

El grafiti como insumo para el diseño de productos comerciales

Víctor Daniel García Arango

UNIVERSIDAD PONTIFICIA BOLIVARIANA
ESCUELA DE ARQUITECTURA Y DISEÑO
FACULTAD DISEÑO GRÁFICO
MEDELLÍN
2024

El grafiti como insumo para el diseño de productos comerciales

Víctor Daniel García Arango

Trabajo de grado para optar el título de Diseñador Gráfico

Asesor

Ph. D. Hernando Blandón Gómez

Diseñador Industrial

UNIVERSIDAD PONTIFICIA BOLIVARIANA

ESCUELA DE ARQUITECTURA Y DISEÑO

FACULTAD DISEÑO GRÁFICO

MEDELLÍN

2024

NOTA DE ACEPTACIÓN

Firma
Nombre
Presidente del jurado

Firma
Nombre
Presidente del jurado

Firma
Nombre
Presidente del jurado

Medellín, 2024

AGRADECIMIENTOS

Quiero expresar mi agradecimiento a todas las personas esenciales en la elaboración de este trabajo de grado sobre la cultura hip hop y su impacto en mi carrera como diseñador gráfico y creador cultural, mediante el grafiti. Este proceso ha sido muy valioso para explorar cómo se formó y cómo ha evolucionado este movimiento, en el que los artistas, junto con las masas, hemos sido protagonistas de una constante transformación.

En primer lugar, quiero agradecer el aprendizaje que he obtenido a lo largo de este camino. Desde mis inicios como un simple "fan", he evolucionado y he ganado un sentido de pertenencia y orgullo por lo que hago. Este crecimiento no habría sido posible sin el apoyo y la guía de mi profesor asesor, Hernando Blandón Gómez, quien, con su profesionalismo, ha sabido orientar mis ideas y ayudarme a plasmarlas de manera efectiva en este escrito.

Asimismo, extiendo mi gratitud a Juan Felipe un profesor de diseño de la carrera, que desde un principio incentivó mi motivación, siendo una pieza clave en el desarrollo de la aplicación que concluye este trabajo. Su orientación fue fundamental para llevar a cabo este proyecto, y su entusiasmo por la cultura hip hop y el grafiti ha sido inspirador.

A todos los que han contribuido a culminar este trabajo, les extiendo mi agradecimiento, sin su apoyo, este logro no habría sido posible.

CONTENIDO

RESUMEN.....	9
ABSTRACT.....	10
PALABRAS CLAVE.....	11
KEY WORDS.....	11
1. INTRODUCCIÓN.....	12
2. OBJETIVOS Y METODOLOGÍA.....	14
3. PREGUNTA DE INVESTIGACIÓN.....	15
4. CAPITULO 1: ESTADO DEL ARTE Y MARCO TEORICO.....	16
5. CAPITULO 2: ANALISIS Y DESARROLLO DE LA PROPUESTA.....	32
6. CAPITULO 3: CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.....	38
7. REFERENCIAS.....	41

RESUMEN

En este trabajo de investigación y práctica sobre el mundo del Hip Hop, analizaremos las principales facetas que lo conforman, centrándonos en sus diversas subculturas. El grafiti será el eje central de nuestro estudio, explorando su relación con el diseño gráfico. Por esta conexión, examinaremos cómo las filosofías que han dado forma al grafiti evolucionaron y siguen desarrollándose en la época contemporánea, consolidándose como parte esencial de la expresividad humana. Además, investigaremos cómo estas manifestaciones artísticas, originadas en un contexto de resistencia cultural, han sido adaptadas y comercializadas dentro del sistema capitalista, especialmente en la creación de marcas y la proyección de identidades visuales basadas en los fundamentos del grafiti, transformados y aplicados en el ámbito del diseño gráfico.

ABSTRACT

In this research and practice work on the world of Hip Hop, we will analyze the main facets that make it up, focusing on its various subcultures. Graffiti will be the central axis of our study, exploring its relationship with graphic design. Through this connection, we will examine how the philosophies that have shaped graffiti evolved and continue to develop in contemporary times, consolidating themselves as an essential part of human expressivity. Furthermore, we will investigate how these artistic manifestations, originating in a context of cultural resistance, have been adapted and commercialized within the capitalist system, especially in the creation of brands and the projection of visual identities based on the foundations of graffiti, transformed, and applied in the field of graphic design.

PALABRAS CLAVE

Arte urbano, Diseño Gráfico, Grafiti, Marca

KEY WORDS

Urban art, Graphic Design, Graffiti, Branding

INTRODUCCIÓN

Hasta hoy ha sido muy difícil encontrar una visión académica sobre el *street art* o del *grafiti* y el *diseño gráfico*, este vacío teórico me animó a llevar a cabo mi propuesta de investigación en esta monografía de producción. Tras indagar sobre la materia de estudio, descubrí que existen pocas investigaciones a nivel teórico que profundicen sobre el arte urbano, el Hip Hop o el grafiti en Medellín. Aunque existe mucho material bibliográfico que recopila y ejemplifica las obras de los artistas urbanos a nivel individual y grupal, no suelen arrojar luz sobre los aspectos gráficos y técnicos más trascendentales de este movimiento en el cual se enfoca mi interés como diseñador.

Por esta razón, como diseñador gráfico y grafitero que utiliza herramientas, conceptos y variedad de lenguajes gráficos, quise profundizar en el porqué del grafiti, cómo y quiénes trabajan desde la cultura del Hip Hop estas líneas expresivas cargadas de mensajes sociales exponiendo los motivos que provocaron su auge. Los objetivos iniciales son articular, en primera instancia, la cultura hip hop, sus lenguajes, expresiones y conceptos con el diseño gráfico en un primer producto gráfico que será una cartografía interactiva que presento a modo de estado del arte contextualizado, producto que cumple con uno de los objetivos de este trabajo de grado; mi segundo objetivo es llevar el lenguaje del Hip Hop y sus expresiones hacia el diseño como producto comercial, la propuesta intenta unir lenguajes gráficos desde el grafiti con las metodologías proyectuales del diseño hacia un producto comercial.

Perspectiva histórica

Al realizar una rápida mirada histórica es posible declarar que la humanidad ha pintado sobre las paredes desde el paleolítico, prueba de ello son las cuevas de Lascaux en Francia o las de Altamira en España o inclusive sin ir muy lejos en la selva colombiana están las pinturas rupestres de Cerro Azul, formación de la Serranía de La Lindosa conectada con el **Parque Nacional Natural de Chiribiquete**, incluido por la Unesco en la lista de patrimonio Mundial de la Humanidad.

Si nos enfocamos en un pasado más cercano, es posible determinar que la historia moderna de los grafitis a nivel mundial se remonta a finales de la década de 1960, y que han sido las redes sociales las que han potenciado una verdadera revolución gráfica. En los años 80's este nuevo fenómeno artístico, callejero y social, consolidó un lenguaje gráfico que trae consigo un inédito debate sobre la propiedad y utilización del espacio público. Un hecho importante a resaltar desde este período es que con el *street art* aparece una nueva herramienta de denuncia ciudadana, los artistas que realizan este tipo de arte, a través de la ironía o metáforas visuales en el caso del arte urbano, suelen transmitir mensajes que cuestionan lo establecido, lo institucional, el sistema capitalista o cualquier otro movimiento político o social por el cual el artista se sienta oprimido. Con ello buscan activar la reflexión por los derechos humanos, la igualdad y la justicia sociales mediante la crítica sociopolítica.

A principios de los 90 cuando el *street art* empieza a forjar su propia personalidad y se percibe la esencia del movimiento. El artista Shepard Fairey comenzó una escalada imparable que perdura en la actualidad y marcó un antes y un después en el ámbito de la difusión del *street art*, creó la campaña *Obey Giant* (obedece al gigante), en la que a través de carteles y plantillas del luchador André el Gigante, quería sorprender a los ciudadanos. Fue pionero en el uso de técnicas y en conectar con la gente, y dotó al arte urbano de una de sus principales características: la expansión de sus obras por lugares del mundo.

En Latinoamérica los espacios públicos, el arte callejero (o arte urbano) representa la voz de la comunidad, de los grupos marginales, y de los jóvenes que se esfuerzan por ser escuchados, muchas veces en desafío con la noción de la propiedad privada. América Latina no es la excepción. Una parte del arte callejero latinoamericano difiere del creado por el movimiento de hip-hop, por su enfoque en el mensaje político y las historias de lucha que apelan directamente a quien observa, la historia a generado que el pueblo se manifieste frente a sus injusticias a través de los muros y con el tiempo estilizando sus trazos para generar una obra compuesta por elementos gráficos impactantes.

El arte urbano en Medellín se ha expresado a mediados de los 90s y 2000, sustancialmente por el recurso gráfico del grafiti. que da paso a la denuncia social y ciudadana con mensajes de inconformidad ante circunstancias de violencia o de corrupción que han impactado

históricamente a la sociedad y que por un impulso de ser escuchados salen a flote esas manifestaciones artísticas, las cuales se han transformado en un patrimonio cultural para transmitir ese mensaje a las personas que aceptan su realidad.

