

ANÁLISIS GRÁFICO DE LAS PRIMERAS MARCAS RECONOCIDAS DE SKATE Y  
PROPUESTAS GRÁFICAS PARA DIFERENTES USUARIOS DE TABLAS Y  
ACCESORIOS PARA SKATEBOARDING EN MEDELLÍN

SANTIAGO OROZCO JIMÉNEZ

UNIVERSIDAD PONTIFICIA BOLIVARIANA  
ESCUELA DE ARQUITECTURA Y DISEÑO  
FACULTAD DE DISEÑO GRÁFICO  
PROGRAMA DE DISEÑO GRÁFICO  
MEDELLÍN  
2021

ANÁLISIS GRÁFICO DE LAS PRIMERAS MARCAS RECONOCIDAS DE SKATE Y  
PROPUESTAS GRÁFICAS PARA DIFERENTES USUARIOS DE TABLAS Y  
ACCESORIOS PARA SKATEBOARDING EN MEDELLÍN

Trabajo de grado para optar al título de...

DISEÑADOR GRÁFICO

ASESOR

SANTIAGO RESTREPO

PhD Filosofía

UNIVERSIDAD PONTIFICIA BOLIVARIANA  
ESCUELA DE ARQUITECTURA Y DISEÑO  
FACULTAD DE DISEÑO GRÁFICO  
PROGRAMA DE DISEÑO GRÁFICO  
MEDELLÍN  
2021

## TABLA DE CONTENIDO

INTRODUCCIÓN

1. METODOLOGÍA
2. CAPÍTULO 1, EL PIONERO DEL ARTE PARA SKATEBOARDING
3. CAPÍTULO 2, RECOPIACIÓN GRÁFICA DE MARCAS DE SKATE
4. CAPÍTULO 3, DISEÑO Y DESARROLLO APLICADO A SKATEBOARDS

CONCLUSIONES

REFERENCIAS

## GLOSARIO DE TÉRMINOS

- **Skateboarding:** deporte que involucra desplazarse sobre una patineta, elemento compuesto de una tabla de madera, ejes, rodamientos y ruedas, permitiendo realizar maniobras y trucos. Su nombre en inglés proviene del país de origen (USA).
- **Skate:** abreviación del término *skateboarding*, puede usarse para referirse directamente al deporte o a la patineta.
- **Skater:** persona que practica el *skateboarding*.
- **Tabla:** término usado por los *skater* para referirse a su patineta.
- **Rider:** deportista *skater* que es patrocinado y monta para alguna marca específica.
- **Downhill:** modalidad de *skateboarding* que involucre desplazarse loma abajo sobre una patineta.
- **Longboard:** patineta utilizada para desplazarse principalmente, su forma larga la hacen estable y pesada, preferida para la modalidad de *downhill* o desplazarse en la ciudad.
- **Freestyle/Street:** modalidad de *skateboarding* que involucra realizar trucos como saltos, flideos y *grabs*.
- **Grabs:** (término en inglés), usado por los *skaters* para referirse a cuando realizan un truco que involucre agarrar la patineta con alguna de sus manos.
- **Truck:** elemento que se compone de un eje sobre el cual se montan las ruedas, un pivote que permite maniobrar el *skate* y una base para ser fijado a la tabla.

## LISTA DE FIGURAS

- Tabla 1.** Datos principales marca Makaha. Pág 22.
- Tabla 2.** Datos principales marca Cadillac Wheels. Pág 22.
- Tabla 3.** Datos principales marca Santa Cruz Skateboards. Pág 22.
- Tabla 4.** Datos principales marca Zephyr. Pág 23.
- Tabla 5.** Datos principales marca Tracker Trucks. Pág 23.
- Tabla 6.** Análisis de la marca Santa Cruz Skateboards. Pág 24.
- Tabla 7.** Análisis de la marca Element Skateboards. Pág 24.
- Tabla 8.** Análisis de la marca Sector 9. Pág 25.
- Tabla 9.** Análisis de la marca Penny Skateboards. Pág 25.
- Gráfica 1.** Población de jóvenes locales vs artistas urbanos locales. Pág 26.
- Gráfica 2.** Población de jóvenes locales vs skaters locales. Pág 26.
- Figura 1.** Las primeras *skateboards*. Incluyen solo diseños tipográficos - 1973. Pág 10.
- Figura 2.** *Skateboards* Santa Cruz años 80, diseños originales en papel. Pág 10.
- Figura 3.** Estado del arte de Pro Model Deck. Pág 13.
- Figura 4.** Estado del arte de Santa Cruz Skateboards. Pág 14.
- Figura 5.** Estado del arte de The Skate Room. Pág 15.
- Figura 6.** Estado del arte de técnicas gráficas . Pág 16.
- Figura 7.** Estado del arte de Lovesick Skateboards. Pág 17.
- Figura 8.** Identificador de marca para Independent Truck Company, por Jim Phillips 1979. Pág 29.
- Figura 9.** Diseño para la marca Oj Wheels por Jim Phillips 1977. Pág 29.
- Figura 10.** Diseños de Jim Phillips para patinetas Santa Cruz 1970s. Pág 30.
- Figura 11.** Diseños de Jim Phillips para Santa Cruz Skateboards 1980. Pág 31.
- Figura 12.** Diseños de Jim Phillips para Santa Cruz Skateboards, 1986. Pág 31.
- Figura 13.** Los libros *Surf skate and rock art of Jim Phillips*, *Rock Posters of Jim Phillips* y *Skateboard arts of Jim Phillips*. Pág 32.
- Figura 14.** Identificador de marca Santa Cruz Skateboards. Pág 33.
- Figura 15.** *The Screaming Hand*, diseñado por Jim Phillips 1985. Pág 34.
- Figura 16.** Aplicación del diseño *Screaming Hand* a patinetas gorras y hoodies. Pág 35.
- Figura 17.** Ejemplo de identificador gráfico de la bandera de Jamaica. Pág 36.
- Figura 18.** Ejemplo de identificador gráfico en rosado clásico. Pág 36.
- Figura 19.** Ejemplo de identificador gráfico estilo *tie dye*. Pág 36.
- Figura 20.** Diseño de Justin Kebring plantea, Element. Pág 37.
- Figura 21.** Diseño de Flo Marfaing, Element. Pág 37.
- Figura 22.** Diseño de Alex Carolino, Element. Pág 37.
- Figura 23.** Colección de Santa Cruz Skateboards para Marvel Comics. Pág 38.

**Figura 24.** Colección Santa Cruz Skateboards para la secuela de Star Wars Episodio VII. Pág 39.

**Figura 25.** Paleta de colores básica Santa Cruz. Pág 39.

**Figura 26.** Marco cóncavo de serigrafía realizado a medida, marca Santa Cruz. Pág 40.

**Figura 27.** Impresión en serigrafía con tintas a base de agua. Pág 40.

**Figura 28.** Mauricio McCoy en un episodio de Youtube por Santa Cruz Skateboards. Pág 41.

**Figura 29.** Identificador de marca Element Skateboards. Pág 42.

**Figura 30 y 31.** Identificadores de marca Element Para diferentes campañas de diseño. Pág 44.

**Figura 32.** Diseño gráfico de Element para aplique textil. Pág 45.

**Figura 33.** Diseño gráfico para calcomanía del *skater* Bam Marguera. Pág 46.

**Figura 34.** Colección Element Skateboards 2016, Brandon Westgate, Nyjah Huston, Gryson Fletcher, Evan Smith y Mark Apleyard. Pág 47.

**Figura 35.** Paleta de color básica de Element. Pág 47.

**Figura 36.** Colección Icon Series by Element Skateboards. Pág

**Figura 37.** Tablas de *skate* con diseños clásicos de Element. Pág

**Figura 38.** Calcomanías y ruedas de *skate* Element. Pág

**Figura 39.** Lámina con diseño gráfico antes de transferir la imagen previa a pasar por el rodillo.  
Pág

**Figura 40.** Rodillo de transferencia de calor y tabla estampada. Pág

**Figura 41.** Estampado textil en serigrafía a dos tintas. Pág

**Figura 42.** Aplicaciones del isotipo en camisetas. Pág

**Figura 43.** Página oficial Element. Pág

**Figura 44.** Canal de Youtube por Element Skateboards. Pág

**Figura 45.** Identificador de marca Sector Nine Skateboards. Pág

**Figura 46.** Paleta de color Sector 9. Pág

**Figura 47.** Diseño de identificador gráfico clásico de Sector 9. Pág

**Figura 48.** Diseño de identificador gráfico para línea “Speed longboards” o de velocidad. Pág

**Figura 49.** Diseños gráficos en longboards. Pág

**Figura 50.** Colección skateboards tipo “cruiser” Sector 9. Diseños inspirados en la playa y el mar.  
Pág

**Figura 51.** Identificador gráfico Downhill Division Sector 9. Pág

**Figura 52.** Colección Sector 9 Downhill Division. Pág

**Figura 53.** Página oficial Sector 9. Pág

**Figura 54.** Identificador de marca Penny Skateboards. Pág

**Figura 55.** Patineta Penny con una mezcla de colores crema. Pág

**Figura 56.** Patineta Penny con gráfico impreso. Pág

**Figura 57.** Patineta Penny en color negro con logotipo circular en la parte superior. Pág

**Figura 58.** Detalle de textura superior, truck y ruedas de la marca Penny. Pág

**Figura 59.** Skate Penny en fusión de colores verde, amarillo y rojo. Pág

**Figura 60.** Página web principal para Penny Skateboards.

**Figura 61.** Diseño 1 para *skateboard* tipo *Street*.

**Figura 62.** Diseño 2 para *skateboard* tipo *Street*.

**Figura 63.** Diseño para *skateboard* tipo *longboard*.

## RESUMEN

El *skateboarding* es un deporte que nace en California y es descendiente del *surf*. Practicantes de este deporte, artistas y diseñadores gráficos vieron en sus tablas la posibilidad de expresarse gráfica y artísticamente. El objetivo de este trabajo es dar cuenta de cómo fueron los orígenes del deporte y cómo se vinculó el diseño a través de los años con propuestas novedosas que fueron aceptadas por los practicantes de este deporte. Con este fin, se planteó la siguiente pregunta: ¿Cuál fue la influencia de los pioneros del diseño gráfico en los inicios del *skate*, la evolución de algunas marcas, sus propuestas gráficas y cómo proponer el desarrollo de tres propuestas gráficas para un público objetivo que practica el deporte localmente?. Esta pregunta se logró responder mediante un análisis de diferentes marcas involucradas en el negocio de artículos para *skateboarding* tomando fotografías e iconografías destacadas como referentes, haciendo un primer acercamiento y mostrando la proyección de una marca emergente de productos para *skateboarding*. Con estos análisis resultaron tres propuestas gráficas con el fin de aplicarlas a tablas que hagan alusión a imaginarios, iconos y línea de vida como propuesta para unos usuarios locales de la ciudad de Medellín que practican el deporte.



## **SUMMARY**

Skateboarding is a sport that was born in California and is a descendant of surfing. Practitioners of this sport, artists and graphic designers saw in their skateboards the possibility of expressing themselves graphically and artistically. The objective of this work is to give an account of how the origins of sport were and how design was linked through the years with novel proposals that were accepted by the practitioners of this sport. To this end, the following question was posed: What was the influence of the pioneers of graphic design in the beginnings of skateboarding, the evolution of some brands, their graphic proposals and how to develop three graphics for a target audience that practices sports locally ?. This question was answered through an analysis of different brands involved in the skateboarding items business, taking photographs and prominent iconographies as references, making a first approach and showing the projection of an emerging brand of skateboarding products. These analyzes resulted in three graphic proposals in order to apply them to tables that allude to imaginaries, icons and life lines as a proposal for local users of the city of Medellín who practice sports.

## INTRODUCCIÓN

Para relacionar el *skateboarding* con el diseño gráfico es importante indagar por los orígenes de este deporte y establecer el momento en que artistas o diseñadores empiezan a intervenir las primeras tablas de las industrias pioneras en dicho deporte.

El *skateboarding* surge en los años 40, cuando un grupo de amigos surfistas de California decidieron pegar unas ruedas de patín a un pequeño trozo de tabla y así poder “surfear” las calles en los días que no había olas. Para ese entonces habían surgido productos de *skate* manufacturados por las mismas compañías dedicadas a construir tablas de *surf*, eran simples prototipos y no había una producción masiva de estos productos. El naciente deporte solo se popularizó hacia finales de la década de los 60 y principio de los 70, gracias al desarrollo tecnológico de nuevos materiales como las ruedas de poliuretano que permitieron otro nivel del deporte y así mismo la dispersión de información por medios que comenzaban a aparecer como la televisión y revistas que comenzaron a incluir contenido del deporte. Marcas creadas por los mismos practicantes del deporte surgieron durante el nuevo estallido de la modalidad y comenzaron a incluir algo nuevo en las tablas de *skate*, el diseño gráfico. Los creadores de las marcas en colaboración con amigos artistas crearon una serie de diseños gráficos para sus patinetas y accesorios que comercializaban y pronto se convirtió en un factor muy importante para estos productos. El diseño gráfico comenzó marcando nuevas tendencias artísticas que los *riders* desean tener plasmadas en su *skateboard* y finalmente creando un vínculo inseparable entre el *skateboarding*, el arte y el diseño gráfico.

Una persona que marcó el rumbo del diseño gráfico en el *skateboarding* fue el Californiano Jim Phillips, un artista e ilustrador que trabajó para revistas de *surf* en los años 60 y uno de los primeros en realizar una serie de diseños gráficos para la marca Santa Cruz Skateboards, la primera compañía que comenzó a producir específicamente tablas y accesorios para *skateboarding*. Phillips establece en sus obras unos elementos que serían la base para los diseños gráficos de *skateboards*, como por ejemplo el desarrollo de logotipos e imagotipos, juegos tipográficos, ilustraciones caricaturescas o surrealistas y una amplia paleta de colores que las marcas comienzan a adoptar para sus diseños, convirtiéndolo en un referente importante para el desarrollo de este trabajo.

Por lo tanto, la importancia de realizar esta investigación está en cubrir un punto clave en la aplicación del diseño gráfico a accesorios de *skateboarding* y aclarar cuáles son esas características gráficas que puede tener los objetos en diferentes referencias. En consecuencia, se puede afirmar que este campo donde incursionan los artistas y los diseñadores gráficos se convierte en una motivación desde mi interés profesional para profundizar en aspectos claves como la marca, el diseño, el mercadeo y usos de diferentes técnicas que se han aplicado durante muchos años en este deporte (figs. 1 y 2).



