

La influencia del diseño gráfico en la industria musical del rap de Medellín. Rimas diseñadas.

Juan Camilo Ramírez Zuluaga.

Emerson Zapata Estrada.

Jhonatan Andrés Ahumada Castaño.

Facultad de comunicación, publicidad y diseño.

Universidad Católica Luis Amigó.

Veronica Morales Garcia.

Medellín 18 de Noviembre de 2025.

RESUMEN:

Rimas Diseñadas analiza cómo el diseño gráfico influye en la identidad, la comunicación y el impacto del rap en Medellín. El trabajo muestra que las portadas, tipografías, colores y piezas visuales no son solo decoración, sino herramientas que construyen marca, cuentan historias y refuerzan los mensajes del género. A través de un enfoque cualitativo y semiótico, se estudian portadas desde los años 90 hasta 2025, evidenciando cómo lo visual ha evolucionado junto con la escena rapera. También se incluyen entrevistas a raperos y diseñadores, quienes coinciden en que la estética es parte esencial del proyecto musical. En Medellín, el diseño se convierte en memoria urbana, resistencia cultural y expresión del territorio. En conclusión, la monografía demuestra que diseño y rap avanzan juntos: uno da forma visual a lo que el otro expresa en sonido.

Introducción:

El diseño gráfico ha desempeñado un papel fundamental en la industria musical y en el entretenimiento, actuando como un medio de expresión visual que complementa y amplifica la identidad de los artistas y la estética de sus producciones. En el caso del rap en Medellín, este vínculo ha sido determinante para la construcción de narrativas, el fortalecimiento del sentido de comunidad y la consolidación de una escena con una estética propia. No obstante, pese a su relevancia, la relación entre el diseño gráfico y la industria musical de este género en el contexto de la ciudad ha sido escasamente abordada en el ámbito académico. Por esta razón, se propone la presente investigación, cuyo propósito es otorgar visibilidad y relevancia a la interacción entre el diseño gráfico y el rap, reconociendo en ello una oportunidad significativa para aportar como pioneros en el análisis de esta temática.

Este proyecto busca analizar y documentar la influencia del diseño gráfico en la industria del rap en Medellín, abordando su impacto en la construcción de marca de los artistas, la difusión de sus proyectos y la percepción del público. Asimismo, pretende indagar en las piezas gráficas de los principales referentes, tanto actuales como aquellos que iniciaron este movimiento en la ciudad. Para ello, se tuvieron en cuenta portadas de álbumes, afiches promocionales, piezas publicitarias, entrevistas, artículos, entradas a eventos, material de conciertos o presentaciones, publicaciones en redes sociales y videos que permitieron comprender su evolución y su importancia dentro del género.

Para el desarrollo de este estudio se ha optado por un enfoque de investigación cualitativa sustentado en un método histórico-hermenéutico. Este se fundamenta en la interpretación de hechos históricos, textos, símbolos y discursos dentro de su contexto cultural y social, lo que permite analizar la evolución del diseño gráfico en el rap de Medellín y, de manera complementaria, realizar una interpretación semiótica de sus piezas visuales.

El método histórico-hermenéutico posibilita comprender cómo los fenómenos se desarrollan a lo largo del tiempo y cómo se encuentran imbuidos de significado cultural. A través de este enfoque es posible reconstruir las relaciones entre los elementos visuales y su trasfondo simbólico, comprendiendo no solo lo que “se ve”, sino lo que “se ha vivido”, lo que se ha pensado y lo que se expresa desde lo simbólico. Según Morales (2003), para llevar a cabo una investigación documental es necesario delimitar un tema, justificarlo y establecer un marco de referencia preliminar que oriente la recolección de información y la redacción del informe.

Por su parte, la aproximación semiótica aporta herramientas para desentrañar los signos presentes en las piezas visuales: los códigos, las metáforas, las iconografías, los recursos formales y los discursos implícitos. De esta manera, se logra no solo describir las

características estéticas, sino interpretar sus significados profundos, las intenciones comunicativas, las influencias culturales y los valores sociales que incorporan.

En conjunto, este enfoque permite:

- Situar las manifestaciones visuales en su dimensión histórica, observando su génesis, cambios y continuidades.
- Interpretar sus rasgos simbólicos y discursivos en función de los actores, el contexto sociocultural y las prácticas sociales.
- Realizar una lectura semiótica que revele cómo el diseño transmite sentido, identidad, ideología y una cosmología visual propia.

La metodología histórica-hermenéutica adoptada implica la recolección y análisis de archivos, el estudio detallado de piezas visuales y la realización de entrevistas a raperos y diseñadores de la ciudad. A partir de estas entrevistas, se busca no solo obtener información de primera mano sobre la relación entre el diseño gráfico y el rap, sino también generar un producto documental que sirva como testimonio y herramienta de difusión. Dicho producto se publicará en YouTube, una plataforma de libre acceso y de amplio alcance.

Tabla de contenido.

Contenido

Introducción:.....	2
Marco teórico.....	8
Definiciones claves:.....	8
Inicios del Diseño Gráfico.....	8
Definiciones Básicas del diseño gráfico.....	9
Lenguaje visual.....	9
El inicio del Hip Hop.....	10
Historia del rap:	11
Historia del Rap en Medellín:	11
El diseño gráfico aplicado en la música.....	12
La marca del artista	13
Metodología.....	14
¿Cómo se desarrolló esta investigación?.....	14
Información recopilada:	17
Para desarrollar esta investigación, usamos tres estrategias clave:.....	17
1.Recopilación de portadas de álbumes	17
2.Revisión de artículos y estudios previos.....	19
Diseño gráfico en la música:	19
Semiótica y análisis visual:	20
Tipografía:.....	21
Historia del rap en Medellín:	21
3. Entrevistas con fuentes vivas:	22
Rap y cultura visual	23
Elementos gráficos claves en el rap	24
Estética del videoclip y producto audiovisual	24
Rap como resistencia juvenil	25
Diseño gráfico como memoria y archivo	25
Desarrollo o Cuerpo del Trabajo	27
• Colores:	27

• Tipografía:.....	27
• Soundtrack:	28
RIMAS DISEÑADAS - CAPÍTULO #1 "MC MEGA"	29
El poder de hacer equipo	29
Una identidad que se siente	31
El rap como voz de la gente	32
Diseño que comunica, no solo decora	35
El proceso del diseño musical.	36
Estrategia, color y experimentación	38
Inspiraciones y raíces	39
RIMAS DISEÑADAS - CAPÍTULO #3	41
"OUT"	41
Sentimientos en colores	41
Ser pulido	42
Análisis Semiológico	43
Rulaz Plazco – Bizarro (2000)	43
Ultrajala – Ceda La Dosis II (Inhala Exhala) (2005)	45
"La Revancha de los Tímidos" (2009)	46
Crew Peligrosos – Medayork (2013)	47
Alcolirykoz - Efectos Secundarios (2014)	49
Crudo Means Raw – Voyage: El Pasaje (2015)	50
Lianna – Como el Agua (2016)	52
No Rules Clan – Rap Nativo (2016)	53
Afaz Natural – Un Rude Bwoy en el Ghetto (2017)	55
Doble Porción – Manzanas a la Vuelta (2018)	57
Frank Jhonsón – Al-Bardo (2016)	58
Vic deal - La costa nostra (2020)	61
Brain bonaparte- Stairway to Sky (2021)	62
Jhota Parco - Avenida Parca (2025)	63
Granuja- Rituales (2025)	65
Vic Deal – Medallas de Oro (2025)	66
CONCLUSIONES	71
“MC” Megas:	71
Sebastian Gomez:	71
OUT:	72

	7
El diseño gráfico como identidad cultural	72
Evolución estética y tecnológica	72
El poder del código visual	73
El diseño como memoria.	74
Impacto en la industria musical	74
El lenguaje visual en el rap como código cultural	74
1. Tipografía:	74
2. Ilustración	75
3. Collage:	75
4. Fotografía	76
Comunicación efectiva y resistencia cultural	77
Referencias bibliográficas	78

Marco teórico.

Definiciones claves:

Para abordar esta temática es necesario definir los conceptos de diseño gráfico, hip hop y rap, comprendiendo cómo este último surge y se desarrolla dentro del primero. De igual manera, se rastrea el proceso de llegada de este género y cultura a Colombia, su establecimiento en Medellín, así como la apropiación y adaptación del rap dentro del contexto antioqueño y su evolución en la escena local. Finalmente, se analiza la relación entre el diseño gráfico y el rap, y cómo esta interacción ha potenciado y fortalecido a ambas industrias.

Inicios del Diseño Gráfico.

La definición formal de la profesión del diseñador gráfico es relativamente reciente en términos de formación, objetivos y campo de acción. Aunque no existe consenso respecto a la fecha exacta de surgimiento del diseño gráfico, algunos autores lo sitúan en el período de entreguerras, mientras que otros lo ubican a finales del siglo XIX. Pese a que las comunicaciones visuales con intenciones específicas pueden rastrearse desde las pinturas rupestres del Paleolítico o desde la aparición de la escritura en el tercer milenio a. C., las diferencias en los métodos de trabajo, las herramientas, las ciencias auxiliares y la formación requerida impiden establecer una continuidad directa entre el diseñador gráfico contemporáneo y los antiguos artesanos, como los xilógrafos del siglo XV o los litógrafos de finales del siglo XIX.

De acuerdo con Fernández Álvarez (2022), la evolución del diseño gráfico como práctica y profesión ha estado estrechamente vinculada a las innovaciones tecnológicas, a las

necesidades comunicativas de la sociedad y a la creatividad artística del diseñador, quien busca generar impacto sin desvirtuar el mensaje. Desde sus orígenes, el arte y la comunicación han mantenido una relación profundamente interdependiente.

Definiciones Básicas del diseño gráfico.

Al igual que en muchas otras profesiones, existen conceptos fundamentales que todo diseñador debe considerar para garantizar la calidad de su trabajo. Entre ellos se destacan el balance y la alineación, la proximidad y el manejo del espacio, la repetición y la consistencia, el contraste y el uso del color, los cuales constituyen los pilares del diseño efectivo (Rosales Mora, 2020).

Lenguaje visual.

El diseño gráfico, como disciplina comunicativa, se fundamenta en el uso del lenguaje visual para transmitir mensajes de manera eficaz. A diferencia del lenguaje verbal, el lenguaje visual posee un carácter inmediato e intuitivo, lo que lo convierte en una herramienta esencial dentro de la comunicación contemporánea. En este sentido, Franquesa y Fontanills (2013) afirman:

El lenguaje visual se aprende de manera intuitiva; nos resulta más fácil aprender a 'leer' imágenes que a leer un texto escrito. La imagen y su significación son más accesibles en un primer nivel de reconocimiento e interpretación. Se ha dicho que es más 'universal' porque podría traspasar las fronteras lingüísticas y las diferencias educativas. Lo que se puede constatar es que hay más conexión (semblanza icónica) entre una representación visual y la realidad que entre esta realidad y su representación verbal" (p. 7).

Esta perspectiva evidencia que la comunicación visual, al basarse en códigos universales, tiene la capacidad de trascender las barreras del idioma y de las diferencias culturales, consolidándose como un medio eficaz para generar significados compartidos. Por ello, el diseñador gráfico no solo construye imágenes estéticamente atractivas, sino que también crea mensajes visuales que permiten una comprensión inmediata y global, un elemento esencial dentro de la cultura visual contemporánea.

El inicio del Hip Hop.

Según Sandín Lillo (2016), el hip hop es una corriente cultural, artística, urbana y transgresora surgida en la década de 1970, la cual se expandió rápidamente a nivel mundial. Este movimiento alcanzó gran acogida entre los jóvenes latinos y afroamericanos de los guetos de Nueva York, quienes lo adoptaron como respuesta a la marginación y a la segregación racial. La violencia, las drogas y la proliferación de pandillas definieron el contexto en el que el hip hop emergió como una alternativa creativa ante la hostilidad de las calles del Bronx, Harlem, Queens y Brooklyn.

Por su parte, Romero (2021) indica que el 11 de agosto de 1973 es reconocido simbólicamente como la fecha de origen del hip hop, puesto que en ese momento comenzaron a realizarse fiestas barriales organizadas por jóvenes excluidos de los grandes clubes y discotecas. En este escenario surgieron figuras fundamentales como Kool Herc, pionero del DJing, y Afrika Bambaataa, antiguo pandillero que, tras un acuerdo de paz entre bandas, asumió el rol de líder cultural y promotor del movimiento como un espacio de unión, identidad y expresión juvenil.

Historia del rap:

De acuerdo con Lavado (2022), la contratación de Kurtis Blow por parte de Mercury Records en 1980 marcó un hito, al ser la primera vez que un artista de rap firmaba con una disquera multinacional. Este acontecimiento representa el momento en que el hip hop dejó de ser un movimiento underground para consolidarse como una cultura con legitimidad artística y potencial comercial. Previamente, el lanzamiento de Rapper's Delight (1979) por Sugarhill Records había abierto el mercado discográfico para el rap, permitiendo que el género trascendiera los límites de las fiestas locales y se convirtiera en un fenómeno global.