JUSTIFICACIÓN

A lo largo de mi infancia me vi envuelto en una serie de elementos importantes que fueron mis influencias en el arte: el dibujo, la pintura y el grafiti, hoy tema de esta investigación. A los 10 años, en el 2010, me transportaba constantemente por todas las zonas de Medellín para visitar a la gran cantidad de tías y tíos en la ciudad, mientras recorría Medellín en carro o en bus, yo ya empezaba a ver las obras callejeras que invadían ya hace un largo tiempo la ciudad, cuando veía las letras y “muñecos” tan originales que se podían pintar en un grafiti me quedaba fascinado, tal vez en ese momento no lo apreciaba correctamente, pero sin duda me produjo un gran interés.

Estas imágenes fueron ejes fundamental e influencias en la elección de mi profesión al igual que lo fueron programas de TV como MTV, Cartoon Network, Disney Chanel, Nickelodeon, JETIX entre otros, algo súper loco para mi edad porque me gustaba lo que veía. Un primo llamado Juan David me mostraba como se dibujaba un grafiti y me enseñaba a colorear, él era un experto y pienso que eso también fue otro impulso muy fuerte para adentrarme a este mundo desde pequeño. Todas estas influencias son las que me impulsaron para analizar más y entender objetivamente esta cultura; ahora, con los fundamentos del diseño gráfico, considero que es posible ver más allá de esa historia y para que en el mejor de los escenarios, en un futuro cercano, crear una tendencia nueva y cautivadora para el mundo del diseño.

Por estas razones y para hacer un análisis exhaustivo busco profundizar en la influencia de la cultura Hip hop y sus estilos con el paso del tiempo en Medellín, su llegada y cómo la gente tomó este movimiento, especialmente para integrarlo al diseño gráfico. Las expresiones urbano es una tendencia muy rica en fundamentos que están relacionados con el arte, vestuario, moda, diseño de marca, la música, etc., pero en este análisis profundo de la cultura urbana

nos enfocaremos en la parte del lenguaje tipográfico y los caracteres que dan vida al grafiti que son visualmente ricos en su composición y argumento visual. Estos son puntos clave para analizar los componentes y a la vez que podamos profundizar en las diferentes ramas del diseño, que van acompañadas de técnicas y múltiples estilos. Para entender esto debemos saber cuáles eran los referentes de cada época para definir un camino específico, el que conectaría con el diseño.

- "El grafiti y la cultura urbana" de Roberto Jiménez, 2004.
- "Hip Hop Culture in the Americas" editado por Tony Mitchell, 2001.

PREGUNTA DE INVESTIGACIÓN

¿De qué manera el grafiti como expresión urbana puede aplicarse en el Diseño Gráfico para la creación de marca y productos comerciales?

OBJETIVO GENERAL

Diseñar productos comerciales utilizando el grafiti como insumo conceptual y visual.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS

1. Analizar los diferentes estilos y técnicas gráficas que abarcan la esencia del grafiti de diferentes MCs (Maestro de Ceremonia) que han generado un auge y llevado a posicionar a Medellín internacionalmente como ciudad grafitera y del arte urbano.
2. Categorizar los estilos y movimientos urbanos hallados.
3. Proponer una colección de productos innovadores a partir de la creación personal en el grafiti, de obras representativas siguiendo las tendencias de cada artista.

METODOLOGÍA

El enfoque metodológico empleado en la presente monografía es cualitativo exploratorio. Para ello se utilizaron técnicas de recolección de datos primarios, la etnografía visual mediante la observación directa y registro de las obras. Los datos secundarios se obtuvieron de análisis bibliográfico y documental, de estudios e informes particulares. Además de herramientas básicas de mejora continua como *brainstorming* para la creación de la cartografía, su nombre marca y desarrollo.

Asimismo, para el análisis y la clasificación de los lenguajes gráficos de las obras de acuerdo con elementos tipográficos e iconográficos se utilizaron matrices de evaluación como herramientas con criterios subjetivos propios de la interpretación en el mundo del arte y de la estética que permitieron determinar un estilo visual del arte urbano.

Capítulo 1

1.1 ESTADO DEL ARTE y MARCO TEÓRICO

A continuación, presento una serie de referentes que se enfocan en la cultura Hip Hop y el grafiti, haciendo énfasis en la historia y en los principios que se formaron para que esta sea una cultura respetable y que hoy en día con 40 años de historia siga progresando y rompiendo viejos estándares sociales que han tratado de frenar este movimiento.

- **Grafiti:** arte urbano de los cinco continentes / Editores. Nicholas Ganz, Tristán Manco (UNAL)

Desde la publicación en 2004 de la primera edición de Grafiti, el interés por este arte urbano se ha intensificado y hoy podemos escribir una historia del grafiti que se extiende a lo largo de cuatro décadas. En los últimos años, el grafiti ha seguido evolucionando a través de un flujo constante de proyectos y técnicas experimentales consustanciales a esta forma de arte que, en su expresión original, se ha conservado en los espacios públicos y que puede ser disfrutada y propagada de modo creativo por cada uno de nosotros. Con más de 2.000 fotografías que ilustran el trabajo de más de 180 artistas internacionales, esta nueva edición de Grafiti reúne una recopilación exhaustiva de la obra de los artistas del grafiti más interesantes e influyentes de todo el mundo. Nicholas Ganz combina en este libro su experiencia de primera mano con la visión y los comentarios de los propios artistas para ofrecernos una perspectiva verdaderamente informada y privilegiada acerca de las tendencias clave y los últimos desarrollos de estilo que han hecho del grafiti un fenómeno global.

- **Grafiti:** vandalismo, arte callejero y significado cultural

En Grafiti: Vandalism, Street Art and Cultural Significance (2012), los autores presentan primero un estudio en el que se analizó una dimensión política del arte utilizando la teoría de Jacques Rancière, el contexto micropolítico en las ciudades contemporáneas se analizó utilizando la teoría de Michael Foucault y la metodología de investigación se basó en la etnografía urbana del autor italiano Massimo Canevacci. El texto presenta las experiencias de cinco

escritores de grafiti, exponiendo temas de resistencia contra las reglas sociales. A continuación, los libros examinan un hecho ocurrido durante un taller de grafiti con jóvenes en una ciudad del sur de Brasil. El intento de pintar un grafiti en la pared blanca de una escuela, visto por los jóvenes como una transgresión a la institución y sus reglas, provocó diversas reacciones. El guardia de seguridad los reprendió y el coordinador pedagógico los escuchó, pero también mencionó la posibilidad de pedir permiso al director. Después de escuchar los argumentos de los jóvenes y negociar la imagen que se dibujaría, el director terminó por permitir que se creara el grafiti. A continuación, los autores presentan un estudio sobre el arte del grafiti en un parque de patinaje en Malta, para explorar algunas funciones que cumplen las obras de arte.

- **Grafiti: una ciudad imaginada** / Armando Silva (1986)

ciudad imaginada es un documento que explican una manera evolutiva de cómo puede ser un espacio urbano no necesariamente siendo una ciudad, evadiendo la parte arquitectónica de la ciudad y profundizando a temas más culturales y conceptuales como es el arte urbano que ya es parte fundamental de lo que es una urbe hoy en día.

- **Grafiti en Medellín** / coordinación Juan Diego Jaramillo (2011).

Tipo: Libro

Juan diego Jaramillo nos trae un recopilatorio no solamente fotográfico sino también de data importante de más de 30 artistas diferentes de la ciudad de Medellín, profundizando en las representaciones del artista y de su forma de asimilar el grafiti para no ser igual al resto, estos son algunos de los nombres que salen en el repertorio: CRS-APE (cereso monkey), La plaga, SHIFO, TOUR, FATE, NUMAK.

- **American Graffiti**/ Thompson, Margo, (2009).

Reseña: Desde principios de la década de 1970, los grafiteros han estado decorando el exterior de los trenes de metro con grafitis cada vez más grandes y elaborados. En el esquema primitivista, los grafiteros, como artistas marginales, ofrecieron nuevas perspectivas a la sociedad estadounidense. Levantaron un espejo de la cultura hegemónica. Las referencias a los medios de comunicación o a elementos culturales que los artistas incorporaron a sus creaciones cobran especial importancia hoy en día, porque representan un punto de contacto entre culturas y han hecho que esta "subcultura" sea más accesible a su nuevo público. Esta forma de expresión rebelde la analiza Margo Thompson, que relaciona el arte del grafiti con el arte contemporáneo. Así como los grafiteros dieron voz a una clase étnica subrepresentada, el autor, gracias a una tesis original, tiende a servir como embajador de esta forma de arte a menudo incomprensible.