**Figura 1.** Las primeras *skateboards*. Incluyen solo diseños tipográficos - 1973. Fuente (consultada en: 20-05-2021): <http://www.xgames.com/gallery/9793447/>



**Figura 2.** *Skateboards* Santa Cruz años 80, con sus diseños originales en papel, incluyen ilustraciones y juegos tipográficos. Fuente (consultada en: 20-05-2021): <http://www.xgames.com/xgames/gallery/9793447/image/11/salba-grosso-kendall>

## **Pregunta de investigación**

Según la información preliminar se planteó la siguiente pregunta de investigación:

¿Cuál fue la influencia de los pioneros del diseño gráfico en los inicios del *skate*, la evolución de algunas marcas, sus propuestas gráficas y cómo proponer el desarrollo de tres propuestas gráficas para un público objetivo que practica el deporte localmente?

## **Justificación**

La motivación para realizar este trabajo surge de la idea de crear aplicaciones gráficas nuevas para un proyecto de marca propia de tablas para *skateboarding* que inició hace dos años aproximadamente llamada Sorner Cruiser Boards que produce prototipos de tablas de skate, igualmente para marcas locales que quieran apoyar el proyecto.

Se conocen antecedentes de algunas marcas que realizan colaboraciones con artistas y diseñadores gráficos de arte urbano donde los gráficos para las tablas están basados en estilos y técnicas como graffiti, aerografía, ilustración a pincel, marcador, tallado, y otras técnicas propias de algunos artistas. Estos han logrado explorar y destacar en sus diseños cualidades innovadoras que han hecho del diseño gráfico para *skateboarding* un nuevo mundo para explorar. Por esto es posible afirmar que es una propuesta viable y que es posible explorar de forma propia.

Según Herich Frasser de federación Colombiana de patinaje, hay aproximadamente 6.500 practicantes del deporte en Antioquia. Teniendo en cuenta que este proyecto se enmarca en la ciudad de Medellín y que los practicantes del *skateboard* están vinculados de alguna forma con el arte urbano, se considera que puede haber muy buena receptividad en el público específico al cual se dirige. Es una oportunidad que se puede aprovechar para lo que ofrece la marca, ya que se conoce que existe un público general al cual podría interesarle aspectos como diseños creativos, temáticos y personalizados, que ofrecen la posibilidad de ser plasmados en diferentes productos como patinetas, camisetas, gorras, guantes, bolsos y otros accesorios relacionados con la actividad y que hacen parte de esta cultura.

Personas como Luis Miguel Villada son un ejemplo, conocido como “Tom Choneto”, y Christian Pineda son diseñadores y artistas gráficos e industriales de Medellín, decidieron

crear su propia marca de *skateboards* cuyo diseño incluye piezas inéditas de los artistas con sus estilos gráficos característicos, basado en el arte callejero skater. La marca “CHONETO” fue creada por ellos y un grupo pequeño de *skate* y artistas gráficos de la ciudad que decidieron incursionar en el negocio, lleva aproximadamente 6 años en el mercado y es una marca local que busca expandir la afición por el skate y el arte urbano. Sus piezas están inspiradas en el arte surrealista y elaboradas a mano directamente sobre el madero usando diferentes técnicas como pintura acrílica a pincel, pintura en aerosol, aerógrafo y stencil. Ha realizado colaboraciones con grafiteros importantes de la ciudad como el artista “La plaga”. actualmente sus productos son reconocidos por su arte y estilo gráfico, además de contar con unas características de fabricación a la altura de las marcas grandes, convirtiéndose en pioneros en incursionar el negocio de *skate* local.

Mediante la investigación se recolectó información de importancia para determinar los diferentes aspectos de la producción y aplicación de gráficos en tablas y productos para *skate* y se logró proponer diseños para marcas locales que quisieran adoptar estos gráficos e igualmente para la marca propia, demostrando que el diseño para *skateboards* es algo que se puede explorar de muchas maneras y aprovechar la diversidad técnica y temática posible para estos diseños, buscando impactar un público específico practicante del deporte.

### **Objetivo general**

Analizar los diseños gráficos de las primeras marcas reconocidas de *skate* y diseñar gráficos que apliquen a diferentes usuarios de tablas y accesorios para el deporte en el ámbito local.

### **Objetivos específicos**

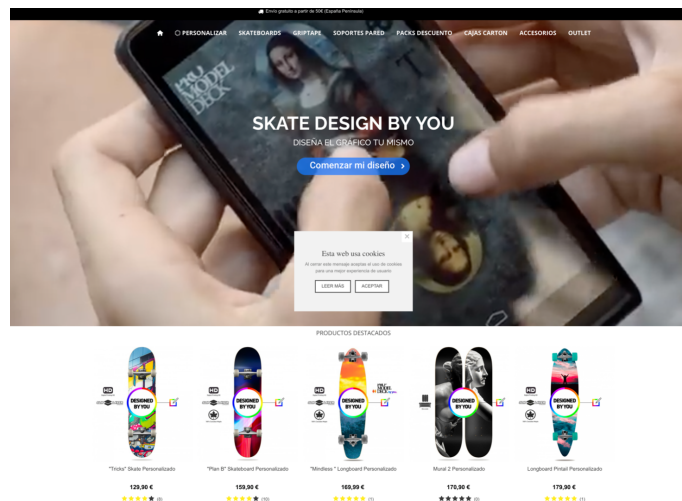
1. Indagar sobre los inicios del *skate* y su pionero gráfico Jim Phillips.
2. Caracterizar y clasificar el diseño gráfico de cuatro marcas *skate* reconocidas.
3. Desarrollar tres temáticas gráficas para la aplicación en diferentes modalidades de tablas de *skate* y accesorios en el ámbito local.

## Estado del arte

La aplicación de gráficos a los productos de *skateboarding* es un proceso que se ha venido trabajando desde la década de los años 50 cuando aparecieron las primeras *skateboards* y las marcas comenzaron a plasmar sus identificadores visuales en ellas para comercializarlas. En un comienzo se trataba de un proceso gráfico básico, sus diseños eran realizados usando técnicas primitivas como ilustración a mano alzada y procesos de estampado como la serigrafía, donde se usaban diseños con colores planos y a dos o tres tintas. El diseño gráfico siguió evolucionando durante los años, siendo cada vez más impactante y deseado, durante las décadas siguientes se convirtió en un aspecto icónico de la cultura del skate.

Actualmente existen una gran cantidad de marcas y compañías que han desarrollado gráficos interesantes y han colaborado con artistas, sin embargo, con el fin de dar cuenta de algunas que hayan realizado trabajos importantes y con el fin de mostrar el estado del arte, se exponen las siguientes:

1. Pro Model Deck es una compañía europea que se caracteriza por ofrecer la personalización de *skateboards* por medio de una impresión en CMYK que permite imprimir a color cualquier fotografía, ilustración o diseño gráfico que el usuario quiera plasmar en su tabla con un acabado perfecto. La compañía cuenta con una plataforma digital por la cual se realiza la orden.



**Figura 3.** Información e imagen obtenidas a través de Pro Model Deck. Fuente,

<https://www.promodeldeck.com>

(consultada en: 20-05-2021)

2. Santa Cruz Skateboards es una marca de skate y accesorios americana, localizada en California. Es una de las más antiguas que manufactura patinetas de skate, sus diseños vanguardistas combinados con gráficos fuera de lo común, lograron marcar tendencia y ser un referente para las marcas de skate modernas. Sus técnicas de aplique gráfico van desde impresión manual en serigrafía hasta impresión digital y transferencia al calor sobre la madera para lograr diferentes acabados. La marca es reconocida por sus gráficos con elementos caricaturescos y grotescos como *The screaming hand* y *The slash*.



**Figura 4.** Información e imagen obtenidas a través pagina web de Santa Cruz Skateboards.

Fuente: <https://www.santacruzskateboards.com>

(consultada en: 20-05-2021)

3. Jean Michel Basquiat fue un artista y diseñador gráfico estadounidense cuyo trabajo se dedicaba especialmente a realizar muralismo y arte urbano. durante una colaboración con la marca Skate Room se realizaron gráficos inspirados en la cultura y arte urbano partiendo del estilo gráfico característico del artista. La colección se crea a partir de mosaicos de múltiples *skateboards* para lograr un cuadro con una obra entera fraccionaria, haciendo alusión a los murales de calle. El valor gráfico que contienen estos objetos hace que sea destinado a ser exhibido como un cuadro sobre la pared ya que cada obra cuesta unos miles de euros. Este es un claro ejemplo del valor que le puede dar un gráfico a un objeto sencillo como una tabla de skate. Así como Jean existen otros artistas como Yoshitomo Nara, y Keith Haring que han colaborado con la marca, exponiendo sus obras en estos mosaicos a base de patinetas.

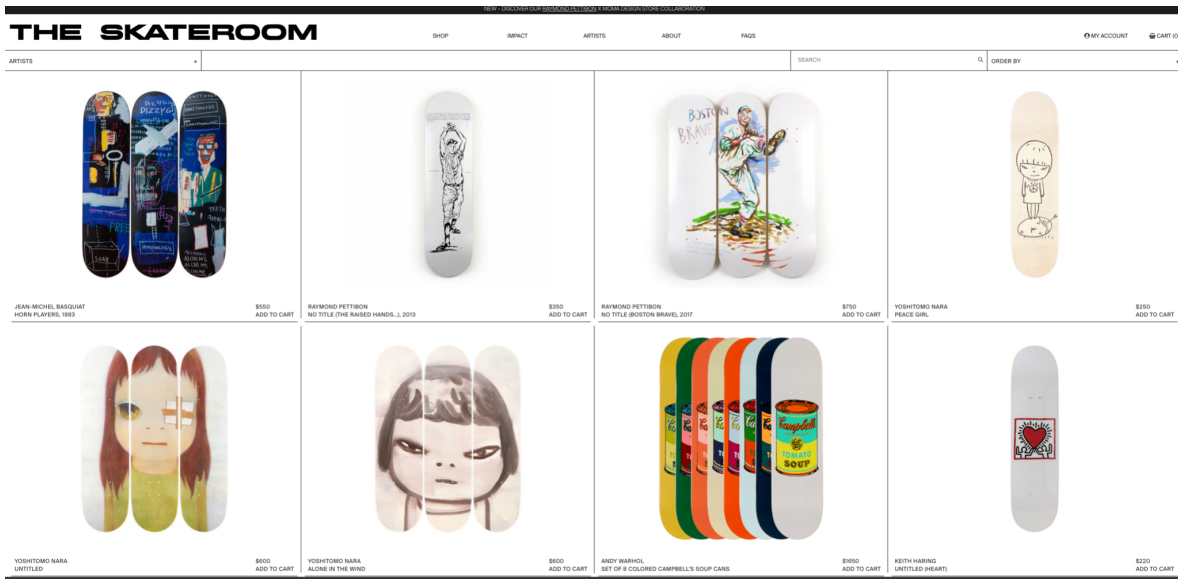


Figura 5. Información e imagen obtenidas a través pagina web de The Skate Room. Fuente:

<https://theskateroom.com/project/basquiat-skateboards>  
<https://www.highsnobiety.com/p/basquiat-the-skateroom-skateboards/>

(consultada en: 20-05-2021)



4. Exploración personalizada de aplicación de gráficos.

Actualmente diferentes blogs y plataformas digitales están incitando a los practicantes del deporte a aplicar sus propios gráficos con técnicas manuales como el *stencil art*. Este proceso puede ser tan fácil o complicado como el artista lo quiera elaborar. Es una técnica mediante la cual se pueden realizar diseños complejos y logrando acabados buenos. En estos blogs se explica cómo hacer *estencil art* para lograr un gráfico personalizado para una *skateboard*.

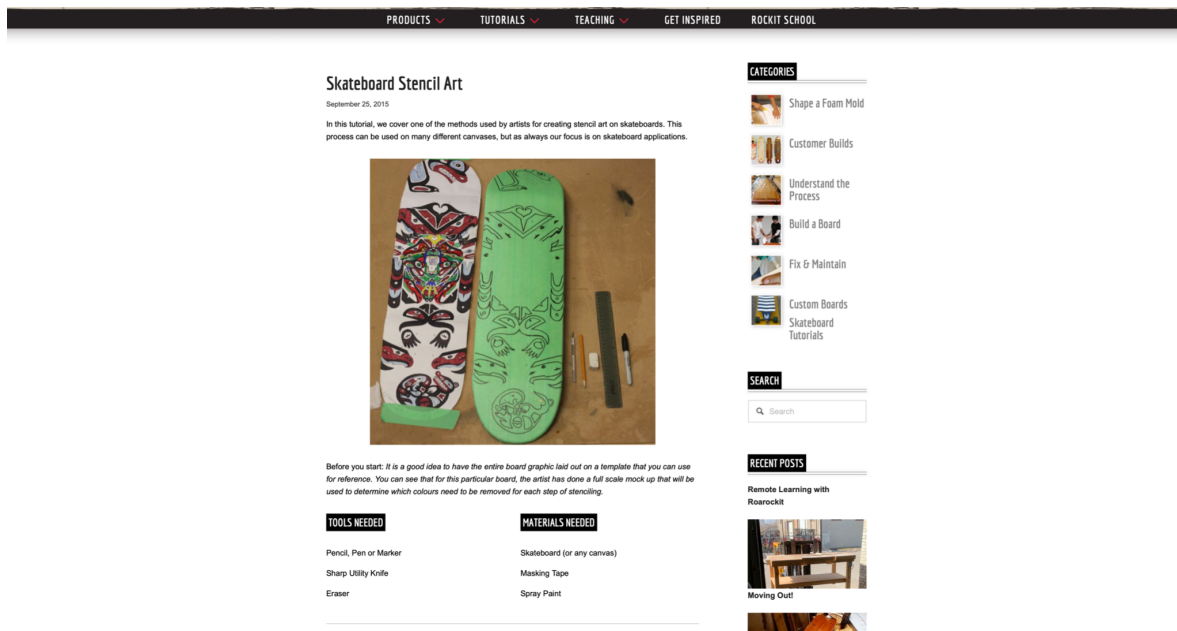


Figura 6. Información e imagen obtenidas a través de:

<http://www.thinairpress.com/skateboard-building/2015/9/25/skateboard-stencil-art>

(consultada en: 20-05-2021)

Este es un caso que aunque no pertenece a una marca o compañía específica, es una forma de mostrar el estado del arte para el beneficio en proyectos personales, como en este caso, en el cual se exploran diferentes técnicas y aplicaciones para tablas y accesorios de *skateboarding* y son útiles para buscar formas fáciles y accesibles para la producción de estos diseños.

