



PROYECTO FINAL:
PIEZA TIPOGRÁFICA
TRIDIMENSIONAL DEL
APELLIDO "CITALÁN"

TIPOGRAFÍA I

Profesora: Lic. María Eugenia Pedrueza Cano

Estudiante: Karla Daniela Citalán Urbina

Carrera: Licenciatura en Diseño Gráfico

3er. Cuatrimestre

Fecha: 26/07/2025.

1. Planteamiento del problema: Diseñar una pieza tipográfica tridimensional del apellido “Citalán”, integrando de forma simbólica y creativa los proyectos más destacados de estos tres cuatrimestres.

2. Investigación.

2.1 Sobre mi

Me llamo Daniela Citalán. Soy una locutora comercial, diseñadora gráfica y contadora de historias visuales. Mi voz y mi capacidad para comunicarme es lo que siempre me ha destacado tanto en lo personal como profesional. A lo largo del tiempo, he aprendido a usarla como mi herramienta más poderosa para conectar con otros, para narrar, para emocionar.

El cuatrimestre pasado escribí una portada periodística llamado “Daniela Citalán”, que también es mi branding personal en donde pude conocerme más y tener claro quién soy y para donde voy, retomo los siguientes aprendizajes de ese proyecto para plasmarlo en una pieza tipográfica que me represente:

- En dicho artículo escribí una frase que define mi camino: “Mi voz no nació impecable, pero sí con propósito”. Esa frase me acompaña desde entonces, porque resume mi proceso de descubrimiento, esfuerzo y transformación.
- Tomar fotografías, me ha enseñado a ver la belleza en lo cotidiano, en lo tradicional, en lo que a veces pasa desapercibido.
- Mi entorno ha moldeado mi sensibilidad. Soy extrovertida, sentimental, energética y un poco desordenada, pero también profundamente empática. Me gustav escuchar a las personas, observar los detalles y buscar siempre una forma distinta de contar lo mismo. Ya sea hablando en un micrófono, editando un video, diseñando un cartel o tomando una fotografía, mi intención es siempre la misma: que lo que hago se sienta.
- Creo profundamente en el kintsugi, esa filosofía japonesa que repara las grietas con oro. Para mí, cada error, cada caída, cada silencio vivido ha sido una oportunidad para reconstruirme. Mi voz, mis diseños y mis decisiones están llenos de esas pequeñas líneas doradas que cuentan una historia real, imperfecta, pero valiente.

2.2 La elección de un nombre/apellido que me defina.

Para elegir que nombre plasmaré en esta pieza tipográfica me base en cómo me gusta que me digan: Daniela, Dani, mi primer apellido “Citalán” o bien mi primer nombre y mi primer apellido: Daniela Citalán, pero este último al ser muy largo no es funcional, por lo tanto, trabajaré con mi apellido “Citalán”. No solamente porque es funcional si no porque es mi raíz, mi escudo, mi firma. No es solo una palabra: es el eco de mi historia familiar, de mis valores, de mi carácter. Al diseñarlo en tres dimensiones, le daré forma tangible a mi identidad. Cada letra representará una parte de mí, de mi proceso como estudiante, como creativa y como mujer que sigue buscándose mientras se construye.

2.3 La tipografía que usare

Elegir una tipografía para representar mi apellido “Citalán” no es solo un asunto estético. Es una decisión emocional, conceptual y personal. La tipografía que elija debe hablar por mí cuando yo no esté presente. Debe decirle al mundo cómo vibro, cómo siento y cómo me comunico. Por eso, antes de tomar una decisión definitiva, decidí explorar tres opciones que me resuenan profundamente.

Gastroe Demo

Gastroe tiene una personalidad atrevida y juguetona. Sus formas redondeadas, orgánicas y un tanto desproporcionadas me hacen pensar en mi lado más creativo, más libre, más desordenadamente emocional. Me recuerda que no tengo que encajar en una estructura rígida para comunicar algo valioso. Esta tipografía podría representar mi espontaneidad, mi capacidad para fluir y mi manera honesta —y a veces impulsiva— de expresarme.

Bohemian Soul Regular

Bohemian Soul me conecta con mi parte más sensible y artística. Hay algo en sus líneas curvas y elegantes que me habla de nostalgia, de recuerdos, de historias profundas. Esta tipografía tiene alma. Me sugiere un equilibrio entre la libertad y el cuidado en los detalles. Si optara por ella, sería porque representa la voz pausada que tengo cuando hablo desde la emoción, desde la empatía y desde la conexión con lo íntimo.

Grecko Lunch

Grecko Lunch, en cambio, tiene fuerza. Tiene peso visual. Su estructura gruesa y decorativa me habla de presencia. De no pasar desapercibida. Es una tipografía que no se esconde, que se planta firme y dice: “aquí estoy”. Considerarla es considerar mi

evolución: la voz que antes dudaba, ahora se alza con intención. Gecko Lunch representa mi carácter, mi decisión de comunicar con seguridad y creatividad, sin perder lo lúdico.

Ahora que puse estas tres tipografías frente a mí, me detengo a escucharlas, como si fueran tres versiones de mí misma. Tal vez no haya una “correcta”, sino una que hable más fuerte en este momento de mi vida.

Pero al analizar la forma de estas tipografías me encuentro con una problemática: la primera letra de mi apellido es la “C”. Al ser la inicial, quiero que tenga presencia, que imponga, tal como lo hace mi apellido y mi forma de estar en el mundo. No puede ser una letra tímida. Necesito que sea visualmente fuerte, sólida, contundente. Así que me tomé la tarea de buscar una tipografía que encajara con esa idea: una sans serif con estilo romano, robusta y potente.

