fernández-Osso-Fuentes & Szegda, 2026). El diseño gráfico y la psicología convergen en el estudio de la percepción, según lo explica ILERNA (s. f.) una de las aplicaciones más significativas de esta relación son las Leyes de la Gestalt ya que a través de la comunicación visual, estos principios permiten influir directamente en los estados emocionales, en la conducta y la construcción de significados por parte del receptor.

Por lo tanto, el lettering en este contexto se convierte en una herramienta que permite transformar el lenguaje escrito en piezas o composiciones gráficas intencionadas. Como explica Barber (2020) en su libro Lettering Manual, cuando las palabras son dibujadas a mano tienen la particularidad de despertar emociones, intencionar acciones e incluso ir más allá de la idea para generar opinión (p. 8), contrario a lo que la tipografía nos ofrece, puesto que en esta última se busca la funcionalidad y organización de letras y caracteres que operan para transmitir mensajes claros en medios digitales o impresos (Durango

Quiceno, 2011). La intencionalidad del lettering va mucho más allá de transmitir un mensaje claro, ya que por medio de sus trazos, formas, ritmos y composiciones puede llegar a ser un recurso que potencie significativamente el valor emocional del mensaje, contribuyendo al bienestar personal y mental.

En la literatura científica está demostrado que el uso del lenguaje escrito de forma intencional para expresar emociones ayuda a regular la neurofisiología, mientras que ponerle nombre a las emociones o etiquetarlas ayuda a reducir los niveles de estrés en el cerebro y por lo tanto, a evitar reacciones intensas o exageradas (Lieberman et al., 2007, p. 1), la escritura permite organizar nuestros pensamientos para que las experiencias dejen de ser confusas y adquieran sentido, facilitando su comprensión (García Ayala, 2025, p. 81).

Sin embargo, es importante explorar cómo la representación del lenguaje en piezas visuales elaboradas en lettering, puede intensificar el condicionamiento emocional que busca generarse con el mensaje en sí mismo, materializando este arte en piezas gráficas reales como libros, agendas, carteles, planeadores o cualquier tipo de material POP que estén enfocados en el bienestar y el mejoramiento de la salud mental.

En esta investigación, no solo se busca establecer conexiones entre el diseño gráfico y la psicología, sino identificar y tomar decisiones de representación gráfica, donde el color, la composición, el estilo, etc., jueguen un papel importante a la hora de conectar con estados positivos de emocionalidad.

Bajo este contexto se orienta a responder la siguiente pregunta:

¿Cómo puede el lettering, como recurso de diseño gráfico, contribuir a la gestión emocional de las personas mediante una propuesta de apoyo que articule lettering y escritura expresiva?

Metodología de búsqueda de la información

En la búsqueda de comprender las relaciones entre la psicología y el diseño gráfico a través del arte de dibujar letras, surge la pregunta orientadora de este trabajo de grado a partir de las experiencias vividas en la primera versión del Campamento de Diseño, realizado del 26 al 28 de noviembre de 2025. Durante este espacio, la ponencia de la ilustradora Paulander, conocida en Instagram como Piglander, resultó especialmente significativa, ya que, por medio de sus ilustraciones y productos, logra transmitir contenido emocional que promueve el bienestar, positividad visualmente atractiva y, sobre todo, una conexión cercana con su comunidad (ver Figura 2).



Figura 2. @Piglander durante el Campamento de Diseño 2025 - Uniremington.

Este análisis sobre el impacto emocional del diseño planteó la necesidad de buscar un soporte teórico que responda a la pregunta central de esta investigación. Con este fin se estructuró una metodología de búsqueda de la información organizada en nueve fases. Este proceso permitió recolectar evidencia científica, técnica y literaria para entender cómo el lettering actúa como medio de regulación emocional y apoyo psicológico, tal como se describe a continuación:

Fase 1: Aproximación conceptual inicial (diccionarios temáticos).

Con tal fin, se realizó un acercamiento conceptual inicial a través de diccionarios temáticos y fuentes de información preliminar, con el objetivo de establecer definiciones iniciales de términos clave como percepción, Gestalt, semiótica, signo, color, estímulo, emoción, arteterapia, escritura creativa y lettering.

Fase 2: Profundización conceptual (literatura científica y bases de datos académicas).

Se procedió a profundizar la definición de los conceptos previamente mencionados, recurriendo a una serie de artículos académicos extraídos de fuentes oficiales con acceso desde la base de datos de la *Uniremington*, como *EbscoHost* y *Scopus*, y de acceso libre como *Google Scholar* y *Dialnet*, entre otras. Se realizó el análisis correspondiente con enfoque en la percepción visual, la exteriorización de emociones a través de la escritura y el lettering como herramienta terapéutica, permitiendo dar mayor rigor teórico a la búsqueda.

Fase 3: Ampliación teórica (literatura general y especializada).

Para ampliar aún más las bases teóricas de la información correspondiente a esta investigación, se hizo una búsqueda especializada en diferentes recursos literarios digitales como eBookAcademic Collection (EbscoHost), archive.org, eLibro, Speaking of Psychology: Expresive writing[Audio podcast] y en literatura física. La búsqueda se hizo con enfoque en historia y principios aplicados de psicología, y en principios de diseño, arte y lettering, lo que permitió comprender la aplicación de este último dentro de un contexto terapéutico.

Fase 4: Articulación conceptual entre diseño gráfico y psicología.

Una vez establecidos y ampliados los conceptos relevantes para esta investigación, se procedió a definir las relaciones entre ellos, confrontando los aspectos provenientes de la psicología con los que corresponden al campo del diseño, de tal forma que dichas relaciones (que ya se podían visualizar desde las fases de definición conceptual) permitieran establecer el lettering como objeto de estudio, enmarcándolo en un contexto de expresión emocional y de apoyo terapéutico. También se indagó en literatura científica y especializada para apoyar las conexiones identificadas.

Fase 5: Análisis histórico del lettering como objeto de estudio.

En este punto de la investigación, teniendo definido el objeto de estudio, se procedió a abordarlo desde una perspectiva histórica con el fin de evaluar su evolución en el tiempo, comprendiendo así su estructuración desde la Revolución Industrial y su transformación en herramienta de expresión creativa y de definición de identidad.

Fase 6: Análisis del contexto contemporáneo del lettering.

Para comprender el estado del lettering en el mundo contemporáneo, se recurrió a material bibliográfico de investigadores focalizados en la comprensión de lo gráfico desde lo corporativo, versus lo sociológico y lo pedagógico, con el fin de comprender el resurgimiento del lettering como actividad creativa y de expresión individual.

Fase 7: Exploración de perspectivas futuras del lettering.

Se recurrió a diferentes autores especializados en tipografía, lettering y herramientas digitales, con el fin de establecer posibles escenarios de evolución del objeto de estudio, orientando dicha evolución a la interacción del proceso artesanal y humano del diseño de letras con las tecnologías de desarrollo de software y plataformas digitales, para mantener la repercusión emocional de este arte sin perder vigencia dentro del contexto de la globalización tecnológica.

Fase 8: Contextualización del lettering contemporáneo en Colombia.

Para esta fase, se indagó y seleccionó el trabajo de diferentes representantes de lettering contemporáneo colombiano, para obtener un contexto general del estado actual de esta expresión artística, y para evidenciar su crecimiento en el ámbito urbano y en la generación de productos de diversa índole. Para esto se tomaron imágenes del trabajo de estos exponentes de sus perfiles de redes sociales que muestran la diferencia de estilos, tanto por el manejo del color, la composición y las formas, así como la intencionalidad y tipos de mensaje según la utilidad o finalidad de cada diseño.

Fase 9: Discusión teórica sobre las relaciones entre lettering, diseño y psicología.

Con este panorama, se tomó la información obtenida en los apartados anteriores y, a través de las relaciones establecidas y de la identificación del objeto de estudio, se discutió el impacto de dichas conexiones, su utilidad y la respuesta que estas dan a la pregunta orientadora, con apoyo de literatura científica que ayuda a sustentar y enriquecer la argumentación.

Fase 10: Desarrollo y presentación del producto de diseño (Katarsis).

Finalmente, entendiendo las relaciones entre el diseño gráfico y la psicología, poniendo al lettering y al lenguaje escrito como herramientas centrales, se expuso el diseño, desarrollo y elaboración de un libro de apoyo fundamentado en los principios psicológicos aquí estudiados, que facilitara la interacción del usuario con la escritura expresiva, el dibujo de letras, y la expresión artística en aras de contribuir a la expresión y resignificación de emociones y al bienestar mental a través del lettering y la escritura. Las decisiones de diseño para el desarrollo del libro de apoyo se basaron enteramente en la información recopilada en este documento, a través de la literatura científica y técnica consultada, como el manejo del color, composición y formas, así como de la información concerniente al ámbito psicológico, como expresión emocional, manejo de la percepción y comunicación visual efectiva.

Este libro nace de un proceso personal, al ver la necesidad de una herramienta de apoyo terapéutico que contribuyera a mi proceso psicológico, pero utilizando mis habilidades y conocimientos en diseño gráfico para su desarrollo y construcción, conectando intereses personales como el lettering y el dibujo con el desarrollo de

conceptos psicológicos que facilitaran la evolución de mis procesos emocionales. A partir de esto, se definieron los conceptos relevantes a trabajar e incentivar dentro del libro y se hizo la búsqueda de una paleta de color adecuada, apoyada en bibliografía especializada que se centra en el uso creativo del color en diseño gráfico e ilustración (Caldas, 2024), que transmitiera tranquilidad, serenidad, e invitara a la reflexión, utilizando la metodología 60-30-10 y planteando algunas opciones de color, de las cuales se seleccionó la que estuviera más acorde al mensaje que se quería transmitir. A continuación, se definieron las secciones en las que se dividiría el libro enfocándolas en lettering, prácticas de dibujo, aplicación libre de color y escritura expresiva. Con esto como base se hizo la construcción de cada sección en las herramientas digitales a disposición, teniendo en cuenta que las propuestas de lettering fueron desarrolladas cuidadosamente por medio de un proceso de bocetación y no fueron tomadas de plantillas hechas por alguien externo. Finalmente se realiza el diseño y construcción de la portada y contraportada del libro, manteniendo la paleta de color seleccionada y recurriendo al collage como técnica que comunica a través de la composición; en este caso, se usaron imágenes que evocan meditación y calma, y que adicionalmente invitan al usuario a la escritura y a la creatividad artística.

Es oportuno aclarar que la presente investigación se realiza con un enfoque **cualitativo de tipo documental**, es decir, se hizo una revisión de fuentes especializadas, científicas y bibliográficas, relacionadas y filtradas según la temática. Se realizó una lectura critica de las fuentes, comparación entre autores y relación de conceptos primarios entre la psicología y el diseño gráfico, para establecer conexiones esenciales entre ambos

campos de estudio. Adicionalmente, para validar el proceso de diseño del producto, se contó con el apoyo de la psicóloga Francy Gómez, egresada de la Universidad Los Libertadores, quién contribuyó en el planteamiento teórico del libro y en la construcción y selección de las frases y terminologías utilizadas en las diferentes secciones del mismo.

Cabe destacar, que se realizó una breve entrevista a la psicóloga Francy Gómez, para validar desde su experiencia y conocimiento, la importancia de la arteterapia y de la escritura expresiva en el bienestar emocional, y como estas disciplinas ayudan a mejorar la regulación de sentimientos negativos y a transformar su significado (ver Anexo 1).

Los hallazgos obtenidos en este proyecto surgen de la aplicación de los argumentos expuestos por los autores consultados al libro de apoyo titulado *Katarsis*. Dichos argumentos, tanto del ámbito del diseño gráfico, como de la psicología, permitieron establecer los parámetros de diseño, las decisiones gráficas y editoriales, y la estructuración del lenguaje utilizado a lo largo del libro, así como la división y organización de las diferentes secciones del mismo, buscando una experiencia guiada, evolutiva y amena para el usuario final.

Sustentación teórica de la pregunta

1. Definición de conceptos claves desde los diccionarios temáticos

Para establecer las relaciones entre el diseño gráfico y la psicología mediante el lettering y la escritura, es importante definir conceptos fundamentales sobre los cuales cimentar esta investigación.

1.1. Gestalt y percepción: el impacto en el mensaje visual. El primer concepto a tener en cuenta es el de percepción; como lo explica Consuegra Anaya, N. (2010), se entiende como el proceso en el que el cerebro interpreta u organiza la información de acuerdo a las experiencias vividas, transformándola en imágenes mentales con el fin de adaptarse a un contexto (p. 225). El estudio formal de la percepción da origen a una nueva escuela, Psicología de la Gestalt, la cual sostiene que la percepción de una totalidad trasciende la suma de sus partes individuales. En este sentido, y en concordancia con lo planteado en Ander-Egg (2015), se estipula que dicha teoría implica unos principios de organización perceptiva, como la proximidad, la semejanza y el cierre, que determinan la forma en que el individuo estructura esos estímulos sensoriales (p.101). Según lo plantea Irigoyen Morales (2021), el entendimiento profundo de la teoría de la Gestalt permite al diseñador determinar la manera más eficiente de organizar los objetos visuales para estructurar mensajes de alta eficacia, por medio de principios o reglas tales como figura y fondo, pregnancia, continuidad, entre otros, que intervienen en la manera de percibir dichos mensajes (p. 216).

1.2. Semiótica y signo: de la estructura al significado visual. La semiótica es considerada como la comprensión del simbolismo en las actividades humanas, tal como

lo plantea Cosacov (2007, p.292), en donde esta disciplina converge con la semántica, que se dedica a comprender estrictamente el significado en un sistema lingüístico; por lo tanto, la semiótica se convierte en una rama importante de la semántica. Para Pierce en American Psychological Association [APA] (s.f.), la semiótica analiza los signos verbales y no verbales, entendiendo que estos solo tienen sentido si se relacionan con otros signos; en este contexto, Irigoyen Morales (2021) especifica que esta disciplina, aparte de estudiar la interacción en la comunicación, también analiza la organización del lenguaje dentro de un contexto social determinado (p. 426), lo cual coincide con lo que plantea Reimers Design (s.f.), que la describe como el estudio de la "vida social" de los signos (p. 100).

Por otro lado, el signo es descrito por Consuegra Anaya (2010) como un ente compuesto por elementos sensibles (colores, formas, entre otros) y por un significado que corresponde a la imagen mental asociada a dichos elementos (p.254). Esta relación entre estímulo y sentido también es mencionada por Irigoyen Morales (2021), quien diferencia al signo del símbolo por su solidez en la interpretación en cualquier contexto cultural (p. 432).

Finalmente, en el contexto del diseño, para Reimers Design (s.f.), esta definición se materializa en figuras o formas reales donde el signo se representa por una unidad que tiene una carga significativa, incluyendo caracteres tipográficos, numéricos, entre otros (p. 100).

1.3. Color, estímulo y emoción: interacción hacia la respuesta emocional. El color, tal como se mencionó anteriormente, está vinculado con la semiótica, ya que funciona

como un signo dentro de múltiples sistemas de la comunicación visual, y también converge con la percepción, puesto que aquí entra a figurar el significado que toma para un observador.

Desde un punto de vista interdisciplinar, el color abarca procesos físicos, perceptivos y emocionales que son necesarios para el diseño. Según Reimers Designs (s.f.), el color desde una perspectiva psicológica, es el estímulo que se genera en la retina de las personas cuando se expone a energía radiante (p. 29), el autor menciona que, según Consuegra (1976), la percepción del color se genera en un observador cuando la luz que incide sobre un objeto estimula la retina. Para la American Psychological Association [APA] (2018), el color posee tres atributos: matiz, saturación e intensidad luminosa, siendo el matiz la característica determinada por la longitud de onda; por esta razón, como lo menciona Consuegra Anaya (2010), el color se comporta como un estímulo, entendiendo este último como cualquier ente físico que genera una respuesta en el organismo y termina influyendo en los procesos de aprendizaje y conducta del ser humano (p.104).