5. Lovesick Skateboards es una marca fundada por Alex Lewandowski, un conocido filmer y fotógrafo de *skateboarding* estadounidense. Es una marca inspirada en su trabajo como cinemático, exponiendo en sus *skateboards* principalmente fotografía estilo *french noir* de 1920 - 1950. Esta marca creó impacto por el estilo de sus gráficos poco común en tablas de *skate* y el menciona artistas como Pablo Picasso en sus gráficos.



Figura 7. Información e imagen obtenidas a través de:

<https://www.activerideshop.com>

(consultada en: 20-05-2021)

### Marco teórico

El diseño gráfico es un elemento que ha tenido un gran impacto en la forma como se relaciona el usuario con los productos para skateboarding, entre ellos patinetas, ropa, calzado y accesorios. En la industria constantemente surgen nuevas marcas que buscan lograr el mayor impacto en los usuarios y uno de esos medios es a través del diseño gráfico de sus productos. Es importante reconocer que en la industria existen marcas muy bien posicionadas a las cuales el usuario regular busca para suplirse de un producto nuevo. Como lo afirma Hoyos (2016) "La marca ha tomado tanta importancia que hoy en día puede ser, inclusive, más importante que el producto mismo. Tiene beneficios diversos, que se pueden dar en dos vías: el consumidor la utiliza para auto expresarse y

autodefinirse". Sin embargo, el objetivo de este proyecto es buscar alternativas de cómo las marcas pueden competir con estas de largo recorrido, por medio de diseños ligados al público para lograr distinción y reconocimiento en el medio.

Teniendo en cuenta que el diseño gráfico y la ilustración han hecho parte de la cultura *skate* desde los años 70, vale la pena resaltar a personas como Jim Phillips que dieron paso a una nueva onda de diseños para *skateboarding* y marcaron tendencia durante muchos años. Su alianza con marcas del medio como Santa Cruz, propulsó sus cualidades artísticas y mostró diseños conceptuales que cautivaron a generaciones de *skateboarders* durante años. El artista publicó libros entre los cuales están *The skateboard art of Jim Phillips*, *Surf, skate and rock art of Jim Phillips* y *Rock posters of Jim Phillips*. En estas publicaciones se hace una recopilación gráfica y explicativa de los múltiples diseños realizados por el artista durante su carrera como marcas, revistas, afiches, tablas de *skate* y *surf*, publicidad, ropa y accesorios. Estas recopilaciones son relevantes para analizar el recorrido y desarrollo que han tenido las marcas pioneras en el *skateboarding* con el fin de lograr entender sus características gráficas, la relación que hay entre la marca, el artista y los practicantes del deporte.

Actualmente el deporte y sus marcas se han dedicado a llevar a cabo campañas de diseño con nuevos artistas, realizado incontables colaboraciones con diferentes personas que incursionaron en el medio. Es el ejemplo de Mark Rivard, un *skater* y artista gráfico estadounidense, comenzó a incursionar en el tema tomando sus viejas *skateboards* y realizó una serie de intervenciones usando únicamente una variedad de marcadores de la marca Sharpie sobre las tablas. Sus diseños comenzaron a ser reconocidos y difundidos debido a la calidad y expresión del arte, hasta ser contactado por la marca Sharpie para realizar una colaboración con él. Actualmente es patrocinado por la marca, con quien colabora para la creación de campañas y desarrollo de productos nuevos con su nombre como la colección Sharpie - Mark Rivard. Este es un ejemplo de cómo una marca puede avalar a artistas y deportistas, logrando una conexión con el usuario mediante un producto con una aplicación gráfica distintiva.

Para comprender un poco más acerca de la creación, la identificación y el posicionamiento de marca, el libro *La marca corporativa, gestión y diseño de símbolos y logotipos*, se aclara un tema importante con respecto a la gestión y el desarrollo de los identificadores de marca, en el texto explica Chavez, N. (2003)

“La buena gestión busca siempre la mayor compatibilidad estilística y el encastre técnico más preciso entre la marca gráfica y el posicionamiento estratégico de la organización. Pero debe insistirse que no es la marca la encargada de transmitir ese posicionamiento, es el posicionamiento (que se comunica al público por diversos medios) el que termina por llenar de contenidos y significados la marca”

Según esto, se entiende que para que la marca sea exitosa no solamente debe tener un identificador de marca claro, pregnante, reproducible, legible y demás aspectos que debería tener un identificador de marca, está debe además comunicar y persuadir al público específico a través de su contenido, en este caso a través del contenido gráfico de los productos para *skateboarding*. La marca debe incluir entonces una serie de diseños gráficos que estén en sintonía con los jóvenes practicantes del deporte buscan actualmente.

Para aproximarse a una idea inicial de diseño se debe tener en cuenta la composición de la imagen. En el libro *La sintaxis de la imagen*, Donis, A. (1976) aclara que:

“Las técnicas de la expresión visual, dominadas por el contraste, son los medios esenciales con que cuenta el diseñador para ensayar las opciones disponibles con respecto a la expresión compositiva de una idea. Se trata de un proceso de experimentación y selección, tentativa cuyo fin es lograr una solución visual lo más fuerte posible para expresar el contenido”.

Según esto, se puede decir que es responsabilidad del diseñador gráfico basado en su propio conocimiento y experiencia, determinar unas técnicas gráficas que puedan ser efectivas y muestran de forma cautivadora los elementos gráficos para la marca específica. En este caso se decidió explorar técnicas gráficas como el collage y el diseño tipográfico que son técnicas que permiten fusionar diferentes elementos gráficos, y usar diferentes paletas de color para crear las propuestas gráficas expuestas en el documento.

Es importante también hacer una introducción con respecto a la cultura del *skateboarding*. Esta ha mostrado un fuerte desarrollo durante los años posteriores a su nacimiento, que lo ha convertido en un estilo de vida para sus practicantes. Glen E. Friedman es autor del libro *My rules* una obra que hace una recopilación de el surgimiento y los inicios de las culturas urbanas de *skateboarding*, rap y hip-hop estadounidense. En su libro Friedman

(2011) afirma que “nuestra generación realmente hizo que las cosas sucedieran, hacer cosas fuera de lo convencional era muy difícil y lo hicimos porque no teníamos opción”, relata Friedman en su libro refiriéndose al estilo de vida que llevaban los *skateboarders*. Estas nuevas generaciones de jóvenes desarrollarán y adoptarán un estilo cultural urbano, anti tabú, convirtiéndose en parte del referente en el cual las marcas se basan para los gráficos con el fin de llegar a este público. Teniendo en cuenta esto, se puede afirmar que en nuestra ciudad actualmente ocurre un contexto similar, en donde los jóvenes buscan representación por medio del arte y la música, como lo explica Díaz (2018):

“los jóvenes hacen visible su participación de distintas maneras, como lo muestra Hurtado (2010), quien estudió por medio de etnografías las distintas formas de expresión de los jóvenes en Medellín para ilustrar la política. Se concluye que las representaciones de política se remiten al grafiti, la música, tomas culturales y deporte que desafían la participación política convencional y fomentan la autonomía y la creatividad”.

En este caso Díaz hace referencia a las representaciones artísticas por parte de los jóvenes hacia la política, sin embargo, es posible hacer una relación entre estas expresiones artísticas, establecer cómo pueden ser un factor común entre los jóvenes de Medellín que practican el deporte y determinar cómo lograr un impacto en ellos por medio de la aplicación de diseños gráficos a productos para *skateboarding*.

A continuación se expondrá el resultado de la investigación en tres capítulos desarrollados bajo la siguiente estructura; introducción, diseños gráficos, aplicaciones, publicaciones, redes sociales y medios de distribución.

## METODOLOGÍA

La metodología de investigación que se utilizó es la investigación cualitativa documental; consiste en seleccionar información a través de artículos, libros, blogs, entrevistas, fotografías, filmaciones y observación, buscando recopilar información a nivel general y específico de lo que están trabajando algunas de las marcas y artistas relacionados con el skateboarding en el panorama mundial y local. La metodología que se siguió para este tipo de investigación es la siguiente:

Para iniciar esta investigación se acudió a la fuente más accesible que fue la consulta en la web. Sin embargo, la consulta se hizo en referencia a unos conocimientos previos de algunas revistas y marcas existentes que son destacadas en el ámbito del deporte. Se realizó una búsqueda a través de diferentes portales y motores de búsqueda en donde se arrojaron múltiples resultados que incluyeron:

- a. Artículos
- b. Entrevistas
- c. Libros
- d. Marcas
- e. Productos
- f. Técnicas gráficas

Según la consulta y el rastreo de dichos aspectos, se logró reconocer los orígenes del deporte, personas involucradas en el proceso gráfico de artículos para *skate* y posibles métodos de aplicación de los gráficos a estos. La búsqueda a través de las redes sociales también resultó bastante efectiva, ya que permite encontrar fácilmente a deportistas y artistas gráficos relacionados con el *skate* a nivel local y mundial, usando un *hashtag* de palabras relacionadas con el deporte. Las redes permitieron observar información nueva y hacer un análisis de la línea de tiempo del desarrollo actual que ha tenido una marca o persona específicamente por lo que fue información de relevancia que se decidió consultar para esta investigación. Se consultaron principalmente redes como Facebook, Youtube, Instagram, de las cuales se obtuvo información valiosa para comprender algunas características y procesos gráficos de las marcas, igualmente para extraer imágenes de referencia incluidas dentro del documento.

Según lo encontrado, se identificó la información en común que se obtuvo de estos diferentes sitios y archivos web, logrando resaltar la información que era más común y más relevante, identificando por ejemplo, cuáles fueron las primeras marcas de productos para *skate*, como fue su desarrollo en cuanto al diseño gráfico y que personas se vieron involucradas en este. El análisis permitió:

Elaborar una lista de algunas de las primeras marcas que surgieron en el ámbito del *skate* y las personas involucradas con su desarrollo gráfico. (tab. 1 a 6)

**Tabla 1.** Fuente propia.

<b>Marca:</b> Makaha Skateboards
<b>Año de creación:</b> 1963, California.
<b>Colaboradores gráficos:</b> Larry Stevenson
<b>Aporte:</b> Tablas de skate y surf diseñadas para durar e impresionar. Uso de diferentes materiales como fibra de vidrio y bambú.

**Tabla 2.** Fuente propia.

<b>Marca:</b> Cadillac Wheels
<b>Año de creación:</b> 1971, California.
<b>Colaboradores gráficos:</b> Jim Evans
<b>Aporte:</b> Es una marca que marcó la nueva era del deporte, introduciendo las ruedas de poliuretano ya que anteriormente eran metálicas o de arcilla, con bajo rendimiento.

**Tabla 3.** Fuente propia.

<b>Marca:</b> Santa Cruz Skateboards
<b>Año de creación:</b> 1973, California.
<b>Colaboradores gráficos:</b> Jim Phillips
<b>Aporte:</b> Primera marca oficial de productos únicamente para skateboarding.

**Tabla 4.** Fuente propia.

<b>Marca:</b> Zephyr
<b>Año de creación:</b> 1972, California.
<b>Colaboradores gráficos:</b> Skip Englom.
<b>Aporte:</b> Patrocinar a los surfistas y <i>skaters</i> locales que luego se convirtieron en profesionales reconocidos y crearon sus propias marcas de <i>skate</i> .

**Tabla 5.** Fuente propia.

<b>Marca:</b> Tracker trucks
<b>Año de creación:</b> 1974
<b>Colaboradores gráficos:</b> Larry Balma, Dave Dominy, Gary Dodds.
<b>Aporte:</b> Primera marca en manufacturar <i>trucks</i> confiables y de alta resistencia.

Con respecto a este análisis se identificó que la marca con mayor trascendencia y relevancia en cuanto a su contenido gráfico fue la marca Santa Cruz Skateboards, y gracias a su diseñador Jim Phillips es una marca con un recorrido y desarrollo a nivel gráfico importante, la cual además de comercializar patinetas aborda otros productos como ropa y accesorios, por lo tanto esta fue la marca que se analizó más a fondo durante la investigación.

En segunda instancia se logró identificar elementos comunes que se incluyen en el diseño gráfico para *skateboards* a través del estudio de cuatro marcas reconocidas. Para esto, se planteó hacer un análisis de algunas de las marcas más distinguidas a nivel mundial, no solo para una modalidad de *skate*, sino abarcando un campo más amplio del *skateboarding* y sus diferentes modalidades. Por esto, según los resultados de búsqueda, se eligieron marcas de diferentes orígenes y estilos con el fin de observar cómo estas se acercan al diseño gráfico para sus productos, logrando ampliar el área de conocimiento en el campo para proponer efectivamente unos diseños gráficos dirigidos al público local. La información recopilada de las marcas escogidas se organizó en tablas (tabs. 6 a 9) de la siguiente manera:



**Tabla 6.** Fuente propia.

<b>Nombre de la marca:</b> Santa Cruz Skateboards
<b>Origen y fecha de creación:</b> California, Estados Unidos, 1973.
<b>Creadores y colaboradores gráficos:</b> Richard Novak, Doug Haut y Jim Phillips
<b>Productos:</b> Tablas de <i>skate</i> , ropa, accesorios.
<b>Modalidad preferencial:</b> <i>Street skate, park.</i>
<b>Características de diseño gráfico:</b> <ul style="list-style-type: none"><li>- Diseños gráficos coloridos a múltiples tintas.</li><li>- Diseño tipográfico.</li><li>- Diseño de identificador de marca variado.</li><li>- Diseño de personajes caricaturescos y surrealistas.</li><li>- Colores principales: rojo, amarillo y negro.</li></ul>
<b>Técnicas gráficas:</b> Serigrafía, transferencia con rodillo al calor.