Super Comic

Tiene fuerza, pero también un toque de informalidad que no rompe con mi esencia. Es gruesa, dominante, con líneas marcadas que capturan la atención desde el primer vistazo. Con ella, mi apellido no se presenta: se impone.

Anton Regular

Anton es una tipografía compacta y decidida. Cada trazo es directo, sin adornos innecesarios. La “C” en esta fuente parece hablar con firmeza, casi como si dijera “confía en mí”. Me gusta porque proyecta autoridad sin perder claridad. Es una candidata fuerte para representar mi carácter seguro.

League Spartan

League Spartan tiene una elegancia sobria que me atrae. Es moderna, con proporciones equilibradas y mucho peso visual. Su “C” es amplia y abierta, como una invitación a acercarte, pero sin perder estructura. Me hace pensar en una presencia firme, pero con apertura al diálogo, justo como busco ser.

2.4 Sobre el diseño tipográfico en 3D

Las letras corpóreas representan un formato ideal para materializar conceptos visuales complejos. Su tridimensionalidad permite una lectura no solo tipográfica, sino espacial, simbólica y sensorial. A través de formas, colores, texturas y suajes, es posible integrar múltiples proyectos visuales sin perder unidad formal. En este caso, cada letra del apellido se convierte en un lienzo

conceptual que representa un momento, una idea o una obra desarrollada a lo largo de los tres cuatrimestres.

2.5 Proyectos integrados por cuatrimestre

A lo largo de estos cuatrimestres he tenido la oportunidad de desarrollar diversos proyectos que no solo han fortalecido mis habilidades técnicas, sino también han contribuido a mi crecimiento personal y profesional. Cada uno de ellos representa un momento de aprendizaje, de autodescubrimiento y de aplicación práctica de lo aprendido en clase. Para esta propuesta tipográfica, decidí seleccionar diez proyectos que me han marcado profundamente y que, de alguna manera, también representan aspectos esenciales de mi personalidad, intereses y evolución como diseñadora. A continuación, presento una breve descripción de cada uno:

1. Mi branding personal (Artículo de periódico).

Este proyecto fue un punto de partida muy importante para mí, ya que me permitió conectar con mi esencia como locutora. El artículo titulado “Mi voz” narra mi recorrido personal y profesional desde una perspectiva íntima, donde la voz se convierte en algo más que una herramienta: es mi identidad, mi canal de expresión emocional y creativa. Hablo de cómo la voz, como el diseño, comunica, conmueve y transforma. Este proyecto me hizo valorar aún más el poder de mi voz como extensión de lo que soy.

2. Equidad a través de formas geométricas

En este proyecto trabajé el concepto de equidad desde una representación visual abstracta. Utilicé figuras geométricas básicas como el círculo, el cuadrado y el triángulo para construir una composición simbólica. El círculo, rodeado por tres cuadrados centrados, representa la igualdad de condiciones en la educación; mientras que los triángulos, colocados estratégicamente, refuerzan el equilibrio entre oportunidades. Este ejercicio me enseñó que con recursos visuales mínimos se pueden expresar ideas profundas y sociales.

3. Atenea – La diosa de la sabiduría

Investigar sobre Atenea fue una experiencia fascinante. Esta diosa griega, símbolo de sabiduría, estrategia y justicia, me inspiró profundamente. Su animal representativo, el búho, simboliza el conocimiento y la visión nocturna, atributos que relacioné con la observación y la reflexión constante que ejerzo como diseñadora. Este proyecto me permitió entender cómo los símbolos

mitológicos pueden tener resonancia contemporánea y enriquecer el lenguaje visual.

4. Revista KALLOS – La belleza del pensamiento

La revista Kallos nace del término griego que significa belleza, pero no solo en lo físico, sino también en lo ético y lo intelectual. Elegí este nombre porque representa una visión integral de lo bello. Para representarlo visualmente utilicé la imagen del pavo real, animal que simboliza la realeza, la belleza interior y la renovación. A través de sus plumas coloridas y simétricas, busqué crear una revista editorial que no solo fuera estética, sino con contenido profundo.

5. Marca Macaw – Agencia de viajes

Macaw es una marca que desarrollé como una agencia de viajes. El logotipo está inspirado en la guacamaya, un ave colorida, exótica y libre, que representa perfectamente el espíritu aventurero de quienes buscan explorar el mundo. Este proyecto me conectó con el diseño de marca desde la identidad gráfica, transmitiendo sensaciones de alegría, diversidad y naturaleza a través de la simbología del ave.

6. Empaque de Macaw – Membresía premium

Como parte del desarrollo de Macaw, diseñé un empaque dorado para entregar una tarjeta de membresía premium. Este empaque, más que un simple contenedor, tiene doble funcionalidad: también funciona como marco para una fotografía. El suaje en la solapa con el nombre Macaw y los elementos gráficos en dorado refuerzan la exclusividad y el valor de pertenecer a la marca. Fue un proyecto donde cuidé mucho los acabados y los detalles, y donde aprendí a diseñar experiencias a través del empaque.

7. Proyecto de Filigrana

La filigrana es una técnica artesanal que consiste en crear formas delicadas a partir de tiras de papel enrollado. Este proyecto me permitió experimentar con el diseño tangible y conectar con la paciencia y la sensibilidad. A través de esta técnica elaboré composiciones que mezclaban precisión y creatividad, dándome cuenta de que el diseño también puede ser una experiencia meditativa y táctil, lejos de lo digital.