La interacción entre el estímulo generado por el color y el ser humano va más allá de lo físico para entrar en el plano emocional. Tal como lo menciona Ander–Egg (2015), hay estudios en el campo de la psicología que demuestran que diagnósticos como la depresión, estrés, entre otros, se generan por desbalances emocionales y por lo tanto, su tratamiento también es emocional (p.48). En ese orden de ideas, el color como signo puede despertar respuestas emocionales y se convierte en una herramienta que influye sobre la percepción humana, sobre sus emociones o decisiones, como lo menciona

Consuegra Anaya (2010, p.117) en su texto. Cabe mencionar que, en diseño, el color es solo una parte en un conjunto de elementos que persuaden la toma de decisiones o la recepción de los mensajes.

1.4. Arteterapia, escritura y lettering: herramientas de expresión emocional.

Teniendo los conceptos previamente mencionados como contexto, podemos encontrar en la escritura, el color y las formas, herramientas poderosas que, en conjunto, y desde un punto de vista terapéutico, contribuyen al tratamiento y al mejoramiento de la gestión de las emociones. Partiendo de esto como principio, podemos definir la arteterapia como la expresión creativa y espontánea del individuo mediante expresiones artísticas, con fines psicoterapéuticos y de rehabilitación como lo explica la American Psychological Association [APA] (2018). Para la editorial de diccionarios más prestigiosa de Estados Unidos, la Merriam Webster (s.f.), la arteterapia, como terapia expresiva, utiliza métodos no verbales que estimulan la comunicación escrita y simbólica, facilitando la externalización de sentimientos y emociones. En este sentido, dentro del contexto de la comunicación simbólica, encontramos que para Irigoyen Morales (2021), el lettering surge como una herramienta que tiene como prioridad la ilustración de las letras, rompiendo las estrictas reglas geométricas de la tipografía tradicional (p. 272), dando protagonismo a la creatividad y a la expresión personal por medio de mensajes cortos y composiciones coloridas. Todo esto, al interactuar con prácticas terapéuticas, convierte al lettering en una herramienta eficaz de comunicación que contribuye a generar crecimiento emocional y cambios positivos en el individuo, tal como lo menciona la American Psychological Association [APA] (s.f.).

2. Definición de conceptos desde literatura científica y académica

Para abordar los conceptos definidos en la sección anterior, se amplía su comprensión teórica desde posturas académicas que soportan la investigación y extienden su análisis con un enfoque científico.

2.1. Organización perceptual y eficacia en la comunicación visual. Recurriendo a la literatura científica, podemos comprender la íntima relación entre la percepción y la teoría de la Gestalt, que se constituyen en la columna vertebral del mensaje visual en el diseño. Oviedo (2004) dice que la percepción es un proceso activo de recepción de estímulos; una actividad mental sincronizada que clasifica y abstrae información relevante del entorno, dando prioridad a lo simple y coherente al momento de construir una imagen mental. En concordancia, Gómez Reynoso y Echavarría Álvarez (2011) afirman que los principios de la Gestalt actúan como guías cognitivas que facilitan la organización de los elementos visuales de tal forma que el individuo los perciba clara, eficiente y significativamente. En este sentido, ambos enfoques concuerdan en que la percepción es un proceso guiado por patrones organizacionales subjetivos que facilitan la comprensión del entorno. En el diseño, esta relación entre la teoría de la Gestalt y la percepción puede verse como la facilidad de generar mensajes visuales intuitivos con una disposición que permite favorecer la legibilidad e influye en la experiencia del sujeto.

2.2. Construcción de significado en lo visual. La semiótica estudia los sistemas de significación y la forma en que los signos interactúan dentro de un marco cultural y comunicativo. Bajo esta perspectiva, Figueroa Arencibia (2007) destaca que el signo no es solo un elemento lingüístico, sino cualquier ente que pueda sugerir cualquier otra cosa

en la mente del intérprete, actuando de esta forma como mediador entre lo que se percibe y lo que se interpreta. Esta visión concuerda con la de autores clásicos como Saussure y Peirce, quienes plantean la semiótica como una ciencia de los signos en la vida social y un estudio de la significación (Figueroa Arencibia, 2007). Desde la psicología del desarrollo, Rodríguez (2015) plantea que la conexión entre el proceso de significación y la interiorización de lo percibido no es directa, sino que se construye desde la interacción de ambos elementos. De esta forma, el signo se convierte en un elemento que vincula lo perceptible con un significado construido culturalmente. Dado esto, desde el diseño, los elementos visuales (color, forma, composición) funcionan como signos que comunican ideas y emociones, haciendo que el mensaje visual vaya más allá de la estética, adquiriendo significación que puede ser interpretada dentro de un determinado contexto.

2.3. El color como respuesta emocional en el proceso de diseño. El color, como estímulo, puede activar procesos cognitivos y emocionales que repercuten en la interpretación del entorno y en la conducta del individuo. En este marco, Santiago (2007) plantea que el color y la emoción se relacionan a nivel cultural y lingüístico, y que esta relación puede influenciar inconscientemente el pensamiento, evidenciando qué colores específicos pueden vincularse a ciertas respuestas emocionales positivas y negativas. Este punto de vista converge con lo estipulado por Suárez Rodríguez (2004), quien plantea que las emociones son parte esencial de la experiencia humana y del aprendizaje, y destaca la integración de los “colores emocionales” como herramientas que facilitan la comprensión, expresión y regulación de emociones en diferentes ámbitos. De esta forma, ambos puntos de vista coinciden en que el color no solo dispara respuestas fisiológicas,

sino que además es partícipe de la construcción de experiencias emocionales, lo que lo convierte en una herramienta fundamental para influir en el comportamiento, la percepción y la respuesta emotiva de los individuos. Como lo plantea Pelaez Becerra et al. (2015), el color despierta la atención del consumidor (hablando de una estrategia de marketing) en su toma de decisiones a través de la aceptación emocional del objeto, de acuerdo a la necesidad creada.

2.4. Expresión emocional por medio del arte, la escritura y el lettering. La expresión de emociones encuentra en la arteterapia, la escritura creativa y el lettering, herramientas poderosas que se complementan mediante el uso de lenguajes simbólicos y visuales. Dumas y Aranguren (2013) sugieren que la arteterapia facilita el autoconocimiento, la expresión de las emociones y la transformación de experiencias a través de distintas formas artísticas, entre las que se incluye la escritura como un canal de externalización, dando prioridad al proceso sobre el resultado. Este planteamiento concuerda con Duncan (2007), quien indica que a través del arte se puede facilitar la exploración y comunicación emocional de formas que van más allá del lenguaje verbal y que conectan directamente con la conciencia y el desarrollo personal. Desde este mismo punto de partida, la escritura creativa estimula la imaginación y facilita la construcción simbólica de la realidad personal y la expresión de las vivencias del individuo (Guzmán & Bermúdez, 2018). Con base en lo anterior, el lettering surge como forma de representación gráfica de la palabra, proporcionando estética e individualidad al acto de escribir, en donde prima la expresión y la intensidad emocional de la persona (Cerutti, 2019). En este sentido, la arteterapia, la escritura creativa y el lettering convergen en la

incorporación de elementos visuales o gráficos que permiten generar mensajes que conectan emocionalmente con el receptor.

3. Definición de conceptos desde literatura general y especializada

En esta tercera fase se profundiza en los conceptos previos a través de literatura especializada en psicología y diseño gráfico, para obtener comprensión integral y aplicada de dichos conceptos. Se conectan las perspectivas teóricas de los procesos perceptivos con la práctica y aplicación del diseño, explicando de esta forma la relevancia de estos conceptos en la construcción de mensajes con impacto significativo.

3.1. De la percepción a la forma: la Gestalt como base del significado en el diseño.

La percepción y la Gestalt se relacionan de forma dinámica, dado que el individuo no solo recibe estímulos pasivamente, sino que los interpreta de forma activa desde múltiples perspectivas. Santiago et al. (2010) afirman que toda percepción tiene cierto grado de ambigüedad, ya que el intérprete filtra la información manteniendo la afinidad con la que le resulte más coherente dentro del contexto dado (p. 48). Esta concepción de la percepción encuentra su complemento con los principios de la Gestalt, que resaltan la importancia de los factores globales en el proceso perceptivo según las leyes propuestas por Wertheimer (1923, como se citó en Santiago et al., 2010), las cuales establecen que el todo adquiere un sentido que va más allá de la suma de las partes (Santiago et al., 2010, p.54). En la misma dirección, Arnheim (2002) señala que la percepción visual depende de la relación de los elementos en un sistema global, en el cual cada elemento tiene un significado según su posición dentro del conjunto (p. 19). De forma adicional, Dondis (2017), desde el diseño, menciona que el significado del objeto visual va más allá del

contenido, y que, por lo tanto, los elementos compositivos como el color, forma o proporción influyen y juegan un papel importante en la estructuración del mensaje (p.27). De esta manera, los diferentes enfoques sobre la percepción y la Gestalt convergen para definirlas como fundamentos en la construcción de mensajes significativos, donde la conexión adecuada de los elementos genera claridad e impacto emocional en el receptor.

3.2. El signo como proceso cognitivo: construcción de significado en la comunicación visual. El signo es un elemento que interconecta la percepción con la construcción de significado y cuya función está más allá de la simple representación. Acorde a esto, Vygotsky (1978) estipula que el signo es una herramienta psicológica que facilita la organización, regulación y el sentido de los procesos mentales, resultando en un instrumento fundamental en los procesos cognitivos (p.88). Como complemento, Jung (1995) hace la diferenciación entre signo y símbolo, indicando que el signo está relacionado directamente con su significado, mientras que el símbolo amplía dicho significado a concepciones de mayor complejidad, con carga cultural y subjetiva (p.14). Desde el punto de vista del diseño, Frascara (2011) amplía este concepto al indicar que toda percepción visual implica una búsqueda de significado, y que los estímulos han de organizarse de forma estratégica para obtener y retener la atención, interconectando el significado textual del mensaje (denotativo) con el significado que cada individuo interpreta del mensaje (connotativo) (pp. 56-64). En esta misma línea, Costa (2003) señala que el significado surge de la relación entre los signos enmarcados en una composición visual, en la que el diseñador tiene la oportunidad de guiar la lectura del mensaje mediante un orden perceptivo intencionado (pp. 79-80). De esta manera, los

enfoques previos coinciden en que el signo, desde el diseño gráfico, va más allá de la comunicación de información al estructurar procesos interpretativos, convirtiéndose en una herramienta fundamental para la construcción de mensajes visuales con significado y contexto.

3.3. Estímulo cromático y emoción: el color en el contexto de la experiencia visual. El color es un estímulo complejo que abarca la dimensión física, la experiencia emocional y cognitiva del individuo. Desde esta perspectiva, Heller (2004) indica que los colores no tienen significados absolutos, sino que este depende del contexto y las relaciones con otros colores que se puedan identificar, creando interacciones emocionales que pueden variar según el contexto e incluso ser contradictorias (pp. 14-15). Esto se complementa con lo argumentado por Villafaña Gómez (2007), quien indica que los colores poseen afectividad propia y que, por lo tanto, influyen en la conducta humana, respondiendo a factores culturales y bases neurofisiológicas (p.35), poniendo en evidencia su capacidad para disparar respuestas emocionales y de comportamiento. En este sentido, Arias Baeza (2010) analiza el carácter psicofisiológico del color, explicando los fenómenos sinestésicos, en los que las sensaciones cromáticas se interconectan con otras experiencias sensoriales, ampliando el espectro de la percepción y la construcción semántica (pp. 10-12). De esta manera, el color no solo provee información sobre el entorno, sino que genera experiencias emocionales complejas, definiéndolo como un elemento estratégico en el diseño gráfico para influir en la percepción, la interpretación y la respuesta emocional del usuario.

3.4. Arteterapia, escritura y lettering: procesos creativos y resignificación emocional. La arteterapia, la escritura y el lettering son prácticas creativas que ayudan en conjunto a la expresión emocional, el autoconocimiento y la construcción de significado por medio de herramientas visuales y recursos simbólicos. Malchiodi (2006) argumenta que la creación en la arteterapia es una forma no verbal de comunicación que ayuda a externalizar pensamientos y emociones difíciles de procesar en el lenguaje tradicional, poniendo el valor terapéutico del proceso de creación sobre el resultado estético del mismo. Esto se complementa con lo planteado por Ramos (2025, p.4) y Besa Torrealba (2023, p.18), quienes afirman que las artes visuales son herramientas que contribuyen al bienestar emocional y facilitan los procesos de transformación psicológica y social. En cuanto a la escritura creativa, Cameron (2018) indica que el ejercicio de escritura constante facilita el procesamiento reflexivo y la conciencia personal, contribuyendo a la organización emocional y a la expresión creativa (pp. 52-53). En este sentido, James Pennebaker en el podcast de American Psychological Association. (2017) plantea que la escritura expresiva estructura cognitivamente las experiencias emocionales, y facilita su comprensión y resignificación. Desde el punto de vista del lettering, Flor (2018, pp.12-13) y Barber (2020, pp.3-6) definen esta disciplina como una rama del diseño, donde la letra dibujada es capaz de transmitir emociones, identidad y significado por medio de decisiones conscientes sobre forma, composición y estilo. De igual forma, Barber (2020, pp. 3-6) infiere que el lettering transforma ideas abstractas en representaciones concretas, y fortalece habilidades blandas como la paciencia, la atención al detalle y la sensibilidad

visual. Dado este contexto, se entiende que estas prácticas creativas actúan como medios de comunicación, herramientas de exploración emocional y de construcción simbólica.

4. Conexiones entre conceptos.

A partir de los conceptos establecidos en los apartados anteriores, se pudieron establecer conexiones entre el diseño gráfico y la psicología a través del lettering, permitiendo visualizar la importancia de este último como herramienta de gestión emocional. A continuación, se exponen las conexiones identificadas.

4.1. Conexión entre el estímulo y su impacto psicofisiológico. Establecer el lettering como objeto de estudio para esta investigación, requiere interconectar los procesos de percepción definidos por la Gestalt en el diseño con la respuesta neurofisiológica de la persona. Teniendo en cuenta que la percepción busca coherencia global según lo planteado por Wertheimer (1923, como se citó en Santiago et al., 2010), las decisiones de diseño basadas en los principios de la Gestalt dejan de ser decisiones sobre la estética para ser decisiones de orientación de los procesos mentales. Como lo indica Dondis (2017), respaldado por Arnheim (2002), la composición de los elementos en una globalidad plantea condiciones sobre cómo puede interpretarse el mensaje. Este impacto en la percepción se ve emocionalmente amplificado cuando interviene el color como elemento adicional, ya que este, al poseer una afectividad neurofisiológica propia (Suárez Rodríguez, 2004), genera respuestas psicosomáticas y fenómenos sinestésicos (Villafaña Gómez, 2007; Arias Baeza, 2010). Con esto como base, la primera gran conexión de conceptos establece que las decisiones de diseño, como forma, color, composición, etc.,

se traducen en decisiones psicológicas que predisponen estados de ánimo en el receptor, incluso si el contexto es ambiguo (Heller, 2004).