**Tabla 7.** Fuente propia.

<b>Nombre de la marca:</b> Element Skateboards
<b>Origen y fecha de creación:</b> Atlanta, Estados Unidos, 1992.
<b>Creadores y colaboradores gráficos:</b> Johnny Schillereff
<b>Productos:</b> Tablas de <i>skate</i> , zapatos, ropa, accesorios.
<b>Modalidad preferencial:</b> <i>Street skate.</i>
<b>Características de diseño gráfico:</b> <ul style="list-style-type: none"><li>- Logotipo original o una variación dependiendo del concepto.</li><li>- Tipografía con el nombre del <i>skater</i>.</li><li>- Ilustración de personaje según concepto.</li><li>- Textura de fondo para ambientar el diseño.</li><li>- Colores principales: rojo, negro y blanco.</li></ul>
<b>Técnicas gráficas:</b> Serigrafía, transferencia con rodillo al calor, impresión digital.

**Tabla 8.** Fuente propia.

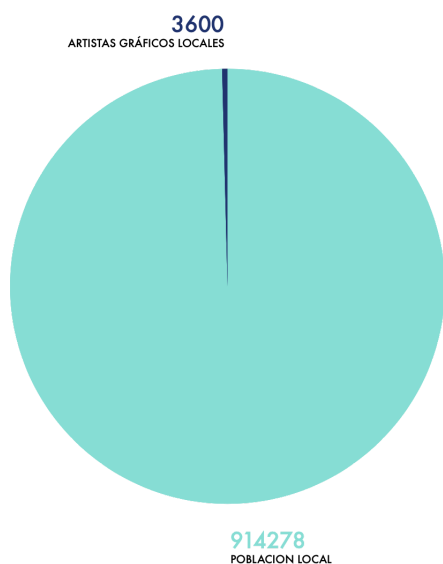
<b>Nombre de la marca:</b> Sector 9
<b>Origen y fecha de creación:</b> California, Estados Unidos, 1993.
<b>Creadores y colaboradores gráficos:</b> Steve Lake, Dave Klimkiewics, Denis Telfer, Tall O'farrell.
<b>Productos:</b> Tablas de <i>downhill skate</i> y <i>surf</i> .
<b>Modalidad preferencial:</b> <i>Downhill, cruiser</i> .
<b>Características de diseño gráfico:</b> <ul style="list-style-type: none"><li>- Diversidad de líneas gráficas.</li><li>- Adaptación del diseño con el material.</li><li>- Uso de colores neutros.</li><li>- Estilo <i>surf</i> - retro.</li><li>- Colores principales: amarillo y negro.</li></ul>
<b>Técnicas gráficas:</b> transferencia con rodillo al calor, impresión digital, grabado láser.

**Tabla 9.** Fuente propia.

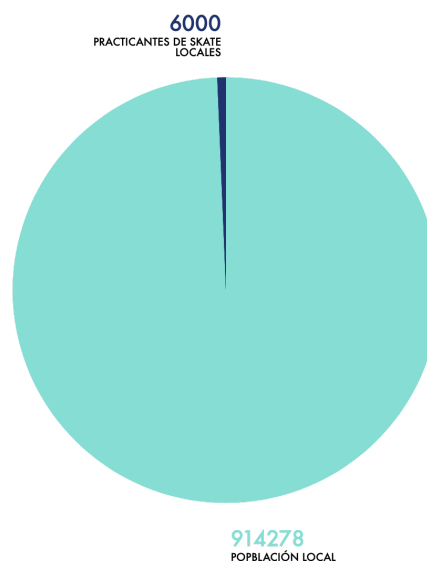
<b>Nombre de la marca:</b> Penny Skateboards
<b>Origen y fecha de creación:</b> Australia, 1990.
<b>Creadores y colaboradores gráficos:</b> Ben Mckay
<b>Productos:</b> Tablas de <i>skate</i> , ropa, accesorios.
<b>Modalidad preferencial:</b> <i>Cruiser</i>
<b>Características de diseño gráfico:</b> <ul style="list-style-type: none"><li>- Ausencia de la necesidad de usar tintas o impresión para plasmar gráficos.</li><li>- Posibilidad de plasmar texturas en el material.</li><li>- Variedad de formas y tamaños que no están sujetos a características de materiales como la madera.</li><li>- Colores principales: amarillo, naranja, rojo, azul, negro.</li></ul>
<b>Técnicas gráficas:</b> Moldeado con prensa, combinación de materia prima teñida.

Acto seguido, para relacionar los practicantes del skate y los artistas gráficos de la ciudad se hizo una comparación entre la cantidad aproximada de jóvenes en Medellín entre 10 y 35 años que practican el *skateboarding* y la población registrada para el año 2020 en la ciudad según estadísticas obtenidas a través de la Alcaldía de Medellín y la Federación Colombiana de Patinaje (graf. 1 y 2). Estos datos obtenidos muestran que aunque la cantidad de deportistas y artistas gráficos en la ciudad no es muy grande, es notoria. Esto quiere decir que puede ser un foco de emprendimiento y un proyecto viable que puede tener buena receptividad por parte de los jóvenes locales.

### Artistas gráficos de Medellín



### Practicantes de skate en Medellín



**Gráfica 1.** Comparación entre la población local y los artistas gráficos locales.

Generador de diagrama: <https://spark.adobe.com>

**Gráfica 2.** Comparación entre la población local y los practicantes de *skate* locales.

Generador de diagrama: <https://spark.adobe.com>

Posterior a este análisis y de una observación de campo en lugares de la ciudad de Medellín visitados por los practicantes de deporte y donde se realizan actividades culturales como arte y música, se logró identificar diferentes aspectos que identifican a los jóvenes practicantes del *skate*, entre ellos el aprecio y sentido de pertenencia por la

ciudad, el tono comunicativo y regionalismos usados, la relación de un trabajo gráfico propio que pueda relacionarse con el skateboarding (tatuadores, artistas urbanos, fotógrafos, cartelistas, entre otros) y determinar elementos propios de la ciudad y el ambiente urbano como las paredes de concreto, edificaciones de la ciudad y el arte urbano en general, con el objetivo de adoptar estos elementos para un diseño gráfico que sea atractivo para el público local y que tenga la posibilidad de salir al mercado.

Finalmente se adoptaron técnicas ilustrativas como el collage y el diseño tipográfico para proponer tres diseños gráficos que establecen un punto de partida para la línea gráfica de una marca de *skateboarding* emergente. Con estos resultados es posible proponer una técnica gráfica de aplicación y producción para un producto real y hacerse una idea de cómo se podría crear una estrategia de mercadeo para promocionar estos productos de forma exitosa.

## RESULTADOS

### CAPÍTULO 1

#### EL PIONERO DEL ARTE PARA SKATEBOARDING

##### Introducción

Durante los años 60 el *skateboarding* tomaba impulso entre los jóvenes surfistas de California, las tiendas de surf comenzaron a crear pequeños equipos de *skate* que patrocinaban a los riders con sus propias patinetas y accesorios, era un deporte alternativo y no existían empresas grandes que se dedicaran a la producción de tablas para *skateboarding* específicamente, todo estaba ligado a la cultura *surf*.

Durante esta época jóvenes artistas comenzaron a desarrollarse en el área de diseño para revistas y publicidad de *surf*, incluyendo estilos gráficos que se convirtieron en los que luego el *skateboarding* adoptaría.

Uno de los artistas gráficos relacionados con el *skate* más reconocido es Jim Phillips, un artista y diseñador gráfico nacido en California en 1944. Comenzó su escena en el mundo del *skate* diseñando para algunas de las marcas más antiguas como Santa Cruz skateboards, Independent Trucks y Road Rider Wheels. Es un ilustrador que marcó tendencia con cientos de imágenes icónicas que poblaron los objetos relacionados con la cultura del *surf* y el *skate* desde los años 70. Creó múltiples diseños como identificadores de marca, ilustraciones para revistas, arte para ropa, patinetas, tablas de *surf* y *stickers*, entre otros. Luego de conocer a Richard Novak creador de la marca Santa Cruz Skateboards y gracias a su amistad. Desde 1975 fue el director de arte para la marca, creando a través de los años diseños icónicos que se convirtieron en un referente para las marcas surgentes del *skateboarding* y reemplazó el estilo gráfico de onda *surf* y retro monocromático que se había venido trabajando anteriormente y creó miles de diseños que quedaron immortalizados en productos para *skateboarding* y *surf*, revistas, ropa y accesorios.

Sus trabajos hicieron un aporte importante al diseño gráfico en el *skate* y lograron relacionar el arte y el *skateboarding*, convirtiéndose en un pionero del diseño en el deporte y dándole reconocimiento a las marcas para las que diseñó principalmente por sus diseños gráficos.

## Diseños gráficos

Jim Phillips fue el creador de diferentes identificadores de marca para compañías de *skate*, entre ellas Independent Truck Company (fig.1), Oj Wheels (fig. 2), Santa Cruz Skateboards.



**Figura 8.** Logotipo para la marca Independent Truck Company diseñado por Jim Phillips 1979.

Fuente: <https://co.pinterest.com/dodobro/truck-logos/>

(consultada en: 20-05-2021)

Este logotipo incluye una variación de la Cruz de Malta, el artista decidió incluirla en su diseño porque hacía alusión a la “cruz de los surfistas” que aparece en los años 60, conocida por ser un talismán que llevaban con ellos para traerles buenas olas. Incluye un contenedor esférico y una tipografía sans serif.



**Figura 9.** Diseño para la marca Oj Wheels por Jim Phillips 1977. Fuente: <https://ojwheels.com>

(consultada en: 20-05-2021)

El desarrollo de las ruedas de uretano durante los años 70 crearon un nuevo mercado y surgen nuevas marcas con el fin de comercializar estas nuevas ruedas.

El diseño de su identificador de marca incluye el color naranja que hace alusión al acrónimo de sus iniciales. OJ significa orange juice (jugo de naranja), nombre que aparece en referencia y crea un falso reconocimiento con respecto al mejor producto de sus competidores en aquel momento, llamado "The Juice". Incluye un contenedor redondo y una tipografía diseñada por Philips.

### **Diseños en tablas de *skate***

Los diseños gráficos para tablas de *skate* comienzan a hacerse populares, para los años 70 se inicia un desarrollo en cuanto a su arte y producción.



**Figura 10.** Diseños de Jim Phillips para patinetas Santa Cruz 1970s. Fuente:

<http://www.jimphillips.com/skatepix1.html>

(consultada en: 20-05-2021)

Los primeros diseños que comenzaron a aparecer en las tablas de *skate* eran principalmente tipográficos, esto se debía a que los procesos de producción y estampado eran sencillos y no podían involucrar diseños complejos.



**Figura 11.** Diseños de Jim Phillips para Santa Cruz Skateboards 1980. Fuente:

<http://www.jimphillips.com/skatepix1.html>

(consultada en: 20-05-2021)

Las tablas eran cada vez más grandes y se usaban técnicas ilustrativas básicas como figura fondo y estampadas a una o dos tintas, luego evolucionaron a diseños más ilustrativos.



**Figura 12.** Diseños de Jim Phillips para Santa Cruz Skateboards, 1986. Fuente:

<http://www.jimphillips.com/skatepix1.html>

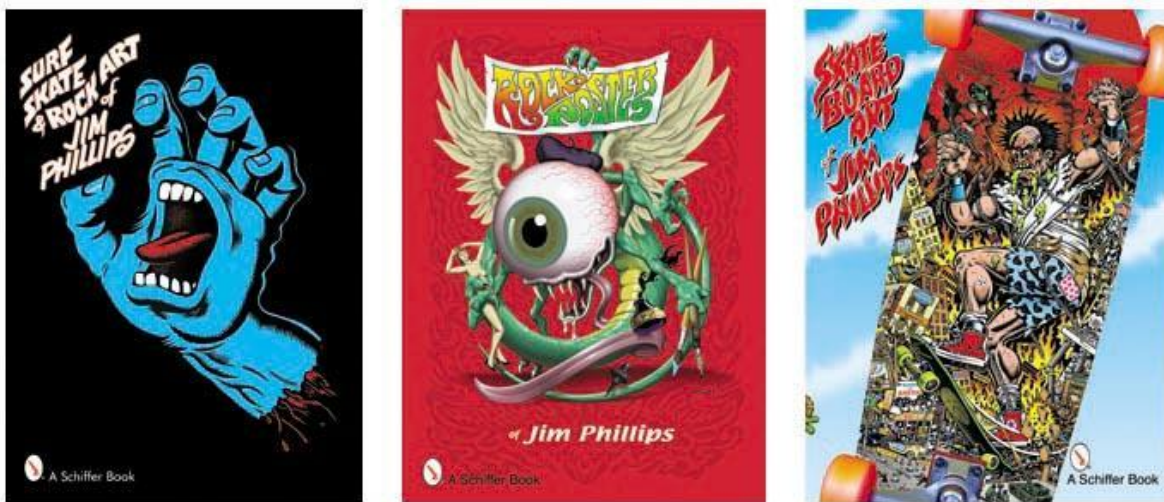
(consultada en: 20-05-2021)



Colección Pro Series de Natas, S.Alba y Malba. Estos graficos presentan un estilo gráfico con una paleta de color mucho más amplia e incluye ilustraciones detalladas diseñadas especialmente para los *riders* patrocinados por la marca.

## Publicaciones

Phillips fue un personaje cuyo trabajo gráfico ha sido tan amplio que publicó una serie de libros por la editorial Schiffer en donde se recopilan sus trabajos a través de los años.



**Figura 13.** Los libros *Surf skate and rock art of Jim Phillips*, *Rock Posters of Jim Phillips* y *Skateboard arts of Jim Phillips*. Fuente: <http://www.jimphillips.com/books.html> (consultada en: 20-05-2021)

A partir de estos diseños gráficos resaltados y de muchos más que fueron desarrollados por este increíble artista, nuevas generaciones crecieron inspiradas en su estilo y la influencia que ha causado en el deporte a través de su trabajo. Es importante destacar la evolución que ha tenido el diseño gráfico en este ámbito gracias a personas como él, logrando subir un nivel más los estándares que hoy en día se utilizan en el diseño y la producción gráfica en artículos para *skateboarding*.

## CAPÍTULO 2

### RECOPIACIÓN GRÁFICA DE MARCAS DE SKATE

#### Introducción

Dentro del panorama mundial existen numerosas marcas que han logrado un desarrollo importante en procesos gráficos y artísticos relacionados con la industria del *skate*. A continuación se exponen cuatro de ellas que fueron tomados como referentes para el desarrollo de los diseños que se realizaron dentro del proyecto:

#### 1. Santa Cruz Skateboards



**Figura 14.** Identificador de marca Santa Cruz Skateboards.

Fuente: <https://allyourfonts.com/font/santa-cruz-font/>

(consultada en: 20-05-2021)

Es una marca creada en 1973 por un grupo de amigos que producían tablas de *surf* en California. Pronto decidieron incursionar en el nuevo deporte conocido como skateboarding creando unos pequeños prototipos para venderlos a sus amigos locales. Pronto comenzaron a popularizarse y pasaron de comercializar solo tablas de *surf* a entrar al mercado de tablas y accesorios para *skate*.