8. Marca Kintori – Agencia de publicidad

Kintori es mi propia agencia de publicidad. El logotipo está compuesto por un colibrí dentro de un círculo que simula un lente de cámara, símbolo de observación, agilidad y enfoque. El colibrí, además de ser un animal vibrante y lleno de energía, representa resiliencia, libertad y belleza en el movimiento, características con las que me identifico plenamente. Este proyecto marcó un momento muy importante en mi desarrollo como creativa, porque fusioné mi pasión por la comunicación, la imagen y el branding.

9. Ecos del silencio – Mi libro

Ecos del silencio es un proyecto literario muy especial para mí. Se trata de un libro introspectivo que narra, desde una mirada emocional, las etapas del silencio interior de una mujer. La protagonista, Laura, revisita sus recuerdos, emociones y grietas, en un proceso de sanación y autodescubrimiento. La taza de café se convierte en un símbolo constante a lo largo del libro: representa las pausas, los rituales y el refugio emocional que todas necesitamos en medio del ruido del mundo.

10. Cartel tipográfico – Diseño e inteligencia

Mi cartel tipográfico parte de la frase “Diseño: la inteligencia que se ve, se siente y se transforma”. A través de este trabajo, reflexioné sobre el diseño como proceso cognitivo y expresión visual del pensamiento. Utilicé símbolos como el pulpo, el foco y la pluma para representar la mente creativa del diseñador. Cada tentáculo del pulpo representa las habilidades de un diseñador gráfico: creatividad, pensamiento visual, solucionador de problemas, comunicación afectiva, narrativa visual, estrategia visual, intuición, adaptabilidad y flexibilidad. Este cartel fue una síntesis de todo lo que creo que somos los diseñadores: cerebros que piensan con las manos y los ojos.

2.6 Paleta de Colores

Cada proyecto que integraré en las letras de mi apellido será cuidadosamente intervenido con una paleta de colores pensada no solo desde lo estético, sino desde lo simbólico. Los colores tienen el poder de comunicar emociones, conceptos y valores, y por eso seleccionaré cada tono considerando lo que representa en el contexto de cada obra.

A continuación, explico el simbolismo de los colores, uno por uno:

- Para el artículo periodístico “Mi Voz”, la propuesta cromática es acromática (en blanco y negro). El blanco simboliza la transparencia, objetividad y verdad, mientras que el negro comunica fuerza, sobriedad y contundencia. Esta paleta acromática refuerza el carácter periodístico del proyecto, pero también enfatiza el contraste entre el silencio y la expresión, entre lo íntimo y lo visible, tal como sucede en mi narrativa.

- En el proyecto sobre equidad representada con geometría, el uso del color azul se vuelve central.

El color que se podría utilizar es el azul, acompañado de un celeste complementario. El azul simboliza estabilidad, justicia, orden y confianza, mientras que el celeste representa armonía, equilibrio y serenidad. Esta gama se asocia con mi proyecto por su vínculo con el pensamiento estructurado, la equidad y la neutralidad visual que planteo a través de las formas geométricas.

- Para el proyecto de la diosa Atenea, se contemplan colores que aluden a la mitología y la sabiduría

El color rojo puede aplicarse al casco, ya que simboliza fuerza, valentía y decisión. El dorado para otras zonas del casco se asocia con sabiduría, poder e iluminación. Para el cabello, el color amarillo representa claridad mental, creatividad e intelecto. Estos colores se vinculan directamente con la figura de Atenea, pues cada uno aporta a la construcción visual de una deidad que encarna la estrategia, el conocimiento y la defensa justa.

- En el caso del proyecto editorial “Kallos”, la inspiración proviene del pavo real, los colores que se utilizarán serán los mismos que en el proyecto original.

Una gama de azules profundos, verdes esmeralda y detalles en amarillo. El azul evoca elegancia, introspección y belleza atemporal; el verde representa vida, crecimiento y lo natural; mientras que el amarillo añade un componente de energía, admiración y sofisticación. Esta paleta se asocia con el proyecto por su vínculo con la estética, el simbolismo de la belleza interior y el resplandor visual del pavo real como metáfora.

- Para la marca de viajes “Macaw”, los colores deben reflejar dinamismo, libertad y pasión por explorar, así que se utilizarán los mismos con los que se creó la marca original; El rojo, azul y amarillo, basados en los tonos naturales de la guacamaya.

El rojo simboliza pasión, entusiasmo y energía viajera; el azul representa el cielo, la inmensidad del mundo por descubrir y la tranquilidad del viaje; y el amarillo simboliza alegría, sol, vitalidad y experiencias luminosas. Esta combinación se asocia con el proyecto

por su capacidad de evocar emociones vibrantes y una actitud aventurera.

- En el empaque multifuncional de Macaw, el dorado se convierte en una opción estratégica.

El color dorado simboliza lujo, exclusividad y valor. Este color se podría usar para transmitir la idea de un producto premium, con atención al detalle, pensado no solo para transportar sino también para destacar. Su asociación con lo elegante y lo distinguido lo hace ideal para reforzar la identidad del empaque.

- Para el logotipo de la agencia “Kintori”, se propone el uso del celeste y azul.

El celeste representa ligereza, inspiración y nuevas ideas, mientras que el azul denota confianza, estructura y pensamiento estratégico. Esta combinación se asocia con mi proyecto porque refleja el equilibrio entre creatividad y orden: cualidades fundamentales en una agencia de comunicación visual que quiere impactar desde el pensamiento.