4.2. Conexión entre el signo, el símbolo y la terapia de la escritura expresiva. La segunda gran conexión identificada se enfoca en el significado de lo percibido. Según la base literaria consultada, el signo no es solo un elemento visual y decorativo, sino que es una herramienta que ayuda a regular y organizar procesos psicológicos (Vygotsky, 1978). El signo se transforma en símbolo cuando adquiere carga cultural y subjetiva (Jung, 1995), lo cual permite al diseñador guiar la lectura del observador en una u otra dirección (Costa, 2003; Frascara, 2011). Esto permite desarrollar el signo dentro de los postulados de la escritura expresiva, la cual permite organizar los procesos psicológicos individuales y resignificar las experiencias emocionales (Cameron, 2018; Pennebaker, 2017), así como el diseño permite organizar los signos en formas y dar significado a un mensaje. De esta manera, ambos campos (diseño y psicología) se conectan. La escritura expresiva permite la externalización de las emociones y el alivio psicológico, mientras que el diseño proporciona el simbolismo visual que da sentido a la emoción y facilita la transición hacia el alivio emocional.

4.3. Conexión entre el lettering y la resignificación emocional. Al evaluar la literatura de apoyo, el lettering emerge como un punto fuerte de conexión entre la psicología, el lenguaje y el diseño gráfico. Puede verse que la arteterapia aporta una base terapéutica sólida, donde el proceso de creación y su capacidad de comunicar de forma no verbal las emociones, están por encima del resultado estético, según lo planteado por Malchiodi (2006), Ramos (2025) y Besa Torrealba (2023). Por otro lado, el lettering

transforma ideas abstractas en composiciones concretas (Flor, 2018; Barber, 2020), materializando así el proceso creativo y terapéutico. Esta relación entre ambas disciplinas pone de manifiesto que dibujar letras hace que el individuo conecte el proceso de reflexionar y nombrar una emoción (escritura expresiva), con el proceso sensorial de plena atención y de detalle, que surge al momento de realizar el trazo manual. De esta manera, el lettering se presenta como una práctica que no solo contribuye con la comunicación visual, sino que además permite ejercer resignificación y construcción de simbolismos fuertes que contribuyen al bienestar mental y a la gestión emocional.

5. Historia del lettering: del rotulismo comercial a la contracultura.

A diferencia de la tipografía, basada en la repetición de caracteres prefabricados (tipos) orientados a la lectura inmersiva, y de la caligrafía, basada en estructuras y reglas estrictas para la escritura de ritmo continuo, el lettering busca diseñar e ilustrar las letras con un fin y un contexto específicos. La mayor expansión de esta técnica se registra en el siglo XIX, en el marco de la Revolución Industrial y del crecimiento de los centros urbanos. Para esta época, se hizo evidente la necesidad de publicidad comercial con carteles de gran formato y fachadas llamativas, que eran imposibles de generar con los tipos móviles de plomo, debido a su rigidez estética y falta de expresividad (Meggs & Purvis, 2012). Ante esta necesidad, los rotulistas y litógrafos se convirtieron en actores principales para dar una solución, a través del dibujo clásico en conjunto con la libertad visual. Sin embargo, esta libertad impulsó la experimentación creativa y con ello, el lettering pasó de ser una simple solución comercial a una forma de resistencia desde lo gráfico. Según Gray (1986), el lettering en este contexto permitió dotar de identidad

visual, calidez y ornamentación a las nacientes industrias, cosa que la mecanización tipográfica no estaba en capacidad de hacer. De esta forma, el lettering construyó el paisaje visual de las urbes modernas.

A lo largo del siglo XX, el lettering evolucionó de forma paralela a las tendencias artísticas y tecnológicas emergentes. En las décadas comprendidas entre 1900 y 1930, el Art Nouveau y el Art déco integraron el diseño manual de letras en la producción de carteles y de portadas editoriales, combinando la ornamentación floral con la geometría arquitectónica (Meggs & Purvis, 2012). Para la década de 1950, el brush lettering (rotulación a pincel), con su estilo gestual y dinámico, dominó la creación publicitaria y los escaparates de la posguerra, aportando una identidad visual ágil y fresca a los supermercados de la época, y dotando a esta década de una estética particular que la haría muy reconocible a nivel histórico. Como dirían Gamonal Arroyo y Écija Martínez (2024), estos rótulos manuales trascendieron su función publicitaria y se convirtieron en una marca de identidad cultural y callejera, y en un sello histórico que rompía la cultura visual homogénea de las ciudades modernas.

Fue en las décadas de los sesenta y setenta, cuando el lettering entró en una de sus épocas de mayor expresividad, impulsado por el auge de la contracultura y la psicodelia. En esta época, los diseñadores de portadas musicales se inclinaron por una estética saturada visualmente, con formas orgánicas y cargadas de rebeldía, que en muchas ocasiones sacrificaban la legibilidad del texto, pero que funcionaron muy bien para representar la carga política y emocional de los movimientos juveniles. Este fenómeno concuerda con el concepto de “retórica tipográfica” propuesto por Gamonal Arroyo

(2005), el cual plantea que la letra y su forma poseen una fuerza simbólica autónoma. A través de esta fuerza simbólica, el lettering de los años sesenta y setenta logró transmitir mensajes de libertad, caos y rebeldía que trascendían el significado literal del texto.

Finalmente, en las décadas de 1980 y 1990, la llegada del computador personal y del software de autoedición (Meggs & Purvis, 2012) causó de forma repentina el deterioro de la labor de los rotulistas comerciales. La tipografía digital reemplazó al dibujo manual de la letra a nivel masivo, dejando el estudio del lettering como una actividad propia de creadores de fanzines, subculturas urbanas y artistas del grafiti (Figueroa Saavedra, 2007). Sin embargo, la saturación de la digitalización del arte y el diseño, y su consecuente pérdida de humanidad y de calidez gráfica, generaron un ambiente de crisis de identidad visual que ha provocado un inesperado resurgimiento del lettering en el siglo XXI.

6. Presente del lettering: la autenticidad frente a la era digital.

En el mundo contemporáneo, el lettering experimenta un resurgimiento que va más allá de una simple inquietud estética o de un ejercicio de nostalgia artística. Este fenómeno surge como una reacción contra la excesiva corporativización de la estética y la saturación del arte digital, evidenciado en la cada vez más alta preferencia de los diseñadores y del público por el trazo manual sobre las fuentes tipográficas vectoriales. Como sustenta Gómez Romero (2022), la imperfección del dibujo manual, que implica sutileza en la línea, asimetría y error humano, le da a la letra dibujada una marca de autenticidad que la tecnología, orientada a la perfección, no puede igualar. En este sentido, el lettering logra transmitir humanidad, vulnerabilidad y cercanía, en contrapeso

a la estandarización corporativa y digital. Por otro lado, campos como la sociología y la pedagogía, han identificado el valor del lettering más allá del desarrollo comercial y lo han empezado a integrar como una herramienta de peso en la formación estudiantil. Huerta (2020) indica que el diseño manual de letras estructura un ambiente adecuado para fomentar la diversidad y la inclusión en las aulas de clase, permitiendo a los estudiantes conectar con la identidad visual y cultural de sus entornos, fortaleciendo la expresión individual.

7. Futuro del lettering: preservación de la autenticidad y convergencia con lo digital.

La evolución del lettering apunta cada vez más a la conjunción del trabajo artesanal del dibujo de letras con las herramientas tecnológicas que aumentan en sofisticación rápidamente. El reto en el futuro inmediato será adaptar la identidad y conexión humana que genera la letra dibujada a entornos de realidad aumentada y dispositivos sofisticados y en evolución. En este escenario, Subiela (2012) advierte que la tipografía y el lettering no son meros contenedores de información lingüística, sino que tienen una profunda carga emocional, simbólica e identitaria; renunciar a esto por favorecer la estandarización de los medios digitales se traduciría en un empobrecimiento enorme de la comunicación gráfica. Bajo este panorama, el profesional del lettering deberá generar competencias híbridas que hagan converger la sensibilidad y el diseño analógico con el diseño paramétrico y la programación visual. Las tipografías variables (variable fonts), que permiten a los caracteres reaccionar de forma fluida a los estímulos e interactuar con el usuario (Lupton, 2014), son un ejemplo de esto. El objetivo será conciliar la interactividad de los medios digitales con lo orgánico en el trazo humano, para garantizar

la conexión emocional y la vigencia del dibujo de las letras en un ambiente digital en permanente cambio.

8. Representaciones de mi objeto de estudio.

El panorama colombiano contemporáneo del lettering, muestra que esta forma de expresión ha logrado sobrepasar el mero rótulo comercial y la moda en redes sociales, para convertirse en un medio de expresión profundo con exponentes que han fortalecido este arte visual durante su trayectoria profesional. Tal es el caso de artistas del lettering como Anny Cortés (Anny Polite), Nubia Navarro (Nubikini), Ximena Jiménez (@jimenezlettering) entre otros, que han mostrado el retorno al proceso manual del dibujo de la palabra, y el potencial comunicador de esta forma de expresión gráfica en productos, marcas, mensajes políticos, expresión humorística, emocional, etc.

Como se mencionó en el apartado *Metodología de la búsqueda de información,* la artista gráfica Paulander (conocida en redes sociales como @piglander) sirvió de inspiración para el desarrollo de este proyecto de investigación, por lo cual resulta importante evidenciar su proceso de diseño (ver Figura 3) y parte de su trabajo, en el que mezcla lettering con ilustración de personajes, incluyendo mensajes con carga positiva y amable (ver Figura 4).

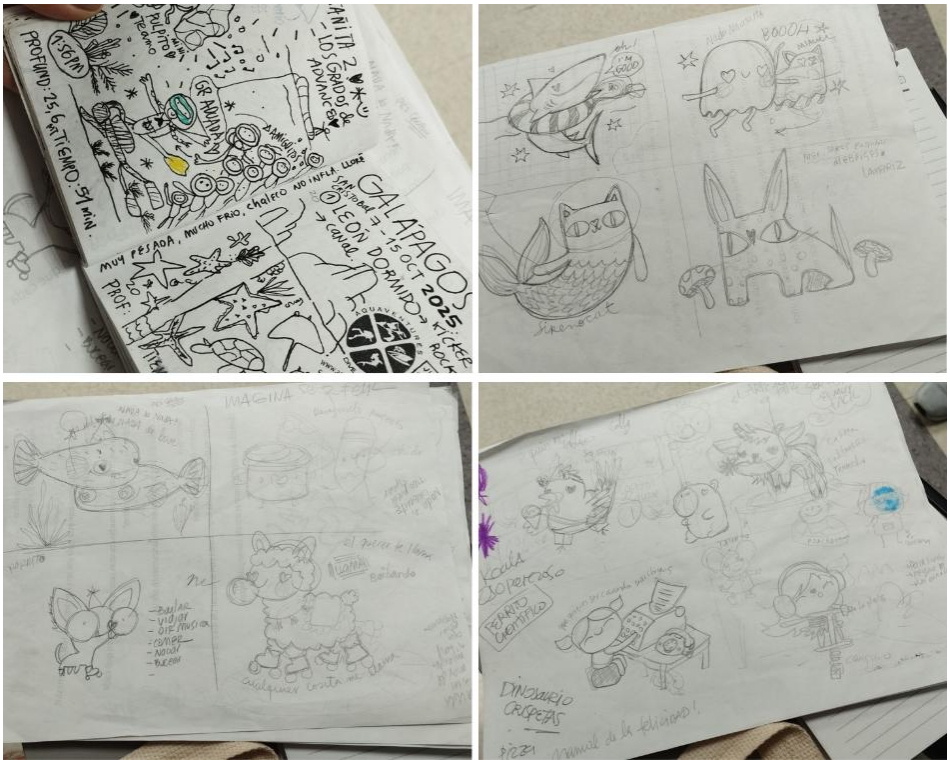


Figura 3. Proceso de bocetación de @Piglander.



Figura 4. Estilo gráfico de @Piglander.

En las imágenes de la Figura 4 se observa que las decisiones de una paleta de color cálida y el uso de formas orgánicas y con trazos irregulares, consolida la cercanía y la calidez emocional contenidos en el mensaje. El proceso de bocetación de la Figura 3 manifiesta la atención al detalle y la observación consciente del entorno, procesos psicológicos que se conectan con la escritura expresiva. Por otro lado, el estilo grafico transforma esta intención en una composición que guía la lectura emocional del observador.

Cabe mencionar que el lettering ha ido tomando espacios diversos en forma de talleres (ver Figura 5), cursos, libros, fanzines, grafitis y productos de consumo, manteniendo la preponderancia del dibujo manual como forma de reflejar la vulnerabilidad del artista, lo cual imprime el sello particular de cada persona y permite la reflexión y la gestión emocional del creador, del observador, e incluso, del entorno social.

Estos escenarios colectivos demuestran que el lettering puede ir más allá de una pieza gráfica, para convertirse en un proceso social; los talleres de lettering se convierten en una experiencia compartida de plena atención, donde el proceso creativo tiene más valor que el resultado estético, convirtiendo la experiencia en un proceso de arteterapia.



Figura 5. Taller de lettering "Drinks and Letter" con Ximena Jiménez, 2026.

Existe también un interés cada vez más amplio a nivel académico por esta disciplina, como se puede evidenciar en cursos y talleres dictados por instituciones de educación superior con facultades de artes y diseño gráfico, como la Uniremington de Medellín, que organiza este tipo de encuentros con estudiantes interesados en conocer y explorar este tipo de expresión artística (ver Figura 6).



Figura 6. Taller virtual de lettering dictado por Ana María Moreno en Uniremington, 2026.

La conversación en torno al lettering en estos espacios académicos avala el hecho de que esta disciplina sobrepasa el aspecto profesional y encuentra un lugar en la formación universitaria, evidenciando su potencial como objeto de investigación tanto a nivel gráfico como a nivel terapéutico.

Desde la perspectiva de productos de consumo, también hay una creciente actividad de artistas gráficos colombianos que exploran el lettering como parte de la identidad de sus productos. Tal es el caso de la artista gráfica y microempresaria Cristina Cepeda, conocida en redes sociales como @letteringbycris, quien aplica esta técnica en velas artesanales, productos decorativos y carteles (ver Figura 7 y 8).



Figura 7. Velas y productos decorativos con lettering, creados por Cristina Cepeda.



Figura 8. Cartel con mensaje social, por Cristina Cepeda.

En estas imágenes, la materialización del lettering sobre productos demuestra que el dibujo de las letras y las decisiones sobre el manejo del color transforman objetos cotidianos de consumo, en herramientas que comunican mensajes con carga emocional y social, concretando así la idea de "diseño para el bienestar" planteada en la sustentación teórica.

Finalmente, podemos ver muestras de exponentes de gran reconocimiento nacional e internacional como Ximena Jiménez (@jimenezlettering), quien ha construido su carrera desarrollando diferentes productos basados en lettering, principalmente carteles (ver Figura 9) y arte urbano (grafiti) que incluye mensajes políticos o de colaboración con artistas de reconocimiento internacional como Paul McCartney (ver Figura 10), además de contribuir al crecimiento de la comunidad de artistas de lettering por medio de talleres y encuentros.

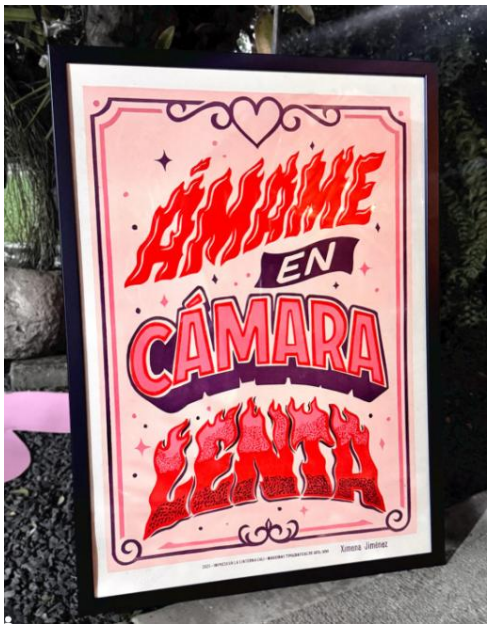


Figura 9. Cartel enmarcado, diseñado y producido por Ximena Jiménez.