El diseño gráfico en la marca se realizó principalmente en colaboración con el artista gráfico Jim Phillips, ilustrador que aparece en la escena en los años 60. Diseñó icónicos gráficos como la *Screaming Hand*, ilustración que luego se convertiría en icono de la marca. Se clasifican como ilustraciones surrealistas de personajes que el artista desarrolló influenciado por la cultura y el ambiente del *surf* y *skate* retro de la época. Este tipo de ilustración característica del artista sería un fuerte para la marca y sus distinguidos diseños gráficos hoy en día son reconocidos como símbolos emblemáticos para la cultura *skate* y urbana.



**Figura 15.** *The Screaming Hand*, diseñado por Jim Phillips 1985. Fuente:

<https://co.pinterest.com/pin/504825439461262407/>

(consultada en: 20-05-2021)

La mano con una boca gritando es una de las ilustraciones más características con su estilo caricatura *gore*, creando un personaje icónico de la marca utilizado en diferentes colecciones de patinetas y accesorios. Según explica Phillips en su libro *Skateboard art by Jim Phillips* (2007):

*“queríamos alejarnos un poco de las calaveras, lo que todas las marcas estaban sacando, por eso propuse en la ilustración una mano, algo con lo que todos estamos familiarizados. Le agregué una boca gritando para darle ese toque caricaturesco y surrealista”*, explica Phillips en la entrevista publicada.



**Figura 16.** Aplicación del diseño *Screaming Hand* a patinetas gorras y hoodies. Fuentes: <https://www.titus-shop.com/en/santa-cruz-skateboard-complete-screaming-hand-mid-orange-01625>

[17/](#)

[santa-cruz-kids-screaming-hand-hoodie-black-reverse.web](#)

(consultada en: 20-05-2021)

El diseño de la *Screaming Hand* es uno de los más populares y de los más vendidos en artículos de la marca. Se utilizan diferentes variaciones del diseño donde puede cambiar de

color en el personaje y en el fondo para lograr el aplique sobre diferentes bases textiles y color del material.

### Diseños gráficos

Marca Santa Cruz se destaca por su estilo gráfico caricaturesco, surrealista, retro. Su logotipo característico incluye una tipografía que no ha sido modificada durante los años. Se trata de una tipografía sans serif con un estilo retro clásico. Sus contornos crean un efecto de profundidad y al mismo tiempo resaltan la tipografía, creando un alto contraste entre esta y el fondo que puede variar en color. La marca dentro de un diseño específico puede utilizar diferentes tipografías y colores para crear una variedad de combinaciones aplicables a su logotipo, y que a la vez refleje el concepto específico de ese diseño. La marca se caracteriza por tener una serie de gráficos ilustrados a partir de diferentes estilos. Sus diseños pueden incluir tipografías, textura a partir de la combinación de colores, ilustración principalmente en estilo caricatura o una combinación de estas. A continuación, algunos ejemplos de diseños gráficos aplicados a tablas y accesorios.



Figura 17.



Figura 18.



Figura 19.

Dentro de las variaciones de los identificadores de marca podemos encontrar estos ejemplos:

- (Fig. 17): ejemplo con los colores de la bandera de Jamaica hace alusión a la cultura rastafari y reggae.

- (Fig. 18): ejemplo contiene el rosado clásico que fue un color muy usado como base para pintar las patinetas en los años 70.
- (Fig. 19): ejemplo con una ligera distorsión en la tipografía, contiene el fondo de un color que simula un teñido estilo *tie dye* muy característico de las prendas usadas por la cultura surfista e *hippie* de los años 60 y 70, que es ahora una tendencia popular entre los *skaters* de estilo retro.

Una característica que maneja la marca y en general la mayoría de marcas de *skate* en el mercado, es incluir el nombre del artista o *skater*, el personaje, o la colección a la que pertenezca el diseño, creando un diseño específico dependiendo del concepto. Los gráficos en estos casos son realizados en colaboración del artista y el *skater* al cual está designada la tabla, estos usualmente reflejan un tema que representa al deportista.



Figura 20.

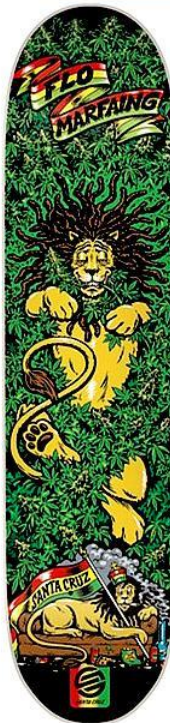


Figura 21.

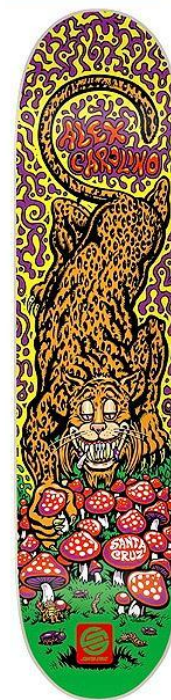


Figura 22.

Figura 20, 21 y 22. Colección de Santa Cruz Skateboards para Justin Strubing, Flo Marfaing y Alex Carolino. Fuente: [scdecks.jpg](http://scdecks.jpg) (consultada en: 20-05-2021)

- (Fig. 20): el diseño de Justin Kebring plantea el concepto de videojuegos y máquinas animadas, una conocida afición del deportista.
- (Fig. 21): el diseño de Flo hace referencia a la cultura cannábica y rastafari con la cual se siente identificado.
- (Fig. 22): el diseño de Alex Carolino contiene elementos como el jaguar y los hongos amanita que hace referencia a su país natal, Brazil.

La marca también se ha involucrado en procesos con licencias comerciales como por ejemplo Marvel Comics, Star Wars, Los Simpson, entre otros, creando diseños particulares que fusionan el estilo artístico de la marca con los personajes de las películas o series. Este es un ejemplo claro de cómo la marca puede adaptar un diseño icónico de ella que es la “Screaming Hand” y convertirlo en la esencia de un personaje distinto, en este caso los personajes de los comic.



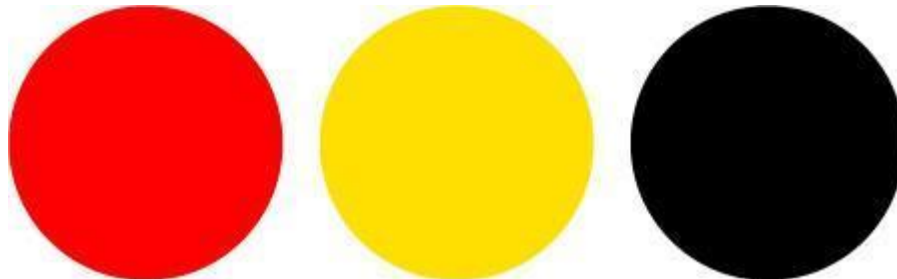
**Figura 23.** Colección de Santa Cruz Skateboards para Marvel Comics, integración de “The Screaming Hand” con los personajes de los comics. Fuente: [5915a5864858812da1ce0115628c7a1e.jpg](https://www.santacruzskateboards.com/collections/marvel-comics)



**Figura 24.** Colección Santa Cruz Skateboards para la secuela de Star Wars Episodio VII. Cada diseño incluye un personaje de la película. Fuente: <https://www.boardworld.com.au/articles/santa-cruz-x-star-wars-episode-vii-collection> (consultada en: 20-05-2021)

### Producción y aplicación de gráficos

Santa Cruz es una marca de *skate* que se caracteriza por gráficos coloridos, el uso de múltiples tintas en su diseño le permite tener una variedad de combinaciones que la marca aprovecha para resaltar sus diseños gráficos, donde se emplean técnicas mixtas de ilustración. Los colores principales de la marca son el rojo, amarillo, y negro.



**Figura 25.** Paleta de colores elemental Santa Cruz. Fuente: propia.



Inicialmente todos los diseños se hacían a mano sobre una plantilla por el artista y luego se reproducen para impresión, hoy en día la marca realiza el proceso de diseño de forma digital e imprime de forma manual.



**Figura 26.** Marco cóncavo de serigrafía realizado a medida para cada tipo de tabla. utilizado en la impresión de tablas de skate para la marca Santa Cruz. Fuente: <https://www.skatewarehouse.com> (consultada en: 20-05-2021)



**Figura 27.** Impresión en serigrafía con tintas a base de agua. Fuente: <https://www.skatewarehouse.com> (consultada en: 20-05-2021)

La marca Santa Cruz utiliza la técnica de impresión en serigrafía. Para este proceso se utilizan moldes que se adecúan a la forma específica de cada tabla dependiendo de su forma y tamaño para realizar la impresión. Es un proceso complejo ya que se utilizan múltiples tintas y el registro debe ser preciso según el diseño de la tabla.

### Publicidad y redes sociales

La marca Santa Cruz se apoya en las redes sociales para difundir la marca, sus productos y los artistas con los que colaboran. Las plataformas que utilizan son Facebook, Instagram, Youtube y página web.

Una de las producciones digitales a las que más le apuesta la marca son los documentales, protagonizados por los mismos *riders* o artistas Mauro Mccoy que trabajen con la marca y buscar crear un lazo entre la comunidad *skate* y la marca a través de las experiencias de estas personas.

En el canal se muestran videos documentales de *riders* de la marca en el que se muestran aspectos de su relación y rutina en la vida con el *skateboarding*.



**Figura 28.** Maurio McCoy en un episodio de Youtube por Santa Cruz Skateboards. Fuente:

<https://www.youtube.com/user/SANTACRUZSKATE1973>

(consultada en: 20-05-2021)

## 2. Element Skateboards



**Figura 29.** Identificador de marca Element Skateboards. Fuente:

<https://co.pinterest.com/pin/860328335046397253/>

(consultada en: 20-05-2021)

Element es una marca creada en 1992 en Atlanta, Estados Unidos, por el artista Andy Howell y el *skater* Johnny Schilleref. Es una compañía que hoy en día hace parte de la marca Billabong y se dedica a manufacturar tablas de *skate*, ropa, calzado y accesorios.

Desde el surgimiento de la marca, la colaboración con el artista Andy Howell hizo que esta tomara un rumbo hacia la producción artística reflejada en sus diseños inspirados por el *skate*, *hip hop*, arte urbano y *graffiti*, lo cual se convertiría en el concepto de la marca, una marca de skaters para skaters donde pudiera plasmar su arte en las tablas y accesorios como un lienzo que diera a conocer esta cultura.

Por su parte el cofundador de la marca Johnny Schilleref habiendo crecido y estando expuesto a una situación cultural similar a la de su colega, desarrolló el logotipo de Element, inspirado en los cuatro elementos de la vida, viento, agua, aire y tierra, como la explica en una entrevista Schillereff para (Highsnobiety, 2014):

*“amo la naturaleza y los árboles y el hecho de que las tablas están hechas de madera. Luego la palabra “Element” comienza con “E” y de hecho hay una “E” en el árbol que pocos notan. Luego agregue viento, agua, fuego y aire, que son la definición de los*

*elementos y todo lo que rodea un árbol. en un principio el logo iba a ser solamente la "E" pero no se veía bien, decidí agregar los demás elementos para hacerlo parecer más a un árbol, y así fue como todo empezó". (Texto traducido al español).*

*"I love nature and the outdoors and the fact that skateboards are made from trees. And then the word "Element" starts with an "E," so there's actually an "E" inside the tree that a lot of people don't know about. Then I added wind, water, fire and earth, which is the definition of element and everything that surrounds a tree. At first the logo was just going to be the "E," but it looked like shit, so I added everything else to make it look more like a tree. That's how all that started."*

## **Diseños gráficos**

Element es una marca que destaca en su diseño gráfico un trabajo conceptual importante. Es una marca que conserva un diseño clásico, tiende a ser minimalista y discreto en el uso de color sin ser reservado.

Sus diseños en tablas de *skate* buscan introducir a cada deportista patrocinado por la marca, incluyendo su nombre y un gráfico específico. La cantidad de diseños varía dependiendo del número de deportistas de la marca en el momento.

El diseño gráfico para accesorios está reducido a utilizar el logotipo como recurso gráfico, sin embargo en algunos casos se desarrollan diseños tipográficos, escudos o *tags* en estos artículos.

El diseño gráfico textil de la marca es uno de los más explorados, está comercializa múltiples colecciones anuales. Para esto se desarrollan campañas teniendo en cuenta mantener la vanguardia de la moda y el estilo gráfico sin seguir siendo una marca que emplea diseños clásicos.

Al igual que con diferentes marcas, el logotipo puede tener diferentes adaptaciones de diseño dependiendo del concepto que se quiera presentar. En esencia el identificador de marca es el mismo, utiliza siempre los mismos elementos, se puede adaptar con texturas, sombras, colores y tipografías diferentes.

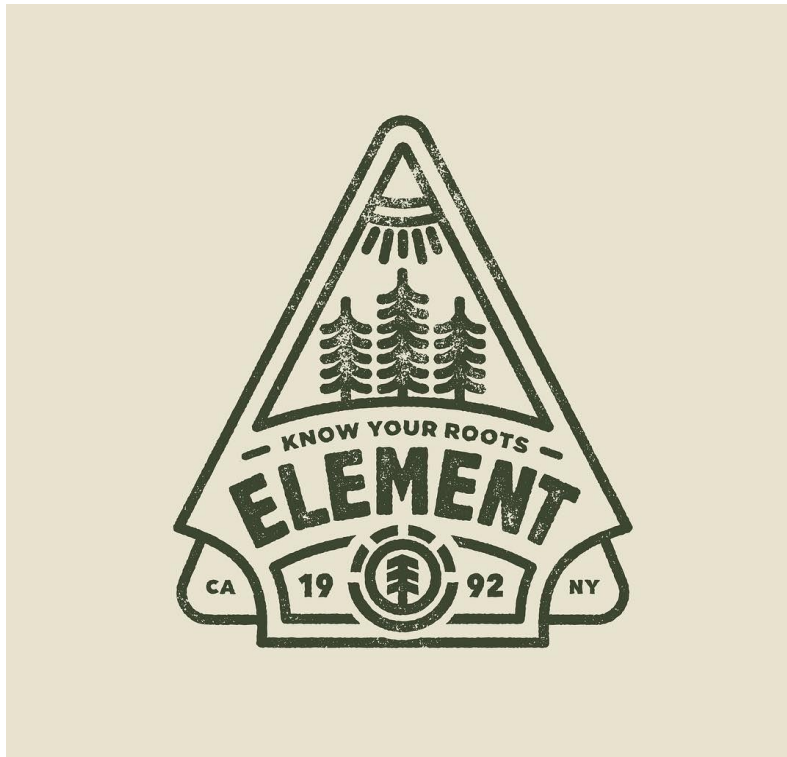


**Figura 30 y 31.** Identificadores de marca Element Para diferentes campañas de diseño. Fuente: <https://www.behance.net/gallery/5598605/Element-logo-flips> (consultada en: 20-05-2021)

Cambios en los colores, la tipografía, texturas y sombras son algunos de los elementos que se pueden modificar para conceptualizar el logotipo.