TESIS HALLADAS

Existen dos referentes importantes: El primero es el Evento académico “Ciudad Tatuada”, es un referente importante creado por el profesor Hernando Blandón, en el curso de tercer semestre realizado en la Facultad de Diseño gráfico de la Universidad Pontificia Bolivariana en el 2022, el segundo es la tesis de grado del artista diseñador Adolfo Bernal que no pude encontrar en biblioteca porque desapareció y no fue digitalizada pero cuya propuesta continúa de forma verbal por los conocedores del grafiti y del arte.

Ciudad tatuada



Figura 1. Registro del evento Ciudad tatuada. 2022



Figura 2. Mural realizado por el grafitero y tatuador, Shamo en el evento ciudad tatuada, 2022.

Programa Ciudad tatuada

8:30 a 9:00 Estudiantes Núcleo 3 UPB, Andrés Correa.

9:00 a 9:15 Conversatorio con Dra. Polina Golovatina Mora y Hernando Blandón Gómez

9:30 a 9:45 Charla por José Ángel

10:00 a 10:15 Chicas superpoderosas

10:30 a 10:45 Charla por el artista Juan Fernando Vélez

11: 00 a 11:15 conversatorio entre Perrograf y Plaga: el arte como transformación urbana

11:30 a 11:45 Señor Okay y Mito y Fire

12: a 3:00 Acción Urbana UPB

1.2 MARCO TEÓRICO

Según la Real Academia Española: “El arte es una manifestación de la actividad humana mediante la cual se expresa una visión personal y desinteresada que interpreta lo real o imaginado, con recursos plásticos, lingüísticos o sonoros”, y el término urbano “enmarca lo perteneciente o relativo a la ciudad.” (RAE, 2016).

Desde sus inicios, el arte urbano ha evolucionado vertiginosamente y está en constante desarrollo. Por este motivo es un movimiento con pasado, pero actual y vivo. Cabe destacar que el citado pasado del arte urbano es el protagonista de las investigaciones existentes. Cómo surgió, sus primeros artistas y cómo ha evolucionado con el paso del tiempo. En este estudio se contextualiza y se analiza el presente del movimiento a través de una mirada al pasado, y es que no se puede entender el arte urbano actual sin conocer de dónde viene.

Desde un punto de vista sociopolítico hace mucho tiempo se ha vuelto costumbre que el Estado quiera callar al contradictor mediante leyes de prohibición, violencia, el miedo o el uso excesivo del poder, pero el arte urbano siempre ha persistido con sus mensajes escritos en paredes para concienciar al lector de las situaciones del país.

Hay que aclarar que no todas las expresiones son mensajes de protesta, las nuevas generaciones de grafiteros han optado por otras tendencias con un enfoque específico diferente, llenando así el campo de arte urbano de posibilidades ilimitadas, de sensaciones para transmitir a quien los visualiza. Esto también acompaña a las técnicas que califican el estilo del artista, y son puntos claves donde podemos encontrar una relación con el diseño gráfico, que varía desde psicología del color, contraste, profundidad, enfoque, perspectiva, etc.

Hoy en día en la ciudad de Medellín existen muchas oportunidades de aprendizaje, ya que el Estado entendió que esto podía ser una oportunidad de impulsar el turismo en la ciudad. Al causar restricciones en el pasado no lograban nada y solo se fomentaba más el querer salir a

pintar, y más que eso, lo que se siente en esas situaciones, sensaciones de adrenalina, locura, satisfacción, orgullo, opacidad, y al final de todo continuar con el legado que por tantos años ha seguido en la cultura Hip Hop y que por más que pase el tiempo va a ser más imposible (sic) de quitar.

Las Crews son también un punto fuerte para la cultura, las cuales han sido las responsables de la difusión del arte urbano en la ciudad, contribuyendo a la cultura con talleres de aprendizaje de técnicas, colaboraciones con artistas de otros países, en el mejor de los casos una alternativa para las futuras generaciones, que en su entorno de crecimiento esta o estaba invadido por la violencia y estos grupos han sido los encargados de potenciar el talento que muchos jóvenes no pueden sacar su potencial al máximo por las condiciones que se encuentran.

Los festivales de arte urbano son también un eje importante para el crecimiento de la cultura Hip-Hop. Un ejemplo de *Crews* que hoy en día apoyan a estos artistas son: Pictopía Medellín, ContraForma, Animales poder cultura (APC), My name is, etc. En donde se reúnen cientos de persona para apreciar la belleza de la cultura urbana y apoyar con su presencia los artistas para que crezcan más y tengan oportunidades de despegar con sus proyectos de vida.

Una actualización de este último tema es un ejemplo de crecimiento de la cultura, el junte de Crews; en este caso entre APC(@animalespodercultura) de Medellín y 1UP(@1up_crew_oficial) de Berlín, en donde trabajaron en piezas de grafiti en Bogotá llenando varios puntos de la capital, dos de las *Crews* más influyentes de la última década y que sin duda es un gran paso para la versatilidad de estilos que componen la creación de recursos gráficos.

1.2.1 DISEÑO Y ARTE URBANO PUNTOS EN COMÚN Y DIVERGENCIAS

Si partimos de esta afirmación “el arte urbano se refiere a las formas duraderas de transformación estética en el espacio público, como paredes, suelo, señales, estaciones de metro, semáforos” (Visconti, 2010, p. 514), cabe entonces preguntarnos ¿cuál es la relación plástica entre el diseño gráfico y el arte urbano? Para responder este interrogante presentaré

inicialmente los pilares del hip hop que determinan los lenguajes y el sentido crítico del grafiti, más adelante, presentaré

1.2.2 LOS CUATRO PILARES DEL HIP HOP

Dando una introducción a un gran conocedor de la cultura HIP HOP, KRS ONE afirma que: “El Hip Hop no solo es una cultura, es una nueva civilización, la razón por la que muchos sociólogos no consideran al Hip Hop una cultura es porque no respetan, no nos respetan como persona, siempre que un grupo de persona se reúnen por una cosa forman cultura, en los libros lo dice ellos no lo ven, y son ignorantes, nosotros no, la primera forma de comunicación humana fue el baile, moverte como la naturaleza, como un pez, un león, gacela, arboles, lo siguiente fue el habla, pronunciar sonidos, “enceein”, antes del lenguaje antes de todo eso es lo que somos ”MCs” lo sociólogos solo conocen el rap, y nosotros sabemos mas no somos ignorantes a eso y por ultimo los grabados en las paredes, desde pangea, pasando por Mesopotamia y Grecia, siempre hemos buscado la manera de proyectar nuestros pensamientos en la paredes, o rocas para dejar un legado en la historia.” (KRS-One. (2003). *Ruminations*. New York: Welcome Rain Publishers.

Los **4 elementos del hip-hop** son los **cuatro pilares** sobre los que se asienta esta corriente urbana: el MC (Maestro de Ceremonia), (maestro de ceremonia), el b-boy, el grafiti y el DJ.

Desde los inicios del hip-hop, en la **década de 1970**, el DJ ha sido quien tocaba la música en reuniones y fiestas, el grafiti ha sido la parte más de arte visual (y perseguida) de esta subcultura, el b-boy ha sido y es un baile con movimientos algo complejos y transgresores, y el término MC se ha reservado a los maestros de ceremonias (ahora, los MC son los raperos). A continuación, destacaremos las características de cada uno de los 4 elementos del hip-hop de manera detallada:

- MC – Emcee (Master of ceremony)

En origen, un **MC era el maestro de ceremonias** que amenizaba fiestas, juntas y reuniones. De hecho, la abreviatura MC viene precisamente de las palabras ‘máster of ceremonies’. Mientras que el MC animaba la fiesta, el **DJ (Disc Jockey)** mezclaba diferentes estilos de música con los que simpatizaba la comunidad hip-hop. Actualmente, el movimiento hip-hop utiliza el término MC para referirse a esos artistas que realizan una música rebelde y contestataria, con letras que llegan a ser verdaderamente punzantes: los raperos. El rap es uno de

los principales estilos musicales de la cultura hip-hop, aunque sus sonidos pueden variar en Boom bap, TRAP, UK Drill, G-funck, lofi, Type beats, cada estilo tiene su lugar en el rap para cada MC, aportando a la riqueza de géneros musicales.

- DJ – Deejay (Disc Jockey)

El DJ, como ya hemos mencionado, es aquella persona que toca o mezcla música en una fiesta o en un club. Uno de los DJ más importantes del movimiento hip-hop es el jamaicano-estadounidense DJ Kool Herc. En sus inicios, Kool Herc llevaba a cabo sus sesiones de DJing inspirándose en la música jamaicana, en la que el principal protagonista era el dub (un estilo de música electrónica que surgió a partir de la experimentación con música reggae). Debido a esto, el DJ jamaicano-estadounidense creó una manera de alargar las partes instrumentales o de percusión de los discos (conocidas como ‘break parts’). Para ello, Kool Herc utilizaba dos discos iguales y un mezclador de audio, algo innovador para el momento. (Chang, 2005)

- B-Boying (Breaking Boy)

-

Los b-boys ordenan cómo ha de moverse el hip-hop desde la década de 1960. Este baile callejero que forma parte de los 4 elementos del hip-hop surgió en Nueva York (en distritos antes marginados como el Bronx o Brooklyn) y se inspiró desde sus inicios en otros bailes urbanos como el Good Foot o el UpRock. Poco a poco incorporó otros pasos de baile creados en la Costa Oeste de los Estados Unidos y pertenecientes a modalidades de baile como Electric Boogaloo.