Historia del Rap en Medellín:

La historia del rap en Medellín no puede entenderse únicamente como un fenómeno musical, sino como una expresión cultural y social frente a la violencia, la desigualdad y la exclusión que han marcado la ciudad desde finales de los años ochenta. Como plantea Garcés Montoya (2008), el hip hop en Medellín se configuró como un espacio de resistencia simbólica, en el que los jóvenes encontraron una forma de narrar su cotidianidad y confrontar las lógicas de marginalidad presentes en sus barrios.

En sus primeras manifestaciones, el hip hop se expresó principalmente a través del breakdance; sin embargo, durante los años noventa el rap adquirió mayor protagonismo. Jaramillo (2012) afirma que este género se convirtió en una “crónica social y urbana”, mediante la cual los jóvenes transformaron la violencia en relatos, memoria y reflexión colectiva.

Lo que inicialmente fue una influencia proveniente de Estados Unidos terminó consolidándose como un movimiento propio, con una estética y un discurso profundamente arraigados en la ciudad. Según Medina Holguín (2014), el rap en

Medellín no solo acompañó procesos de resistencia juvenil, sino que también contribuyó a construir identidad, comunidad y agencia cultural en medio de un contexto marcado por el conflicto armado y el narcotráfico.

El diseño gráfico aplicado en la música.

El carácter universal e intuitivo del lenguaje visual adquiere una relevancia especial dentro del hip hop y el rap, movimientos culturales fuertemente ligados a la expresión simbólica y a la construcción de identidad. En estos géneros, las imágenes —portadas de discos, grafitis, carteles o videoclips— cumplen una función narrativa y comunicativa que amplifica el mensaje sonoro. Así, el diseño gráfico se convierte en un medio capaz de traducir los discursos del rap en representaciones visuales que trascienden las palabras y conectan con públicos diversos.

De acuerdo con Guayabero (2022), el diseño gráfico en el ámbito musical constituye un elemento esencial en la construcción de la identidad visual de los artistas, ya que permite traducir en imágenes los conceptos, emociones y mensajes que desean comunicar. Esto posibilita que cada disco, sencillo o gira cuente con una imagen distintiva que refuerce la marca del artista y fortalezca su conexión con el público.

Asimismo, el diseñador gráfico desempeña un rol central en la creación de materiales promocionales, la conceptualización escenográfica y el desarrollo de la identidad visual integral de los músicos, integrando aspectos como vestuario, maquillaje, instrumentos y ambientación. De este modo, el diseño gráfico no solo complementa la propuesta sonora, sino que amplifica su impacto estético, simbólico y

cultural, generando una experiencia visual coherente con el discurso del rap y su papel dentro de la cultura urbana.

La marca del artista

El uso creciente de recursos tecnológicos y digitales en los procesos comunicativos ha provocado una transformación profunda en las estrategias de marketing tradicionales. Las marcas se han visto obligadas a orientarse hacia formas de interacción más directas y personalizadas con sus públicos, aprovechando las posibilidades que ofrecen los nuevos dispositivos y plataformas digitales. En este contexto, la industria musical también ha debido reconfigurar sus métodos de promoción y distribución, adaptándose a las dinámicas del entorno digital (Cortés, Guerrero & Cortázar, 2014).

Por otra parte, aunque el diseño suele concebirse como un medio para mejorar la apariencia visual de los productos ante el espectador, su papel en la construcción de marca adquiere una relevancia estratégica dentro del espacio social y cultural donde esta se desarrolla. Como señala Álvarez Álvarez (2023), el diseño constituye un componente esencial en la configuración de la identidad y en la transmisión coherente del mensaje de un proyecto comunicativo.

En conjunto, estos elementos se integran para garantizar una comunicación efectiva del mensaje del artista mediante la colaboración constante entre el diseñador gráfico y el equipo de marketing. Esta sinergia evidencia la importancia del diseño como herramienta estratégica dentro de la industria musical, aspecto que se establece como punto de partida del problema de investigación de este trabajo.

Metodología.

¿Cómo se desarrolló esta investigación?

Para comprender la influencia del diseño gráfico en el rap de Medellín, se adoptó un enfoque cualitativo con perspectiva histórico-hermenéutica. Este enfoque permitió examinar la evolución del diseño gráfico presente en portadas discográficas, material audiovisual, impresos, boletos de entrada y otros soportes visuales, con el fin de interpretar sus significados y funciones simbólicas dentro del contexto local.

La cultura moldea las demandas visuales, los símbolos, los estereotipos y aquello que la audiencia reconoce como parte de su identidad. Por ello, el análisis de portadas, videos musicales y piezas gráficas de conciertos constituye una vía para observar cómo los diseñadores incorporan y resignifican la identidad cultural de Medellín.

El rap actúa como un vehículo de denuncia frente a la injusticia, la violencia, la desigualdad y la exclusión social. En barrios como Aranjuez, por ejemplo, este género ha permitido a jóvenes narrar experiencias adversas, resistir estigmas sociales y reconstruir identidades colectivas. En territorios como la Comuna 13, Aranjuez y otras zonas afectadas por el conflicto o la violencia, el rap —junto con el grafiti, el breakdance y otros elementos de la cultura hip-hop— ha contribuido a transformar simbólicamente el espacio urbano, resignificar los territorios, generar orgullo y

proyectar una imagen alternativa de la ciudad frente a las narrativas predominantes (Valencia, Quintero & Londoño, 2019).

Los aspectos del diseño gráfico desempeñan un papel esencial para lograr la aceptación del público, entendida como la recepción positiva en términos visuales, simbólicos y afectivos, y para construir una identidad de marca sólida. Por ello, es indispensable considerar las expectativas del consumidor, las cuales están mediadas por factores culturales, simbólicos y estéticos, con el fin de generar un vínculo emocional con él.

En un mercado cada vez más saturado, resulta fundamental diseñar una identidad visual que no solo atraiga, sino que también conecte con el público desde valores emocionales, simbólicos y asociados a la calidad de vida. Solo de esta manera un producto o marca puede diferenciarse frente a sus competidores, ya que el diseño no actúa únicamente como un envoltorio superficial, sino como un mediador simbólico que comunica valores, narrativa y posicionamiento (Vieira Caldas, 2021).

En el contexto del rap en Medellín, estos principios adquieren una relevancia particular: los diseñadores gráficos no solo crean logotipos o piezas visuales, sino que negocian identidad, pertenencia y estética cultural urbana. Dentro de esta escena, una identidad visual efectiva debe dialogar con los símbolos y sensibilidades del territorio, con los lenguajes del hip-hop y con la memoria urbana. Así, el diseño gráfico puede

contribuir a que los proyectos musicales se consoliden estéticamente, no solo desde lo sonoro, sino como marcas culturales coherentes con su audiencia local.

El objetivo de esta investigación fue identificar cómo han evolucionado los materiales gráficos en el rap de Medellín, cuáles elementos visuales predominan y qué revelan acerca del contexto social, cultural y estético en el que fueron creados. Para ello, se combinó el análisis de archivo, la revisión documental y la realización de entrevistas con diseñadores, músicos y oyentes. Esta triangulación permitió no solo estudiar los materiales visuales, sino también comprender las intenciones de los creadores y la manera en que el público percibe estos elementos.

Finalmente, se consideró la dimensión emotiva de la semiología. Según Pierre Guiraud (1979), al comunicar —ya sea mediante el habla o cualquier otro sistema de significación— no solo emitimos ideas acerca del referente, sino que también expresamos nuestra actitud hacia él: bueno o malo, bello o feo, deseable o detestable, respetable o ridículo. Para este autor, la función emotiva complementa la función referencial, y juntas conforman una doble dimensión de la comunicación: la cognoscitiva-objetiva y la afectiva-subjetiva.

Como parte del proceso metodológico, se registraron entrevistas semiestructuradas, se recopilaron archivos visuales y se construyó una narración que posteriormente fueron articulados en un documental. Este producto no solo funciona como síntesis de los hallazgos, sino también como herramienta de análisis y divulgación en el marco de la investigación sobre la relación entre rap y diseño gráfico.

Información recopilada:

- Archivo
- Observación y análisis semiótico
- Entrevistas (fuentes vivas)
- Podcast

Para desarrollar esta investigación, usamos tres estrategias clave:

1. Recopilación de portadas de álbumes

Para desarrollar esta investigación se emplearon tres estrategias principales. La primera consistió en la recopilación y análisis de portadas de discos de rap producidos en Medellín desde la década de 1990 hasta el año 2025. Para ello se revisaron plataformas como Spotify y YouTube, las redes sociales de sellos discográficos y diseñadores vinculados al movimiento, artículos de prensa, perfiles oficiales de los artistas y revistas especializadas.

El proceso de selección de las portadas se fundamentó en tres criterios principales:

1. Relevancia cultural y representatividad local:

Se eligieron portadas pertenecientes a artistas o agrupaciones con reconocimiento dentro de la escena rapera medellinense, cuyo trabajo haya contribuido a la consolidación del movimiento o refleje su evolución visual y discursiva.

2. Diversidad estética y temporal:

Se incluyeron portadas de distintos periodos y enfoques gráficos —fotográficos, ilustrativos, tipográficos y mixtos— con el fin de evidenciar la transformación del lenguaje visual del rap en Medellín a lo largo del tiempo.

3. Accesibilidad y calidad del material gráfico:

Se priorizaron portadas disponibles en alta resolución y con información verificable sobre su autoría o su contexto de producción. También se consideró su impacto en la comunidad, su nivel de reconocimiento y la disponibilidad de material visual que permitiera un análisis riguroso.

En conjunto, estos criterios permitieron construir una muestra significativa que refleja la identidad visual del rap medellinense y su capacidad para comunicar valores, narrativas y realidades a través del diseño gráfico.

La exploración visual desde los años 90 hasta 2025 evidencia una evolución estética, tecnológica y sociocultural. Durante los años 90, muchas portadas se producían de manera casera o se encargaban a fotógrafos locales. Con la expansión de las herramientas digitales en los 2000, como Photoshop e Illustrator, la producción se volvió más sofisticada. En años recientes, la incorporación de inteligencia artificial ha ampliado aún más las posibilidades creativas.

Según Alfonso (1995), la investigación documental es un procedimiento científico que implica un proceso sistemático de indagación, recolección, organización, análisis e interpretación de información para la construcción de conocimiento. Morales (2003) agrega que este tipo de investigación requiere un tema delimitado, justificado y

acompañado de un marco de referencia que oriente la recolección y el análisis de la información, además de claridad, precisión y síntesis en su desarrollo.

Morales (2003) señala que “para el desarrollo de la investigación documental, se requiere, como condición necesaria, un tema seleccionado y delimitado, justificado, producto de la documentación o de la reflexión personal. Igualmente, se requiere plantear un marco de referencia preliminar que permita orientar la recolección de la información y la redacción posterior de la monografía o informe de la investigación. Para el desarrollo propiamente dicho, es imprescindible ser preciso, claro y sintético, lo cual puede permitir abordar solo lo contemplado, lo pertinente, lo que responda a los propósitos de la investigación” (p. 4).

2.Revisión de artículos y estudios previos

Con el fin de contextualizar y fundamentar el análisis, se revisaron estudios y textos académicos en varias líneas temáticas:

Diseño gráfico en la música:

Se consultaron investigaciones que abordan la influencia del diseño gráfico en la construcción de identidad de los artistas. En el caso de Medellín, existen ejemplos significativos que evidencian la estrecha relación entre estética visual, territorio y narrativa musical. Entre ellos:

- Crew Peligrosos: en *Medayork* (2011) e *Inframundo* (2015) se combinan tipografías urbanas, estética callejera y referencias al graffiti, reforzando la idea de Medellín como una “otra Nueva York”, reinterpretada desde el barrio.
- Alcolirykoz: en *Servicios Ambulatorioz* (2017) y *Aranjuez* (2020) se integran fotografía cotidiana e ilustración para vincular la música con la memoria visual de los barrios tradicionales de la ciudad.
- No Rules Clan: con *Pantone* (2020) optan por un enfoque minimalista y conceptual, donde el color funciona como eje simbólico y metáfora de diversidad, estilo e identidad.

Estos casos evidencian que el diseño gráfico en el rap medellinense no solo complementa lo sonoro, sino que participa activamente en la construcción de memoria cultural, marca artística y narrativa urbana.

Semiótica y análisis visual:

El análisis semiótico fue clave para comprender el papel de los elementos visuales —color, forma, tipografía, composición e imagen— en los materiales promocionales. Desde este enfoque, las portadas y piezas gráficas se interpretan como sistemas de signos cargados de significados culturales.

Roland Barthes (1986), en *Retórica de la imagen*, sostiene que las imágenes nunca son neutras: están codificadas culturalmente y su interpretación depende del contexto del receptor. En el diseño gráfico aplicado al rap, estos códigos visuales suelen aludir a lo urbano, lo marginal, lo político y lo colectivo, configurando una narrativa visual que amplifica el mensaje artístico y consolida la identidad del movimiento.

Tipografía:

Se revisaron textos sobre la evolución de la tipografía, sus características expresivas y su impacto en la percepción del mensaje. Comprender el rol de la tipografía fue fundamental, ya que en el rap de Medellín se utiliza como recurso para transmitir fuerza, territorialidad, estética callejera o sofisticación conceptual, dependiendo del enfoque del artista o del diseñador.