- En el proyecto de filigrana, el color que se complementaría perfecto con los azules de la marca kintori es el morado.

El morado simboliza creatividad, profundidad emocional y espiritualidad. Se asocia con mi proyecto porque la técnica de filigrana, por su delicadeza y precisión, se ve enriquecida con un color que comunica misterio y sensibilidad. Además, aporta un aire de sofisticación e introspección que conecta con lo artesanal y lo simbólico.

- En el libro “Los ecos del silencio”, se estudian tonos tierra acompañados de detalles naturales

Los colores que se podrían usar son dos tonos de café y verde. El café oscuro representa la introspección, la profundidad emocional y el refugio íntimo; un café más claro evoca calidez, cercanía y nostalgia. El verde, presente en los detalles de la taza, se vincula con la naturaleza, la calma y la estética Art Nouveau. Esta combinación se asocia con el proyecto por su enfoque introspectivo y visualmente orgánico.

- Finalmente, en el cartel tipográfico sobre diseño e inteligencia, se contempla la dupla morada–amarillo.

El morado simboliza intuición, creatividad y pensamiento elevado. El amarillo, por otro lado, representa luz, entusiasmo, ingenio y energía. Esta combinación se asocia con mi proyecto porque genera un diálogo entre la razón y la emoción, y al mismo tiempo establece un contraste visual fuerte que capta la atención y refuerza el concepto de “la inteligencia que se ve, se siente y se transforma”.

3. Síntesis y análisis de la investigación

Síntesis

El proyecto consiste en construir tipográficamente el apellido “Citalán” como una pieza tridimensional que integra diez proyectos realizados a lo largo de tres cuatrimestres. La intención principal es representar la identidad personal y profesional de la autora mediante decisiones gráficas conscientes y simbólicas.

En cuanto a la tipografía, se presentan tres opciones para evaluar cuál representa mejor el carácter del apellido: Grecko Lunch, Bohemian Soul Regular y Gastroe Demo. Finalmente, se elige Grecko Lunch para conformar la palabra completa por su expresividad, volumen y versatilidad en tercera dimensión. Sin embargo, para la primera letra “C”, se selecciona una tipografía diferente, Super Comic, debido a su fuerza visual y capacidad de destacar con presencia. También se consideran otras dos opciones: Big Shoulders Display y Romanesco, que comparten atributos como robustez y estructura romana.

Cada letra del apellido contiene uno de los siguientes proyectos:

- Mi Voz (artículo editorial en blanco y negro).
- Proyecto de equidad con figuras geométricas (colores azul y celeste).
- Casco de Atenea (rojo, dorado y amarillo).
- Revista Kallos con simbolismo del pavo real (azules, verdes, amarillo).
- Marca de viajes Macaw (rojo, amarillo y azul).
- Empaque dorado multifuncional de Macaw (dorado).
- Proyecto en filigrana (morado).
- Agencia Kintori con colibrí (celeste y azul).
- Ecos del Silencio, con taza de café y elementos naturales (café y verdes).
- Cartel tipográfico sobre diseño e inteligencia (morado y amarillo).

La selección de colores está fundamentada en el simbolismo asociado a cada proyecto. Se consideran aspectos emocionales, culturales y conceptuales para definir las paletas cromáticas que acompañan a cada letra.

El proyecto integra elementos formales y conceptuales que dialogan entre sí: tipografía, color, simbología animal, metáforas visuales y tridimensionalidad, con el objetivo de sintetizar una trayectoria académica mediante una construcción visual del apellido.

La investigación confirma que el apellido “Citalán” posee un fuerte valor identitario y comunicativo para su autora. Más allá de ser una estructura lingüística, es el eje de una narrativa visual que conecta sus raíces, su voz, sus logros y sus aprendizajes.

Al contextualizar el desarrollo personal y profesional de Daniela —desde su voz como herramienta transformadora hasta su exploración visual como diseñadora—, se justifica plenamente la construcción tridimensional de su apellido como proyecto final. Este no solo resume tres cuatrimestres de formación, sino que manifiesta gráficamente el viaje emocional, técnico y simbólico que ha vivido.

La elección de la tipografía Greko Lunch refuerza esta narrativa al ser un tipo robusto, expresivo y visualmente impactante. Su adaptación al formato 3D permite una integración eficaz de múltiples lenguajes visuales, generando una pieza coherente, rica en contenido y estética.

La inclusión de proyectos anteriores a nivel formal (forma, color, técnica) e icónico (símbolos, personajes, filosofías) permite convertir a cada letra en una cápsula narrativa. El uso de materiales como MDF y vinil impreso potencia la presencia del objeto como pieza expositiva.

Análisis

A lo largo de la investigación, decidí utilizar mi primer apellido “Citalán” como base de este proyecto. Después de analizar lo que podría comunicar con todas las tipografías, elegí Super Comic para representar la letra C, porque necesitaba una inicial con carácter, que marcara el inicio con fuerza y determinación. Su forma robusta y llamativa representa mi presencia, mi energía y la manera en que me gusta iniciar cada proyecto: con firmeza y sin miedo a destacar. Para las demás letras de mi apellido opté por Grecko Lunch, ya que su estilo decorativo, con un toque orgánico y juguetón, refleja mi personalidad creativa, expresiva y emocional. Esta combinación me permitió equilibrar la potencia de la primera letra con la sensibilidad y fluidez del resto, logrando una composición tipográfica que me representa visualmente y emocionalmente como diseñadora y como persona.