En la actualidad podríamos decir que el b-boy reúne una serie de divertidos movimientos que combinan piruetas en el piso con posiciones congeladas, posturas robóticas, trabajos de pies, etc. Para realizar muchos de estos pasos de baile, el b-boy debe utilizar la agilidad, la fuerza y la flexibilidad. Para mostrar sus dotes, los b-boys se ven las caras en una serie de batallas como la Red Bull BC One o la Battle of the Year. A menudo oímos hablar del b-boying como break dance. Sin embargo, y pese a su gran popularidad, conviene aclarar que el b-boying no es el único baile practicado en la cultura hip-hop: muchos aficionados al movimiento bailan otros estilos como el house. Schloss, J. G. (2009). *Foundation: B-boys, b-girls, and hip-hop culture in New York*. Oxford University.

- Grafiti

Hablar de los 4 elementos del hip-hop implica explicar con detenimiento qué es el grafiti y qué lo diferencia, por ejemplo, del arte urbano. Se conoce como **grafiti a la práctica de dibujar o pintar en paredes y espacios públicos con un aerosol o con un rotulador o con lo que sea ilegalmente en su principio**. Las piezas de grafiti suelen llevar pintado el nombre de un writer o de una crew o palabras random aunque el grafiti también puede contar con alguna pequeña imagen o un keko (muñeco).

Lo que motiva al writer a elaborar un grafiti, además de una mayor o menor intencionalidad artística, es la posibilidad de darse a conocer haciendo que su nombre o firma aparezca pintada en distintos lugares: una fachada, un vagón de metro, un puente, etc. Aunque se dice que en el grafiti es mucho más importante dar visibilidad a un nombre que escribirlo de manera bonita, la verdad es que los writers han dado forma a diferentes estilos que permiten que hoy podamos encontrarnos con exponentes bastante distintos en cuanto a diseño: están el grafiti wildstyle, el block letters, el bubble letters, también una categoría muy común para los grafiteros es ser un bombardero que veremos que es a continuación. (Kaosystem, n.d.)



Bombarderos

Los grafiteros entienden por bombardear **el acto de salir a las calles y los espacios públicos con sus firmas principalmente en estilo vomito o mejor conocido como throw up (se nombra así ya que es una forma de expresión rápida, sin temor y también abstracta)**.

Figura 3. @ classicseen

Se puede bombardear de muchas maneras: escribiendo en una pared como quien escribe en un papel o lanzándose con un throw up, En pocas palabras es un writer que se dedica a llenar muchas veces su tag con un estilo muy rápido con 2 colores.

A pesar de que la mayoría grafitis se realizan sin permiso, algunas instituciones ceden espacios para que los writers den color a los muros de una determinada zona haciendo un buen uso del spray, con una temática específica. Todos los grafiteros siguen las normas de un código particular que impide, por ejemplo, pintar encima de la obra de otro writer o copiar la pieza de un compañero, esto se considera y se conoce como un TOY.

(Kaosystem, n.d.) y (Sintes, 2023)

Capítulo 2

MEDELLÍN: LENGUAJES GRÁFICOS, TENDENCIAS Y ARTISTAS

2.1. Grafiteros Internacionales

A continuación, presento, según mis criterios y de forma sintética, tres de los artistas más representativos de la escena internacional, continúo con grafiteros latinoamericanos hasta llegar a la escena local.

2.1.1 Sofles

Russell Fenn, conocido como Sofles, es un grafitero australiano de Brisbane. Autodidacta, lleva más de 20 años perfeccionando sus habilidades en pintura en aerosol, acrílico, dibujo, trabajos digitales e ilustración. Ha trabajado con clientes como Amazon Prime, ESPN, Red Bull, Uber y Universal Studios. Sus obras se destacan por gráfi-



Figura 4. Sofles.com

cos brillantes, colores intensos, detalles finos y elementos abstractos, captando la atención de muchos.

Sofles busca crear imágenes impactantes que evoquen emociones. “Creo que el arte debe ser una parte importante del paisaje de la ciudad. Quiero crear arte público para que la gente disfrute, para transformar espacios” (indicar la fuente y la página). Inspirado por la naturaleza, la sociedad y el grafiti, su estilo aborda temas como el tiempo y las dimensiones, con formas orgánicas e impredecibles.

EL GRAFITI DE STENCIL

Este recurso es simple y básicamente permite crear una imagen o forma negativa cortando una superficie plana (un cartón, papel, lamina de metal, por ejemplo), creando la plantilla en sí. A continuación, se coloca sobre el soporte y se aplica pintura en spray sobre él, de forma que la izquierda positiva queda representada en esa superficie.

Sin volver a sus orígenes más ancestrales, la referencia más clara del stencil de grafiti tal y como lo conocemos hoy en día, tiene sus raíces en la Segunda Guerra Mundial. El ejército estadounidense usó plantillas para colocarlos en el equipo de sus diferentes unidades y etiquetarlos de esta manera para que todos supieran a qué división pertenecía el soldado. Pero no sólo en tiempos de guerra nació el "stencil tagging".



Figura 5. BANKSI

2.1.2 BANKSI “LA RATA” VS KING ROBBO



Figura 6. BANKSI.Blogger.com

Una batalla eternaEl primero, Banksy, no necesita demasiada presentación. Es uno de los grafiteros contemporáneos de Francia (o artistas urbanos, según para quién) más conocidos a nivel mundial. Su nombre inunda los medios cada vez que realiza una intervención y algunas de sus obras, como la mítica Kissing Coppers (en la que aparecen dos policías londinenses besándose) fue subastada en Fine Art Auctions (FAAM, Miami) por medio millón de dólares.



Figura 7 KING ROBBO. Blogger.com

2.1.3 Puede que Robbo no les suene demasiado, sin embargo, es una de las figuras más importantes del grafiti underground de Londres. Nació en 1969 y

pasó gran parte de su adolescencia en la capital del amor, París, tal y como cuenta en una entrevista al diario Telegraph de Londres, taggeando trenes y rincones del mundo como el puente de Hornsey Road, cerca del Emirates Stadium.

- El Mundo. (2014). Cultura. Recuperado de [El Mundo](#)

2.2 GRAFITEROS LATINOS

2.2.1 Ledania (Bogota)

Diana Ordóñez (1987), también conocida como Ledania, es una NEO MURALISTA colombiana que se ha consolidado como un importante referente del grafiti latinoamericano. El nombre de Ledania, que es en sí un monograma, es una técnica para crear nombres usando las iniciales de otros, proviene de la unión de Leda, la famosa mujer seducida por Zeus en la mitología griega, y su primer nombre. Actualmente vive en Bogotá, Ledania. Además del arte callejero, también trabaja en fotografía, diseño gráfico, publicidad, maquillaje artístico, escultura, así como en la implementación de sus temas y motivos en artículos decorativos, ropa y accesorios.



Figura 8. @Ledania

La artista explica que no piensa del todo cuando crea, presta más atención a lo que está sintiendo, ya que le parece de más importancia. Aunque la técnica involucra a los sentimientos y podría catalogarse dentro de las técnicas expresionistas, los resultados —sobre todo sus dibujos— son ejemplos de las imágenes surrealistas.

El tema de los dibujos de **Ledania** es difícil de definir. Algunas veces aparecen en ellos animales como la tortuga, pero se alejan de la realidad ya que dota a estos seres de características antinaturales e imaginarias como el barco que hace las veces de caparazón en la figura mencionada previamente. Fuente <https://www.gallerybarcelona.com/ledania/>

Skofer (México)

Un artista de más de 20 años de trayectoria, participando en festivales y colectivos de grafiti, enriquecido de arte y dando gran difusión de sus obras, transmitiendo desde un carácter cómico hasta temas protestas sociales. Este gran influyente de la cultura de México hace travesías por el mundo sacando un estilo entretenido a la vista y bello en el panorama urbano.

<https://www.instagram.com/skofeone/>



Figura 9. @Skofeone

2.2.3 GRAFITEROS LOCALES

La plaga invade: Uno de los principales referentes de la cultura grafiti en Medellín, incentivando proyectos como *My name is*, un evento para amantes de la cultura Hip Hop el cual nace de un concurso para saber el mejor grafitero del país, hace parte de una de las crew más influyentes en la última década en Colombia llamada APC (Animales poder cultura) de la que forma parte reconocidos artistas como Scifu, Señor frijol, Shamo, TOUR, Cereso Monkey, teniendo aproximadamente 50 miembros con estilos salvajes no solo del grafiti, también como último aporte significativo de la plaga es el NEAVERSO, el cual es un universo digital en donde puedes visualizar obras creadas por él y otros artistas de manera digital con realidad aumentada, a través de un avatar interactuar con una galería de arte moderno llevado a las nuevas plataformas.