Historia del rap en Medellín:

Finalmente, se consultaron estudios sobre el surgimiento, crecimiento y consolidación del rap en la ciudad, analizando cómo la imagen ha acompañado estos procesos. Esta revisión permitió entender la relación entre estética visual, territorio, memoria y cultura urbana, elementos esenciales para interpretar las portadas y materiales analizados.

Para esta fase se utilizaron bases de datos como Google Scholar, además de libros y artículos especializados en diseño, música y cultura hip-hop.

3. Entrevistas con fuentes vivas:

Además de la revisión teórica y documental, se realizaron entrevistas a diferentes actores de la escena musical y visual de Medellín. Estas voces permitieron contrastar los hallazgos académicos con la experiencia directa de quienes participan en la creación, circulación y recepción de los materiales gráficos.

Hasta el momento, se han desarrollado tres capítulos del documental:

- Capítulo 1 – MC Mega: destaca la importancia del trabajo colaborativo y la construcción de una identidad visual sólida y coherente.
- Capítulo 2 – Sebastián Gómez (diseñador): enfatiza que el diseño es comunicación y no simple ornamentación visual.
- Capítulo 3 – OUT (rapero y productor): integra la dimensión sonora y visual como parte de un mismo relato cultural y creativo.

Para obtener una visión amplia y diversa, se entrevistó a:

- Diseñadores gráficos vinculados a la producción visual del rap local.

- Músicos y productores, con el fin de comprender la percepción del diseño dentro de la industria musical.
- Oyentes de rap en Medellín, pues su recepción y valoración estética permiten entender el impacto real de estos materiales en la comunidad.

Estas entrevistas aportaron perspectivas fundamentales sobre cómo los participantes de la escena construyen, interpretan y resignifican la relación entre diseño gráfico e identidad musical en Medellín.

El diseño gráfico en la industria musical abarca portadas de álbumes, afiches, productos de merchandising, así como contenido visual para redes sociales y videoclips. Según ESDesign Barcelona (2022), el diseñador no solo se encarga de producir piezas gráficas, sino de construir la identidad visual del músico, reforzando el mensaje de sus canciones y su posicionamiento artístico. De esta manera, el diseño se convierte en una extensión visual de la obra sonora.

Rap y cultura visual

El rap, como parte de la cultura hip-hop, es más que un género musical: constituye una forma de expresión social, política y estética. Mónica Bernabé (2013), en *Rap: poesía plebeya*, afirma que el rap no se define únicamente por la rima, sino también por la fuerza de la dicción, el ritmo y el mensaje. En este sentido, la imagen asociada al rap funciona como una herramienta de resistencia y afirmación cultural. El diseño gráfico

permite materializar estos discursos en formas visuales reconocibles dentro de la comunidad.

Elementos gráficos claves en el rap

- **Tipografía y Lettering:**

La elección tipográfica suele reflejar fuerza, barrio y rebeldía. Hernández Lesmes (2020) sostiene que la tipografía actúa como un vehículo simbólico que traduce la identidad del artista y su contexto sociocultural.

- **Ilustración y Collage:**

Muchas portadas de rap incorporan ilustraciones hechas a mano o collages visuales con el fin de diferenciarse del contenido comercial, apelando a una estética más cruda y artesanal (MadRadio, 2022).

- **Fotografía:**

La fotografía documental ha sido fundamental para retratar el entorno del artista, reforzando su autenticidad y su vínculo con el territorio. Así como el rap funciona como medio de expresión, protesta y narración de experiencias cotidianas, la imagen fotográfica permite visualizar esas realidades y fortalecer su dimensión narrativa.

Estética del videoclip y producto audiovisual

En la era digital, el videoclip se ha consolidado como una vía de representación estética del artista. Estudios publicados en Revista Tonos Digital señalan que estos productos actúan como manifiestos audiovisuales, reforzando la narrativa, el estilo y el

mensaje del músico. Plataformas como YouTube favorecen la circulación masiva de estos contenidos, ampliando el alcance del diseño visual y musical.

Rap como resistencia juvenil

Desde una perspectiva sociocultural, el rap ha funcionado como práctica de resistencia, especialmente entre jóvenes de sectores populares. Lemus (2005), en Tabula Rasa, identifica el rap como una subcultura con códigos propios, donde el diseño gráfico opera como un lenguaje que traduce y potencia dichos códigos visuales.

El autor describe esta experiencia de la siguiente manera:

“El rap es una experiencia de libertad; nadie dice lo que hay que hacer. Se hace lo que se hace porque se siente. Existe plena convicción de que el hip-hop y el rap, en particular, son instrumentos de lucha y resistencia en muchas formas y alcances” (Lemus, 2005).

Asimismo, sostiene que:

“El rap [...] es hablar, denunciar, protestar, confrontar, interpelar, cuestionar, pero ante todo es vivir. Es experimentar una forma de vida alterna que no espera ser resuelta por otros, sino que ocurre en las vivencias, justamente cuando éstas desafían los límites” (Lemus, 2005).

Diseño gráfico como memoria y archivo

Finalmente, el diseño gráfico cumple una función documental. Cada portada, flyer o pieza promocional se constituye como un registro visual de un momento específico

dentro de la historia del rap en Medellín. La recopilación y análisis de estos materiales permiten construir una narrativa visual que acompaña, evidencia y da testimonio de la evolución del género en la ciudad.

Desarrollo o Cuerpo del Trabajo

El podcast fue creado con el propósito de generar impacto, promover la recordación y construir un espacio de encuentro para quienes comparten el interés por el rap y el diseño gráfico. Cada una de las decisiones visuales y sonoras del proyecto responde a esta intención comunicativa y busca fortalecer la identidad del producto.

- **Colores:**

Se seleccionaron como colores principales el **rojo** y el **negro**. En el contexto del rap, el color negro suele asociarse con la lucha, la marginalidad y la resistencia frente al sistema. Por su parte, el rojo representa pasión, fuerza y energía intensa, y también puede evocar rebeldía o tensión emocional. La combinación de ambos genera una estética potente: el rojo aporta emoción y dinamismo, mientras que el negro añade profundidad y peso simbólico. Esta dualidad contribuye a reforzar el carácter urbano y combativo del proyecto.

- **Tipografía:**

La elección tipográfica se fundamenta en la necesidad de construir una identidad gráfica coherente con la cultura visual del rap, caracterizada por dinamismo, visibilidad y modernidad. Para los titulares y elementos de mayor impacto se seleccionó la fuente ZEN DOTS, diseñada por Yoshimichi Ohira. Su estilo geométrico, bordes redondeados y apariencia futurista fortalecen la relación entre la estética urbana del rap y el entorno digital contemporáneo. Esta tipografía permite transmitir innovación sin perder la dureza y el carácter propios del género.

Formas:

El proyecto incorpora formas afiladas que buscan transmitir la intensidad, energía y agresividad que caracterizan al rap. Estas formas se combinan con elementos inspirados en la estética del graffiti, lo cual influye en la construcción del logotipo y refuerza la identidad urbana del podcast. La composición visual, por tanto, fusiona códigos del hip-hop con lenguajes gráficos digitales, produciendo una imagen coherente y reconocible.

- **Soundtrack:**

Para el soundtrack de entrada y salida se utilizó un beat creado por GBN, artista y beatmaker de la ciudad de Medellín. Su inclusión aporta autenticidad sonora al proyecto y refuerza el vínculo con la escena local, otorgando un sello distintivo que complementa la identidad visual previamente desarrollada.

RIMAS DISEÑADAS - CAPÍTULO #1 "MC MEGA"



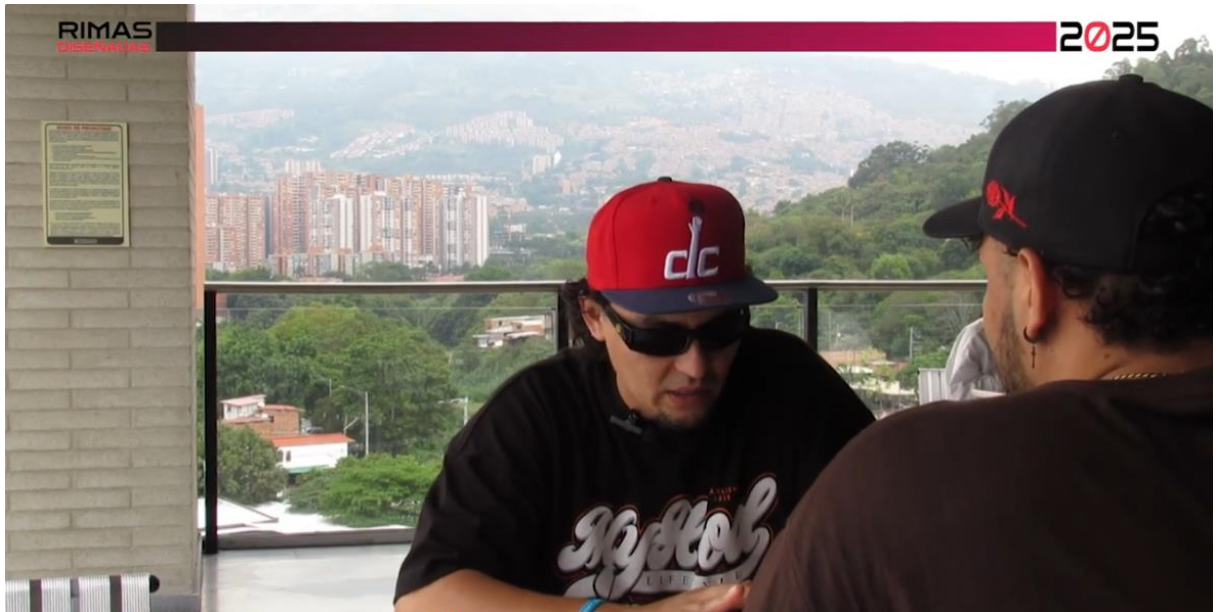
Miniatura portada video Mega, Rima 1. Canal de youtube, Rimas Diseñadas. [RIMAS](#)

[DISEÑADAS - CAPITULO #1 "MC MEGA"](#)

Autoría propia.

El poder de hacer equipo

¿Qué hace que un proyecto funcione de verdad? Para MC Mega, la respuesta es simple y la repite hasta el cansancio: **la música no se hace solo**. Él mismo lo dice, sin dar vueltas: “Somos muy autogestores, pero entendimos que es mejor cuando tienes un equipo de trabajo y que cada uno sea especialista en su área. Aprendí que para que a uno le vaya bien en la música... necesitamos un equipo” (minuto 3:36). Y cuando habla de eso, se nota que para él es más que una frase: es una convicción. Es la base de todo lo que hacen.

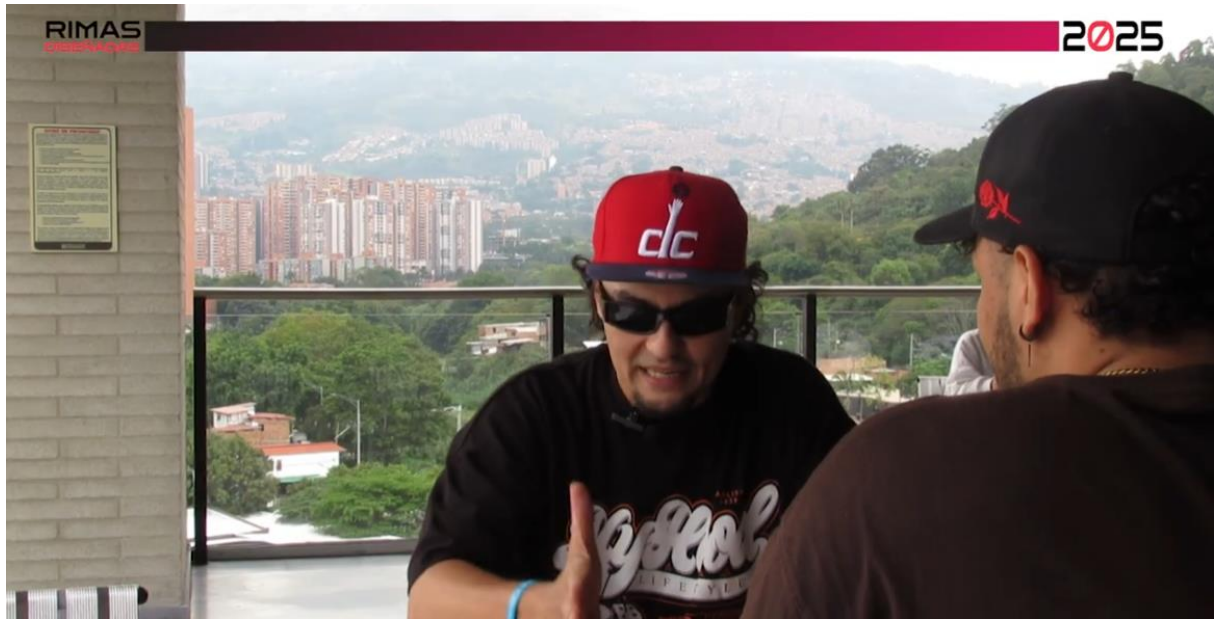


Video Mega, Rima 1, 2025. Canal de youtube, Rimas Diseñadas. [RIMAS DISEÑADAS -](#)

[CAPITULO #1 "MC MEGA"](#)

Autoría propia.

idea de trabajar en grupo se extiende a cada paso. Lo musical y lo visual están unidos, y por eso, para Mega, es clave escuchar a todo el mundo. "todos, desde el ingeniero de sonido hasta el que hace los videos, todos aportan las ideas" (min. 4:40), cuenta. Gracias a eso, lograron dejar la improvisación atrás y darle un toque mucho más profesional a su proyecto.