- (Fig. 30) El color de fondo se reemplazó por una textura que está relacionada con el tipo de gráfico e ilustración creada para la campaña la cual incluye caricaturas de monstruos.
- (Fig. 31) Es un diseño realizado para la campaña “Los Ángeles” que se refiere a un equipo de baseball de Los Ángeles, Estados Unidos. Los diseños incluyen el color rojo que representa a la ciudad, una tipografía tipo serif, característico de los diseños estilo *baseball wear* y los colores azul y rojo. La aureola hace referencia a la palabra *Angels*, un elemento figurativo de la persona divina.

Element es una marca que produce una gran variedad de gráficos para suplir todos los productos y diferentes colecciones que producen. Al ser una marca que produce ropa y accesorios debe incluir diferentes diseños y tipos de aplicación para que sirvan tanto en una tabla como en una gorra o camiseta y por esto desarrollan gráficos tanto monocromáticos como a color.



**Figura 32.** Diseño gráfico de Element para aplique textil. Fuente: <https://www.lincolndesignco.com/element>  
(consultada en: 20-05-2021)

Diseño haciendo referencia a la naturaleza de la marca. Los elementos gráficos dentro de los contenedores incluyen los árboles y el sol, haciendo referencia a los elementos tierra y aire, debajo la frase *know your roots*, haciendo alusión a las raíces, a la tierra. Contiene elementos tipográficos como el nombre de la marca, la fecha de origen y las ciudades donde tiene sede, California y Nueva York. Además, incluye el isotipo de la marca, incluido en la mayoría de los diseños de Element, comunicando así el origen y la esencia de la marca a través del diseño gráfico.



**Figura 33.** Diseño gráfico para calcomanía del *skater* Bam Marguera. Fuente:

[https://favpng.com/png\\_view/skateboard-logo-element-skateboards-decal-sticker-png/vK4kGK9Y](https://favpng.com/png_view/skateboard-logo-element-skateboards-decal-sticker-png/vK4kGK9Y)

(consultada en: 20-05-2021)

Profesional patrocinado por la marca y muy reconocido dentro del mundo del *skate* y como protagonista de la película *Jackass*. La marca realizó estos diseños específicamente para Bam inspirados en su lado oscuro, incluye elementos como el escudo de espadas que contiene el isotipo de la marca, dragones, tribales y murciélagos. El estilo medieval hace referencia a gustos y aficiones del *skater* por el estilo gráfico (fig. 33).

### **Diseño gráfico en *skateboards***

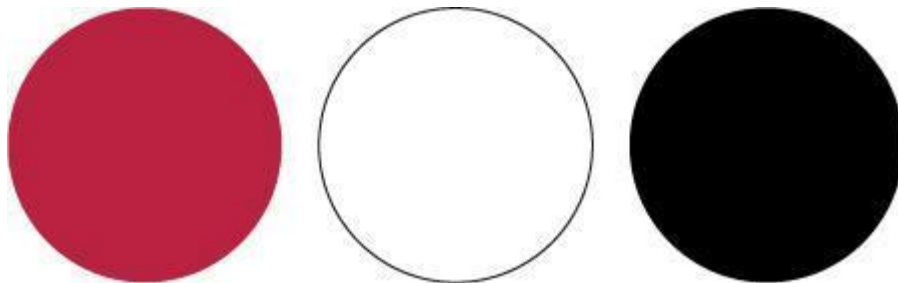
El diseño gráfico de elementos en sus *skateboards* varía dependiendo de la colección. Suelen utilizar diferentes tipos de ilustración dependiendo del artista. Los elementos encontrados comúnmente en todas las tablas de la marca son:

- Logotipo original o una variación dependiendo del concepto.
- Tipografía con el nombre del *skater*.
- Ilustración de personaje según concepto.
- Textura de fondo para ambientar el diseño.



**Figura 34.** Colección Element Skateboards 2016, Brandon Westgate, Nyjah Huston, Greyson Fletcher, Evan Smith y Mark Apleyard. Fuente: <https://dribbble.com/shots/3106070-Sprites-series-for-Element-Skateboards> (consultada en: 20-05-2021)

Cada diseño varía dependiendo de la colección y deportista, algunos colores pueden estar relacionados y designados para un *rider* específico, por ejemplo el diseño de Nyjah Huston siempre va en tonos de azul y el de Mark Apleyard en verde (fig. 34)



**Figura 35.** Paleta de color básica de Element. Fuente: propia.



La marca comercializa diseños que incluyen combinaciones tipográficas y el uso del identificador de marca, el que puede variar según el concepto gráfico del artista o la colección.



**Figura 36.** Colección Icon Series by Element Skateboards. Fuente:

<https://www.behance.net/gallery/6825693/Element-Skateboards>

(consultada en: 20-05-2021)

El uso de color de la marca es el rojo negro y blanco, sin embargo utilizan una combinación de colores en ocasiones haciendo referencia a los cuatro elementos o algún elemento que contenga el gráfico. En esta colección de *skateboards* podemos ver cuatro diseños diferentes para cada *skater*. Incluye un identificador de marca en la parte inferior con el elemento asignado para cada persona, cada uno contiene elementos diferenciadores como se explica a continuación:

1. El diseño de Nyjah Huston con la corona en color azul, color de los diseños de Nijah. Es actualmente el *skater* #1 a nivel mundial y es comúnmente llamado el rey *skateboarding*.
2. El diseño de Mark Appleyard, conocido por ser orgullosamente Canadense, muestra una hoja de árbol de maple, nativo y representativo del país.

- Conocido como Tim Tim, Chad y su apodo viene de la palabra *timber* que hace referencia a madera o objetos elaborados a partir de la madera. En este caso se hizo la relación del gráfico con el de una flecha.
- Levy Brown, *skater*, místico y fumador. El diseño utiliza la pipa como elemento representativo y simbólico del *skater*.

Otro diseño muy comercializado por la marca es la combinación del identificador gráfico y una tipografía ubicados sobre un fondo plano. Se puede utilizar el diseño sobre el fondo de madera o incluir los colores característicos de la marca, el rojo, blanco y negro.



**Figura 37.** Tablas de *skate* con diseños clásicos de Element, incluyen el isotipo, el nombre de la marca y los elementos. Fuente: <https://www.elementskateboards.com> (consultada en: 20-05-2021)

Características principales de diseño gráfico:

- Identificador de marca como recurso gráfico.
- Diseño tipográfico variado (serif y sans serif).
- Uso de color según concepto.
- Simplicidad y minimalismo.

La marca Element también comercializa accesorios como calcomanías y ruedas para *skate*. Los variados diseños que incluyen son una combinación de tipografías e ilustración,

incluyendo el identificador gráfico o el nombre de la marca. Algunos de estos accesorios utilizan técnicas de impresión como tampografía e impresión digital y laminado.



**Figura 38.** Calcomanías y ruedas de skate Element. [Fuente: https://www.skatepro.es/200-6659.htm](https://www.skatepro.es/200-6659.htm)  
(consultada en: 20-05-2021)

### Aplicación de gráficos

Element es una marca que cuenta con múltiples técnicas de aplicación de diseño a sus productos. Las técnicas para tablas son procesos de impresión y transferencia.

El proceso de aplicación del gráfico se realiza mediante un proceso llamado impresión por transferencia de calor.



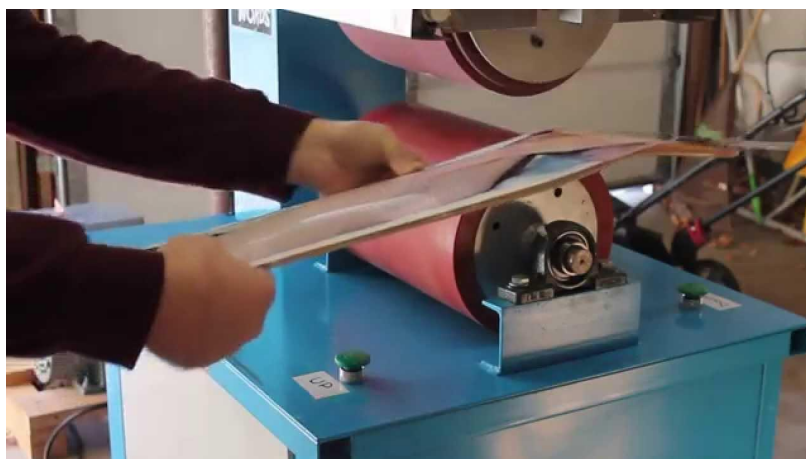
**Figura 39.** Lámina con diseño gráfico antes de transferir la imagen previa a pasar por el rodillo.

Imagen tomada de video, <https://www.youtube.com/watch?v=ui1ZH6keYQM>

(consultada en: 20-05-2021)

Este proceso incluye dos pasos principales. Primero se debe imprimir el arte en un sustrato plástico estático (fig. 39) que permite que la tinta no esté adherida, este será utilizado para transferir el arte a la tabla.

El segundo paso es transferir el arte a la tabla, esto se hace por medio de un rodillo doble que está a alta temperatura (fig. 40), por medio de una reacción entre la tinta y el barniz de la madera se adhiere a la superficie, dando un excelente acabado, alta durabilidad y resistencia al agua.



**Figura 40.** Rodillo de transferencia de calor y tabla estampada. Imagen tomada de video,

<https://www.youtube.com/watch?v=ui1ZH6keYQM>

(consultada en: 20-05-2021)

## Aplicación a textiles de la marca Element

El proceso de aplicación textil que emplea la marca son principalmente dos técnicas. Impresión con *screen* o serigrafía; es una técnica que se emplea para la impresión o estampado de múltiples prendas, permite utilizar diferentes tintas dependiendo de la tela o superficie en la que va a ser impreso y usar una amplia variedad de colores. Bordado; esta técnica se emplea principalmente en accesorios, esto permite que el gráfico no se desgaste tan fácilmente debido a la alta manipulación del accesorio.



**Figura 41.** Estampado textil en serigrafía a dos tintas. Fuente:

<https://skatespain.com/marcas-skate/element>

(consultada en: 20-05-2021)

El diseño puede incluir texturas en el fondo, es común que la marca desarrolle múltiples diseños resaltando el isotipo de la marca con diferentes estilos gráficos como se muestra a continuación (fig. 42).



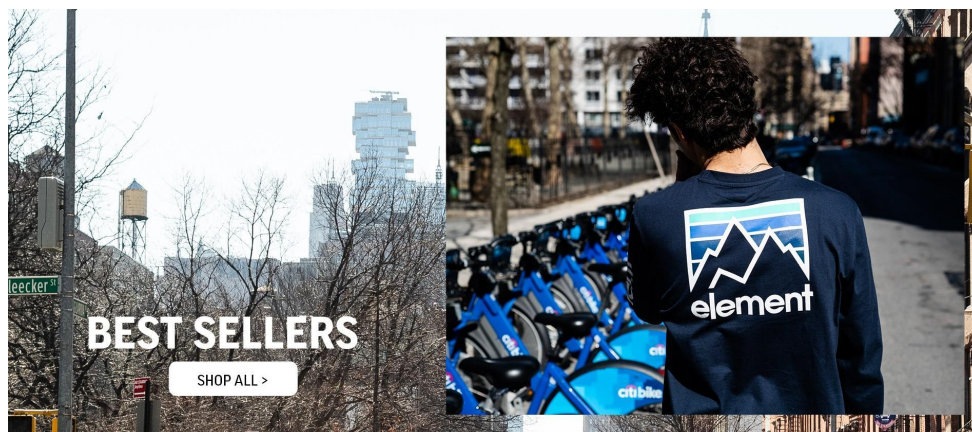
**Figura 42.** Aplicaciones del isotipo en camisetas. Los diseños incluyen el isotipo con fondos texturizados, ilustraciones y el nombre de la marca Element. Fuente: <https://www.surfdome.es/Camiseta-de-manga-corta-Element-Sonata/sd50175018.htm>

(consultada en: 20-05-2021)

### Publicidad y redes sociales

La marca Element se apoya en las redes sociales para su difusión, sus productos y los artistas con los que colaboran. Las plataformas que utilizan son Facebook, Instagram, Youtube y página web.

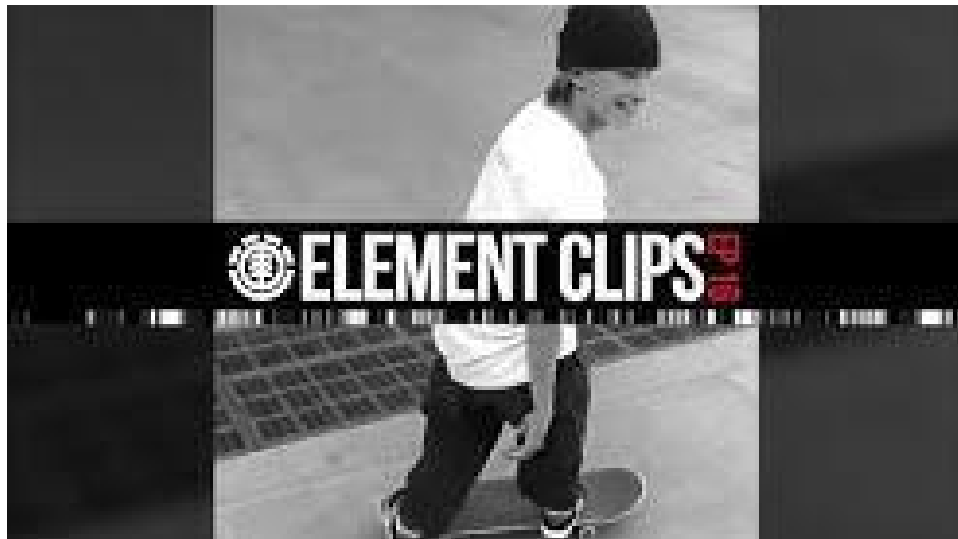
La página web de la marca incluye una tienda e-commerce que ofrece todos sus productos, ropa, calzado, accesorios, *skateboards* y ruedas.