Figura 10. @Laplagainvade

Figura 11. @wormwh



también sticker de colección y para rayar con marcadores, recordando la infancia cuando clareábamos dibujos.

Worm: Fue uno de los finalistas en el evento *My name is*, mencionado anteriormente, el cual es precursor del grafiti con una trayectoria de más de 20 años; hoy en día lidera un proyecto llamado “Estilos y Colores” el cual es un libro adaptado para todo el público en el que se compone por fotografías de diferentes sitios pintados en la ciudad de él y de diferentes artistas, tam-

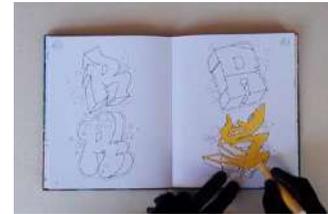


Figura 12. @wormwh



Figura 13. @beekbta

BeekBta: es un experimentado grafitero de la ciudad de Bogotá con más de 20 años de trayectoria, finalista de festival de grafiti nacional, con un estilo de letras wild style y un carácter compuesto con un estilo cubista y colores muy vivos que asombran a la vista por su alta saturación, también está metido en el mundo del metaverso con obras digitales en 3D teniendo en galerías obras exhibidas.

LA PLAGA Y KATHIUSKA: intervención grafiti digital

Trabajando de la mano con Adobe, La Plaga Invade y Kathiuska han generado una obra de arte gráfica digital, a partir de la esencia del en barrio, en este caso, la comuna 13, en donde con una selección de fotografías de la arquitectura y ambiente de las calles y sus hogares, la intervinieron dándole una apariencia más fresca y contemporánea, de la cual derivan estilos como los caracteres y la animación.

A continuación, presento los testimonios de estos artistas respecto a la tendencia del arte urbano en la ciudad:

- Kathiuska: “primero nos sentamos a escribir, a identificar los elementos que querían que hablaran de la ciudad y del trabajo personal, a partir de ahí salimos a buscar las imágenes de ese lugar que queríamos plasmar en una fotografía para intervenir”. (<https://www.behance.net/kathiuska>)
- La plaga: “partimos de una premisa de cómo conservar una intervención del espacio público. El grafiti es efímero, queríamos hacer una intervención de un espacio público de una manera en la que permaneciera en el tiempo. Optamos por la intervención de una fotografía de un espacio real y la transformamos con los imaginarios y las visiones de cada uno”.



- Adobe. (2021, 19 de octubre). *Artistas latinoamericanos unidos para probar nuevos formatos con NFT.*

TENDENCIAS

Una de las palabras referente en este ámbito es la palabra “trend” o tendencia que en inglés significa “cambio”. La podemos definir como aquel proceso de cambio en los grupos humanos, que da lugar a nuevas necesidades, deseos, formas de comportamiento y por ende a nuevos productos y servicios. Las sociedades humanas a lo largo del tiempo han tenido la necesidad por manifestar sus características, cada individuo elige ciertas características para ser reconocido dentro de un grupo de personas.

La tendencia puede ser descrita como un deseo por el cual unos individuos distintos los unos a los otros sin haberse puesto de acuerdo muestran tener los mismos deseos o gustos en común. No todo lo que se le denomina tendencia tiene que ser en el ámbito comercial, la tendencia va desde cosas de valor cotidiano como el nombre que le pondremos a nuestro hijo, hasta el cómo nos dejaremos la barba; la moda se ha ido esparciendo a cada uno de los objetos que utilizamos y hasta en los servicios que designan también un modo de vida¹.

Haciendo un análisis exhaustivo de los mercados de promoción y ventas gráfica, he podido identificar que en esta última década todo se ha dirigido a lo digital en páginas y redes sociales exclusivas que te clasifican según tus gustos, estas páginas son: *OpenSea*, *Rarible*, *Niftygateway*, *Markerplace*, *Instagram*, etc., son mercados para cualquier persona en donde puedes comprar o vender tus obras. Este tema lo traigo a colación por la gran influencia que ha generado a la hora de invertir y tener ingresos pasivos.

En primera instancia, me influyeron otros artistas del grafiti en Medellín, como los principales referentes que han impulsado el arte urbano a otro nivel.

¹ Cfr: <http://www.circulodetendencias.com/que-es-una-tendencia>

<p>LETTER STYLE</p> 	<p>Es la marca característica de los graffiteros después del Tag, cada uno de los tipos de firmas están compuestas por cierta dificultad y fundamentos que visualmente se diferencian por su originalidad y técnica, ya sea en el papel o en el muro.</p>
<p>ESTILO POMPA</p>	 <p>Considerado el mejor estilo para comenzar y/o adentrarse al mundo de la escritura graffiti, llamado pompa como se ve derivado de burbuja o bomba, su intención es ser circular o simular letras infladas</p>
<p>THROW UP</p>	 <p>Ese estilo es la evolución de la bomba, siendo este conformado con más deformaciones y libertades, su entendimiento es mínimo, lo que importa es lo que el escritor desee experimentar para su propio placer, también agregar que su ejecución del muro debe de ser muy rápida con un tiempo estándar de 3-4 min max.</p>
<p>BLACK LETTER</p>	 <p>Su lectura es la más fácil y apreciable, su intención es ser visto desde lejanas distancias ya que como lo indica su nombre son bloques de letras gigantes, aproximadamente de 2 o 3 metros mínimo de altura.</p>

Figura 15. Autoría propia

<h1>ICONO CARACTER</h1>	<p>Puede considerarse una rama aparte de lo que normalmente hace un escritor de graffiti, este consiste en la creación de personajes, más cercanos a una caricatura, pasando por la comicidad, ironía, protesta o significado abstracto que el artista desee darle.</p>
<h2>ICONO</h2>	 <p>La clave del estilo icono es su simplificación de elementos, al igual que el throw up también lo abstracto que quiera el artista es un punto interesante de la pieza formando una imagen figurativa</p>
<h2>CARACTER</h2>	 <p>La clave del estilo icono es su simplificación de elementos, al igual que el throw up también lo abstracto que quiera el artista es un punto interesante de la pieza formando una imagen figurativa</p>
<h2>CARACTER COMPLETO</h2>	 <p>El carácter compuesto sería la categoría más compuesta de elemento que el carácter normal, con ilimitados agregados volviéndolo rico en creatividad artística como sombra, manos, texturas, tags, etc</p>

Figura 16. Autoría propia

<h1>FIRMA</h1> <h2>TAG</h2>	<p>El tag o la firma fue la acción más primitiva de graffiti en su historia, contando con libertad de estilos para crear lo que sería tu marca, a pesar de que en temas de composición hoy en día esta más estructurado, la experimentación siempre va ser un factor importante del tag.</p>  <p>El tag fue la primera firma creada por todo graffitero, la fluidez de las letras combinadas con deformaciones inesperadas conforman un tag con potencia visual entre los escritores.</p>
<h2>PIXACAO</h2>	 <p>llamado pixacao o pixo, originado en los 80' en sao paulo Brasil es un estilo protesta que en su esencia se realiza verticalmente en los edificios, con trazos angulosos y verticales altos y estrechas, tienen similitud con las runas nórdicas.</p>
<h2>TAG GOTICO</h2>	 <p>La firma gótica está compuesta de igual manera que el tag clásico, con la diferencia de que tiene un orden secuencial de letras mejor marcado y las decoraciones como puntas o aros en punta tiene un nivel más de complejidad.</p>

Figura 17. Autoría propia

Comercial hop

Como su nombre lo dice es el estilo más comercial al que estos usuarios se sienten identificados, teniendo de referentes a artistas del género del reggaetón y siguiendo las tendencias que estos siguen. Es el estilo más apartado de la cultura ya que principalmente se centran en la fama, las mujeres y con su clásico contenido machista pero que a la vez que se vende.

De manera visual, se pueden identificar prendas coloridas de marcas costosas que quieren entrar a esta cultura, como Gucci, Louis Vuitton, Christian Dior, etc., haciendo colaboraciones que se ponen en vanguardia y son asequibles para un público estrato 6,7 y relacionadas por el gusto musical del artista, pero no por la verdadera esencia de lo urbano.

Título: Descripción

Esta obra hecha por Fokógrafo fue una colaboración que hizo el artista con el evento, en donde en un día termino la obra, el factor aquí es la empresa del evento, la cual ni siquiera resalto un post especial para el artista en su página de Instagram resaltando el trabajo y la experiencia que él vivió en ese día; entonces puedo afirmar que este tipo de eventos son de Comercial hop, simplemente les importa el factor tendencia que se esté manejando, pero nada más allá del fundamento que transmite



Figura 18. @Fokógrafo

Ejemplo de comercial hop en marcas más importantes en el mundo. Colaboración entre Kaws y Dior en un desfile de primavera-verano 2019 de Dior Homme, presidido por una escultura de Kaws.