Video Mega, Rima 1, 2025. Canal de youtube, Rimas Diseñadas. [RIMAS DISEÑADAS - CAPITULO #1 "MC MEGA"](#)

Autoría propia.

Una identidad que se siente

Hablando de la identidad del grupo, Mega sonríe un poco al recordar el momento en que salió su logo. Puede que para muchos sea solo un dibujo, pero para ellos fue un antes y un después. "Desde que ese logo salió nos dio una imagen... ya con esa imagen ya podemos jugar" (minuto 6:34). Es como si ese símbolo les hubiera dado un norte, la confianza para construir una marca que va más allá de lo estético.



Video Mega, Rima 1, 2025. Canal de youtube, Rimas Diseñadas. [RIMAS DISEÑADAS -](#)

[CAPITULO #1 "MC MEGA"](#)

Autoría propia.

El rap como voz de la gente

Para Mega, el hip hop no es solo un género. Es una forma de pararse en el mundo. Se describe como “alguien muy sociocultural y de los buenos” (minuto 0:40), y se siente que habla en serio. Para él, el rap es más que beats y rimas: es una herramienta para dejar una huella en la sociedad y despertar conciencias.



Video Mega, Rima 1, 2025. Canal de youtube, Rimas Diseñadas. [RIMAS DISEÑADAS -](#)

[CAPITULO #1 "MC MEGA"](#)

Autoría propia.

Al final, su mensaje es casi como una orden: "Hip hop, Medellín, es cultura viva, escuchen rap, hagan la tarea" (minuto 9:22). Y con eso, queda claro que el rap, en sus manos, no solo es música, sino un motor para inspirar y cambiar las cosas en su comunidad.



Video Mega, Rima 1, 2025. Canal de youtube, Rimas Diseñadas. [RIMAS DISEÑADAS -](#)

[CAPITULO #1 "MC MEGA"](#)

Autoría propia.

RIMAS DISEÑADAS - CAPÍTULO #2

"SEBASTIÁN GÓMEZ"



Miniatura Video **SEBASTIAN GOMEZ**, Rima 2, 2025. Canal de youtube, Rimas

Diseñadas. [RIMAS DISEÑADAS - CAPITULO #2 "SEBASTIAN GOMEZ"](#)

Autoría propia.

Diseño que comunica, no solo decora

Desde que empieza a hablar, Sebastián Gómez deja algo muy claro: el diseño gráfico para él no es solo hacer cosas bonitas. No, para nada. Insiste en que lo importante es que cada pieza tenga una razón de ser, un mensaje. "Me inspiró en ideas y en la comunicación, prefiero que los diseños tengan un sentido y no hacer cosas solo por estética" (min. 0:39), dice.



Video **SEBASTIAN GOMEZ**, Rima 2, 2025. Canal de youtube, Rimas Diseñadas. [RIMAS DISEÑADAS - CAPITULO #2 "SEBASTIAN GOMEZ"](#)

Autoría propia.

Y se ve que le apasiona. Menciona portadas que lo han marcado, como *Esmeralda* de Crudo Means Raw, por su simpleza. También habla de cómo la tecnología lo ha obligado a evolucionar: primero fue lo digital y ahora, la inteligencia artificial, un reto que no lo asusta, al contrario las aprende y las integra en su forma de trabajo.

El proceso del diseño musical.

Sebastián cuenta que diseñar portadas para artistas locales es un constante ir y venir. Es un trabajo de a dos. Entre sus favoritos están *La Sobremesa*, por ser tan minimalista, y *Sigiloso*, que va al grano con su mensaje (min. 3:56).



Video **SEBASTIAN GOMEZ**, Rima 2, 2025. Canal de youtube, Rimas Diseñadas. [RIMAS DISEÑADAS - CAPITULO #2 "SEBASTIAN GOMEZ"](#)

Autoría propia.

Eso sí, confiesa que a veces es difícil: “el diseño debe transmitir, pero también debe gustarle al artista” (min. 5:00). Hay que encontrar un balance. En cuanto a su estilo, admite su gusto por el brutalismo y las texturas rugosas, que para él tienen más fuerza que cualquier letra o forma perfectamente hecha (min. 6:20).



Video **SEBASTIAN GOMEZ**, Rima 2, 2025. Canal de youtube, Rimas Diseñadas. [RIMAS DISEÑADAS - CAPITULO #2 "SEBASTIAN GOMEZ"](#)

Autoría propia.

Estrategia, color y experimentación

La estrategia de Sebastián es sencilla: enfocarse en una sola idea, que sea clara y directa. "no dar muchas opciones" (minuto. 8:07), aclara. Su método es pura experimentación: prueba, ajusta, repite, hasta que la pieza "encaja" (minuto. 8:53). En cuanto a los colores, se queda con el blanco y negro, pero confiesa una debilidad por el naranja, porque el contraste que crea es increíble (min. 9:25).



Video **SEBASTIAN GOMEZ**, Rima 2, 2025. Canal de youtube, Rimas

Diseñadas. [RIMAS DISEÑADAS - CAPITULO #2 "SEBASTIAN GOMEZ"](#)

Autoría propia.

Inspiraciones y raíces

Al final, se toma un momento para nombrar a sus referentes: Mango Marín, Rulo, y su profesor Gurkka, que lo ayudó a encontrar su camino, (minuto. 10:12). Y como si fuera poco, su lista de favoritos musicales demuestra su conexión con la cultura local: Alcolirykoz, Nosferatu y Crudo Means Raw (min. 10:54).



Video **SEBASTIAN GOMEZ**, Rima 2, 2025. Canal de youtube, Rimas

Diseñadas. [RIMAS DISEÑADAS - CAPITULO #2 "SEBASTIAN GOMEZ"](#)

Autoría propia.

RIMAS DISEÑADAS - CAPÍTULO #3

"OUT"



Miniatura Video **OUT**, Rima 3, 2025. Canal de youtube, Rimas Diseñadas.[RIMAS](#)

[DISEÑADAS - CAPITULO #3 "OUT"](#)

Autoría propia.

Sentimientos en colores

Out nos da a entender que el color en diseño gráfico funciona como un signo con dos caras: *lo que vemos y lo que sentimos o interpretamos*. Por un lado, el diseño debe elegir colores coherentes con el contexto cultural y emocional del mensaje; por otro lado, la psicología del color muestra que tonalidades cálidas evocan energía o urgencia, mientras que fríos dan calma o distancia. como menciona "Out" el color es referente al sentimiento que hermana la canción, dependiendo del animo amarillo seria felicidad, tonos oscuros para melancolia y enojo.

Esa



Video **OUT**, Rima 3, 2025. Canal de youtube, Rimas Diseñadas.[RIMAS](#)

[DISEÑADAS - CAPITULO #3 "OUT"](#)

Autoría propia.

Ser pulido

Para Out no es solo una simple portada para él una portada musical verdaderamente pulida transmite inmediatamente profesionalismo: cada elemento visual imagen, tipografía, color, composición está cuidadosamente seleccionado para reflejar la identidad del artista y la atmósfera de la música, no hacer las cosas solo por tener un arte para la música sino tener una extensión de una idea.



Video OUT, Rima 3, 2025. Canal de youtube, Rimas Diseñadas.[RIMAS](#)

[DISEÑADAS - CAPITULO #3 "OUT"](#)

Autoría propia.

Análisis Semiológico

Rulaz Plazco – Bizarro (2000)

La portada de Bizarro te transporta a un fotograma de una película de ciencia ficción apocalíptica. Llamas danzantes, meteoritos, una ciudad en ruinas y un personaje enmascarado en el centro componen un complejo sintagma visual (Barthes, 1964) que fusiona caos y tecnología. A nivel denotativo, la escena muestra la destrucción.

Es a nivel connotativo (Barthes, 1964) donde la imagen adquiere su peso simbólico. El personaje enmascarado en la destrucción construye un mito donde el artista se posiciona como un superviviente. Esta figura establece una identidad de lucha que legitima el rap de Rulaz Plazco.

La portada logra esta poderosa imagen de extrañeza (Bizarro) mediante un contraste visual (Durand, 1970). Por un lado, la tipografía del artista, chorreando pintura, funciona como un índice (Peirce, s.f.) que remite a la intervención callejera y la crudeza urbana. Por otro lado, el título del álbum adopta letras con colores que chocan (naranjas incandescentes con azules metálicos). La pragmática de la portada se dirige al receptor que valora la resistencia y la supervivencia. Al mezclar estos códigos visuales, la portada sugiere que el rap es la lucha por la autenticidad en un entorno caótico, estableciendo que la música es la resistencia en lo bizarro, en referencia a la batalla del escritor y artista en el mundo del rap en Medellín.



Rulaz Plazco. (2000). Bizarro [Diseño de álbum]. Álbum Bizarro. Recuperado de SoundCloud. (URL:

<https://soundcloud.com/rulazplazco/sets/bizarro-2000album-by-rulaz-coplaz>)

Ultrajala – Ceda La Dosis II (Inhala Exhala) (2005)

Esta portada se aventura en lo abstracto, pero con una fuerza evocadora innegable.

La división en dos mitades – arriba, la ligereza de colores claros y una mancha azul que se expande; abajo, la densidad de tonos oscuros y formas que pesan – Eva Heller

(2004) explica que los colores pueden crear sensaciones de profundidad y distancia. En el caso del azul, este se asocia con la lejanía y lo infinito, ya que asociamos colores a las distancias porque los colores cambian con la distancia, en la lejanía todos los colores aparecen turbios y azulados debido a las capas de aire que los cubren. - ¿no nos habla acaso de ciclos, de contrastes fundamentales? -

El título se presenta con una claridad tipográfica, mientras que el subtítulo, en esa letra manuscrita, nos conecta directamente con el ritmo vital: la respiración. Ese juego de luces y sombras, de claridad y densidad, se siente como una representación visual del inhalar y exhalar, de los flujos y reflujos de la existencia. Una portada que, sin mostrarlo todo, lo sugiere intensamente.

El humo acentúa la abstracción y al mismo tiempo los contrastes de colores acentuando un aire de misterio.



Ultrajala. (2005). *Ceda La Dosis II (Inhala Exhala)* [Diseño de álbum]. Álbum *Ceda La Dosis II (Inhala Exhala)*. Recuperado de Spotify. (URL: <https://open.spotify.com/intl-es/album/02ITkbChi1i9Luolbf0XQg>)

"La Revancha de los Tímidos" (2009)

La portada de *La Revancha de los Tímidos* de AlcolirykoZ comunica autenticidad mediante un ritual visual. A nivel denotativo, la imagen muestra a los tres integrantes afeitándose en un entorno urbano, con un muro envejecido y un graffiti de fondo. Este acto de afeitarse funciona como un mito (Barthes, 1957), un "ritual de despojo" que trasciende la simple acción. El mito construido es el de la honestidad radical: el grupo se desprende de toda pose superficial para presentarse tal como es. El título, "La Revancha de los Tímidos", sobre una cinta amarilla de advertencia, opera como el texto de anclaje (Barthes, 1961), fijando la interpretación de la imagen: este despojo es la declaración de un giro de poder, donde quienes estuvieron en la sombra toman la voz. La presencia del sello Parental Advisory es el toque final, funcionando como una Ironía (Durand, 1970). Lejos de ser una advertencia de censura, enfatiza que su rap es tan

auténtico, crudo y barrial que puede incomodar a quienes no comprenden ese universo, reafirmando su origen y legitimando la fuerza de su mensaje.



Betancur, P. (Diseño) y Gaviria, J. (Fotografía). (2009). *La Revancha de los Tímidos* [Fotografía y Diseño de álbum]. Álbum *La Revancha de los Tímidos* de Alcolirykoz. Recuperado de SoundCloud.

(URL: <https://soundcloud.com/luis-campanha/alcolirykoz-la-revancha-de-los>)

Crew Peligrosos – Medayork (2013)

Aquí palpita una mezcla vibrante de lo urbano y lo cultural. El título, con esa fuerza del graffiti, nos conecta directamente con la energía del hip hop, mientras que el nombre del grupo, en letras más sólidas y formales, declara una identidad de colectivo con peso.

Los colores estallan, especialmente ese amarillo, que contrasta con los colores oscuros del fondo causando una diferenciación que se impone sobre la base de grises y azules, como un eco visual de las calles de Medellín y Nueva York - Zelanski, P., & Fisher, M. P. (2001) nos dice que sabiamente utilizado, el color es capaz de suscitar

respuestas intensas. De hecho el color es utilizado a porfía en la vida cotidiana para ayudarnos a captar información.