**Figura 43.** Página oficial Element. Fuente: <https://www.elementbrand.com/>

(consultada en: 20-05-2021)

Una de las producciones digitales a las que más le apuesta la marca son los documentales, protagonizados por los mismos *riders* o artistas que trabajen con la marca y buscar crear un lazo entre la comunidad *skate* y la marca a través de las experiencias de estas personas.



**Figura 44.** Canal de Youtube por Element Skateboards.

Element Clips episodio # 16, ft Jaakko Ojanen y Ethan Loy. Fuente:

[https://www.youtube.com/channel/UCk04vWw\\_68XnNyPzy01eVLw](https://www.youtube.com/channel/UCk04vWw_68XnNyPzy01eVLw)

(consultada en: 20-05-2021)

### 3. Sector 9 Skateboards



**Figura 45.** Identificador de marca Sector Nine Skateboards. Fuente:

<https://co.pinterest.com/pin/768848967605418457/>

(consultada en: 20-05-2021)

Sector 9 es una marca que nace en 1993 fundada por Steve Lake, Dave Klimkiewics, Denis Telfer, Tall O'farrell en La Jolla, California. Es una marca que comercializa tablas de *skate* tipo *cruiser*, *downhill longboard*, tablas de *surf* profesionales, accesorios de *skate* y ropa.

Las tablas de *longboard* tienen una particularidad diferente a la otra modalidad de *skate*, estas se parecen mucho a una tabla de *surf*, similares a las que iniciaron el deporte en los años 50. Por esto su diseño industrial y gráfico está muy ligado al mundo del *surf* y el mar.

La marca fabrica diversos tipos de tablas tipo *longboard*, desde tablas de alta velocidad a las llamadas *cruiser* que se utilizan para desplazarse o rodar en la ciudad, esto quiere decir que existen diversos tipos de modelo de tabla para esta modalidad, con una finalidad de uso diferente.

El diseño gráfico y aplicación del arte a una *longboard* no tiene una característica particular que lo diferencie de las tablas de otras modalidades de *skate*, sin embargo, hay unas particularidades de estas tablas que si cambian de otras.

- **Material:** el material de las *longboard* puede incluir una variedad de maderas, desde blandas y livianas a maderas sólidas y pesadas. Para la fabricación de estas tablas también se utilizan materiales compuestos como la fibra de carbono y fibra de vidrio o una mezcla de estos materiales.
- **Tamaño:** las dimensiones de una tabla de *longboard* son considerablemente más grandes que su contraparte de *street*. Debido a que son tablas que se utilizan para alta velocidad, la distancia entre ejes debe ser mayor para conservar la estabilidad.



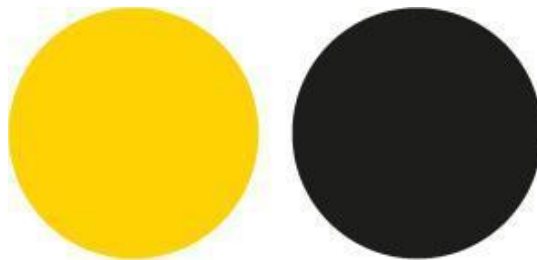
Al mismo tiempo esto implica que la tabla sea más ancha y gruesa para poder soportar el peso sobre esa gran superficie.

- **Forma:** la forma de la tabla es diferente debido a que la posición de los *trucks* o eje de ruedas debe ir a una mayor altura que la superficie donde se posa el corredor. Estas tablas carecen de alas o aletas usadas en las patinetas de *street* para hacer trucos, que son irrelevantes para este tipo de tablas y hace que el diseño estructural sea completamente distinto al de una tabla de *street skate*.

## Diseño gráfico

El identificador de marca original de la compañía tiene origen del término “*Nineball*”, hace referencia a un tonto o perdedor, y “sector 9” siendo un juego de palabras para referirse a su grupo de amigos, motivo por lo cual decidieron llamar así la marca y por lo que el imagotipo de esta es una bola nueve de billar. Sin embargo, la marca se caracteriza por usar diferentes variaciones del identificador gráfico utilizando diferentes tipografías y elementos que se diferencian del original pero que se adecuan bien al diseño según el concepto. (fig. 47) y (fig. 48)

El color que representa a la marca es el amarillo y negro, y se debe a que el amarillo es el color de una bola nueve de billar.



**Figura 46.** Paleta de color Sector 9. Fuente: propia.

Algunos ejemplos de identificadores gráficos que la marca ha diseñado para sus campañas incluyen variaciones en la tipografía e ilustración. Es una marca que se caracteriza por desarrollar diseños especiales para cada colección, sin mantener un estándar específico.



**Figura 47.** Diseño de identificador gráfico clásico de Sector 9. Fuente:

<https://co.pinterest.com/pin/768848967605418457/>

(consultada en: 20-05-2021)

Incluye la bola de billar que hace referencia al concepto del nombre de la marca y usa los colores representativos de ella, el amarillo y negro.



**Figura 48.** Diseño de identificador gráfico para línea “Speed longboards” o de velocidad. Fuente:

<https://wallpapersafari.com/sector-9-longboards-wallpaper/>

(consultada en: 20-05-2021)

Es un diseño con características gráficas modernas por el uso de su tipografía, fondo y el color verde para comunicar el aspecto deportivo y activo.

Sector 9 al ser una marca que comercializa artículos de *surf* y playa, liga este concepto con sus diseños gráficos, estos utilizan elementos estilo *vintage* - retro y la ilustración varía desde trazos en silueta y *outline* (fig. 49) a ilustraciones complejas y desarrollo de personajes.(fig. 50)

Sus diseños se caracterizan porque utilizan la textura de la madera descubierta como fondo para el diseño que le da un aspecto muy interesante y permite ver el material con el que está elaborado.



**Figura 49.** Diseños gráficos en longboards. Fuente: <https://www.sector9.com/>  
(consultada en: 20-05-2021)

En esta marca el diseño gráfico consta principalmente de tres elementos gráficos. Primero el identificador gráfico, el cual puede ser representado con el identificador original o por medio de monogramas. Segundo el uso de textura usualmente a una tinta. Y tercero, la exposición del material en este caso la madera.



**Figura 50.** Colección skateboards tipo “cruiser” Sector 9. Diseños inspirados en la playa y el mar.

Fuente: <https://www.sector9.com/>

(consultada en: 20-05-2021)

Características principales de diseño gráfico:

- Diversidad de líneas gráficas.
- Adaptación del diseño con el material.
- Uso de colores neutros.
- Estilo *surf* - retro.

Dentro de la marca Sector 9, hay una línea de tablas de *downhill* de alto rendimiento. Las tablas de esta línea están diseñadas para realizar descuelgues a altas velocidades y contienen una construcción en materiales compuestos.

La línea se llama “Downhill Division” y está representada por un identificador de marca distinto al original de la marca (fig. 51) y su composición se asemeja a un escudo. Este contiene el nombre de la subdivisión en unos banderines acompañado por el contenedor

en forma de escudo de color amarillo, el color representativo de la marca y un personaje representado por una cabeza de calavera con un casco y unas gafas que se asemejan a los de los pilotos de avión de antaño. El identificador gráfico incluye la bola nueve, unos rayos y unas estrellas en una combinación de colores blanco y amarillo que son los colores de la bola nueve de billar.



**Figura 51.** Identificador gráfico Downhill Division Sector 9. Fuente:  
[235-2354517\\_logo-sector9-downhill-division-sector-9-downhill-division.png](https://www.235-2354517_logo-sector9-downhill-division-sector-9-downhill-division.png)  
(consultada en: 20-05-2021)



**Figura 52.** Colección Sector 9 Downhill Division. Fuente:

<https://co.pinterest.com/pin/300474606362103659/>

(consultada en: 20-05-2021)

Los seis gráficos de las tablas para la colección Downhill Division (fig. 52) tienen unas características en común, el diseño tipográfico contenido dentro de un banderín para el nombre del *skater*. La calavera personificada específicamente para cada diseño como algún guerrero de la antigüedad. La paleta de colores varía para cada ilustración.

### **Publicidad y redes sociales**

La marca Element se apoya en las redes sociales para difundir la marca, sus productos y los artistas con los que colaboran. Las plataformas en las que se enfoca principalmente es su página web, donde se pueden conocer y comprar todos sus productos y realizan envíos a todo el mundo. Además, utilizan redes sociales Facebook e Instagram para compartir contenido de la marca.



**Figura 53.** Página oficial Sector 9. Fuente: <https://www.sector9.com/>  
(consultada en: 20-05-2021)

#### 4. Penny Skateboards



**Figura 54.** Identificador de marca Penny Skateboards. Fuente:

<https://co.pinterest.com/pin/466122630152610720/>

(consultada en: 20-05-2021)

Marca australiana creada por Ben Mckay en 1990, es una marca que produce skateboards, llantas y trucks para tablas tipo *cruiser* en distintos materiales, principalmente plástico, que permite un diseño rígido y permite que la tabla sea de diferentes colores y tenga texturas moldeadas en ella.

La idea de la marca era realizar patinetas que se asemejan a los primeros prototipos que aparecieron en los años 70, las llamadas *cruiser boards* son diseñadas para ser portables, de allí el concepto de la marca y como su nombre Penny traduce la palabra “centavo”, haciendo referencia al concepto de pequeño, ligero y compacto, que permitan ser un medio de transporte y poderse cargar fácilmente en la mano o en un bolso. Es por esto que se volvió una marca popular ya que su público es muy amplio, la marca le apunta no necesariamente a *skaters* con experiencia sino a alguien que esté iniciando el deporte y quiera rodar o transportarse en patineta.

#### **Diseño gráfico**

El diseño gráfico de la marca está ligado a la técnica que se utiliza para plasmar el diseño según su material. Como se explicó, las tablas que comercializa la marca son de un material plástico, prensado en moldes con un diseño específico. Este proceso le da unas



características especiales diferentes a las marcas de patinetas que trabajan con otros materiales, algunas de ellas son:

- Ausencia de la necesidad de usar tintas o impresión para plasmar diseño gráfico.
- Posibilidad de plasmar texturas en el material.
- Múltiples colores.
- Variedad de formas y tamaños que no están sujetos a características de materiales como la madera.

Las tablas Penny tienen un elemento visual característico que es su identificador gráfico. Incluido en todas las representaciones y diseños de la marca, el identificador gráfico tiene dos variantes; la primera (fig. 55) y la segunda (fig. 56), son básicamente el mismo logotipo uno con contenedor circular y el otro si en el contenedor, utilizando la misma tipografía. Algunas veces se utilizan dos o más representaciones del identificador gráfico en diferentes lugares de la tabla, por ejemplo, la parte superior y la parte inferior, o en el ala trasera.



**Figura 55.**

(Fig. 55) Patineta Penny con una mezcla de colores crema.



**Figura 56.**

(Fig. 56) Patineta Penny con gráfico impreso.

Fuente: <https://www.amazon.es/Penny-monopatin-Skateboard-Cruiser-Yellow/dp/B08BYVVKKB>

(consultada en: 20-05-2021)



**Figura 57.** Patineta Penny en color negro con logotipo circular en la parte superior. Fuente: [41dByxW7FFS\\_AC.jpg](#) (consultada en: 20-05-2021)

La parte superior de la tabla tiene una textura llamada *pancake* que además de ser un elemento visual representativo que tienen las tablas Penny, sirve para dar agarre al *skater* y no es necesario usar una lija para evitar deslizarse de la tabla. Esta técnica permite explorar otros patrones además de la textura antideslizante para lograr nuevos e impactantes diseños.



**Figura 58.** Detalle de textura superior, truck y ruedas de la marca Penny. Fuente: [penny-skateboard-swirl-27-complete-2020.jpg](#) (consultada en: 20-05-2021)

El hecho de que la tabla sea de plástico otorga un nuevo mundo de posibilidades que también permite por ejemplo hacer patinetas transparentes, que alumbran en la oscuridad o una mezcla de diferentes teñidos.



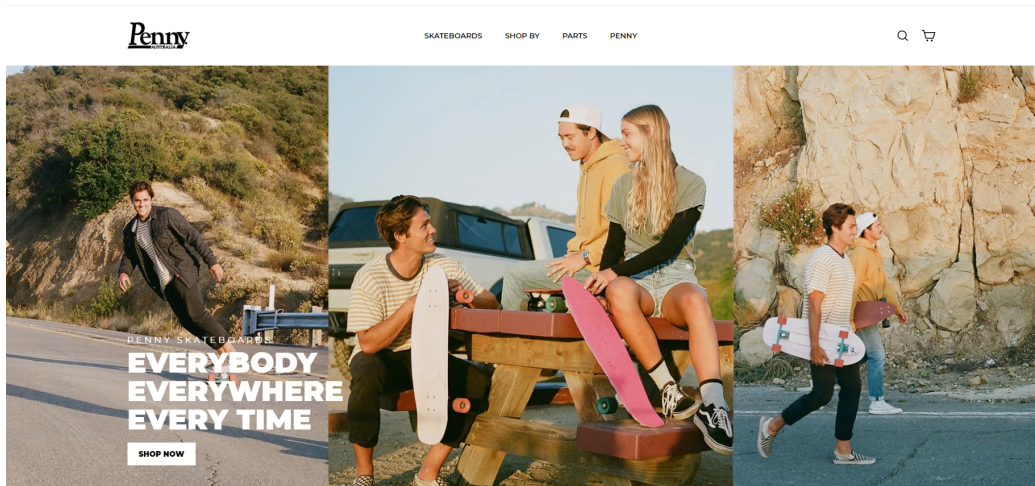
**Figura 59.** Skate Penny en fusión de colores verde, amarillo y rojo. Fuente:

<https://www.amazon.com/-/es/Penny-Skateboards-Edición-Limitada/dp/B07DYJPCZY>

(consultada en: 20-05-2021)

Algunos diseños incluyen una combinación de colores lograda a través de la mezcla de plásticos de diferentes teñidos para crear una tonalidad variable a través de la tabla. Entre los colores que ofrece la marca ofrecen una gran posibilidad de opciones para escoger según el gusto del usuario.