Integraré los diez proyectos representativos realizados durante tres cuatrimestres, asignando uno a cada letra de mi apellido, combinando algunos entre sí para lograr una narrativa visual y simbólica más rica. Cada letra no solo representa una inicial, sino también una etapa, una búsqueda, una parte de mi identidad como diseñadora.

- La letra “C” hablará de mi voz y de mi artículo, ese primer ejercicio donde descubrí que mi historia personal y mi capacidad de expresión podían convertirse en un manifiesto visual.
- La letra “i” integrará el proyecto de equidad, en el que abordé el equilibrio, la justicia y la importancia de la representación con un enfoque geométrico.
- La letra “t” estará dedicada a Atenea, símbolo de sabiduría, estrategia y poder femenino, cualidades con las que conecto profundamente.
- La letra “a” combinará el proyecto de mi agencia Kintori con el fondo de filigrana, una fusión entre estrategia, comunicación y sensibilidad visual.
- La letra “l” unificará el proyecto de la marca Macaw con su empaque, resaltando tanto el espíritu viajero como el diseño de producto.
- La segunda “a” representará la revista Kallos, enfocada en la estética, la feminidad y el simbolismo del pavo real.
- La letra “n” combinará el libro Ecos del Silencio con mi cartel tipográfico sobre diseño e inteligencia, conectando la introspección narrativa con la expresión visual racional.

El análisis de los colores fue fundamental. Cada proyecto tiene asignado un esquema cromático basado en su contenido conceptual y en el simbolismo que refuerza su mensaje. Por ejemplo:

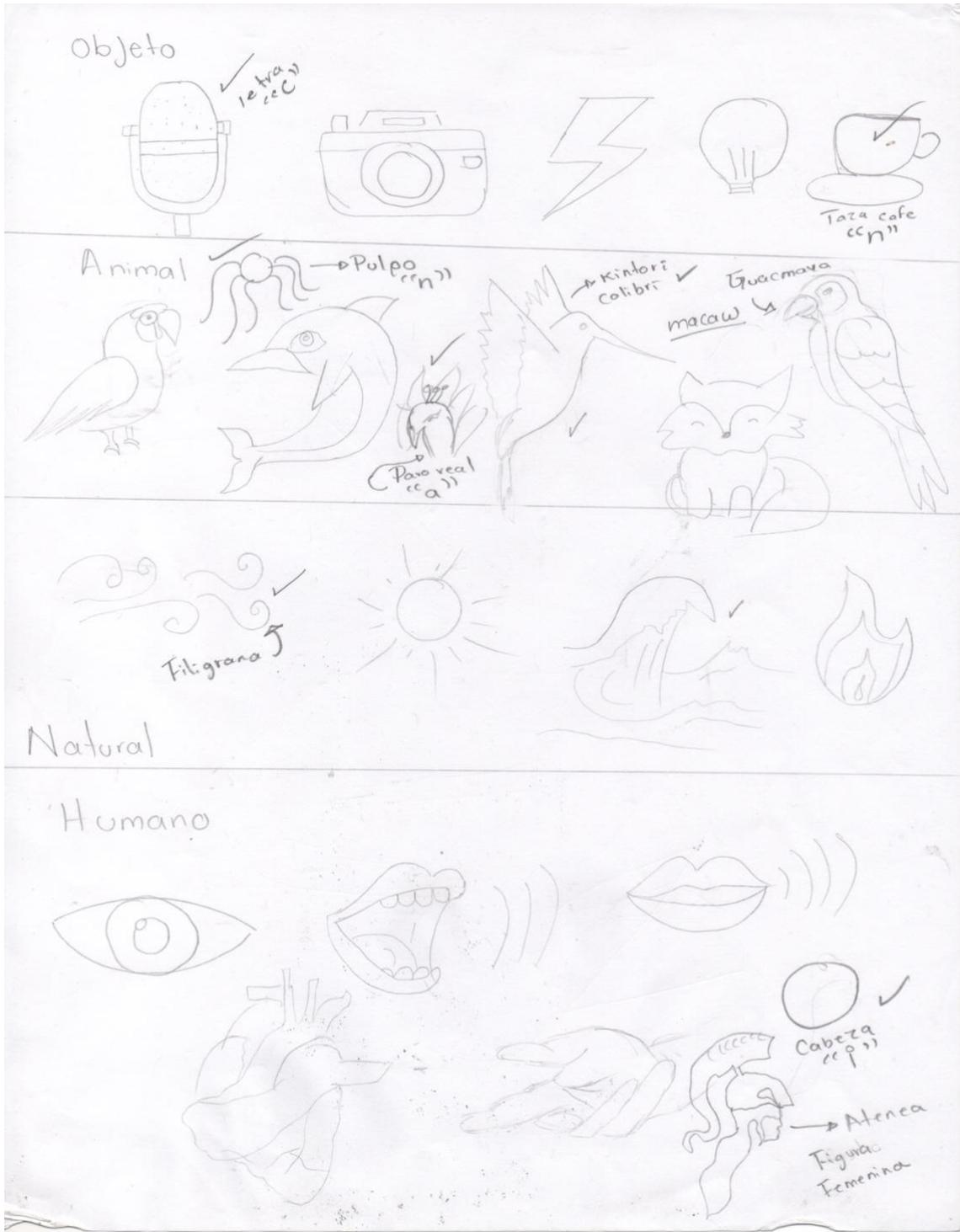
- Para el artículo Mi Voz, el uso de una paleta acromática en blanco y negro representa el formato periodístico y la neutralidad con la que se expone la opinión.
- El proyecto de equidad utiliza azules y celestes, asociados con la educación, la justicia y la serenidad, valores fundamentales para representar este tema.