Las texturas urbanas que se intuyen refuerzan esa conexión de asfalto y rima. La imagen del grupo, superpuesta en un paisaje que fusiona ambas ciudades, es un puente visual entre dos mundos del hip hop. Las líneas de movimiento que atraviesan la imagen inyectan dinamismo, sellando esa unión de territorios sonoros. En conjunto, la portada es un golpe de identidad, una declaración de intenciones de este cruce cultural. Es una comparativa entre estas dos ciudades y sus similitudes en cultura urbana . en la parte derecha elementos que simbolizan la ciudad de Medellín (edificio emblema, Coltejer y el metro de Medellín) y en la parte izquierda elementos de la ciudad de Nueva York (edificios con la arquitectura clásica neoyorquina y el metro de new york). Similitud, comparativa y asociación



Crew Peligrosos. (2013). *Medayork* [Diseño y Fotografía de álbum]. Álbum *Medayork*.

Medayork Music. Recuperado de Discogs. (URL:

<https://www.discogs.com/es/release/16122969-Crew-Peligrosos-Medayork>

Alcolirykoz - Efectos Secundarios (2014)

La portada del álbum *Efectos Secundarios* genera un impacto inmediato en el receptor a través de la tensión y el contraste visual. A nivel denotativo, la escena presenta un plano medio de los tres artistas en un entorno interior. El espacio está definido por un índice (Peirce, s.f.) que remite a la suciedad y el abandono: un taller o garaje polvoriento y caótico, lleno de objetos viejos, herramientas y partes de bicicletas. En medio de ese desorden, los tres artistas aparecen vestidos con uniformes de banda marcial. El choque visual entre la seriedad y prolijidad de los trajes y el desorden del entorno. Este contraste opera como un mensaje no codificado que el lector decodifica culturalmente (Barthes, 1964). La imagen sugiere que, aunque su música pueda parecer cruda (como el taller), es en realidad el resultado de una disciplina férrea (connotada por el uniforme). El ambiente del garaje, con sus haces de luz y su polvo en el aire, funciona como un índice del barrio y su origen, confiriendo autenticidad a su trabajo (Peirce, s.f.). En este sentido, el título, "Efectos Secundarios", funciona como el texto de anclaje (Barthes, 1961), dirigiendo la interpretación de la imagen. El texto fija el significado, sugiriendo que el rap no es el objetivo principal, sino una consecuencia inevitable de su forma de vida y de un enfoque puramente artesanal. Finalmente, la portada funciona como una declaración de identidad al construir un mito (en el sentido de Barthes, 1957) en el imaginario colectivo del público. La imagen posiciona al grupo como artesanos y obreros disciplinados de la música. Este mito legitima su sonido, estableciendo que su rap es auténtico y fruto del esfuerzo metódico de gente dedicada por completo a su arte.



Gaviria, J. (Fotografía y Concepto) y Marín, M. (Diseño gráfico). (2014). *Efectos Secundarios* [Fotografía y Diseño de álbum]. Álbum *Efectos Secundarios*. Recuperado de Genius. (URL: <https://genius.com/albums/Alcolirykoz/Efectos-secundarios>)

Crudo Means Raw – Voyage: El Pasaje (2015)

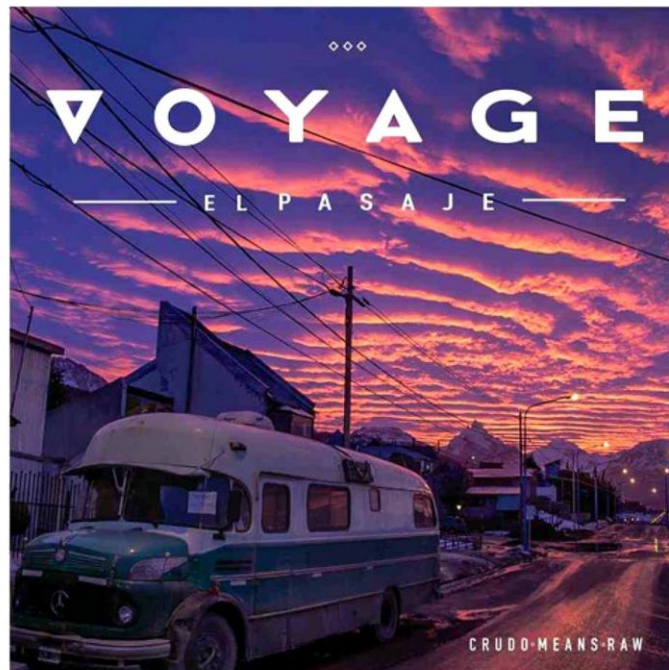
¿Qué historia nos cuenta esta portada? De entrada, la dualidad tipográfica – una sans-serif moderna para "VOYAGE" y una caligrafía más sentida para "EL PASAJE" – nos habla de un encuentro, quizás entre lo colectivo y lo individual. Los colores, con esa calidez que evoca el amanecer o el final del día, tiñen la escena de una emoción de cambio, de tránsito vital. Y justo ahí, contrastando, asoman los tonos fríos de un paisaje urbano, como si el alma del viaje estuviera siempre conectada a la realidad que dejamos atrás o a la que vamos.

En esta portada se ve un uso claro de los tercios, donde se ve el protagonismo de el camion en la parte inferior; Para la aplicación de la regla de los tercios dentro de nuestro encuadre, dividimos de una manera “imaginaria” el espacio de una fotografía en tercios, tanto vertical como horizontalmente, y hacemos que las líneas y los elementos

más importantes de la imagen se ajusten a esos puntos de referencia que son los tercios (Cordero Salazar & Quintuña Quintuña, 2018).

En el centro, un bus detenido se erige como una poderosa metáfora del viaje mismo ya que este parece un vehículo antiguo o que tiene bastante tiempo circulando con pequeñas manchas de óxido representando su tiempo de uso; trascendiendo lo físico para adentrarse en lo emocional, Su aire ligeramente vintage confirmando su tiempo de fabricación resuena con esa sensibilidad contemporánea que abraza lo imperfecto, lo que tiene historia. En definitiva, esta portada es una invitación a un viaje sonoro muy personal, donde cada nota podría ser una parada en este particular "pasaje".

un piso mojado con claros indicios pre locutorios de una lluvia pasada, las huellas de los vehículos que suelen pasar por esa calle plasmadas en el suelo, luces tenues y calles solitarias como deteniendo el tiempo.



Mao (Fotógrafo). (2015). *Voyage: El Pasaje* [Fotografía utilizada como diseño de álbum].

Álbum *Voyage: El Pasaje* de Crudo Means Raw. Recuperado de Genius. (URL:

<https://genius.com/albums/Crudo-means-raw/Voyage-el-pasaje>)

Lianna – Como el Agua (2016)

La portada de Lianna Como el Agua te atrapa por la propuesta que propone. El cuerpo sumergido, la expresión serena y los ojos cerrados que generan total calma. A nivel denotativo, la escena es una figura sumergida en un fondo bicromático de blancos y rosados.

La imagen y el texto trabajan en una relación de relevo (Barthes, 1961), donde el texto avanza la narración. El nombre, "LIANNA", trazado con una caligrafía auténtica, con movimiento, diferentes tamaños y textura. El título, "Como el Agua", con una letra similar en minúscula, se funde con esa atmósfera acuática.

Esta coherencia entre la forma del mensaje (el *lettering* suave, con trazos de agua) y su contenido es el ejemplo perfecto de la función poética (Jakobson, 1960). Aquí, el énfasis se pone en el mensaje por sí mismo, haciendo que la propia materialidad de la palabra simula el agua, generando una profunda conexión entre el significante y el significado (Peirce, s.f.).

Todo en esta portada respira un ambiente de delicadeza. La paleta bi-cromática y la textura visual del agua intensifican esa sensación de quietud. La pragmática de la imagen es una invitación a la inmersión emocional y al viaje hacia la paz interior. La portada legitima el sonido de la artista, posicionando su música como un flujo continuo, sereno y esencial.



Celis Calderón, L. C. (Diseño gráfico) y Gómez, F. (Fotografía). (2016). *Como el Agua* [Fotografía y Diseño de álbum]. Álbum *Como el Agua* de Lianna. Recuperado de Spotify. (URL: <https://open.spotify.com/intl-es/album/075CxmBx54Co5BbmxVXQ8p>)

No Rules Clan – Rap Nativo (2016)

La portada de Rap Nativo se presenta sobria, pero con una potencia implícita mediante la simetría y el contraste. A nivel denotativo, la escena es una fotografía en blanco y negro de la parte posterior de una cabeza rapada con tatuajes visibles en el cráneo y el cuello. La ausencia del rostro dirige nuestra mirada hacia las palabras grabadas en la piel. El mensaje que transmite esta portada es esencialmente no codificado (Barthes, 1964). La elección del blanco y negro acentúa la seriedad y la textura de la piel, intensificando la sensación de permanencia. Los tatuajes que rezan "All Days" y "All Nights" funcionan como índices (Peirce, s.f.) que remiten directamente a una existencia continua, a una historia escrita sobre el cuerpo, y al

esfuerzo constante que subyace a la identidad del grupo. La semiosis de la portada se activa al interpretar el fondo desenfocado, que sugiere una reja. Este elemento, junto con la sobriedad, refuerza la pragmática del álbum: es un rap que no necesita artificios ni colores, sino que se basa en la autenticidad y la experiencia pura. La portada legitima el título "Rap Nativo" al convertir el cuerpo en el lienzo y archivo de una narrativa personal profunda, cuyo mensaje es tan serio y verdadero como el compromiso visiblemente grabado en la piel.



No Rules Clan. (2016). *Rap Nativo* [Diseño de álbum]. Álbum *Rap Nativo*. Afterclass Records.

Recuperado de Genius. (URL: <https://genius.com/albums/No-rules-clan/Rap-nativo>)

Afaz Natural – Un Rude Bwoy en el Ghetto (2017)

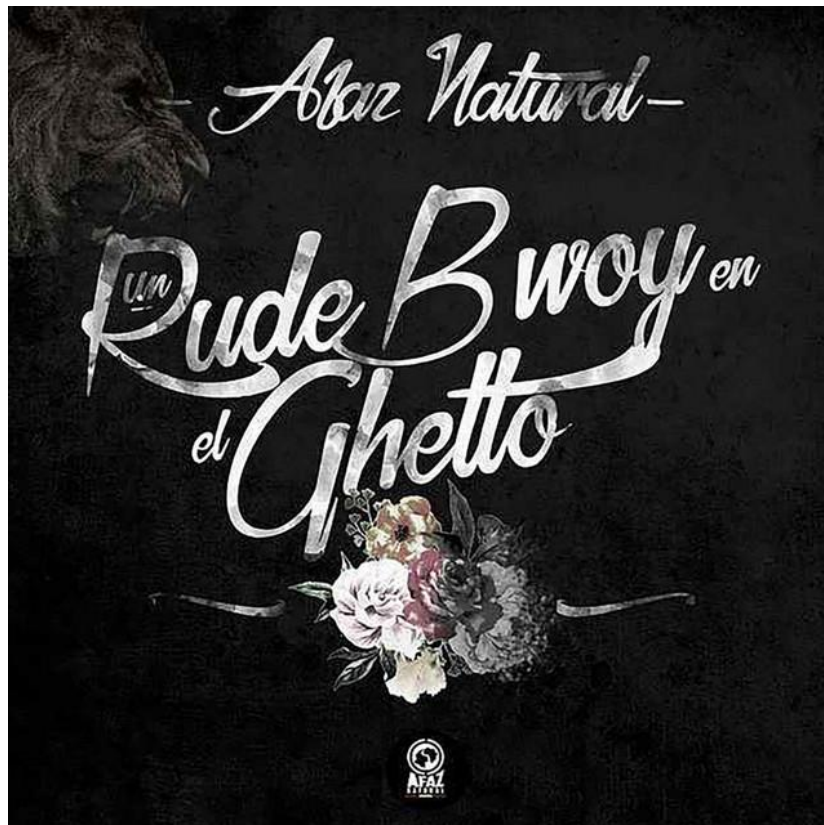
En esta propuesta visual se percibe una tensión, gracias al color negro de fondo, interesante entre lo áspero y lo delicado. - Heller (2012) menciona que el pintor Wassily Kandinsky describió así el negro: "Como una nada sin posibilidad, como una nada muerta después de apagarse el sol, como un silencio eterno son futuro ni esperanza: así es interiormente el negro." (Sección: 3.Negro es el final.).

La calidez de una letra manuscrita para el artista contrasta con la pulcritud de un lettering estilizado para el título, sugiriendo una amalgama de influencias musicales.

El fondo oscuro, con esas texturas que nos transportan a un barrio, a un entorno urbano curtido, El espacio urbano puede entenderse como un escenario donde convergen narrativas visuales y sociales que dan identidad a la ciudad. En este sentido, Feria (2010) señala que "el espacio urbano, en su lenguaje texturizado, adquiere gran poder vociferando palabras y expresiones que narran fielmente historias, delatan acciones anacrónicas, deseos y anhelos que dan vida y carácter a múltiples entornos dentro de la ciudad" (p. 58)., este mismo se ve inesperadamente interrumpido por la delicadeza de un ramo de flores estilizado. ¿No es acaso esta una metáfora visual de dos mundos coexistiendo? El del "rude boy" y un lado quizás más vulnerable, más emocional.