La variedad de colores que ofrece la marca es un punto a favor de sus productos, además ofrecen diseños con una combinación de colores con un producto final con una apariencia muy interesante. Debido a estas características, se volvieron una marca importante en el mercado por el tipo de producto que ofrecen, distinto al *skateboard* de madera común. Todos sus productos se pueden obtener a través de la página web y tienen envíos a todas partes del mundo.



**Figura 60.** Página web principal para Penny Skateboards. Fuente:

<https://www.pennyskateboards.com/>

(consultada en: 20-05-2021)

## CAPÍTULO 3

### DISEÑO Y DESARROLLO APLICADO A *SKATEBOARDS*

#### Introducción

Según el análisis realizado a partir de las marcas de *skate* y sus productos, fue posible desarrollar una idea y un concepto para crear una serie de gráficos dirigidos a los practicantes de *skate* locales.

Es importante resaltar que en la ciudad de Medellín se practican diferentes modalidades de *skateboarding*, principalmente dos tipos; el conocido como *street* donde los deportistas realizan trucos con sus tablas y montan en lugares variados como la calle o en *skateparks*; y segundo, la modalidad *downhill*, donde se utilizan tablas tipo *longboard*. Estas tienen la función de realizar bajadas por pendientes a alta velocidad, lo cual lo hace un deporte de muy alto riesgo y es una modalidad que implica tener una aproximación más cuidadosa y profesional. Estas dos modalidades, aunque hacen parte del mismo deporte, suponen usuarios diferentes y aproximaciones diferentes en cuanto a los diversos aspectos del tipo de producto que adquieren; forma y tamaño, materiales, gráficos, durabilidad, etc. Es por esto que en este proyecto se propone un diseño para la modalidad de *downhill*.

Con respecto a la modalidad de *street*, el usuario con el que se trabaja es un poco diferente, es una cultura donde hay una apreciación por el arte urbano como el graffiti, el tattoo y el *skate*, estos usuarios dentro de su cultura escuchan la música rap y hip hop, por lo cual comparten identidades similares. Es por esto que al diseñar los gráficos fue necesario encontrar una idea y concepto acorde con este estilo de vida de los practicantes de *skate* locales.

## Propuestas gráficas

### Modalidad *street skate*

**Público o usuario:** practicantes de *street skate* de Medellín

**Concepto:** Las calles de Medellín

Las calles de Medellín fueron el concepto elegido para el desarrollo de las dos primeras propuestas de gráficos. Se han seleccionado tres elementos característicos de Medellín: El adobe o los muros de adobe, luces de neón y el edificio Coltejer como icono urbano. Para explicar un poco el concepto, se quiere representar una parte muy importante de lo que hace parte del *skater* de Medellín, la calle como área de desarrollo de las actividades. Como cualquier otra ciudad principal o capital, Medellín es una ciudad que cada vez tiene más intervención por parte de los jóvenes, haciendo parte de una cultura alternativa, rebelde, anti tabú. Por ejemplo, es común entre los grupos que gustan de salir a practicar *skate*, hacer *graffiti*, muralismo o cartelismo, diseñar sus propios *tags*, poster, calcomanías y plasmarlos por toda la ciudad, no simplemente rayando por rayar o pegando por pegar, el gesto de una firma en una pared de la ciudad significa la exposición de un arte propio en su comunidad. El usuario también tiene una forma de hablar característica, que incluye palabras y términos coloquiales utilizados regularmente en esta comunidad, por esto la propuesta es incluir este tipo de frases para tratar de acercarse al usuario en el mismo tono comunicativo en el que ellos comparten sus prácticas.

Para el desarrollo de las propuestas se eligieron una serie de elementos gráficos que buscan representar el concepto de las calles de Medellín.

- Se eligieron tres tipografías que hicieran referencia al estilo *tag* (inscripción o firma con *lettering* trazado en marcador o pintura en aerosol)
- Representación gráfica de la ciudad por medio de un *skyline* y resalta el edificio Coltejer, una edificación importante que hace referencia a la ciudad.
- Texturas de concreto y ladrillo simulan ambiente de ciudad *underground*.
- El uso de colores neón crea un alto contraste y representa el cielo y el tono de colores usados para el arte urbano.

## Diseño 1



**Figura 61.** Diseño 1 para *skateboard* tipo *Street*. Fuente: propia.

Este diseño se basa en el concepto de muros de adobe con *graffiti* y el *tag* callejero, una actividad realizada por los *skaters* de Medellín. Los *copys* son extraídos de frases coloquiales. Se incluye el identificador de la marca en la parte delantera y un vector de un símbolo trasera que es una convención saludo entre los *skaters*. El diseño puede ser en escala de grises o a dos tintas.

## Diseño 2



**Figura 62.** Diseño 2 para *skateboard* tipo *Street*. Fuente: propia.

Este diseño se basa en el concepto de ciudad y arte urbano. La idea es crear una metáfora de que la ciudad de Medellín refleja el arte callejero. Representado por la línea de cielo o skyline, el reflejo de la imagen hace referencia metafóricamente a que es una ciudad de arte urbano por lo que se muestra con una textura en inscripciones tipo *tag* y *graffiti*. Crea un contraste entre los dos lados de la tabla, usando una combinación de colores vivos en contraste. El gráfico incorpora una tipografía tipo *tag* y un sello en este estilo de tipografía que representaría la línea o colección de diseño. También puede incluir el nombre, apellido o apodo del artista o deportista en caso de patrocinio o colaboración.

## Propuesta gráfica 2

### Modalidad Downhill skate

**Público o usuario:** practicantes de *downhill* de velocidad de Medellín

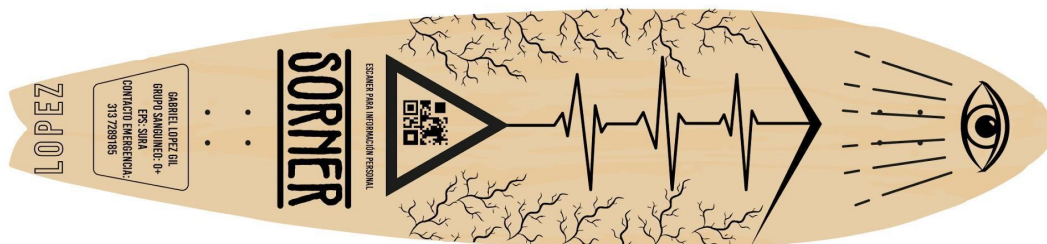
**Concepto:** Línea de vida

La modalidad de *downhill* es un deporte de competencia de alto riesgo, significa que el corredor debe tener un alto grado de concentración durante la práctica y debido a las altas velocidades a las que transita, en caso de algún error se puede resultar con una lesión grave, siendo el caso indeseado. Es por esto que el desarrollo del concepto para esta propuesta de diseño, está basado en la posibilidad de darle al corredor algún tipo de auxilio en caso de tener algún accidente, proporcionando a la persona que lo asiste los datos vitales necesarios en el momento. En este caso la tabla contiene dentro del diseño el nombre de la persona, el grupo sanguíneo, la EPS y un contacto de emergencia, por lo que cada diseño se hace personalizado para el corredor.

El diseño incluye un código QR que el usuario puede obtener registrando en una base de datos su información para ser escaneada en caso de accidente.

Para el desarrollo de la propuesta se eligieron una serie de elementos gráficos que buscan representar el concepto de “línea de vida”.

### Diseño 3



**Figura 63.** Diseño para skateboard tipo *longboard*. Fuente: propia.



Diseño gráfico para *longboard*, propuesta para ser elaborada en grabado láser. Es un diseño sencillo que incorpora en el gráfico información sobre el deportista. Busca ofrecer información clara y legible.

- Se eligió una tipografía que fuera altamente legible, de cuerpo ancho (bold) y sans serif, (Bebas Kai), con el fin de no presentar ningún tipo de problemas para leer la información vital.
- Incluye un código QR que indica que se puede escanear para consultar información vital.
- Datos personales, nombre, grupo sanguíneo, EPS, contacto de emergencia.
- Propuesta monocromática para aplicar el gráfico bajo grabado láser. Permite que no se degrade el diseño, es muy importante conservar toda la información en la tabla.

## CONCLUSIONES

Para dar respuesta a la pregunta inicial de investigación, los hallazgos fueron los siguientes:

Se logró Identificar que como cualquier deporte emergente, el *skateboarding* y su diseño gráfico tuvo un desarrollo paulatino a partir de la década de los 70, donde conjunto con la aparición de las primeras marcas surgen personajes que se desarrollan a través de un proceso como ilustradores o artistas y crean un vínculo con el deporte. En un principio realizaron una serie de aplicaciones gráficas a las tablas que eran propios de la nueva cultura y gracias a su evolución comenzaron a ser plasmados en los productos como patinetas, ropa y accesorios para *skateboarding*.

El pionero de las primeras aplicaciones en tabla fue el artista Jim Phillips. Sus colaboraciones más destacadas fueron con marcas como Santa Cruz. Mostró una nueva forma y uso de la imagen para plasmar en los productos, convirtiéndolos en algo característico por su estilo, tipografías e iconografías surrealistas, ofreciendo diseños novedosos que luego fueron un referente para las marcas emergentes.

Se identificó que durante los años 70, 80, 90 y posteriores, las diferentes marcas (Santa Cruz, Element, Sector 9, Penny) que se dedican a comercializar productos para *skateboarding* con diseños y aplicaciones gráficas que están ligados a un tema, concepto específico o ideas y técnicas propias del diseñador.

El mundo del *skate* ha estado muy ligado a la cultura callejera que involucra el arte y las expresiones artísticas, por lo que sus tablas y accesorios incluyen elementos gráficos de esta cultura que son representativos y significativos para los usuarios de las marcas, identificando que la forma de diferenciarse entre ellas es por medio de un diseño gráfico distintivo que cautive al usuario. Sin embargo, aunque dichas marcas son fáciles de referenciar, no por ello se dan licencia para proponer diseños gráficos que hacen alusión a seriados como Star Wars, cómics de Marvel, Los Simpson, y otras figuras reconocidas, para entrar no solamente en el mercado del skate sino apuntar a usuarios que admiran estos.

Con respecto a este deporte en el contexto de la ciudad de Medellín se identificó que hay artistas y diseñadores como Luis Miguel Villada, Christian Pineda y el grafitero cuyo seudónimo se conoce como La Plaga, que han realizado trabajos gráficos significativos en el ámbito del deporte, los cuales corroboran que esta práctica se convierte en una alternativa de comunicación para el público objetivo en la ciudad.

Se logró crear propuestas de diseño para dos diferentes modalidades de *skateboarding* que se practican en la ciudad de Medellín, con respecto a la modalidad de *street skate*, se relacionaron elementos icónicos de la ciudad como el edificio Coltejer, igualmente iconos característicos de la ciudad como el ladrillo que son comunes en el ambiente urbano. Finalmente para la modalidad de *downhill*, se optó por proponer un diseño denominado “línea de vida” donde se creó un gráfico enfocado en la modalidad de alto riesgo.

Esta investigación permitió identificar que este segmento puede ser opción de emprendimiento ya que tiene un potencial en la expresión gráfica de un deporte urbano como el *skateboarding*, el cual ha adquirido reconocimiento no solamente en el ámbito local sino en el ámbito mundial.

Finalmente, a partir del análisis que se hizo con respecto al proceso de producción y aplicación de los gráficos a los productos, es claro que el desarrollo de estos productos se puede hacer empleando diferentes técnicas que se adaptan a las características y presupuesto que la marca necesite. Por lo tanto, la idea de proyecto que se propone permite ser viable y aplicable a productos que puedan comercializarse fácilmente a nivel local ya que las técnicas de producción son accesibles (serigrafía, estampado al calor, transferencia, grabado laser).

## REFERENCIAS

Hoyos, Ricardo (2016) *Branding, el arte de marcar corazones*. Ecoe Ediciones, <https://www.ecoediciones.com/wp-content/uploads/2016/08/Branding.pdf>

(consultada en: 15-03-2021)

Días, Christian Mauricio (2018) *Skateboarding: rodando entre entidades y política*. (Trabajo de grado). Universidad Santo Tomás, Bogotá D.C.

<https://repository.usta.edu.co/bitstream/handle/11634/15331/2018NicolásCasallas.pdf?sequence=12&isAllowed=y>

(consultada en: 19-04-2021)

Sowunmi, J. (Julio 30, 2011). *The Sharpie Mark Rivard Ad connects and DIY swagger*. Trendhunter.com. <https://www.trendhunter.com/trends/sharpie-mark-rivard1>

(consultada en: 19-04-2021)

Phillips, J. (2003). *Surf, skate and rock art of Jim Phillips*. Editorial Schiffer.

(consultada en: 05-05-2021)

Phillips, J. (2006). *Rock posters of Jim Phillips*. Editorial Schiffer.

(consultada en: 05-05-2021)

Phillips, J. (2007). *The skateboard art of Jim Phillips*. Editorial Schiffer.

(consultada en: 05-05-2021)

Phillips, J. (2021). *Jim Phillips official web page*. <https://www.jimphillips.com>

(consultada en: 05-05-2021)

Donis, A, (1976). *La sintaxis de la imagen*, Barcelona, España, editorial Gustavo Gili, SA.

(consultada en: 22-05-2021)

Chavez, N. Belluccia, R, (2003). *La marca corporativa, gestión y diseño de símbolos y logotipos*, Buenos Aires, Argentina, editorial Paidós.

(consultada en: 22-05-2021)

Freidman, G.E. Stecyk, C.R. Fairey, S. (2014). *My Way*. Editorial Unknown.

(consulta en: 25-05-2021)

Highsnobiety (2014). *An interview with element founder Johnny Schillereff*.

<https://www.highsnobiety.com/p/an-interview-with-johnny-schillereff/>

(consultada en: 25-05-2021)

Surgeremagazine (2017). *Historia de skateboarding desde el sidewalking surfing hasta el skate de los 80*.

<https://surgeremagazine.com/historia-skateboarding-desde-sidewalking-surfing-hasta-el-s-kate-de-los-80/>

(consultada en: 25-05-2021)

Melo, M (2017). *60s & 70s Vintage skateboard collection*. [www.vintage-skateboards.com](http://www.vintage-skateboards.com)

(consultada en: 25-05-2021)