Figura 10. Mural creado en Bogotá para concierto de Paul McCartney, 2025, por Ximena Jiménez.

Estas reproducciones graficas de gran formato evidencian como el lettering puede llevar su capacidad comunicativa y emocional a diferentes niveles. El cartel impreso lleva su mensaje a un nivel íntimo, mientras el mural busca impacto visual a gran escala en un espacio público; esto demuestra que el contexto en el que se exhibe la pieza gráfica y la escala de la misma también son decisiones de diseño que impactan psicológicamente al espectador.

9. Discusiones sobre el objeto de estudio.

En esta fase, se presenta una discusión teórica del objeto de estudio frente a la literatura científica, para definir el impacto real del lettering y la escritura creativa como herramientas terapéuticas que contribuyen en la regulación emocional y en el bienestar mental.

9.1. Respuesta a la problemática actual de salud mental. A partir de la literatura científica que sustenta esta investigación, podemos dar una respuesta a la pregunta orientadora, estableciendo que el lettering es una herramienta que, desde el campo del diseño gráfico, permite apoyar y construir procesos de intervención terapéutica para las problemáticas actuales de salud mental. Las estadísticas planteadas al inicio de esta investigación evidencian la prevalencia y aumento de problemáticas y patologías como depresión y ansiedad. Frente a esta realidad, podemos deducir que el diseño gráfico a través del lettering puede trascender su función de comunicación comercial para emerger como respuesta a la era digital y, a través del trazo manual pausado y consciente, proporcionar descanso mental y reflexión positiva. Desde esta perspectiva, la aplicación de estas técnicas gráficas no aparece como un simple pasatiempo estético, sino como una herramienta de afrontamiento de la adversidad y de educación emocional.

9.2. La semántica y la comunicación visual en los procesos terapéuticos. Uno de los puntos de vista más relevantes y con más potencial para ser discutido e investigado, es la superación de los enfoques netamente lingüísticos de la terapia. Tradicionalmente, las investigaciones clásicas centradas en el trauma y la expresión del mismo (como la de Pennebaker & Chung, 2011, p. 3) han enfocado la capacidad terapéutica en “lo que se

escribe" (el significado de las palabras). Sin embargo, la información recolectada en esta investigación permite argumentar que el "cómo se dibuja la palabra" tiene también una gran capacidad de alivio terapéutico. La forma en que se dibuja la letra actúa como canalizador y contenedor emocional. Esto implica que, incluso si un individuo tiene dificultades para expresar en forma escrita la complejidad de sus emociones, el hecho de componer una palabra o frase clave a través del lettering, facilita la exteriorización de la emoción y, por lo tanto, provee beneficio terapéutico y mental.

9.3. Materialización del bienestar. La literatura que sustenta esta investigación impulsa la evaluación de la intersección entre la psicología y el diseño gráfico. Las investigaciones sobre "diseño para el bienestar" argumentan que, los objetos con los que interactuamos de forma cotidiana influyen en nuestro estado emocional (Desmet & Pohlmeyer, 2013, pp. 5-6). Desde este punto de vista, el uso del lettering como herramienta de conexión con estados mentales positivos puede ir más allá de la teoría para materializarse en productos de consumo masivo, tales como agendas, libros, material POP y carteles, que integren los principios psicológicos de color y composición intencionada, para apoyar la gestión emocional de los usuarios en su día a día y generar condiciones de emocionalidad positiva. De esta forma, el diseño gráfico y la psicología pueden actuar a través del lettering y el lenguaje escrito, como herramientas que incentiven la democratización de la prevención en salud mental, mediante elementos visuales con carga empática y fácil accesibilidad.

10. Resultados.

Es esta fase final del documento, se plantea de forma detallada el desarrollo del producto propuesto, en este caso un libro de apoyo que integra el lettering y el lenguaje escrito como recurso de diseño gráfico, basado en los conceptos y argumentos psicológicos previamente consultados, con el fin de promover el bienestar emocional y la salud mental de las personas.

El libro de apoyo en mención se titula *Katarsis*, y su nombre se origina en la idea de exteriorizar las emociones conflictivas o complejas que puedan afectar a un individuo, y a través de esta exteriorización gestionar y resignificar los sentimientos negativos y ayudar a producir bienestar y tranquilidad.

Para el desarrollo de este libro, se decidió dividir el proceso en varias etapas de diseño que corresponden a la fundamentación teórica para identificar los conceptos clave de trabajo, definición de la paleta de color y tipografías, definición de las secciones del libro, bocetación, desarrollo del cuerpo del libro, diseño de portada y contraportada.

10.1. Fundamentación teórica. Esta primera etapa es la más conceptual del proceso. A partir de la documentación consultada, los conceptos asimilados y las relaciones identificadas en los apartados anteriores de este proyecto, se plantearon los ejes de bienestar con los que se quería trabajar (físico, mental y espiritual). Para esto se contó con el apoyo profesional de la psicóloga Francy Gómez, egresada de la Universidad Los Libertadores, quien a través de sus conocimientos contribuyó en el desglose de los ejes de bienestar previamente mencionados, con el fin de llegar a los conceptos primordiales con los que se generaron las frases representativas de la sección de lettering. Para definir

dichas frases se recurrió a herramientas de inteligencia artificial que agilizaron el proceso de generación buscando que dichas frases se enfoquen en bienestar mental, alivio emocional, manejo de la autoestima, hábitos saludables, paz interior, creencia espiritual (sin carga religiosa), desarrollo intelectual, y relaciones sociales favorables. Dicho desglose puede verse en la Figura 11.

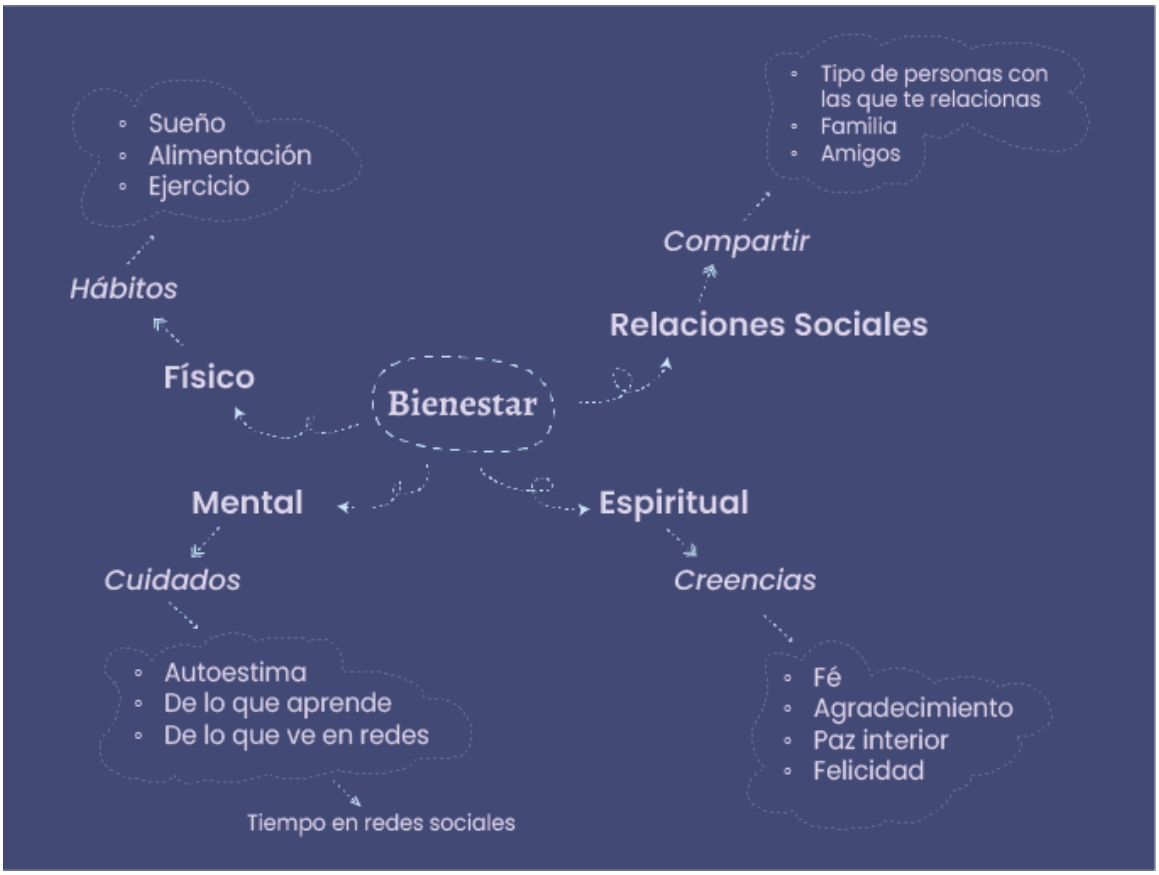


Figura 11. Mapa mental conceptos clave

10.2. Definición de la paleta de color y tipografías. En esta segunda etapa del proceso, se recurrió a material bibliográfico especializado en manejo de color para diseño gráfico (Caldas, 2024) y se generaron tres opciones de paleta de color, teniendo en cuenta

que se buscaba tener el azul celeste como base principal de la paleta, dado que dicho color transmite, tranquilidad, serenidad, reflexión, y conexión emocional. Las opciones de color propuestas se generaron a través de la metodología 60-30-10 (ver Figura 12, 13 y 14). Se seleccionó la opción 1 dado que las tonalidades violeta y rosa pastel ayudan a incentivar la sensación de tranquilidad y calma que deseamos transmitir.

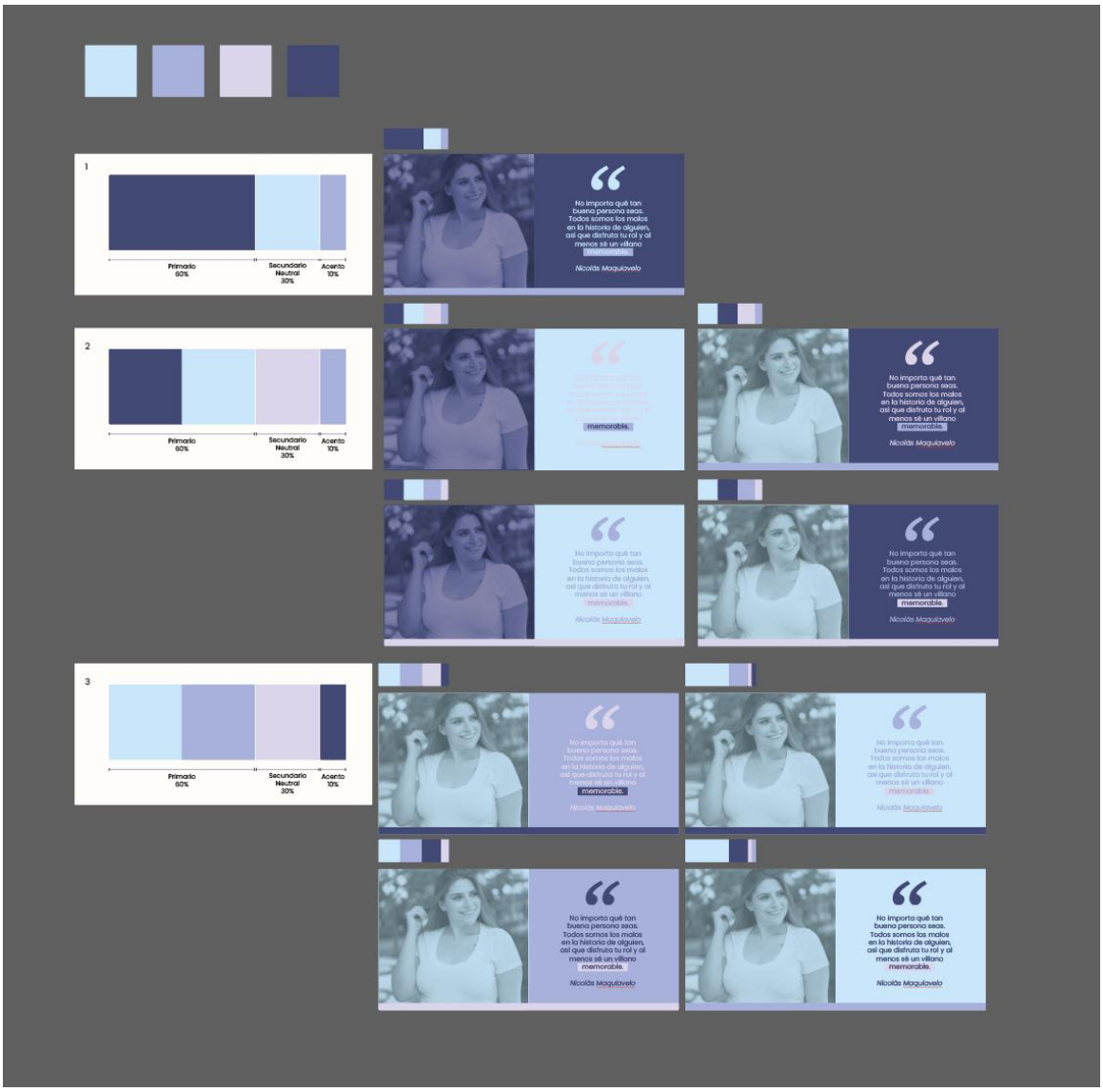


Figura 12. Opción de paleta de color 1



Figura 13. Opción de paleta de color 2



Figura 14. Opción de paleta de color 3

En cuanto a las tipografías utilizadas en el cuerpo del libro, se seleccionaron dos fuentes con diferente finalidad. Por un lado, se trabajaron los títulos con fuente Alegreya debido a que está pensada específicamente para literatura y a que las serifas de esta tipografía ayudan a enfatizar el texto, lo cual le atribuye dinamismo y crea un vínculo con la caligrafía (Google Fonts, s.f.-b). Para los párrafos se utilizó fuente Poppins por su

legibilidad y versatilidad, lo cual le da un toque contemporáneo a los textos, conectando al lector con el libro (Google Fonts, s.f.-a). La combinación de ambas tipografías genera un texto moderno y ameno que facilita la lectura. Las tipografías seleccionadas pueden visualizarse en la Figura 15.