La paleta de colores – el negro y el blanco como base, y los tonos que dan vida a las flores – construyen una imagen que nos invita a mirar más allá de la superficie. Esta portada invita a susurrar que detrás de la potencia sonora también hay espacio para la reflexión y la sensibilidad.

El león es una analogía de la seriedad, la fuerza y la rudeza , con la boca abierta justo de la R de (Rude) rudeza en inglés, con una opacidad leve para no restarle protagonismo al lettering. La palabra Bwoy en KINYARWANDA (es un idioma bantú oficial de Ruanda que también se habla en la República Democrática del Congo y Uganda, y está estrechamente relacionado con el kirundi de Burundi.) que significa “chico” hace referencia en dos idiomas “Chico Rudo”



Afaz Natural. (2017). *Un Rude Bwoy en el Ghetto* [Diseño de álbum]. Álbum *Un Rude Bwoy en el Ghetto*. Recuperado de Spotify. (URL: <https://open.spotify.com/intl-es/album/2hgmE3ouH4SIGJPU3w3t6T>)

Doble Porción – Manzanas a la Vuelta (2018)

La portada de Manzanas a la Vuelta es, sin duda, una de las más cargadas de simbolismo, presentando un complejo grupo visual (Barthes, 1964) que abre múltiples posibilidades de interpretación. A nivel denotativo, vemos dos figuras humanas, conectadas de alguna forma, una delante de la otra, con manzanas humeantes (una roja, otra verde) sustituyendo sus rostros.

La portada usa un elemento que representa la idea principal del álbum (Durand, 1970). Las manzanas humeantes sustituyen la cabeza o el acto de consumir, haciendo referencia a una “cabeza llena de humo” o a la pérdida de identidad. El público urbano activa su enciclopedia cultural (Eco, 1979) para identificar este elemento visual, entendiendo la alusión a cuando esta fruta es usada como pipa. La manzana es, en este contexto, un Ícono (Peirce, s.f.) por semejanza de uso dentro de un código específico.

La imagen es una declaración de identidad que grita cultura urbana. La vestimenta de las figuras una con estilo oversize y la otra sin camisa mostrando los tatuajes funciona como un símbolo (Peirce, s.f.) de la autenticidad callejera. La pragmática de la portada reside en su mensaje de complicidad: es un signo que sólo la audiencia conocedora del código puede decodificar, ofreciendo a Doble Porción una identidad cruda y directa, envuelta en un enigma surrealista que es fiel a su esencia.



Salazar, S. (Fotografía) y Jotace (Diseño gráfico). (2018). *Manzanas a la Vuelta* [Fotografía y Diseño de álbum]. Álbum *Manzanas a la Vuelta* de Doble Porción. Recuperado de Apple Music. (URL: <https://music.apple.com/es/album/manzanas-a-la-vuelta/1151218738>)

Frank Jhonsón – Al-Bardo (2016)

La portada de Al-Bardo es una combinación de signos visuales fascinante. A nivel denotativo, nos muestra un conejo gigante con una sonrisa exagerada, el rapero sentado y un tinto en la mano. Desde una perspectiva de semiosis, esta imagen adquiere su significado completo cuando se interpretan sus componentes. El rapero y el conejo forman una “relación triádica” (Peirce, s.f.): el representamen es la imagen del rapero y el conejo; el objeto es la idea de humor y seriedad en la música; y el interpretante es el choque visual y el mensaje de ironía que se percibe. Esta estructura demuestra cómo la imagen genera conocimiento continuo

(Peirce, s.f.). La portada juega con la sintaxis visual al combinar estos elementos de manera inesperada (Barthes, 1964). La elección del conejo, que es un paradigma humorístico, en lugar de un símbolo más serio o "callejero", refuerza la idea de que la música no se toma demasiado en serio. El conejo, un símbolo de lo absurdo (por convención cultural), contrasta con la figura seria y tatuada del rapero, que es un índice de la crudeza urbana (Peirce, s.f.). Además, el tinto en la mano del rapero es un símbolo cultural que funciona como el texto de anclaje (Barthes, 1961) en un sentido amplio, pues fija la portada en la cultura de Medellín (vida cotidiana). El nombre del artista, escrito como un grafiti en las nubes, es una metáfora que sugiere que el rap puede estar en cualquier lugar. Desde una perspectiva pragmática, la portada es una declaración de identidad que legitima el sonido del artista, creando un mensaje para el público: su música no es pose; es una mezcla de humor, vida cotidiana y cultura local, siempre con las raíces bien puestas en la calle.



Frank Jhonsón. (2016). *Al-Bardo* [Diseño de álbum]. Álbum *Al-Bardo*. Recuperado de SoundCloud. (URL: https://soundcloud.com/frankjhonson/tinto-1?in=i_lomo/sets/fund)

No Rules Clan- Pantone (2019)

La portada de *Pantone* funciona como un complejo sintagma visual (Barthes, 1964) que busca la perfecta fusión entre la precisión técnica del diseño y la tensión inherente a lo urbano. A nivel denotativo, la imagen presenta un fondo blanco y minimalista con el título "PANTONE" en la parte superior. En el centro, un ícono circular negro evoca el cilindro de un revólver. Este cilindro, sin embargo, está "cargado" con círculos de colores vivos en lugar de balas, imitando una paleta de muestras Pantone.

Sin embargo, en el universo connotativo (Barthes, 1964), esta imagen se convierte en una metáfora potente y tensa (Barthes, 1970). El revólver es un índice (Peirce, s.f.) universal de peligro y del contexto de la calle. Al reemplazar las balas por colores, No Rules Clan transforma la violencia potencial en arte y precisión creativa. El mito (Barthes, 2002) que construyen es que su música no es ambigua; su estilo está deliberado y calibrado, tan exacto como un color Pantone. La colección de estos signos (el revólver cargado de color) crea un campo semántico que legitima su discurso.

Esta red de significados solo puede ser interpretada por la audiencia que posee la enciclopedia cultural necesaria (Eco, 1979) para entender el código de la calle junto al código del diseño. Desde una perspectiva pragmática, la portada es una declaración radical de identidad. Afirma que su sonido es la síntesis perfecta de ambos mundos, donde el *flow* es medido con exactitud y el impacto es profundo, reflejando que, para ellos, el Hip Hop es una cosmología.

PANTONE



Iconblast. (2019). *Pantone* [Diseño de álbum]. Álbum *Pantone* de No Rules Clan. Afterclass Records. Recuperado de Genius. (URL: <https://genius.com/albums/No-rules-clan/Pantone>)

Vic deal - La costa nostra (2020)

La portada de *Pantone* opera como un sintagma visual que logra una fusión intencional entre la precisión del diseño y la iconografía de la tensión urbana. La imagen se presenta con un fondo blanco y minimalista. Arriba, el título "PANTONE" domina la composición. El elemento central, sin embargo, es un ícono circular negro que evoca claramente el cilindro de un revólver. Este revólver no está cargado con balas, sino con pequeños círculos de colores vivos, simulando una paleta Pantone.

La connotación (Barthes, 1964) de la imagen es poderosamente dual. El revólver funciona como un índice de la calle y del peligro, pero al estar cargado con colores, el grupo lo transforma en un símbolo de creatividad precisa. El mito (Barthes, 2002) que se proyecta es que su música no es producto de la casualidad; su estilo está deliberado y calibrado, tan exacto como un color Pantone. Esta sustitución simbólica afirma que la elección de su arte es su munición.

Pragmáticamente, la portada es una declaración de identidad que se dirige a la audiencia que entiende el Hip Hop como cosmología. Al utilizar códigos tan dispares como el arte (Pantone) y la calle (revólver), el grupo afirma la fusión perfecta de ambos mundos: su sonido tiene la calidad técnica del diseño y el impacto profundo de la realidad. Esta obra exige que el espectador maneje una enciclopedia cultural (Eco, 1979) para descifrar esta compleja mezcla de precisión y amenaza.



@resetstart_. (2020). *La Costa Nostra* [Diseño de álbum]. Álbum *La Costa Nostra* de Vic Deal. Afterclass Records. Recuperado de Spotify. (URL: <https://open.spotify.com/intl-es/album/5j9SyZb3KSc3iqHJa3AM1S>)

Brain bonaparte- *Stairway to Sky* (2021)

La portada de *Stairway to Sky* te atrapa por el choque que crea. Es un grupo visual fascinante que, a nivel denotativo, muestra una avenida futurista que se eleva hacia un cielo surrealista. A nivel connotativo (Barthes, 1964), es donde la portada adquiere su verdadero peso, pues la imagen de esa autopista ascendente te invita a un viaje que se siente casi espiritual. En la semiosis de la portada, el semáforo torcido en primer plano funciona como un índice (Peirce, s.f.) que sugiere que, incluso en el caos de la ciudad, hay una salida hacia lo trascendente. Su interpretación es la idea de que no se trata de una vía terrenal, sino de una ruta hacia algo más grande. La tipografía del título, tan recta y fuerte, choca con lo que realmente dice: en lugar de anunciar un producto, te está invitando a un viaje. Aquí se activa la función poética del mensaje (Jakobson, 1960), donde el enfoque se centra en la forma y la estética de la comunicación. La

portada logra este efecto al mezclar dos paradigmas opuestos: el del rap de la calle, con su estética urbana de neón y rascacielos (el sintagma visual), y el de lo onírico y místico, representado por el camino de luz y el sol-planeta. Este contraste es, en esencia, una figura retórica visual conocida como Antítesis (Durand, 1970). Al final, la portada es una declaración de identidad que legitima el sonido del artista, posicionando su música como un vehículo para un viaje interior, uniendo lo urbano con lo trascendente.



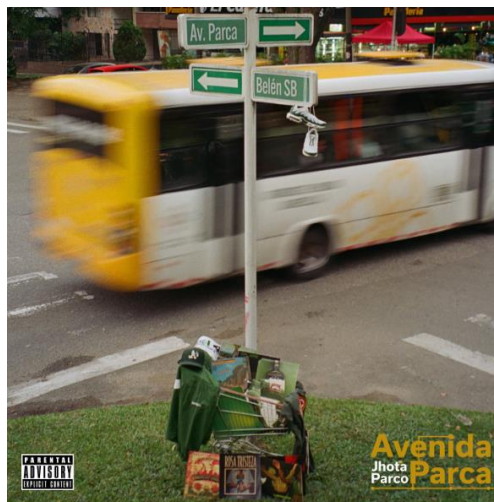
Ghetto Dope. (2021). *Stairway to Sky* [Diseño de álbum]. Álbum *Stairway to Sky* de Brain Bonaparte. Recuperado de YouTube.

(URL: https://www.youtube.com/watch?v=98unGZUjMv0&list=PLebQzZNinrXqZqaDib4EGQn1b_6XZ-ddb)

Jhota Parco - Avenida Parca (2025)

La portada de Avenida Parca es Medellín en su estado más puro, funcionando como un complejo sintagma visual (Barthes, 1964) que narra una historia. La portada, a nivel denotativo, nos muestra una escena común: un cruce de calles con un bus amarillo, un poste y un carrito de ropa. Sin embargo, a nivel connotativo (Barthes, 1964), cada elemento actúa como un signo crucial para su interpretación. Las zapatillas colgadas en

el poste son un índice (Peirce, s.f.) de memoria y luto. En la semiosis del barrio, ese representamen (las zapatillas) se conecta con el objeto de la muerte, generando en el espectador un interpretante que es la sensación de fragilidad de la vida (Peirce, s.f.). La colección de estos signos el bus en movimiento que es un índice de la ciudad que no se detiene, y el carrito de vinilos que es un símbolo de la economía callejera crea un campo semántico que legitima el rap de Jhota Parco. Esta red de significados sólo puede ser interpretada por la audiencia que posee la enciclopedia cultural necesaria (Eco, 1979) para entender el contexto de la calle. Desde una perspectiva pragmática, la portada es una declaración de identidad que se dirige directamente a esa audiencia. En esencia, "Avenida Parca" no es solo un nombre, sino una metáfora (Barthes, 1970) potente de cómo en esta ciudad, la vida, la muerte y la música se encuentran en cada esquina, reflejando que su rap es genuino, de calle y sin disfraces.