- El trabajo sobre la diosa Atenea emplea rojo, dorado y amarillo: el rojo por la fuerza del casco, el dorado por la sabiduría divina, y el amarillo por la vitalidad que representa el cabello.
- La revista Kallos toma los colores del pavo real: azules y verdes en distintas intensidades, que simbolizan belleza, elegancia y visión, con acentos amarillos que dan vida a los detalles.
- Para Macaw, la agencia de viajes, los colores de la guacamaya (rojo, amarillo y azul) reflejan la pasión por explorar, el gozo del sol y el cielo que se recorre al viajar.
- El empaque dorado para la membresía premium refuerza la idea de exclusividad y valor.
- El proyecto de filigrana se apoya en el color morado, símbolo de creatividad, sensibilidad y transformación artística.
- Kintori, mi agencia de publicidad, usa celeste y azul para comunicar confianza, ideas claras y proyección visual.
- Ecos del Silencio se asocia con cafés en dos tonos (emoción, intimidad y nostalgia) y verdes naturales, que conectan con el estilo Art Nouveau y la introspección del relato.
- Finalmente, el cartel sobre diseño e inteligencia utiliza morado y amarillo, colores contrastantes que simbolizan la sabiduría, la creatividad y la claridad intelectual.

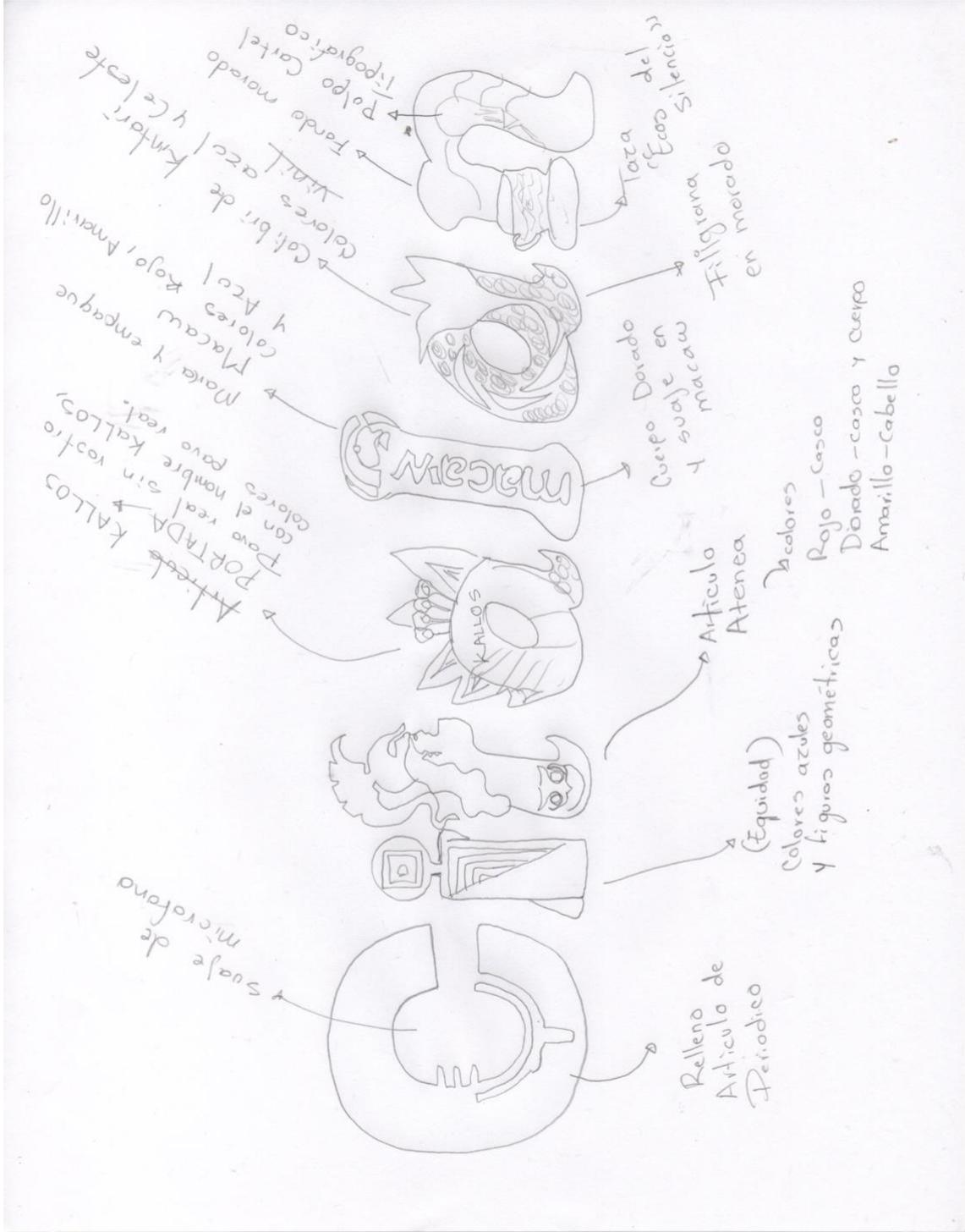
Estas decisiones no solo tienen un propósito estético, sino que construyen significado y profundidad en cada letra del apellido, lo que convierte el proyecto en una narrativa visual coherente. La integración del color, la tipografía, la forma y el símbolo en una sola pieza tipográfica tridimensional permite articular mi identidad profesional desde lo gráfico y lo conceptual.