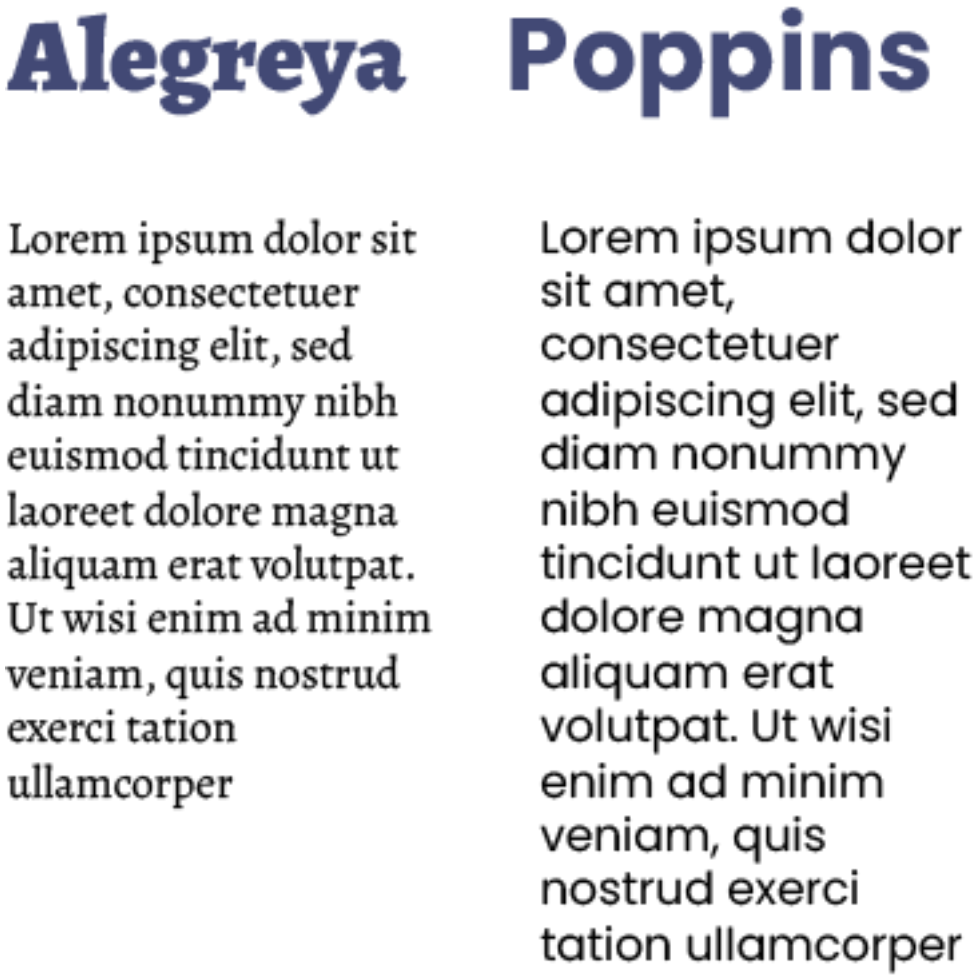


Figura 15. Fuentes seleccionadas

10.3. Definición de las secciones del libro. *Katarsis* se dividió en 6 secciones que llevan al lector por una experiencia guiada a través del lettering, liberando su capacidad de expresarse artísticamente, y permitiendo que poco a poco fluya con la expresión

emocional a través de la escritura. Dichas secciones corresponden a: **Introducción**, donde se explica de forma general el objetivo de *Katarsis*, relacionando el lettering y la escritura con procesos terapéuticos y de bienestar emocional, los segmentos principales que el usuario podrá encontrar en su recorrido por el libro y la invitación al usuario a explorar con libertad su lado artístico y su emocionalidad; **Beneficios**, donde se da un vistazo a las bondades que el lettering, el dibujo a mano y la escritura expresiva tienen en el bienestar emocional y en el mejoramiento de la salud mental, basado en testimonios de artistas y profesionales en psicología, psiquiatría y arteterapia; **Habita la forma**, donde se da una explicación más detallada de qué es el lettering y los materiales con los que se puede iniciar en este arte y con los que se puede trabajar en el libro, para continuar con una sección explicativa de los trazos básicos, siguiendo con un segmento dedicado a las florituras y diferentes estilos de decoración de las palabras dibujadas, continuando con un segmento de ejercicios de repetición, otro dedicado a la creatividad a través de completar frases en lettering y un apartado final donde se deja al usuario la libertad de jugar con el color y los materiales de su gusto; **Lo que habita en ti**, donde se tiene un primer segmento guiado en el que se pide al usuario la creación de frases usando lettering, basadas en libros, canciones, películas, series, etc., y un segundo segmento de creación libre para que el usuario explore su creatividad sin restricciones; **Ruido en papel**, donde el usuario, después de haberse familiarizado y soltado en la creación artística, puede expresar su emocionalidad de forma libre a través de la escritura, sin restricciones; finalmente una sección de **cierre**, que despide al usuario y lo incentiva a seguir creando y

expresando sus emociones con el arte y la escritura, para que continue mejorando su bienestar emocional y para que cuide su salud mental.

10.4. Bocetación. En esta etapa se crearon los bocetos de las diferentes secciones y elementos que compondrían el libro, con el fin de establecer un estilo compositivo, definir estructuras y tener una base de trabajo antes de pasar a las herramientas digitales. Se inicio bocetando las retículas y la composición básica de las frases en lettering de la sección Habita la forma (ver Figuras 16 y 17).

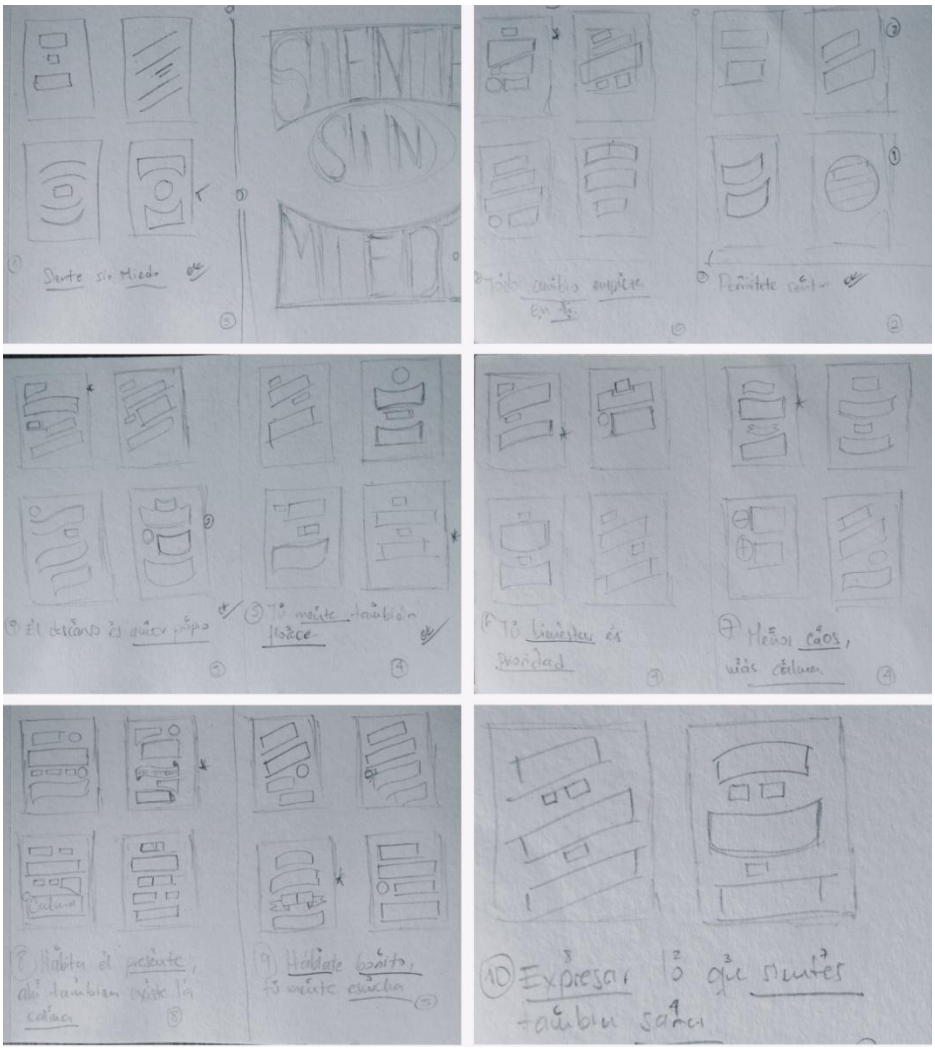


Figura 16. Proceso de composición.

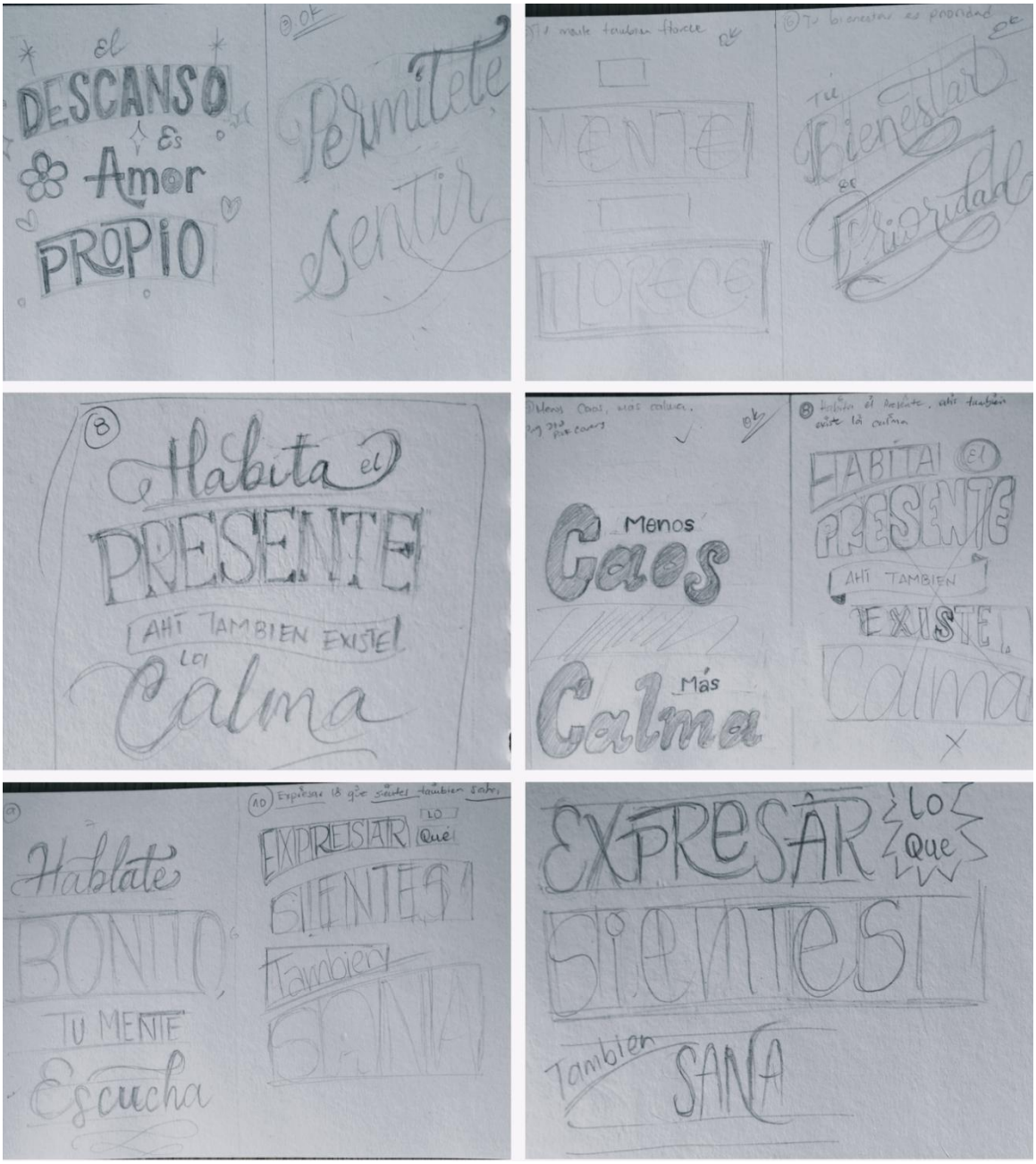


Figura 17. Composición inicial de las frases.

A continuación, se bocetaron las frases de forma más detallada cuidando el estilo de las letras y la decoración complementaria (ver Figuras 18 y 19).



Figura 18. Bocetos iniciales de las frases 1



Figura 19. Bocetos iniciales de las frases 2

Se continuó con los bocetos de los ejercicios de repetición (ver Figura 20).



Figura 20. Bocetos palabras de ejercicio de repetición

Posteriormente se bocetó el estilo de las líneas guía y de los trazos básicos con los que el usuario se familiarizaría con el dibujo de letras (ver Figura 21).

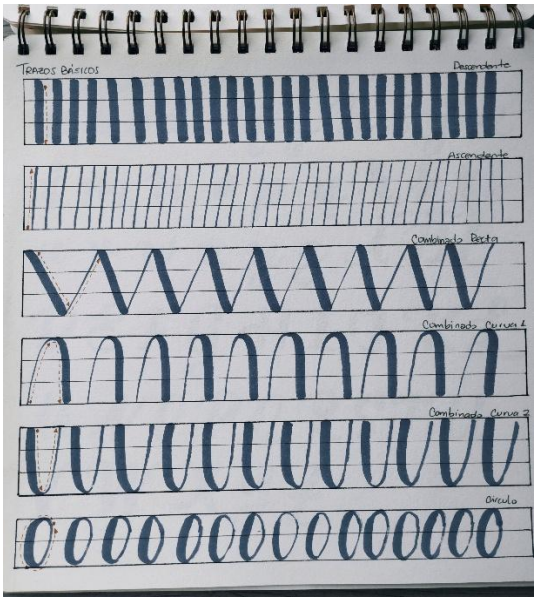


Figura 21. Bocetos de trazos básicos

A continuación, se generó el boceto general del alfabeto para familiarizar al usuario con la caligrafía (ver Figura 22).

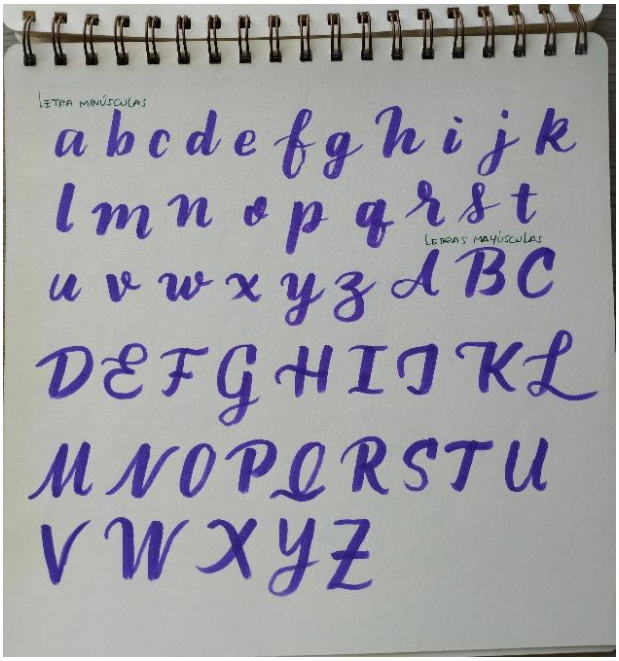


Figura 22. Bocetos del abecedario

Se bocetaron algunas decoraciones y florituras que ayudan a decorar las letras y a mejorar las composiciones (ver Figura 23).

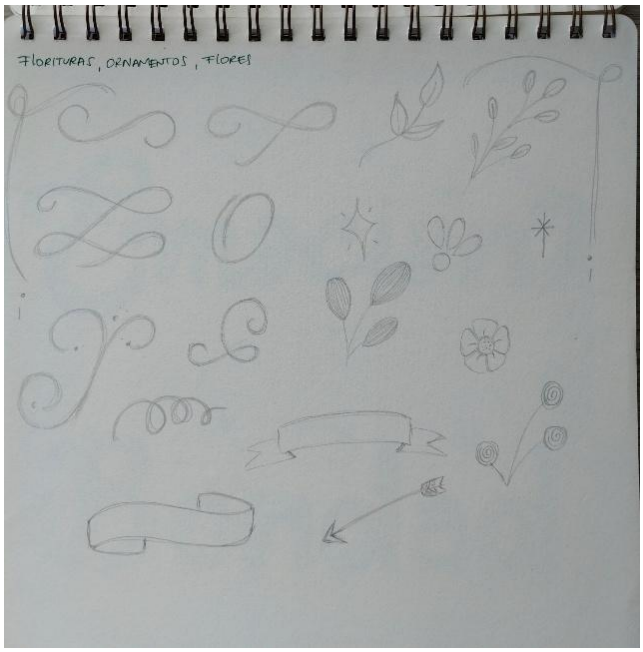


Figura 23. Bocetos de elementos de decoración

Finalmente se generó el boceto general de la portada y la contraportada del libro, y se diseñó el título del mismo (ver Figura 24).