Jhota Parco. (2025). *Avenida Parca* [Diseño de álbum]. Álbum *Avenida Parca*. Recuperado de Amuse.io. (URL: <https://share.amuse.io/JXC9sQcrUrco>)

Granuja- Rituales (2025)

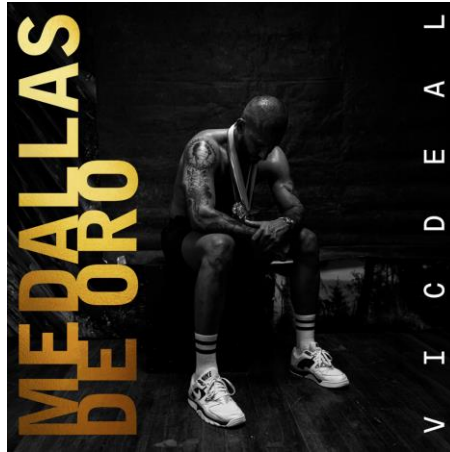
La portada de *Rituales* te golpea de inmediato. Un rostro verde, que parece entre chamán y deidad, te mira fijamente, cargado de misterio. A nivel denotativo, vemos la imagen de un rostro verde, pero a nivel connotativo (Barthes, 1964), esa imagen adquiere un peso simbólico enorme. El rostro es un ícono (Peirce, s.f.) que, por su color y composición, representa visualmente lo sagrado y lo místico. En la semiosis de la portada, este ícono se une a otros signos para construir una nueva realidad para el artista: el mito (Barthes, 1957). La imagen posiciona al artista no solo como un músico, sino como una figura mística o "chamánica" que realiza ritos a través de su música. Este mito se construye a partir de la elección de un paradigma de imágenes que no pertenecen a la calle, sino a lo ancestral y lo oculto (Barthes, 1964). La pragmática de la portada, al final, legitima el título "Rituales", sugiriendo que la música es un acto de trance o de conexión con una fuerza superior, ofreciendo una identidad profunda y trascendente para el proyecto.



Granuja y Pielroja. (2025). *Rituales* [Diseño de álbum]. Álbum *Rituales*. Recuperado de Spotify. (URL: <https://open.spotify.com/intl-es/album/7CgP2xyEy0nNOMThmUJpTB?si=HDHsuDUqR5eKjk1tr32q4w>)

Vic Deal – Medallas de Oro (2025)

La portada de Medallas de Oro te hace sentir de inmediato el peso de la victoria. La imagen, en blanco y negro, presenta a Vic Deal sentado con la cabeza baja, componiendo una escena de profunda seriedad. A nivel denotativo, es un retrato en monocromo con detalles dorados. La portada se articula como una antítesis visual (Durand, 1970), donde el contraste es el mensaje principal. El blanco y negro funciona como el significante del camino difícil y el sacrificio; este choca violentamente con el brillo dorado de la medalla y las letras del título, que son símbolos (Peirce, s.f.) de la meta alcanzada y el éxito. Esta contradicción visual nos dirige a una interpretación más profunda. El artista construye un mito (Barthes, 1957) en el imaginario del público al no mostrarse eufórico, sino cansado y pensativo. Esta pose desmantela el estereotipo de la celebración, posicionando a Vic Deal como una figura que trasciende el triunfo material. La pragmática de la portada reside en esta deconstrucción: es una invitación a valorar el esfuerzo y la soledad del proceso. El título, con letras fuertes y doradas, es el texto de anclaje (Barthes, 1961) que fija la interpretación, confirmando que el valor real del "Oro" está en la disciplina que forjó la medalla.



Vic Deal. (2025). *Medallas de Oro* [Diseño de álbum]. Álbum *Medallas de Oro*. Afterclass Records. Recuperado de Genius. (URL: <https://genius.com/albums/Vic-deal/Medallas-de-oro>)

Conclusión de los oyentes

Discusiones.

Laura Zapata Martínez.

24 Años

Universidad de Antioquia

Microbióloga.

Noviembre, 2025

En el primer video, me gustó mucho cómo se nota el trabajo colaborativo. Esa unión entre todos ha hecho posible que consoliden una identidad de marca clara, con la que pueden experimentar sin perder el rumbo. Me parece bonito que el proyecto tenga un enfoque sociocultural, más orientado a la aceptación personal que a lo meramente

comercial. Además, se reconoce algo clave: que el éxito en la música no se alcanza en solitario, sino rodeándose de un buen equipo que crea y crece junto a uno.

En el segundo video, lo que más me llamó la atención es que el interés no se queda en lo estético, sino en lo que cada pieza comunica. Hay una intención real detrás de cada diseño y eso se siente. También me pareció importante cómo enfatiza la necesidad de aterrizar las ideas vagas que suelen tener los artistas, para que el resultado realmente diga algo. Me gustó que hablara de la adaptación tecnológica, de cómo el diseño debe ir de la mano con las nuevas herramientas, incluso con la inteligencia artificial. Además, entiende que las vivencias y referencias personales son las que le dan sentido y autenticidad a una pieza. Todo se resume en eso: encontrar una estética que conecte con la emoción que cada canción quiere transmitir.

Si tuviera que señalar algo por mejorar, diría que la calidad de imagen en algunos fragmentos fue un poco baja. También habría sido interesante que hablaran un poco más sobre las dudas que todavía tienen frente a su propio proceso artístico, porque ahí también hay mucho aprendizaje.

En general, se siente una coincidencia muy clara en torno a la idea del arte como medio de comunicación. Tanto los raperos como los diseñadores valoran que su trabajo no sea solo bonito, sino que tenga algo que decir. Ese enfoque comunicativo va muy de la mano con la importancia que todos le dan al trabajo en equipo y a la profesionalización del proceso creativo. Todos coinciden en que tener un equipo especializado —productores, ingenieros, diseñadores— marca la diferencia y permite que los proyectos tengan coherencia, calidad y fuerza.

Entre los aprendizajes más repetidos, se destaca el valor del equipo y la especialización de roles como la base del éxito. Los entrevistados reconocen que el arte, ya sea musical o visual, se alimenta de la experiencia propia, de lo que se vive y se

siente. También entienden que la producción artística es tanto visual como sonora, y que ambas cosas deben ir de la mano para lograr transmitir una emoción verdadera.

Julian Lopez Ramírez

Diseñador Gráfico

Noviembre, 2025

RIMA#3: Me gusto la entrevista, tuvieron buena química entre los dos, se sintió más como una charla, si me gustaría ver imágenes de apoyo sobre sus trabajos relacionados con el diseño gráfico si tiene, de igual forma muy interesante el proyecto.

Andres Millan

Publicista

Noviembre, 2025

RIMA#1: ¡Hey! muy chevere la entrevista, me parece que fue sustanciosa porque dieron una mirada amplia y clara sobre el perfil artístico de MC MEGA... fueron al grano y te deja con ganas de saber un poco más sobre el trabajo artístico del autor!
Buena por esa!!!

Christian Garcia

Comunicador audiovisual

Noviembre, 2025

RIMA#2: Muy interesante ver cómo las personas ven el diseño gráfico desde afuera, un espacio como este se necesitaba hace rato donde se juntará el diseño y el rap mi género favorito y mi hobby favorito, me gusto mucho.

Fue un total de tres episodios, ya que no contábamos con suficientes invitados y surgieron imprevistos y cambios de fecha en la lista programada, lo que impidió continuar con más capítulos.

Jessica Gómez Chavarría

Licenciatura en Lenguas Extranjeras

23 años

Universidad Católica Luis Amigó

Noviembre, 2025

El video “Rimas Diseñadas Capítulo #1: MC Mega” me pareció muy interesante porque muestra el talento y la autenticidad del artista, además de reflejar el esfuerzo que hay detrás de cada rima. Me gustó el ambiente relajado y el ritmo del contenido, aunque habría sido mejor una introducción más clara y un audio un poco más limpio. Se nota que el entrevistador tiene un gran dominio de su carrera en diseño gráfico, ya que aplica sus conocimientos con técnica, creatividad y una visión estética que se refleja en la composición visual del video. Me hubiera gustado que se preguntara más sobre el proceso creativo de MC Mega y cómo diseña sus rimas. En general, me pareció un

video muy chévere porque combina música, arte y expresión, y así aprendí que detrás de una buena rima hay planificación, sentimiento y mucha pasión.

CONCLUSIONES

“MC” Megas:

Esto nos dice que muchos raperos o por lo menos muchos como MC Mega son conscientes de que para realizar buenos trabajos comunicativos, para llegar a óptimos resultados, lo mejor es tener a personas que sepan del área cada quien que trabaje en lo que se especializó, así como es importante tener una persona que sepa de diseño, por lo que podemos intuir que los artistas están conscientes de que la imagen, los colores, las tipografías y demás áreas tanto de diseño como como comunicativas se hacen con todo el equipo de trabajo, son importantes, no solo las letras, si no todo lo que ser artista y persona que quiere dar un mensaje conlleva detrás de todo lo que se quiere transmitir.

Sebastian Gomez:

El diseño es un aprendizaje constante, es una evolución, es comunicación viva entre el artista musical, su equipo de trabajo y el diseñador como tal, emparejar las ideas del rapero con lo que tú entiendes y plasmar las lluvias de ideas en un producto que se acople y cumpla con las expectativas del cliente y que sea un producto del cual un

diseñador se sienta orgulloso de mostrar al público, es un trabajo riguroso, pero entendiendo las temáticas, y los contextos es un trabajo fructífero en el que las dos partes salen muy beneficiadas.

OUT:

El color en el diseño gráfico no es solo estética, sino un signo que comunica tanto lo que vemos como lo que sentimos, por lo que para una portada musical en la escena del rap de Medellín debe elegirse con intención — atendiendo al contexto cultural del artista, al ánimo de la canción y al público al que se dirige. A través de una paleta coherente, combinada con tipografía, imagen y composición bien pensadas, la portada puede transmitir profesionalismo y credibilidad, convirtiéndose en una extensión visual auténtica de la música y de la identidad del artista.

El diseño gráfico como identidad cultural

El diseño gráfico no es un complemento, sino un pilar en la construcción de la identidad del rap en Medellín. La estética visual acompaña la narrativa musical y refuerza el carácter contestatario, urbano y comunitario del género.

El diseño refleja el contexto social en el cual está inscrito. Resultado de la combinación entre técnicas artísticas, tecnologías de producción/reproducción y objetivos mercadológicos, el diseño gráfico es tan innovador o retrógrado como la sociedad que representa. Kopp, R. (2013).

Evolución estética y tecnológica

Las piezas gráficas del rap paisa, desde la década de 1990 hasta la actualidad, evidencian una notable evolución: pasaron de ser producciones artesanales y

técnicamente limitadas a propuestas visuales más sofisticadas, impulsadas por el uso de herramientas digitales y, más recientemente, por la incorporación de la inteligencia artificial. Esta transición refleja la capacidad del movimiento para adaptarse a los cambios tecnológicos globales y a las nuevas dinámicas de comunicación visual.

Del mismo modo, los avances tecnológicos asociados con Internet, la promoción en línea, la generación de contenidos multiformato y la expansión de plataformas de interacción social —como Facebook y YouTube—, junto con el uso de dispositivos como computadoras portátiles, tabletas, teléfonos inteligentes y consolas de videojuegos, han transformado los hábitos de consumo musical y visual, marcando una tendencia creciente a nivel global (Cereijo, citado en Cortés, Guerrero y Cortázar, 2014).

El poder del código visual.

Los colores, símbolos y estilos tipográficos empleados en el rap paisa se han configurado como un lenguaje visual propio, comprendido principalmente por quienes comparten la cultura hip hop. Este sistema de signos convierte al diseño gráfico en un vehículo de significados profundos, identitarios y de resistencia cultural.

En este sentido, los significados culturales e ideológicos presentes en las producciones visuales pueden entenderse a partir de tres dimensiones fundamentales: la carga conceptual y expresiva de la imagen, las funciones sociales de la obra artística, y los valores espirituales o simbólicos que se le atribuyen a la imagen visual, es decir, aquello que representa para un individuo o una comunidad determinada (Soriano y Zayas, 2023).

El diseño como memoria.

Cada portada, flyer, mural o videoclip funciona como un registro histórico y cultural. Al analizarlos, se reconstruye la evolución del rap en Medellín y se reconoce el rol del diseño gráfico como archivo visual de una generación.

Impacto en la industria musical.

La alianza entre diseño gráfico y rap no solo ha fortalecido la estética del género, sino también su capacidad de difusión y comercialización. Hoy en día, la identidad visual es esencial para la promoción en plataformas digitales y para la proyección internacional de los artistas paisas.

El lenguaje visual en el rap como código cultural

El rap y el hip hop no solo se manifiestan en lo sonoro, sino también en lo visual. Los elementos gráficos como la **tipografía, la ilustración, el collage y la fotografía** no son escogidos de manera aleatoria: responden a códigos culturales compartidos dentro de la escena hip hop. Estos códigos, al ser reconocidos por los miembros de la comunidad, refuerzan el sentido de pertenencia y permiten una comunicación más profunda entre los artistas y sus audiencias.

1. Tipografía:

Según la Universidad ORT Uruguay (s.f.), la tipografía cumple un papel esencial en la comunicación visual, ya que influye en la percepción y en la legibilidad del mensaje. Además, la tipografía no solo es fundamental para transmitir información textual, sino también para evocar emociones y establecer de forma inmediata un tono comunicativo.

○En el rap, la tipografía suele evocar la estética del graffiti, las pintas callejeras y los muros urbanos de Medellín.

○El uso de letras intervenidas, desgastadas o con trazos bruscos transmite fuerza, rebeldía y territorialidad.

○En portadas y afiches, la tipografía cumple un rol simbólico: no solo nombra, sino que **visibiliza la esencia callejera** y otorga legitimidad cultural a los artistas frente a su público.