La carrera de Kaws como artista del grafiti se inició cuando vivía en Jersey City. Después, al mudarse a Nueva York en los años 1990, Kaws comenzó a modificar las imágenes de la publicidad en paradas de autobuses y cabinas telefónicas. Estos afiches rediseñados quedaban en el olvido y podían pasar varios meses así, pero cuando la popularidad de Kaws se disparó, los carteles eran intensamente buscados.



Figura 19. @KAWS

A fines de los años 1990, Kaws comenzó a diseñar y producir ediciones limitadas de juguetes hechos con vinilo. Más juguetes e indumentaria fueron creadas para *Original Fake*, una entonces emergente tienda en colaboración con *Medicom Toy*, en el distrito de Aoyama, Tokio, donde una edición limitada original de un producto es lanzada cada semana.

También fue invitado a diseñar tablas de *snowboarding* para Burton y zapatillas para Nike y Vans. En agosto de 2010 creó una edición limitada de botellas para la cerveza mexicana Dos Equis.



Figura 20. @KAWS



Figura 21. @KAWS

Esto solo es un ejemplo de cómo la tendencia, comercial hop se ha desarrollado con artistas de arte urbano de gran prestigio, y usan el estilo del artista como recurso de campaña en sus ediciones de productos o

servicios que les convengan a la marca.

Bigga Funk

Este estilo es arraigado de la cultura Neoyorquina de los 90's la cual primeramente fue desarrollada por Warren G en su álbum 'Regulate G-Funk Era' y poco después Doc.Dre en uno de los mejores álbumes de la historia del rap "The Chronic". este último es también en pocas palabras es el mejor productor de beats de hip-hop de la historia.

Se define como un género que mezcla lo mejor del *gangsta* rap con el funk setentero y algo de la música electrónica más característica de California. Es por ello que ese compendio entre temáticas agresivas (la calle, las drogas, las bandas o las fiestas) unida a una musicalidad accesible(comercial).

Para entender más a detalle este sub genero del rap te recomiendo ver "G-FUNK" una serie documental de YouTube con la aparición de Warren G, Snoop Dogg y Nate Dogg, en donde explican a detalle la esencia de su estilo.



Figura 22. alcolirykoz.com

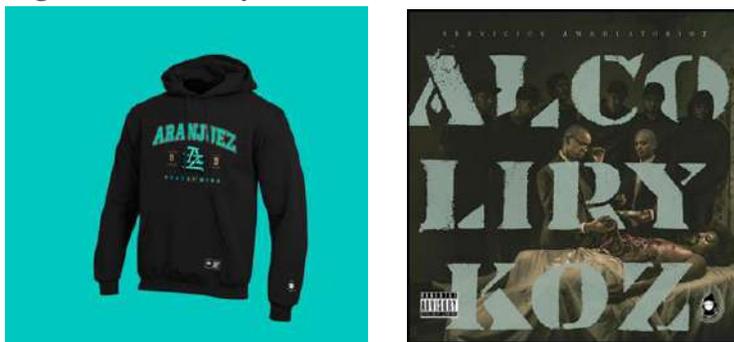


Figura 23 - 24. alcolirykoz.com

Estilo Bigga letters

Un ejemplo en nuestra ciudad de este estilo son los Alcolirycoz, con más de 20 años de trayectoria su estilo es bastante callejero, pero en su último álbum Aranjuez experimentaron con el estilo G.funck con temas llenos de frescura en los beats y líricas crudas que reflejan la realidad del país.

Entendiendo ya la esencia de este estilo nos vamos a la parte visual y gráfica que desarrolla en la cultura; En la parte tipográfica se puede identificar letras más entendibles al lector como lo son los buses públicos de la ciudad, ejemplo; Aranjuez también variantes de estilo baseball, con una paleta de color pequeña, en donde solo se transmita fuerza en las letras. El desarrollo de la cultura a llevado a este grupo a producir prendas con estilos frescos para su público que con los años a crecido exponencialmente. Imagen

Under freshco



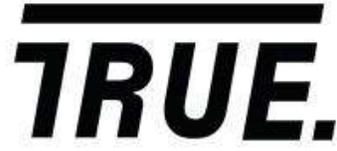
Figura 25. @pictopiamedellin

En esta categoría se encuentran aquel público que comprende la riqueza de las habilidades del rapero, letras con trasfondos estructurales de significados dobles y que al escucharlo genera chispa de interés.

El Under freshco es la categoría que más se fija en el estilo de todo lo que compone su temática, como lo es la esencia gráfica, como las letras ornamentadas y caracteres impactantes que resaltan por tener skills que es un concepto que diferencia de las demás categorías. No les interesa la fama ni mucho menos ser un estereotipo, simplemente se resaltan por su esencia única, sin copiar a nadie y con un Flow americano que se

apodera de los gustos juveniles estrato 3,4 y 5 (No es un público estricto).

Los referentes más relevantes de esta cultura son True, la cual es una marca de ropa paísa que describe perfectamente esta clasificación mezclando el estilo noventero y moderno de las prendas urbanas que hoy en día usa el público juvenil para identificarse, muy similar a las tendencias de vanguardia Newtoykina.



También artistas urbanos del grafiti como lo son La plaga, Cifu,

Figura 26. @TRUE

Creso monky, etc., los cuales se caracteriza por su frescura en los personajes animados, con una rica combinación en la paleta de color y participando en eventos de música, haciendo esta categoría más influyente en la sociedad. Imagen

Street gánster

La categoría más cruda y ruda que se puede identificar en la cultura paisa, definida a partir de las verdades de las calles y las historias escondidas que viven jóvenes a raíz de la violencia de la zona o de la pobreza, en donde las únicas salidas son el tráfico de drogas o escribir sobre esto, que es el origen por el cual el rap se creó.

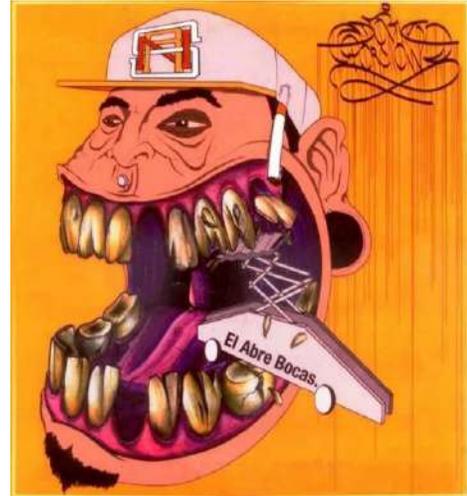


Figura 27. Portada álbum "Esas cosas"

El público consumidor de esta categoría es de estrato 1 y 2 siendo así jóvenes de bajos recursos que solamente escuchan su día a día con letras explícitas de artistas de difunden la cultura.

La influencia de un estilo crudo también está en la tipografía que muchas veces se estampan en sus prendas, con ornamentos y sin definición alguna del concepto de funcionalidad.

Artistas como Alcolirykoz son la principal influencia, dado a sus letras de vivencias de barrio bajo y sus prendas de tallas extremadamente grandes definen el estilo que estos jóvenes que les gusta, con pantalones estampados con letras de grafiti de estilo trash de colores, generando una tendencia en ventas que he podido identificar cuando voy de comprar a ropa ciertos sitios con conceptos de Hip Hop en la ciudad. imagen

Potencial urbano

El potencial de artistas urbanos en Medellín es exponencial, esto se demuestra al convertir a la ciudad en la número 1 en cultura Hip Hop en mi opinión, sé que este reconocimiento puede ser controversial, pero como seguidor de esta cultura fui testigo del evento más grande de cultura hip hop a nivel nacional que se hizo en Medellín en el año 2021.

“My name is Colombia” es el nombre de la iniciativa que tomaron varias entidades de la ciudad, incluidos los grafiteros de gran trayectoria y la Fundación Pintuco. Crearon un evento en donde se respiraban los 4 elementos del Hip Hop, con más de 1.000 personas presenciando el inicio de lo que fue la oportunidad perfecta para que el país diera un giro de 360 grados y borrara estigmas que se tiene sobre Colombia.



Figura 27. Logo del evento my name is colombia

Después de este gran evento con las expectativas forjadas se logró establecer como meta explotar el potencial artístico urbano que está en los barrios de la ciudad para que muchos chicos y chicas talentosos salgan adelante, la idea base es sacarlos hacia otras direcciones de vida más positivas, sacando algunos de la adicción a la droga, la violencia de sus barrios, la pobreza, la depresión, etc. Proyectándolos hacia un futuro mejor.



Figura 28. Portada evento por @ pig.one

Tuve la oportunidad de interactuar con varios personajes que representan la cultura hip-hop, y darme cuenta lo avanzado que esta la cultura hip-hop en Colombia, hable con el diseñador que realizo la publicidad para el evento de *My name is Colombia*, cuyo estilo tiene una esencia hip-hopera de los 90's, algo vintage y muy ilustrativo, Pig.one el nombre del diseñador de Bogotá que adoptó la esencia urbana en sus trabajos. Imagen

Lo anterior es un ejemplo de cómo el arte urbano se puede transformar en un recurso para proyectos de diseño gráfico, todo esto dependiendo de cuál estilo es el ideal, y cuáles elementos de ese estilo son los justos para generar tendencia en el tipo de trabajo que queremos llevar a cabo, los recursos son infinitos, el punto está en saber que se quiere generar en la marca con estas nuevas alternativas de campaña.