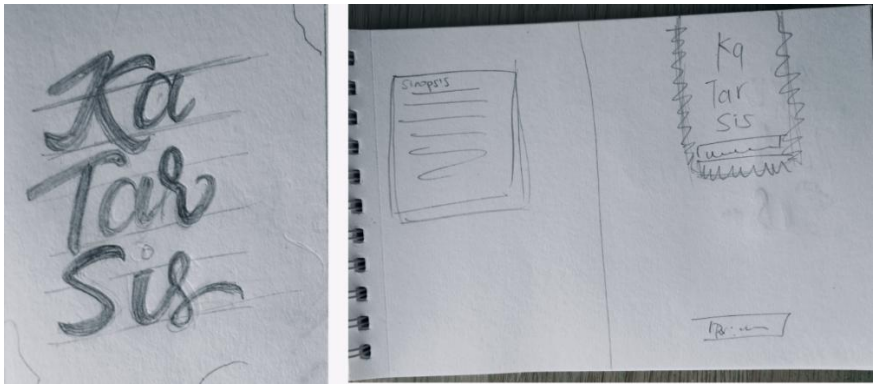


Figura 24. Bocetos cubierta y título del libro

10.5. Desarrollo del cuerpo del libro. En esta etapa se construyó y organizó el cuerpo completo del libro (ver Anexo 2), con base en los bocetos previamente realizados, las tipografías seleccionadas y la paleta de color elegida, incluyendo algunos elementos decorativos adicionales, y generando los textos informativos y guías del usuario. Esta parte del trabajo se realizó con herramientas digitales de diseño de la suite de Adobe, específicamente Illustrator (ver Figura 25, 26 y 27) e Indesign (ver Figura 28, 29 y 30) versión 2026.