En conclusión, este análisis me ha permitido tomar decisiones que trascienden lo visual para anclar el diseño en un discurso personal y auténtico. Elegir cada tipografía, color y proyecto con intención es lo que transforma esta pieza en una obra que no solo comunica, sino que me representa.

4. Bocetaje (Cuadro de Gorowsky)



BOCETAJE



PROPUESTAS DE TIPOGRAFÍA

CITALAN

CITALAN

CITALAN

Citalan

Citalan

Citalan

Citalan

Citalan

Citalan

Citalan

Titlan

ELECCIÓN DE TIPOGRAFÍA

C

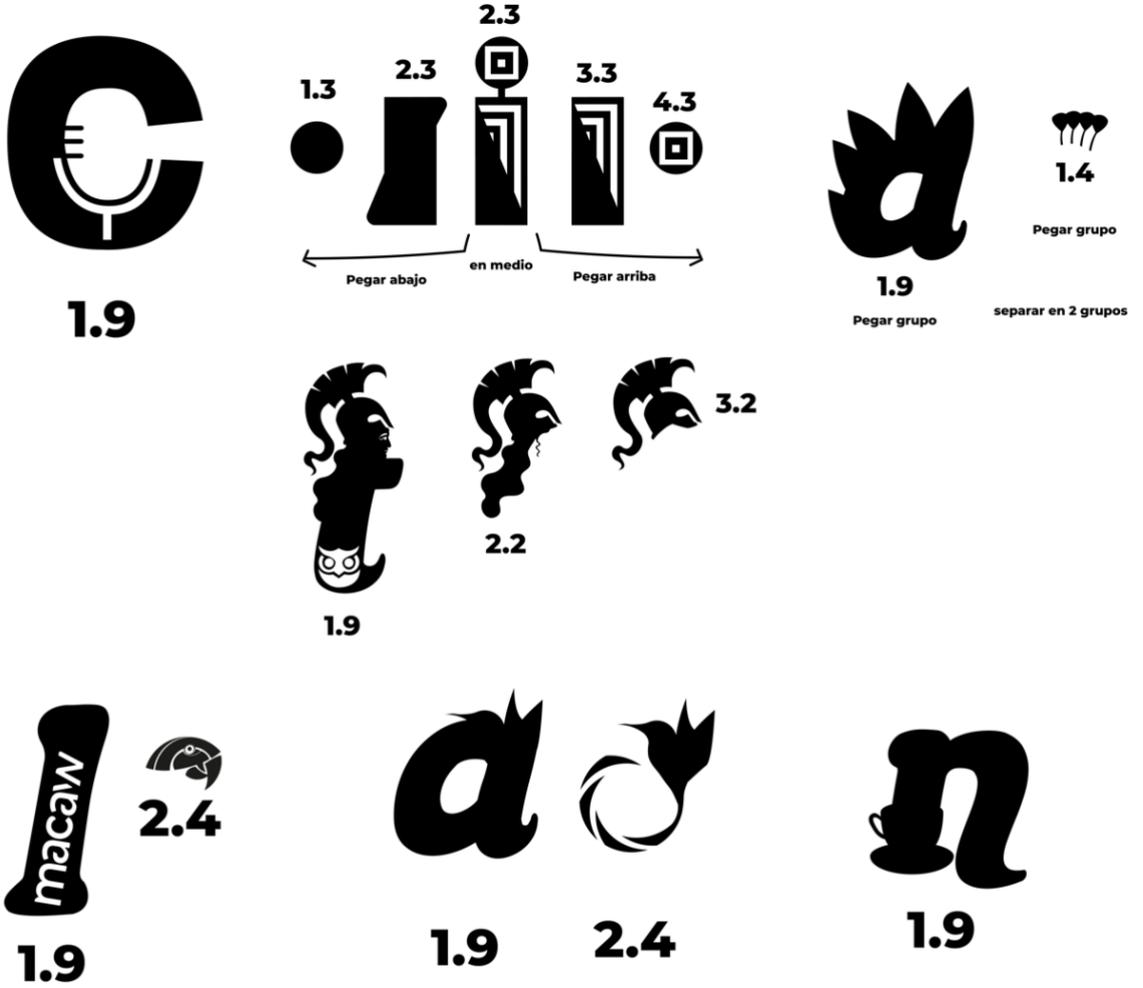
italan

PROPUESTA DIGITAL

Ciudadan



SEPARACIÓN DE ELEMENTOS PARA CORTE EN MATERIAL MDF
 El número antes del punto indica el número de pieza y el número después del punto las capas que llevará.



IMPRESIÓN Y CORTE DE ELEMENTOS EN VINIL



IMPRESIÓN Y CORTE DE ELEMENTOS EN ADHESIVO COUCHE



RESULTADO FINAL



Justificación

Este proyecto final de la materia de Tipografía, guiado por la profesora María Eugenia Pedrueza Cano, representa la culminación de un recorrido académico de tres cuatrimestres, integrando de manera simbólica y visual los proyectos más sobresalientes que desarrollé bajo su cátedra. Elegí trabajar con mi apellido “Citalán” porque representa una parte esencial de mi identidad, no solo como marca personal sino como legado familiar. Es un apellido fuerte, memorable, con una sonoridad particular que resuena con mi personalidad extrovertida, expresiva y determinada. Como locutora comercial, la voz es mi herramienta, pero el nombre que la acompaña es el que deja huella. Usar mi apellido en este proyecto es también un homenaje a mis raíces, a la historia que me conforma y al futuro creativo que proyecto.