Figura 29. Portada evento por @ pig.one

Capítulo 3

ANÁLISIS Y DESARROLLO DE LA PROPUESTA

En el proceso de investigación realizado para realizar esta monografía, se han empleado distintas metodologías y a lo largo de esta se han atravesado diferentes etapas. Se ha comenzado con una investigación exploratoria del objeto de estudio, la cultura hip hop y el grafiti con una panorámica mundial y luego local, en Medellín, ya que en este caso es novedoso, cambiante y poco estudiado. Se ha continuado con una extensa labor de investigación descriptiva y documental.

He abordado la información necesaria pasando por una fase de recopilación, seguida de una etapa de consulta y concluyendo con un periodo de análisis y de interpretación de los resultados obtenidos. La investigación inicial se orientó a la recolección de los datos y de la información imprescindible para entender el fenómeno del arte urbano, el grafiti y su relación con el diseño gráfico para poder precisar así, la naturaleza de estos. Para ello, se ha recopilado mucha información para entender y definir el objeto de estudio de dicha investigación.

Se hará un análisis a fondo para caracterizar el estilo de artistas-grafiteros en Medellín como La Plaga Invade, la Crew DTS, como sus integrantes sheba,saw,kits, enfocándome en las formas y sus grados complejidad, y con estos a su vez sobre los recursos gráficos que se utilizan para generar ese poder visual que tanto llama la atención y que pueden al utilizarlos ser de gran ayuda en la disciplina del diseño gráfico, como la ilustración, la creación de marcas, portadas de álbumes, roca, accesorios e infinitas posibilidades en el mercado.

3.1 ANÁLISIS DE ESTILO GRÁFICO TIPOGRÁFICO: (CREW DTS)

Esta Crew la considero un grupo muy fuerte en el área metropolitana de Medellín, poseen un estilo muy marcado, propio y crudo de MC's con mucha habilidad y trayectoria.

3.1.1 ANÁLISIS TIPOGRÁFICO:(LETTER STILE)

3.1.1.1 Tag clásico



Figura 30. @DTSAW

El estilo de letra a pesar de estar tan deformada, sigue siendo un throw up complejo que genera un grado de complejidad a la vista, gracias a las puntas salidas y deformadas, pero con la atención correcta es sencillo descifrar las siglas, (DTS).

Este estilo se podría llamar moderno, donde es estilo oscuro o dark sale a relucir, algo diferente a las bombas que conocemos.

3.1.1.2 Block letter

Un estilo de grafiti que posee tamaños exagerados con una paleta de color reducida a 2.

El ser simples a la vista es una característica de este estilo, pero esta Crea nos demuestra su crudeza en las letras q siempre este marcado a pesar del estilo que pueda hacer.

Otra característica evidente de este estilo es su lectura a la distancia, que es un punto muy característico del block letter.



Figura 31. @DTSAW

3.1.1.3 Throwup con power line



Figura 32. @DTSAW

Estas siglas son de un integrante principal de la Crew MC “SAW”, en este caso nos muestra un lado más suave y entendible a la vista, no tan agresivo.

Posee una estructura estilo bomba, muy característica de los estilos de Grafitis de Medellín.

La característica de este estilo es que son muy rápidos de hacer, y en ocasiones se hacen con varios integrantes del grupo.

3.2 ANÁLISIS DE ESTILO GRÁFICO CARÁCTER:

Finalmente, realicé un seguimiento de varios grafiteros reconocidos y artistas urbanos, un acompañamiento continuo y limitado en el tiempo con la finalidad de conocer cómo y por qué actúan. El verdadero objetivo de este seguimiento era pensar, crear, actuar y sentir como un artista más. He conseguido conocer el objeto de estudio dentro de su contexto, usando la observación como procedimiento empírico para la obtención de datos. Se trata de una observación individual, en la vida real y con un observador participante.



Figura 33. Autoría propia

Análisis de carácter: (La plaga invade)

Uno de los referentes más representativos en la escena del grafiti en Medellín, con más de 15 años de trayectoria, influenciando a generaciones de muchachos con grandes proyecciones, en este caso yo soy un admirador de su trabajo y el lo que se ha transformado para la cultura hip hop.

Icono carácter: Carácter Tag

Es un estilo diferente al tag que conocemos, ya q lo normal en los tags es que sea le nombre del garitero, pero la plaga se hace notar con el dibujo de su carácter.

Con una estructura circular simple a la vista, pero sin perder ese estilo de insecto, en este caso lo más cercano que yo veo es una hormiga culona.



Figura 34. Autoría propia

Icono

Es la marca registra de él, este icono literalmente está plagado por todo Medellín, y Colombia.

Un estilo muy esquemático que a través de los años ha evolucionado y comercializado a la industria.

Muchas veces la plaga hace obras complementarias con otros grafiteros para llegar a una composición conjunta de estilos atrevidos y vanguardistas característicos de la cultura paisa.



Figura 35. @Laplagainvade



Figura 36 - 39. @Laplagainvade

Enlaces a la obra del artista

<https://laplagainvade.com/>

<https://www.youtube.com/watch?v=U7gHleSG9OA&t=1s>

<http://www.circulodetendencias.com/que-es-una-tendencia>

Ejemplo de materialización de colectivos de Diseño gráfico con elementos del grafiti.

Romosstudios, flyy.studios

Es una página dedicada al diseño de poster y carátulas de álbumes o eventos que algunos elementos del grafiti, como la deformación de letras, punto focal, profundidad, paletas de color y muchos elementos más propios de piezas callejeras.

<https://www.instagram.com/romosstudios/>

<https://www.instagram.com/flyystus/>



Figura 40. @Flyy.studios

DESARROLLO DE LA CARTOGRAFÍA

Para esta propuesta se requirió estudiar las necesidades necesarias para crear marca con referencia el grafiti y respetando todas sus corrientes por las que se definen, tipografía y carácter, que la aplicación debe facilitar mediante el recorrido específico del artista en específico que se inspira el diseñador o referencia.

Brainstorming para la propuesta

Propuestas de nombres para la app.

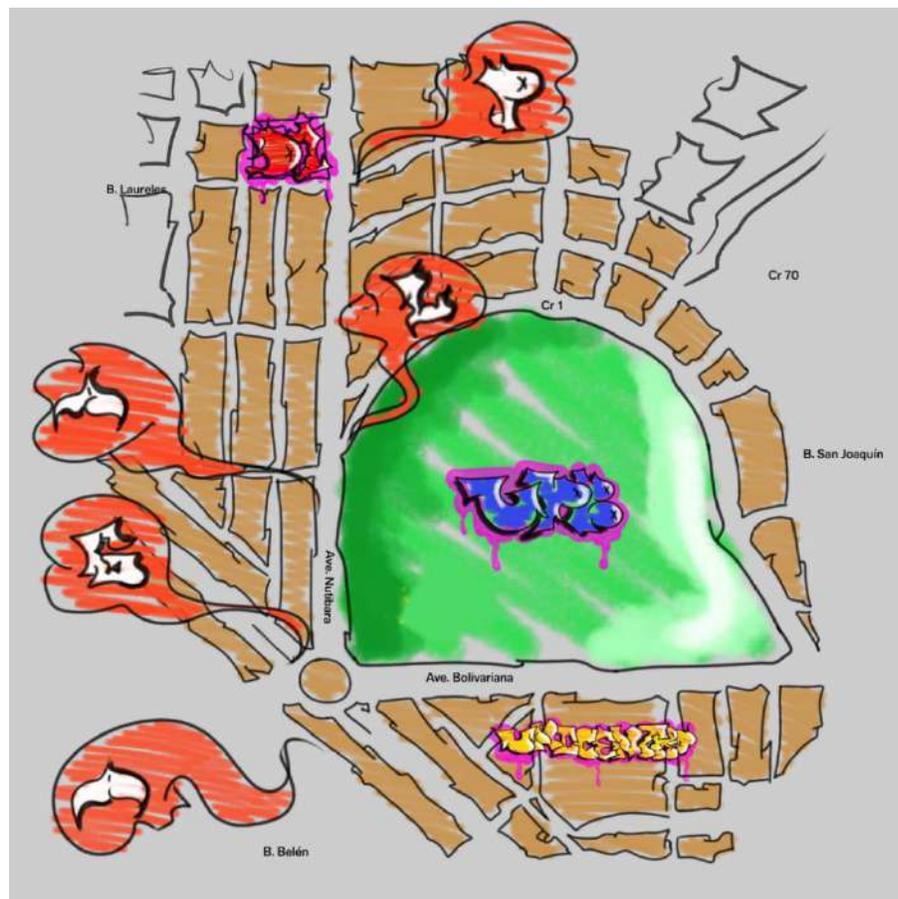
- Grafficity
- Under map
- Tagcity
- Ciudad rayada

Las propuestas fueron puestas en consideración de algunos grafiteros y diseñadores gráficos de la ciudad quienes eligieron Grafficity al considerar un nombre más entendible para el público en general, siendo un nombre con la sonoridad con nombre grafiti jugando con la sonoridad y haciendo el juego de palabras dándole un toque interactivo y de identidad de la aplicación.