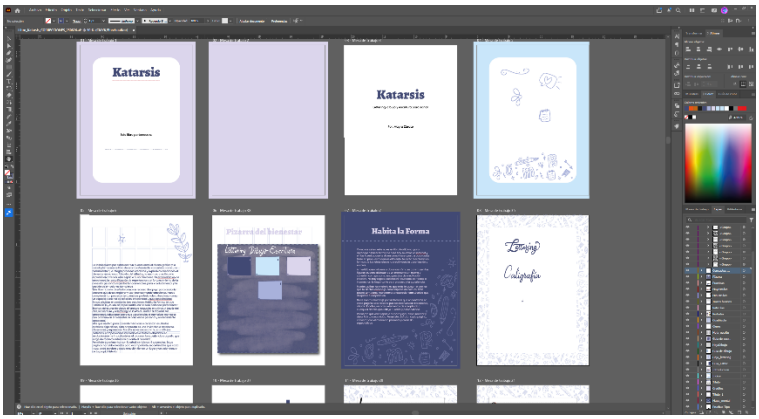


Figura 25. Elaboración de vectores en Illustrator 1

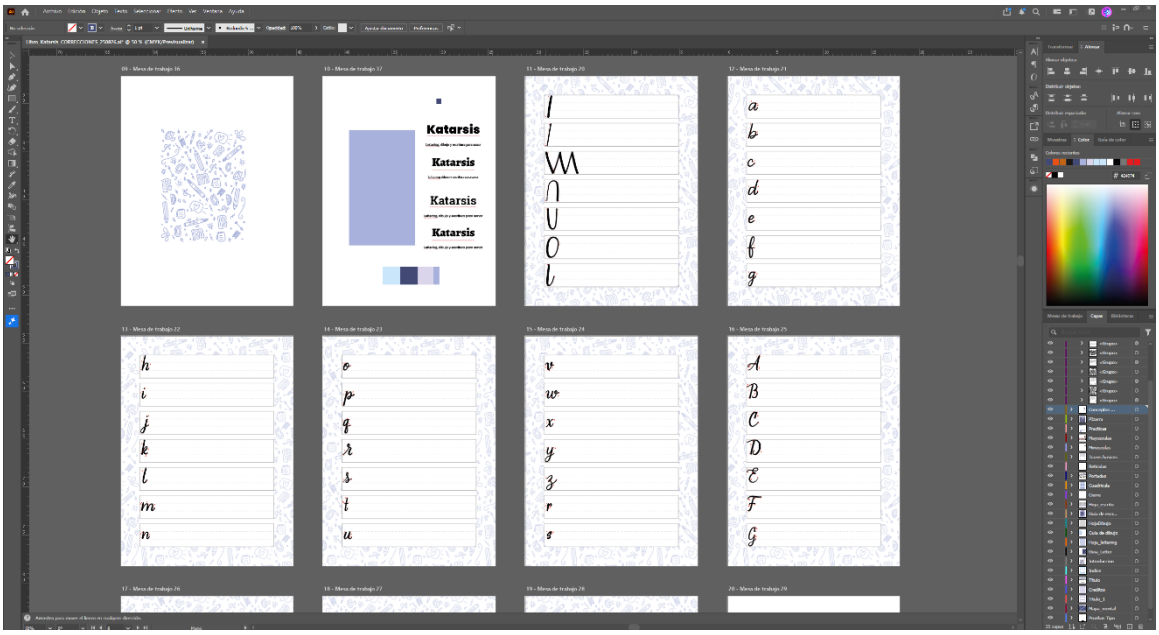


Figura 26. Elaboración de vectores en Illustrator 2

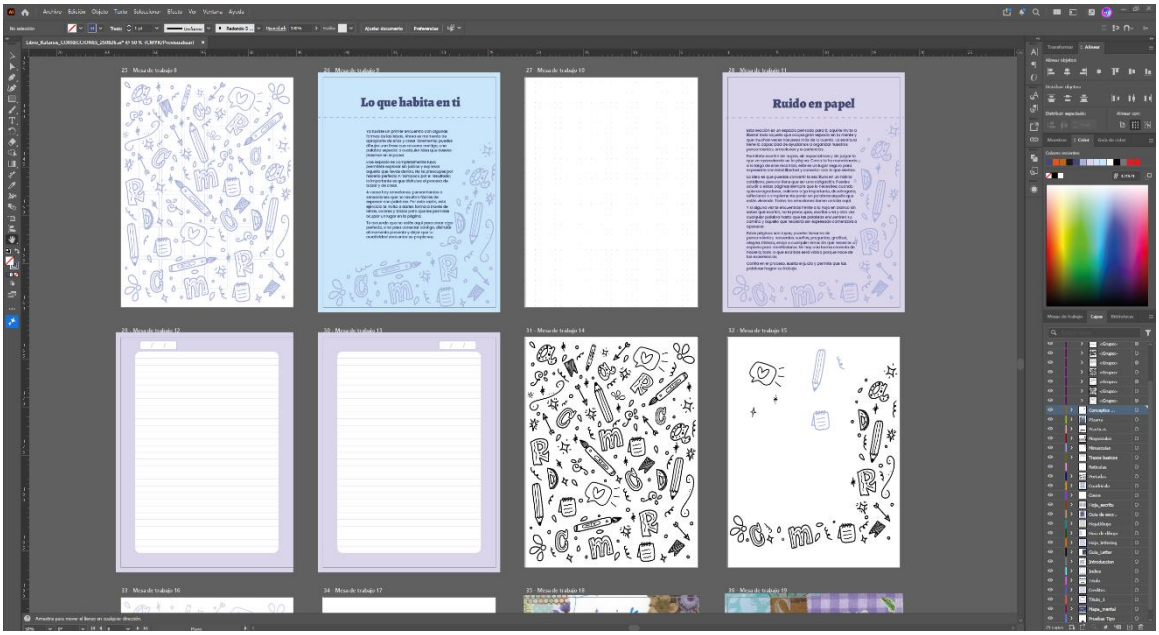


Figura 27. Elaboración de vectores en Illustrator 3

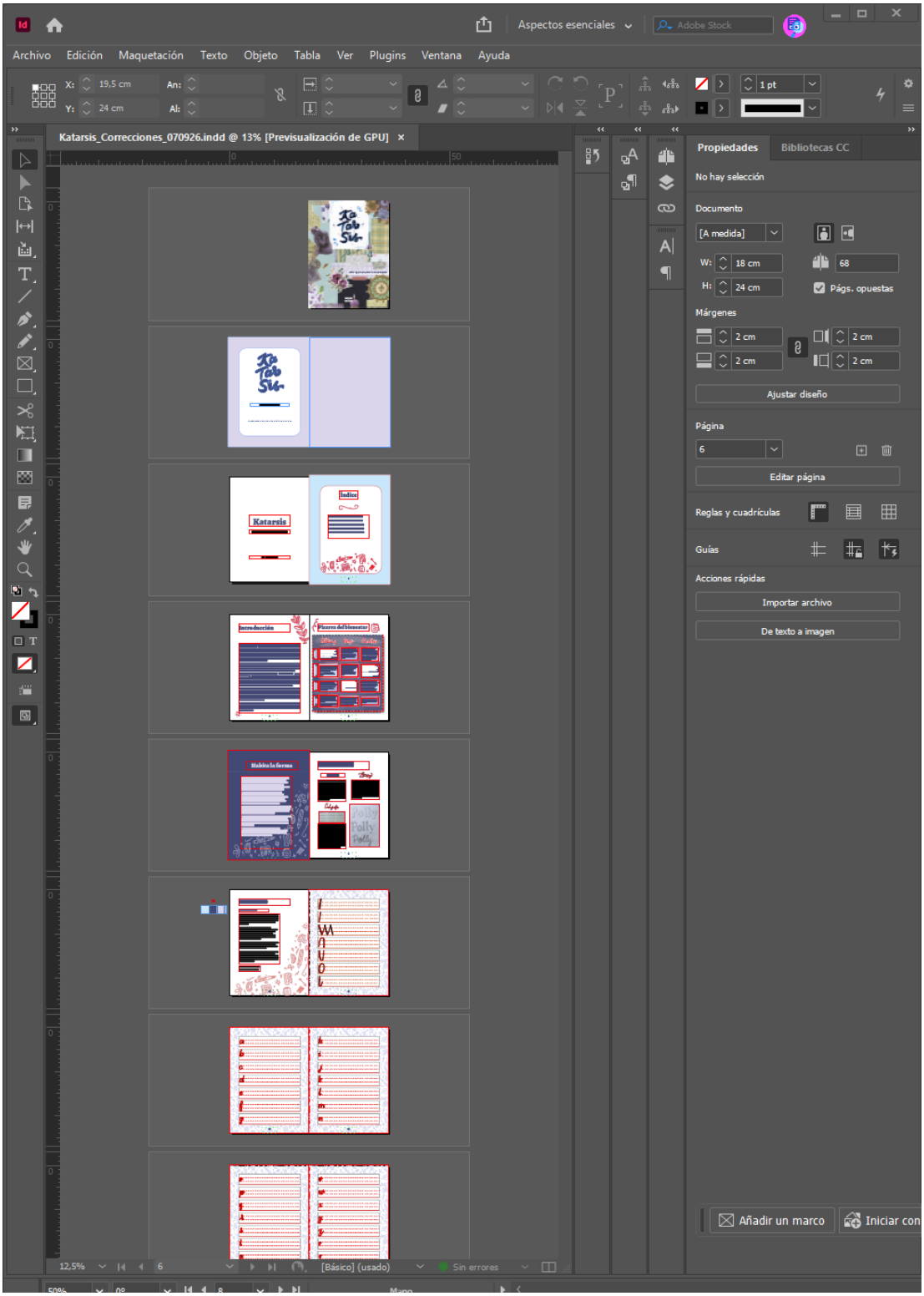


Figura 28. Maquetación editorial de Katarsis 1

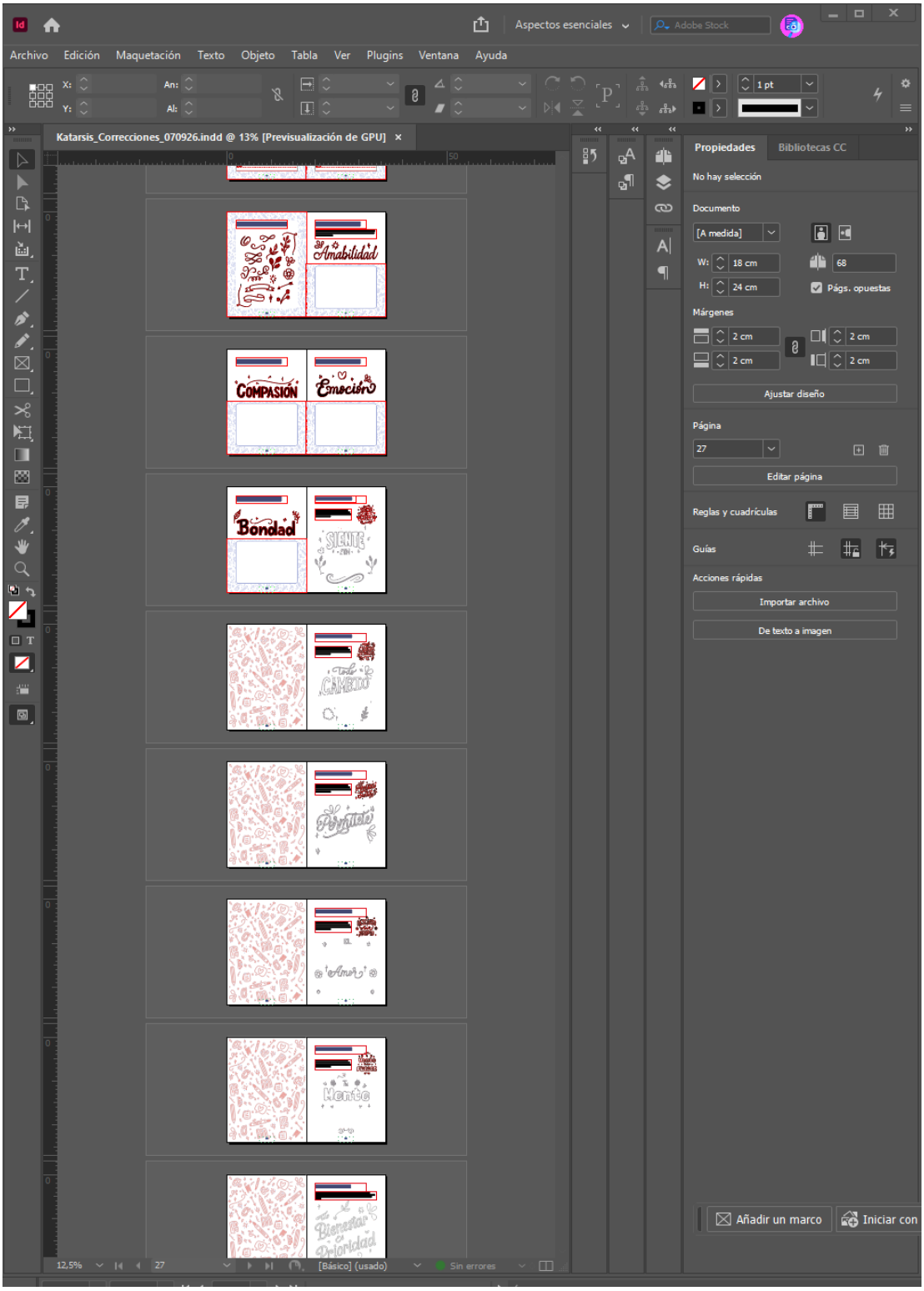


Figura 29. Maquetación editorial de Katarsis 2

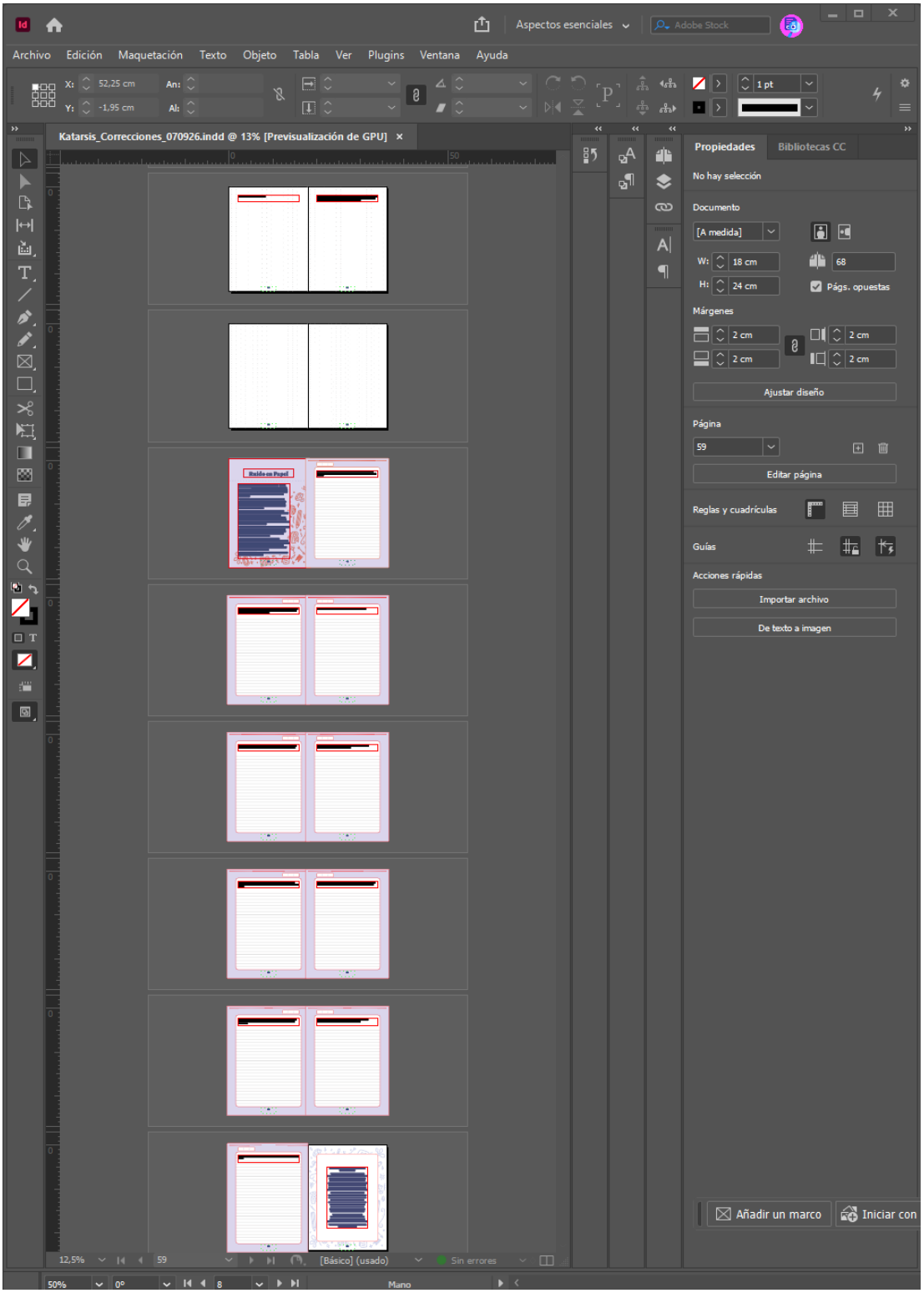


Figura 30. Maquetación editorial de Katarsis 3

10.6. Portada y contraportada. Finalmente, se hizo el diseño de la portada y la contraportada del libro, para lo cual se decidió recurrir a la técnica del collage, con el objetivo de darles un carácter más orgánico y resaltar los procesos creativos y la libertad expresiva, así como de incentivar la escritura manual, razón por la cual el título del libro se realizó con un proceso analógico de lettering usando marcadores de alcohol. El collage mantuvo la paleta de color seleccionada, adicionando tonos amarillo claro, que enfatizan la sensación de paz y calma, y que adicionalmente dan una estética vintage que resulta atractiva e incentiva la exploración creativa. El resultado de los collages se digitalizó con ayuda de Photoshop, versión 2026, para resaltar los colores y generar los textos correspondientes (ver Figura 31 y 32).

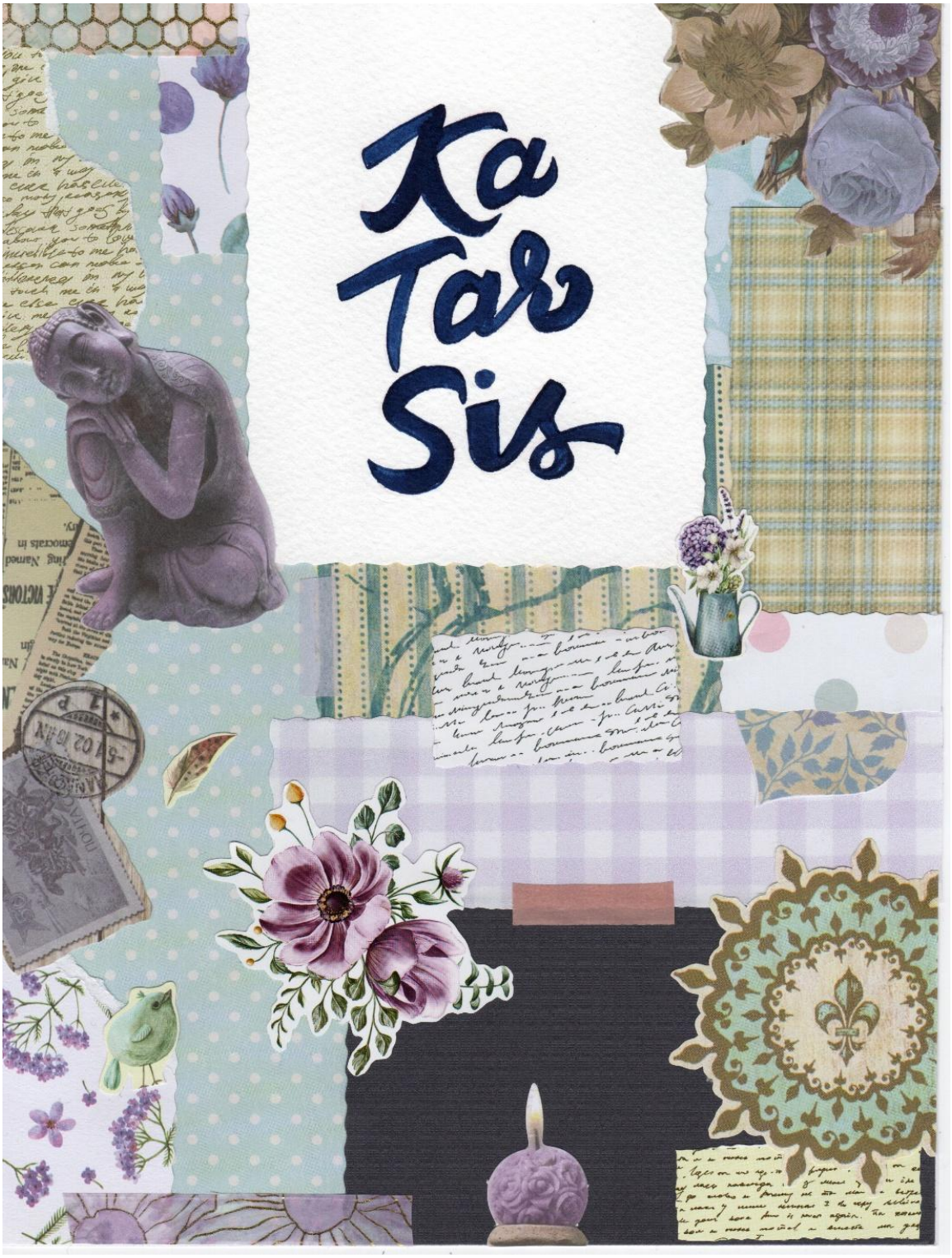


Figura 31. Portada hecha a mano con collage



Figura 32. Contraportada hecha a mano con collage

10.7. Limitaciones del estudio. El presente estudio, a pesar de la rigurosidad con la que fue llevado a cabo en el planteamiento teórico de las relaciones entre el diseño gráfico y la psicología a través del lettering, presenta algunas limitaciones a tener en cuenta:

- Falta de validación empírica: dado que la investigación fue de carácter cualitativa y documental, los impactos evidenciados del lettering como herramienta de apoyo emocional se mantienen en el campo teórico. Aunque el libro Katarsis sirve como materialización de los conceptos y relaciones identificadas, no se cuenta con evidencia clínica y pruebas documentadas en usuarios para medir su eficacia.
- Alcance como herramienta de apoyo: los mensajes y procesos registrados en el libro Katarsis, se construyeron con apoyo de un profesional en psicología, sin embargo, el producto actúa como facilitador de procesos de externalización emocional, lo cual no constituye un tratamiento clínico en si mismo, ni remplaza el acompañamiento psicoterapéutico profesional.

10.8. Futuras líneas de investigación. El desarrollo del libro Katarsis y los hallazgos teóricos evidenciados en este documento, permiten abrir diferentes líneas de investigación futuras para continuar explorando el bienestar mental desde el diseño gráfico y el lettering:

- Investigación aplicada: La línea de trabajo más inmediata es la comprobación con pruebas de campo de los conceptos teóricos y los hallazgos documentados en esta investigación. Dicho trabajo de campo podría realizarse con grupos focalizados de usuarios reales para evaluar la eficacia empírica del libro Katarsis en la regulación y resignificación de emociones complejas.

- Desarrollo de herramientas con enfoque clínico especifico: a partir de los posibles hallazgos empíricos que pueden obtenerse de diferentes pruebas de campo con usuarios reales, podría pensarse en el desarrollo de variaciones de Katarsis, con apoyo de profesionales de la salud mental, con el fin de generar versiones enfocadas a perfiles clínicos específicos (manejo del duelo, ansiedad, pánico, etc.), recurriendo a análisis detallados de color y de diseño según cada variación.

Conclusiones.

Tomando como cimiento la pregunta orientadora de esta investigación, se puede concluir que el diseño gráfico y la psicología, a través del lettering y el lenguaje escrito, se relacionan principalmente por la capacidad de la palabra escrita de ser una herramienta que contribuye en el autoconocimiento, la regulación y resignificación emocional. La unión de ambas disciplinas nos muestra que la acción consciente e intencionada del dibujo de la palabra contribuye, desde la escritura expresiva a la exteriorización del pensamiento y las emociones, y desde la arteterapia al alivio psicológico y al manejo de situaciones difíciles de afrontar y expresar. De esta manera, el lettering como símbolo comunica un mensaje y a su vez facilita la canalización emocional, la generación de estados de ánimo positivos, la mitigación del estrés y el bienestar mental.

Recurriendo al análisis de las diferentes fases de la metodología de búsqueda de la información, se consideran las siguientes conclusiones complementarias:

Partiendo de los estudios sobre la percepción y el color, se comprende que las decisiones de composición en el diseño gráfico, no solo producen una experiencia estética, sino que se transforman en herramientas de orientación psicológica que al actuar en conjunto con la teoría de la Gestalt, generan estímulos neuropsicológicos que pueden transmitir estados de ánimo positivos en el observador y en el creador de la pieza misma.

En cuanto al análisis del signo y el significado, se observa que el lettering guarda valor terapéutico tanto en el mensaje (lo que se escribe) como en la forma y el proceso (como se dibujan y componen las palabras). El proceso manual, con atención al detalle actúa como herramienta no verbal de expresión, lo cual ayuda a las personas a procesar y

resignificar las experiencias emocionales mediante el simbolismo gráfico, cuando la expresión verbal se hace difícil.

Desde el punto de vista histórico, se evidencia que ante la saturación de la "*perfección*" del arte digital y su corporativización, resurge la necesidad de conexión con el error humano, traducido como autenticidad, en las expresiones gráficas actuales. La imperfección, inevitable en el arte manual, otorga a las piezas gráficas cercanía y vulnerabilidad con el observador, lo cual produce conexión emocional profunda y fortalece la empatía.

Finalmente, se puede observar que el lettering tiene un alto potencial como como herramienta terapéutica al llevarse a objetos cotidianos como agendas, carteles, libros, planeadores, prendas de vestir, accesorios, entre muchos otros. De esta manera, no solo se transmite un mensaje, sino que se genera simbolismo a través de la palabra, y se democratiza la prevención en salud mental, a través de herramientas accesibles, empáticas y atractivas visualmente.

Referencias

- Alcaldía Mayor de Bogotá, Secretaría Distrital de Salud de Bogotá, & Oficina de las Naciones Unidas contra la Droga y el Delito (UNODC). (2023). *Estudio de salud mental en Bogotá D.C., 2023. Informe ejecutivo (primer tomo)*. Grafoscopio. https://storage.googleapis.com/saludata_descargas/Salud_Mental/Estudio%20salud%20mental.pdf

- American Psychological Association. (2017, noviembre). *Speaking of Psychology: Expressive writing* [Audio podcast]. https://www.apa.org/news/podcasts/speaking-of-psychology/expressive-writing

- American Psychological Association. (s.f.). Art therapy. En *APA Dictionary of Psychology*. Recuperado el 20 de abril de 2026, de https://dictionary.apa.org/art-therapy

- American Psychological Association. (s.f.). Color. En *APA Dictionary of Psychology*. Recuperado el 20 de abril de 2026, de https://dictionary.apa.org/color

- American Psychological Association. (s.f.). Expressive therapy. En *APA Dictionary of Psychology*. Recuperado el 20 de abril de 2026, de https://dictionary.apa.org/expressive-therapy

- American Psychological Association. (s.f.). Semiotics. En *APA Dictionary of Psychology*. Recuperado el 20 de abril de 2026, de https://dictionary.apa.org/semiotics

- Ander-Egg, E. (2015). *Diccionario de psicología* (2.ª ed.). Editorial Brujas.
- Arias Baeza, C. (2010). *Sensación, significado y aplicación del color*. LFNT.
- Arnheim, R. (2002). *Arte y percepción visual: Psicología del ojo creador*. Alianza Editorial. (Obra original publicada en 1954). https://archive.org/details/arnheim-rudolf.-arte-y-percepcion-visual-ocr-2002_202307
- Barber, K. (2020). *House Industries lettering manual*. Watson-Guptill.
- Besa Torrealba, D. (2023). *Arteterapia. Actos y procesos de sentido* (1.ª ed.). Ediciones Olejnik.
- Caldas, S. (2024). *La paleta Perfecta para diseño gráfico e ilustración. Combinaciones de colores, simbolismo y referencias culturales* (pp. 42-45). Hoaki Books.
- Cameron, J. (2018). *El camino del artista: Un curso de descubrimiento y rescate de tu propia creatividad*. Aguilar.
- Cerutti, A. (2019). *The Art of Lettering* [Tesis de pregrado, University of Iowa]. Iowa Research Online. https://iro.uiowa.edu/esploro/outputs/undergraduate/The-Art-of-Lettering/9984110012302771
- Consuegra Anaya, N. (2010). *Diccionario de psicología* (2.ª ed.). Ecoe Ediciones.
- Cosacov, E. (2007). *Diccionario de términos técnicos de la psicología* (3.ª ed.). Editorial Brujas.