La elección de la tipografía Greko Lunch se justifica por su carácter expresivo, firme y escultórico. Esta fuente, con un trazo grueso, curvas contundentes y una estética que remite a lo clásico y contemporáneo a la vez, se alinea con mi personalidad: una voz fuerte, una presencia escénica poderosa y una energía vibrante. Sus formas robustas permiten el tratamiento tridimensional, suajes estratégicos, intervenciones gráficas y composición visual sin perder legibilidad ni impacto.

La letra “C” retoma la técnica visual del contrafondo, donde el espacio negativo da forma a un micrófono, símbolo de mi profesión como locutora comercial. Este elemento se enmarca en un diseño monocromático en blanco y negro, aludiendo al estilo editorial, ya que esta letra representa también mi proyecto de branding personal, el cual consistió en una autoentrevista en formato de periódico. La sobriedad del monocromo refuerza la idea de seriedad profesional, estructura y claridad comunicativa, cualidades esenciales en mi perfil como comunicadora.

La letra “I” se construye con geometría básica: círculo, triángulo isósceles y cuadrados, retomando el diseño de mi artículo sobre equidad educativa en la revista Kallos. Su estructura visual alude a los principios de diseño Bauhaus, donde la forma simple comunica ideas complejas. El azul y

celeste usados en esta letra refuerzan simbólicamente valores como el conocimiento, la confianza, la estabilidad y la educación —ejes temáticos del artículo. Además, estas tonalidades aportan armonía y serenidad al conjunto visual. La letra “T” representa a la diosa griega Atenea, símbolo de sabiduría y guerra estratégica, elementos que desarrollé en mi artículo mitológico para Kallos. El cuerpo de la letra está intervenido con capas y suajes: la parte superior simula su casco con tonos rojos y dorados, el rostro se deja en tono natural del MDF, y en la base aparece un búho, símbolo asociado a la diosa. El dorado refuerza el concepto de divinidad, poder y sabiduría —valores que también proyecta la voz pensante y estratégica del diseñador gráfico. Además el rojo representa la sangre de las guerra o la pasión por ellas, el amarillo la alegría que da la diosa ya que es la fundadora de Atenas.

La primera “A” integra el logotipo de mi agencia publicitaria Kintori. En ella se representa un colibrí en relieve, que emana de su cola un lente de cámara, el fondo es construido con filigrana —una técnica manual basada en tiras enrolladas de papel, que trabajamos en clase. El colibrí simboliza energía, alegría y comunicación ligera pero eficaz, cualidades que también asocio a mi carácter profesional. El contraste entre los azules y celestes del ave y el fondo lila/morado crea una dinámica visual armónica y moderna, elevando el contraste entre figura y fondo con sensibilidad cromática.

La letra “L” se basa en el proyecto de identidad visual para la agencia de viajes Macaw. Aquí se utilizó un suaje con el nombre de la marca como lo presenté en el empaque de membresía que también era un marco de fotografías. El fondo dorado alude al carácter premium de la experiencia de viaje, mientras que en la parte superior se integró el logotipo con los tres colores primarios: rojo, amarillo y azul, cada uno con carga simbólica específica:

Rojo: pasión por viajar. Azul: los cielos recorridos. Amarillo: alegría y calidez del sol. La figura de la guacamaya proyecta exotismo, libertad, comunicación viva y colorida, como la experiencia misma de viajar y crear recuerdos.

La segunda “A” retoma el diseño de portada de mi revista Kallos, cuyo nombre proviene del griego y significa “belleza pura” o “belleza del alma”. La letra se transforma en un pavo

real estilizado, animal representativo de la revista, con el plumaje en relieve, formando también el acento de la palabra Citalán. El pavo real simboliza realeza, sofisticación y arte — valores editoriales y estéticos de Kallos. Los colores azul, verde y amarillo refuerzan esta simbología, además de generar una composición visual viva y elegante.

Finalmente, la letra “N” fusiona dos proyectos:

En su remate izquierdo, una taza de café simboliza mi novela Los ecos del silencio. Este objeto representa las pausas reflexivas, las conversaciones sinceras, el calor de lo cotidiano y el aroma de los recuerdos —temas presentes en la narrativa introspectiva del libro.

El resto de la letra está decorado con un patrón morado basado en mi cartel tipográfico más reciente, que explora el diseño gráfico como inteligencia creativa, perceptiva y transformadora. El morado, color simbólicamente asociado a la creatividad y profundidad mental, armoniza con el concepto del cartel y con mi carácter reflexivo y expresivo como diseñadora.

Aunque el cartel no incluye la frase central, el símbolo del pulpo fue integrado como metáfora visual del diseñador multifuncional, creativo y adaptable, retomando así sus tentáculos como símbolo de pensamiento visual, comunicación, intuición y estrategia.

La pieza en conjunto consiste en la construcción tridimensional de mi apellido “Citalán”, utilizando letras corpóreas realizadas en MDF con aplicación de vinil e impresión en couche adhesivo. Esta solución material permite acentuar tanto la volumetría como la riqueza visual y táctil del diseño, generando una experiencia tipográfica completa y multisensorial.

Este proyecto no solo consolida mis aprendizajes técnicos y creativos, sino que también representa una síntesis visual de mi evolución profesional en el diseño gráfico. Cada letra es una pieza cargada de simbolismo, resultado de una reflexión profunda sobre quién soy, qué comunico y cómo lo hago. La tridimensionalidad del conjunto refuerza la idea de que el diseño no es plano ni unidireccional, sino un proceso integral donde conviven forma, emoción y pensamiento visual.