Propuesta 1



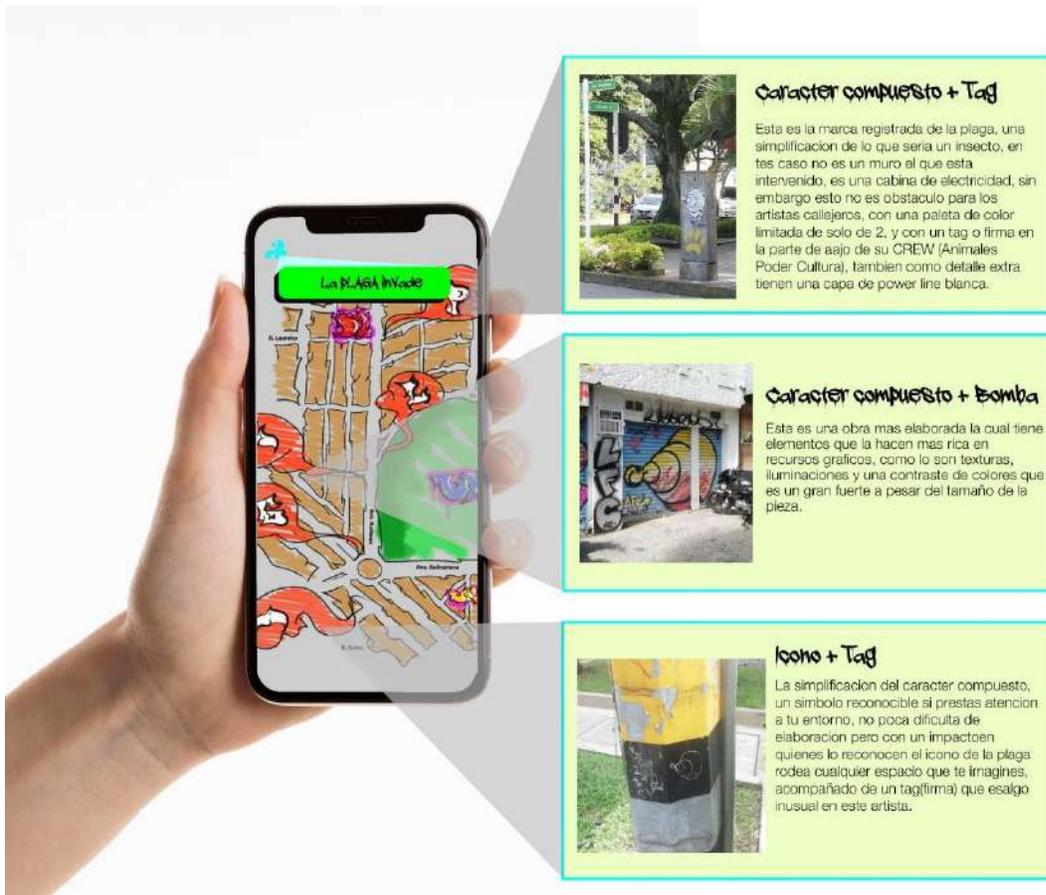
Desarrollo pre-diseño



Visualización APP (Mockup)



Presentación de la Arquitectura DE LA aplicación



Desarrollo de la Marca personal

A continuación, presentaré la creación y desarrollo de mi marca personal, mediante la aplicación gráfica en una prenda de vestuario, en esta ocasión de una camiseta estampada con diversos colores que permiten llegar a un público más amplio, no solamente apegados a la cultura Hip Hop sino que también a promover la identidad que refleja las calles de la ciudad.

Formada a partir de una mezcla de todos los elementos vistos en esta investigación, lo que es Tipografía y carácter, añadiéndole claro el toque personal que es lo que hará diferenciarte de la competencia o de otros artistas como el toque gótico, grunge, y de más propiedades de diseño que se pueden apreciar.

Proceso (boceto – creación-aplicación gráfica)



Camisetas de algodón 150 de gramaje estampadas en DTF



CONCLUSIONES

Para concluir se puede afirmar que las diversas formas de expresión callejera que se convierten en grafiti son y siempre serán un acto de rebeldía humana, una manera de proyectar o representar lo que se desea. Los temas más recurrentes pueden variar desde simples palabras o frases que exaltan la libertad de expresión hasta mensajes más constructivos y profundos. Sin importar el estilo utilizado, el grafiti puede crearse con o sin un significado aparente. Lo único que todas estas obras tienen en común es la decisión de los artistas de salir a exponerse en la ciudad, transformando los espacios urbanos en lienzos vivos en galerías abiertas.

Es crucial destacar que, al querer formalizar el grafiti como arte urbano, su poder comunicativo debería ser más intencional, transmitiendo sensaciones de manera similar a como se hace en un museo, pero aprovechando la galería abierta que ofrece la calle. Hoy en día, la interpretación de estos mensajes es más sencilla y rápida que en el pasado. Estas expresiones visuales han logrado llenar ciudades desde las más desarrolladas hasta los distritos más desfavorecidos, reflejando una diversidad cultural y social impresionante.

La evolución del arte urbano parece no tener límites, y su popularidad sigue en aumento a nivel mundial. Por ello, experimentar continuamente con diferentes formas de comunicación visual y explorar cómo los mensajes pueden llegar mejor al público o más interesante es fundamental para el desarrollo y la innovación en este campo. El grafiti no solo embellece y dinamiza el paisaje urbano, sino que también sirve como un poderoso medio de expresión para las voces marginadas y una herramienta para la transformación social.

REFERENCIAS

- Alcolirykoz. (s.f.). *Biografía*. Recuperado de [Alcolirykoz](#)
- Behance. (s.f.). *Pig.one*. Recuperado de Behance
- Brandt, A. (2018). *The Evolution of Underground Rap Culture*. New York: Urban Music Press.
- Diccionario Oxford Languages. (s.f.). *Trend*. Recuperado de Oxford Languages
- Haro, J. (2019). *Reggaeton and Urban Culture*. Barcelona: Ediciones Musicales.
- Vogue. (2019). *KAWS y Dior: una colaboración icónica*. Recuperado de Vogue
- Wilson, S. (2010). *The Chronic and the Evolution of G-Funk*. Los Ángeles: Rap Music Archives.
- Gutiérrez, M. (2022). *Aranjuez: La evolución del estilo de Alcolirykoz*. Medellín: Cultura Urbana Press.
- Rivera, L. (2021). *Street Gangs and Urban Music in Medellín*. Medellín: Social Research Publications.
- López, J. (2022). *Hip Hop en Medellín: Una Revolución Cultural*. Bogotá: Cultural Movement Press.
- True Clothing. (s.f.). Recuperado de [True Clothing](#)
- Martínez, A. (2022). *Naming y Branding en Aplicaciones Urbanas*. Madrid: Publicaciones Digitales.
- García, P. (2021). *Métodos de Investigación en Arte Urbano*. Madrid: Universidad de Artes.
- La Plaga Invade. (s.f.). *About*. Recuperado de [La Plaga Invade](#)
- Sánchez, L. (2018). *Estilos de Graffiti en Medellín: Análisis y Técnicas*. Medellín: Arte y Cultura Press.
- Campos, J. (2020). *Tipografía y Graffiti: Evolución y Estilo*. Bogotá: Arte Urbano Editorial.
- RAE, 2016. *Diccionario de la Real Academia de la Lengua*. Madrid, RAE.
- López, M. (2017). *El poder del graffiti: Transformación social y cultural*. Bogotá: Editorial Cultural.
- Or El Mundo. (2014). *Cultura*. Recuperado de [El Mundo](#)

- Sofles. (s.f.). About. Recuperado de [Sofles](#)
- tega, P. (2021). *Innovación en el arte urbano: Nuevas tendencias y técnicas*. Sevilla: Innovarte Editorial.
- Adobe. (2021, 19 de octubre). *Artistas latinoamericanos unidos para probar nuevos formatos con NFT*.
- Castillo, S., & Martínez, J. (2016). *Arte urbano y grafiti en América Latina: Expresiones y significados*. Editorial Arte Global.
- González, A. (2015). *La cultura Hip Hop y el arte urbano en Medellín: Una perspectiva histórica y social*. Universidad de Antioquia.
- López, M. (2020). *La evolución del arte urbano en América Latina*. Arte y Cultura Online.
- Pérez, R. (2018). *El impacto del grafiti y el street art en el espacio público urbano: Análisis desde el diseño gráfico*. Revista de Cultura Visual, 22(3), 45-67.