- Costa, J. (2003). *La esquemática: Visualizar la información*. Paidós.
- Desmet, P. M., & Pohlmeyer, A. E. (2013). Positive design: An introduction to design for subjective well-being. *International Journal of Design, 7*(3).
- Dondis, D. A. (2017). *La sintaxis de la imagen: Introducción al alfabeto visual* (31.ª ed.). Editorial Gustavo Gili. (Obra original publicada en 1973).
- Dumas, M., & Aranguren, M. (2013). Beneficios del arteterapia sobre la salud mental. En *V Congreso Internacional de Investigación y Práctica Profesional en Psicología, XX Jornadas de Investigación, Noveno Encuentro de Investigadores en Psicología del MERCOSUR* (pp. 42-45). Facultad de Psicología - Universidad de Buenos Aires. https://www.aacademica.org/000-054/212
- Duncan, N. (2007). Trabajar con las emociones en arteterapia. Arteterapia. Papeles de arteterapia y educación artística para la inclusión social, 2, 39-49. https://revistas.ucm.es/index.php/ARTE/article/view/ARTE0707110039A
- Durango Quiceno, L. (2011). Legibilidad y tipografía. Una revisión histórica y psicológica de la legibilidad en el diseño gráfico. *Iconofacto, 7*(8), 91-109.
- Fernández-Osso-Fuentes, M., & Szegda, J. (2026). Tipografías, rostros y emociones: los códigos del lenguaje visual en la comunicación sobre salud mental en el Reino Unido. *Revista Mediterránea de Comunicación, 17*(1), e30329. https://www.mediterranea-comunicacion.org/article/view/30329/25090

- Figueroa Arencibia, V. J. (2007). San Agustín: Precursor de la semiótica. *Varona*, (45), 41-44.
- Figueroa Saavedra, F. (2007). Estética popular y espacio urbano: El papel del graffiti, la gráfica y las intervenciones de calle en la configuración de la personalidad de barrio. *Revista de Antropología (Disparidades), 62*(1), 111-144.
- Flor, M. (2018). *Los grandes secretos del lettering*. Gustavo Gili.
- Frascara, J. (2011). *Diseño gráfico y comunicación*. Ediciones Infinito.
- Fundación Nacional para el Desarrollo. (2021). *Los jóvenes y las redes sociales*. http://repo.funde.org/1733/1/RSocJ%C3%B3.pdf
- Gamonal Arroyo, R. (2005). Tipo/Retórica. Una aproximación a la retórica tipográfica. *Revista Icono 14, 3*(1), 1-19.
- Gamonal Arroyo, R., & Écija Martínez, C. (2024). Los rótulos comerciales como patrimonio historiográfico de la ciudad. Arte y Ciudad. Revista de Investigación, (26), 221-246.
- García Ayala, D. P. (2025). Escribir para sanar: explorando vínculos entre la escritura y la salud mental. *Academia y Virtualidad, 18*(1), 79-87. https://doi.org/10.18359/ravi.7442
- Gómez Reynoso, J. M., & Echavarría Álvarez, E. G. (2011). Midiendo el Impacto de las Teorías Gestalt en el Diseño de Interfaces Gráficas de Usuario. *AMCIS 2011 Proceedings - All Submissions*, Paper 59.

- Gómez Romero, G. (2022). La mirada de la comunicación y la expresión en la tipografía. *Cuadernos del Centro de Estudios en Diseño y Comunicación*, (172), 155-175.
- Gray, N. (1986). *A History of Lettering: Creative Experiment and Letter Identity*. Phaidon Press.
- Guzmán, B. Y., & Bermúdez, J. P. (2018). Escritura creativa en la escuela. *Infancias Imágenes, 18*(1), 80-94. https://doi.org/10.14483/16579089.12263
- Heller, E. (2004). *Psicología del color: Cómo actúan los colores sobre los sentimientos y la razón*. Gustavo Gili.
- Huerta, R. (2020). El diseño de letras como entorno visual para educar en diversidad. *ArtsEduca*, (25), 5-21.
- ILERNA. (s.f.). *Leyes de la Gestalt y su impacto en la percepción visual* [Archivo PDF]. IES Universidad Laboral. https://centros.edu.xunta.gal/iesuniversidadelaboral/aulavirtual/pluginfile.php/84286/mod_resource/content/1/Leyes%20de%20la%20Gestalt%20y%20su%20impacto%20en%20la%20percepción%20visual%20_%20ILERNA.pdf
- Irigoyen Morales, L. F. (2021). *Lexicón para el diseño gráfico: Conceptos fundamentales para su estudio* (1.ª ed.). Universidad de Sonora; Qartuppi. https://doi.org/10.29410/QTP.21.01
- Jung, C. G. (1995). *El hombre y sus símbolos*. Paidós.

- Lieberman, M. D., et al. (2007). *Putting feelings into words*. https://pmc.ncbi.nlm.nih.gov/articles/PMC4721564/pdf/nihms-751399.pdf
- Lupton, E. (2014). *Type on screen: A critical guide for designers, writers, developers, and students*. Princeton Architectural Press.
- Malchiodi, C. A. (2006). *The art therapy sourcebook* (2nd ed.). McGraw-Hill.
- Meggs, P. B., & Purvis, A. W. (2012). *Historia del diseño gráfico*. RM Verlag.
- Merriam-Webster. (s.f.). Art therapy. En *Merriam-Webster.com dictionary*. Recuperado el 20 de abril de 2026, de https://www.merriam-webster.com/dictionary/art%20therapy
- Oviedo, G. L. (2004). La definición del concepto de percepción en psicología con base en la teoría Gestalt. *Revista de Estudios Sociales*, (18), 89-96.
- Peláez Becerra, S. M., Gómez Gómez, P., & Becerra, M. A. (2015). Emociones cromáticas: análisis de la percepción de color basado en emociones y su relación con el consumo de moda. *Anagramas - Universidad de Medellín, 14*(28), 91-110.
- Pennebaker, J. W., & Chung, C. K. (2011). Expressive writing: Connections to physical and mental health. En H. S. Friedman (Ed.), *The Oxford handbook of health psychology* (pp. 417-437). Oxford University Press.
- Ramos, C. (2025). *Manual de arteterapia: Vínculo y creación* (1.ª ed.). Herder Editorial.
- Reimers Design. (s.f.). *Pequeño diccionario del diseñador*.

- Rodríguez, F. G. (2015). *Semiótica y verdad: La realidad del signo desde la psicología del desarrollo*. Ciencias Sociales y Disciplinas Proyectuales (INSOD).
- Santiago, J. (2007). El color de las emociones. *Ciencia Cognitiva, 1*, 14-16.
- Santiago, J., Tornay, F., Gómez, E., & Elosúa, M. R. (s.f.). *Procesos psicológicos básicos* (2.ª ed.). McGraw Hill.
- Suárez Rodríguez, M. A. (2004). El color de las emociones y el tratamiento del conflicto en el aula. *Tabanque: Revista de pedagogía*, (18), 135-150.
- Subiela, B. J. (2012). El papel simbólico de la tipografía en los nuevos dispositivos móviles. *Icono 14, 10*(2), 126-147.
- Villafaña Gómez, G. (2007). *Educación visual: Conocimientos básicos para el diseño* (2.ª ed.). Editorial Trillas.
- Vygotsky, L. S. (1978). *El desarrollo de los procesos psicológicos superiores*. Crítica.

Anexos

Anexo 1

Entrevista aplica a Francy Gómez, profesional de psicología

Objetivo de la entrevista: Conocer el punto de vista de un profesional en psicología sobre la importancia que tienen los procesos creativos en la exteriorización de emociones por medio de actividades como el lettering, el dibujo y la escritura expresiva. Además, validar la utilidad de la propuesta Katarsis como herramienta de apoyo terapéutico.

1. **¿Podría presentarse brevemente y hablarnos sobre su experiencia profesional y el tipo de población con la que ha trabajado?**

Mi nombre es Francy Gómez, psicóloga egresada de la Fundación Universitaria los Libertadores, he tomado algunos cursos complementarios en modelos pedagógicos y transformación cognitiva, gestión emocional, apoyo en duelo, mi experiencia de trabajo ha sido con diferentes tipos de población niños, adolescentes, adultos y personas mayores, desde el área social y el área educativa, haciendo procesos encaminados a generar espacios de bienestar para la salud mental a través de psicoeducación, escucha, acompañamiento emocional, acompañamiento a personas en situación de soledad o de enfermedad, apoyo en duelo, pautas de crianza, resolución de conflictos y desarrollo personal. He trabajado desde lo individual y lo grupal incluyendo herramientas desde la pedagogía e incluyendo actividades que promueven el acto creativo, el arte y el juego.

2. **¿Cuáles son los motivos de consulta más frecuentes y que herramientas artísticas implementa durante sus sesiones?**

Las herramientas artísticas varían de acuerdo a cada persona, pero por lo general se utilizan dibujos con colores, construcción de figuras, toma de fotografías, escritura y todas aquellas herramientas que la persona encuentre agradable usar.

3. Teniendo en cuenta su experiencia profesional, ¿Cuál es la importancia para el bienestar emocional y psicológico de la expresión de emociones y como pueden contribuir las actividades artísticas en la externalización de las mismas?

La importancia es que permiten crear una representación de lo que genera molestia a la persona y permite abordar o enfrentar la situación de una forma menos impactante como el evento real y al mismo tiempo permite la expresión de aquello que a veces es difícil mencionar en palabras, porque muchas veces ni siquiera se encuentran palabras para nombrarlo.

También es importante porque de alguna manera esta figura o representación artística ayuda a ordenar las situaciones, pensamientos, ideas, recuerdos y permite que la persona se pueda expresar y darle sentido a su experiencia disminuyendo la angustia, el miedo, liberando el dolor.

4. ¿Cómo puede beneficiarse una persona desde el punto de vista psicológico al expresar sus emociones y pensamientos a través de la escritura?

A través de la escritura una persona puede ordenar sus ideas, sacar pensamientos que le generan ruido y malestar, permitir un espacio para colocar aquello que le preocupa, dar lugar a sus pensamientos en lugar de ignorarlos, le permite reconocer lo que está pensando o sintiendo y a partir de esto puede llegar a identificar herramientas que le

ayuden a gestionar emociones, encontrar respuestas a preguntas, sentirse escuchado, acompañado, validar lo que se siente.

5. El lettering requiere atención a la forma, el color y el trazo. ¿Considera que el lettering como expresión artística y comunicativa puede contribuir en la expresión de emociones, su regulación, la atención plena y la reducción del estrés?

Si, porque se trabaja a través de la escritura, para expresar sus emociones, sensaciones, pensamientos, permite que la persona enfoque su atención en algo puntual que está ocurriendo en el presente, por lo tanto, puede convertirse en una herramienta que ayude a regular el sistema nervioso y genere calma frente a una situación impactante de dolor, de angustia y ansiedad.

Otra cosa que es importante tener en cuenta es que la actividad le guste o le interese a la persona para que sea más fácil y beneficiosa incluirla entre las herramientas de apoyo y al mismo tiempo que exista menor resistencia a realizarla por parte de la persona.

6. ¿Considera que el uso de palabras y frases de reafirmación de la autoestima, el autocuidado, la calma y el reconocimiento emocional son recursos que tienen algún impacto en una herramienta de apoyo terapéutico como Katarsis?

Si, las palabras y frases de reafirmación son de utilidad porque nos ayudan a tener un recordatorio de cosas importantes; podrían ser herramientas que nos ayuden a perseverar frente a un obstáculo o un evento difícil; también deben estar enfocadas hacia los valores de la propia persona, sus normas y sus convicciones en favor de buscar su autocuidado y bienestar integral, promoviendo estilos de vida saludables en todos los sentidos.

Sobre estas frases se sugiere que estén dirigidas a favorecer o mantener comportamientos que le ayuden a las personas a desarrollarse en diferentes áreas o dimensiones como lo son: la vida social, la vida en pareja, salud, educación, espiritualidad, todo aquello que permite un adecuado funcionamiento vital y que aporte a la construcción de vínculos con otros y desarrollo de diferentes habilidades, favoreciendo el autocuidado, autoestima, construcción de redes de apoyo y en general favoreciendo el equilibrio emocional, mental y cognitivo en pro del bienestar integral de las personas.

7. **¿Considera que plasmar elementos con significado personal a través del trazo y el color puede favorecer el desarrollo de procesos terapéuticos que faciliten la externalización de emociones y su resignificación?**

Estos elementos si pueden ser una herramienta que permita representar, y también con el acompañamiento de un profesional en salud mental o arte terapia podrían usarse de forma terapéutica buscando que la persona pueda expresar aquellas situaciones que le causan molestia o dolor y a través del proceso terapéutico llegar a resignificar esto. También depende de la flexibilidad de la persona que está realizando el proceso, del tipo de problemática que se esté abordando y del enfoque y la forma de trabajar que utilice el profesional de salud mental y que lo considere pertinente de acuerdo a la situación.

8. **Katarsis está dividido en tres secciones: la primera se enfoca en el aprendizaje de los trazos y el conocimiento del lettering, la siguiente está enfocada en dibujar letras con significado personal y la última en la escritura guiada y la expresión emocional. ¿Considera que esta progresión es adecuada para la herramienta propuesta y que recomendaciones haría para su mejoramiento?**

Si me parece adecuada la forma en que fue diseñada, permitiendo que la persona se acerca a la actividad paso a paso y facilitando el aprendizaje mediante ejemplos gráficos. Su diseño es intuitivo y las personas podrían usarla fácilmente. También me parecen pertinentes, actividades como: el momento creativo, la parte que habita en ti y ruido en papel, puesto que le permite a la persona ajustar la frase según su necesidad, lo cual favorece su uso como herramienta terapéutica guiada hacia un objetivo y temática especifica según cada caso y siempre con la guía del profesional de salud mental.

9. Finalmente, ¿Considera que Katarsis puede ser una herramienta valiosa en el acompañamiento emocional y cree que esta herramienta se valida como un puente entre el diseño gráfico y la psicología como apoyo en procesos terapéuticos?

Si me parece una herramienta valiosa que contribuye a la integración entre las artes gráficas y la psicología, esta herramienta es intuitiva, promueve la participación de la persona, da espacio para que pueda expresarse libremente acerca de sus creencias, valores, ideas y sobre cómo se percibe y como percibe el entorno en el que se desenvuelve, permitiendo colocar allí parte de sus preocupaciones, logros, alegrías entre otros, y analizar, transformar, resignificar aquello que surgen. También como lo mencioné anteriormente se puede ajustar a una temática en específico según lo que se necesite trabajar entre el profesional de salud mental y la persona.

Me parece que promueve la creatividad, la expresión emocional, espacios de autoconocimiento y desarrollo personal, ayudando a identificar las emociones y a expresar de forma constructiva, promoviendo la creación artística, específicamente lettering en este caso. Considero que no solo favorece el aprendizaje sino también el

bienestar integral al ser un espacio de auto escucha, autoexploración, lúdico, facilitador de la comunicación, de regulación emocional y que permite la organización de las experiencias de cada persona, ayudando a ordenarlas, darles sentido y en algunos casos permitiendo nuevas formas de ver la experiencia.

Análisis de la entrevista

Se puede evidenciar que, desde el punto de vista de un profesional en psicología, la herramienta Katarsis tiene un alto potencial como facilitadora de los procesos terapéuticos de una persona con dificultades para expresar sus emociones. Por otro lado, esta entrevista permitió validar la importancia de la expresión escrita y artística de las emociones, dado que estas formas de expresión facilitan la asimilación de los procesos mentales, lo cual a su vez mejora la capacidad de resignificación y el bienestar emocional. Finalmente, la psicóloga Francy Gómez confirma la importancia del uso de frases con carga positiva, como herramientas que contribuyen en el fortalecimiento de la autoestima y del autoconocimiento, y que impactan en áreas de desarrollo como la vida social, familiar, espiritual, de pareja, individual, etc., por lo cual el manejo de las mismas en Katarsis resulta de vital importancia en el proceso de apoyo terapéutico.

Anexo 2

Libro Katarsis: En el siguiente enlace se encuentra el libro tipo flipbook

https://heyzine.com/flip-book/aebc7e9641.html