2. Ilustración

○Muchas portadas de rap paisa han recurrido a ilustraciones con estética underground, caricaturesca o oscura.

○Estas ilustraciones remiten a la **identidad barrial, a la vida cotidiana y a la crítica social**.

○Se convierten en una forma de narrar visualmente lo mismo que hacen las letras: resistencia, denuncia y memoria del territorio.

3. Collage:

El collage es una técnica común en el arte moderno y contemporáneo, incluso en la creación de cine. El collage combina motivos pictóricos y fragmentos de orígenes desconectados dentro de una entidad sintética que otorga nuevos roles a esas partes.

Cabas García, M. R. (2019).

○El collage es un recurso recurrente en el diseño gráfico del rap porque refleja la **fragmentación y el mestizaje cultural** de Medellín.

○La mezcla de recortes de prensa, imágenes urbanas, símbolos políticos o religiosos, expresa un discurso contestatario que conecta con la idea de apropiarse de los restos de la cultura dominante para resignificarlos.

○Esta técnica, además, dialoga con la **estética DIY (hazlo tú mismo)** propia del hip hop, donde la creación surge desde la precariedad y la rebeldía.

4. Fotografía

○La fotografía en el rap paisa suele capturar **espacios urbanos marginales**, grafitis, esquinas y barrios que no suelen aparecer en la representación oficial de la ciudad.

○Los retratos de los artistas se construyen con un lenguaje de cercanía, mostrando **rostros serios, posturas de resistencia y orgullo barrial**, reforzando la autenticidad del mensaje.

○Así, la fotografía no busca la estética publicitaria, sino documentar y dignificar realidades invisibilizadas.

○ La fotografía no solo congela momentos, también comunica ideas, emociones y verdades. GES Comunicación Digital, (2025) , Fotografía: El lenguaje visual que transforma la comunicación y el diseño.

Comunicación efectiva y resistencia cultural

La razón por la que estos elementos gráficos generan una comunicación más efectiva es porque **hablan en el mismo idioma simbólico que la audiencia**. Un fan del rap paisa reconoce en las tipografías, colores o collages las mismas referencias que en los muros de su barrio, en los grafitis que lo rodean o en las vivencias narradas en las canciones.

En este sentido, el diseño gráfico no es solo “acompañamiento visual”, sino un **lenguaje de resistencia cultural**:

- Transmite mensajes que desafían la hegemonía visual de la publicidad comercial y de la cultura dominante.
- Reivindica identidades locales y colectivas.
- Crea un puente entre los artistas y su público, basado en símbolos compartidos y en la memoria colectiva urbana.

Referencias bibliográficas

- Álvarez Álvarez, A. M. (2023). *El contexto social del fenómeno de la imagen de marca*. Repositorio UNAPEC.
<https://repositorio.unapec.edu.do/bitstream/123456789/945/1/El%20contexto%20social%20del%20fen%c3%b3meno%20de%c2%b2la%20imagen.pdf>
- Barthes, R. (1982). *La aventura semiológica*. Ediciones Paidós.
<https://circulosemiotico.wordpress.com/wp-content/uploads/2012/10/barthes-roland-la-aventura-semiologica-353pag1.pdf>
- Barthes, R. (1990). *Elementos de semiología*. Siglo XXI Editores.
<https://es.scribd.com/document/335174283/Barthes-R-Elementos-de-Semiologia>
- Barthes, R. (2002). *Mitologías*. Siglo XXI Editores.
<https://es.scribd.com/document/889720839/Barthes-Roland-Mitologias-1957>
- Barthes, R. (2009). El mensaje fotográfico. En *Lo obvio y lo obtuso: Ensayos críticos III* (pp. 11-27). Paidós. <https://www.felsemiotica.com/descargas/Barthes-El-mensaje-fotogr%C3%A1fico.pdf>

Cabas García, M. R. (2019). *El collage: herramienta conceptual y compositiva del diseño arquitectónico de Richard Meier*. Repositorio CUC.

<https://repositorio.cuc.edu.co/entities/publication/b61f58bd-029a-4de3-91d4-0c666bbc1b89>

Cortés, H. D. A., Guerrero, G. H., & Cortázar, L. O. (2014). Factores asociados a la construcción de marca del artista musical en Bogotá con aplicativos móviles. *Poliantea*, 10(19), 61-91. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=5097580>

Durand, J. (1981). Retórica e imagen publicitaria. En A. F. G. et al., *Análisis de la imagen*. Paidós. <https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/5357003.pdf>

Eco, U. (1995). *Tratado de semiótica general*. Lumen.

<https://mariainescarvajal.wordpress.com/wp-content/uploads/2011/03/eco-tratado-de-semi3b3tica-general.pdf>

Feria, G. A. P. (2010). La estética de las texturas. *Alarife: Revista de arquitectura*, (19), 54-67. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=3263148>

Fernández Álvarez, L. (2022). *El diseño gráfico como profesión: características, inicios, evolución y futuro*. Repositorio UNAPEC. [https://repositorio.unapec.edu.do/bitstream/123456789/910/1/5.%20El%20dise% c3% b1o% 20gr % c3% a1fico% 20como% 20profesi% c3% b3n% 20caracter% c3% adsticas% 2c% 20inicios% 2c% 20 evoluci% c3% b3n% 20y% 20futuro.pdf](https://repositorio.unapec.edu.do/bitstream/123456789/910/1/5.%20El%20dise%c3%b1o%20gr%C3%A1fico%20como%20profesi%C3%B3n%20caracter%20adsticas%20inicios%20evoluci%C3%B3n%20y%20futuro.pdf)

Franquesa, A., & Fontanills, D. (2013). *Imagen y comunicación visual*. Universitat Oberta de Catalunya. <https://facialix.com/wp-content/uploads/2022/01/Imagen-y-comunicacion-visual.pdf>

GES Comunicación Digital, (2025). Fotografía: El lenguaje visual que transforma la comunicación y el diseño. *FACOM*. *Verifica la fuente original, ya que es una entrada sin URL pública conocida.*

Gómez Hernández, J., Hoyos Saldarriaga, N., & Monje Aguirre, S. L. (2014). *La incidencia de la caligrafía expresiva en la creatividad gráfica*. Repositorio UTP.

<https://repositorio.utp.edu.co/server/api/core/bitstreams/482f347f-1e25-4bb8-a7c0-99c68a203a73/content>

Guayabero, Ó. (2022). El diseño gráfico aplicado en la música. ¿Qué relación existe? *Esdesign Barcelona*. <https://www.esdesignbarcelona.com/actualidad/disenio-grafico/musica-grafica>

Guiraud, P. (1979). *La semiología*. Siglo XXI.
https://books.google.com.co/books?hl=es&lr=&id=ONOkambAEC&oi=fnd&pg=PA11&dq=semiolog%C3%ADa&ots=drqMsoXkiM&sig=MTLgALVbyyqDpzxriO9ccqrcb0&redir_esc=y#v=onepage&q=semiolog%C3%ADa&f=false

Heller, E. (2012). *Psicología del color: cómo actúan los colores sobre los sentimientos y la razón*. Editorial GG.
https://books.google.com.co/books?hl=es&lr=&id=jaEXEQAAQBAJ&oi=fnd&pg=PP19&dq=colores&ots=j8n28LVsZ2&sig=wTJ8Nx1DpP9_L1AB2dKY3P2qSsQ&redir_esc=y#v=onepage&q=colores&f=false

Jakobson, R. (1984). Lingüística y poética. En *Ensayos de Lingüística General*. Seix Barral.
<https://www.felsemiotica.com/descargas/Jakobson.-Roman-Ling%C3%BC%C3%ADstica-y-po%C3%A9tica.pdf>

Kopp, R. (2013). *Diseño gráfico cambiante*. Ars Optika.
https://d1wqtxts1xzle7.cloudfront.net/33803923/15-584-8333erz-libre.pdf?1401191056=&response-content-disposition=inline%3B+filename%3D15_584_8333erz.pdf&Expires=1759339559&Signature=KLQs3sCJow2U222pCKbOyvEis8nVZxb96iYZNJCIF6YilaTx0ztKIHb1ayyfeVlpzcdKz8SN~Fbhepp20GVIU4PIrAdNvt3Qiu571Bmao1~Q5pc4z98wGBg yLUtJDxqo7TUyypEEpiS-

nv8F4rz2~XvicjZx76guT85c2x6CC9IDHrmp-
 ~E3gDFF6DES9~KWz3hfwWwBjtvHvgmi0XxfVgsB5mFOV8y5csFs~d5sntooS1ISfx7ghUJN
 Tq6xsU2Gb4ItS4bEoYfL1LVCitH4sLVDVg4ehZcRP-4A2bvhJ-
 ~gcEhQrioUkiPQkgSKRew9cotFVeqNtSL1jUqaylYA__&Key-Pair-
 Id=APKAJLOHF5GGSLRBV4ZA

Lavado, R. (2022). *Historia del rap: Cultura Hip Hop y música de combate*. Ma Non Troppo.
https://books.google.com.co/books?hl=es&lr=&id=UMFmEAAAQBAJ&oi=fnd&pg=PT5&dq=Historia+del+rap:+Cultura+Hip+Hop+y+m%C3%BA+de+combate+UND+RAP&ots=R-b6F7dM-1&sig=jrtdHrUzjvNLwRyLznF76HwA64g&redir_esc=y#v=onepage&q=Historia%20del%20rap%3A%20Cultura%20Hip%20Hop%20y%20m%C3%BA+de%20combate%20UND%20RAP&f=false

Loaiza, F. R., Valencia, J. A. L., & Arias, R. D. G. (2010). *Caligrafía expresiva, arte y diseño*. Jorge Alberto Lozano Valenc.
https://books.google.com.co/books?hl=es&lr=&id=WePpEk14oboC&oi=fnd&pg=PA8&dq=caligraf%C3%ADa+expresiva&ots=CRMfVVjVAX&sig=eehDjRDAczM3amzNj8P_yURsLM&redir_esc=y#v=onepage&q=caligraf%C3%ADa%20expresiva&f=false

Morales, O. (2003). Fundamentos de la investigación documental y la monografía. *Revista Venezolana de Análisis de Coyuntura*, 20(1), 1-14.
http://www.saber.ula.ve/bitstream/123456789/16490/1/fundamentos_investigacion.pdf

Peirce, C. S. (1987). *Obra lógico-semiótica*. Taurus Ediciones.
<https://es.scribd.com/document/578963521/Fragmentos-de-textos-originales-de-Peirce>

Quintuña Quintuña, A. R. (2018). *La fotografía "Fine Art" y su relación con el diseño gráfico*. Repositorio Universidad del Azuay.

<https://dspace.uazuay.edu.ec/bitstream/datos/8289/1/14012.pdf>

Romero, J. L. P. (2021). Memoria y hip hop, Una metáfora de origen. *Análisis: revista colombiana de humanidades*, 53(99), 86-116.

<https://www.redalyc.org/journal/5155/515570056004/515570056004.pdf>

Rosales Mora, M. (2020). *Diseño gráfico elementos y conceptos básicos*. Repositorio USAM. <https://repositorio.usam.ac.cr/xmlui/handle/11506/2065>

Sandín Lillo, J. (2016). *El Hip Hop como movimiento social y reivindicativo*. (Tesis doctoral). Universitat Politècnica de València.

<https://riUNET.upv.es/server/api/core/bitstreams/0b723e18-280a-400e-9470-847fd936a392/content>

Soriano, L. E. P., & Zayas, G. M. (2023). Nociones conceptuales básicas en el análisis semiótico de la imagen visual. *CIENCIAS PEDAGÓGICAS*, 16(1), 94-110.

<https://www.cienciaspedagogicas.rimed.cu/index.php/ICCP/article/view/406>

Universidad ORT Uruguay. (s.f.). La importancia de la tipografía en el diseño y la comunicación visual. *Blog de análisis y tendencias en diseño*. <https://fd.ort.edu.uy/blog/la-importancia-de-la-tipografia-en-el-diseno-y-la-comunicacion-visual>

Valencia, S. S., Quintero, D. M., & Londoño, L. S. C. (2019). El Hip-Hop, una cultura que crea identidad en el barrio Aranjuez, Medellín, Colombia. *XXXII Congreso de la Asociación Latinoamericana de Sociología*. https://cdsa.aacademica.org/000-030/1232?utm_source=chatgpt.com

Vieira Caldas, S. (2021). El poder del diseño gráfico para generar emociones. *Grafica*, 9(17), 0037-45.

https://ddd.uab.cat/pub/grafica/grafica_a2021v9n17/grafica_a2021v9n17p37.pdf

Zelanski, P., & Fisher, M. P. (2001). *Color* (Vol. 48). Ediciones AKAL.

[https://books.google.com.co/books?hl=es&lr=&id=LCPUnO90hp4C&oi=fnd&pg=PA7&dq=colores&ots=bthilizo-
&sig=lxBJ3H4hVlwoeV23CFOzvbr4obU&redir_esc=y#v=onepage&q=colores&f=false](https://books.google.com.co/books?hl=es&lr=&id=LCPUnO90hp4C&oi=fnd&pg=PA7&dq=colores&ots=bthilizo-
&sig=lxBJ3H4hVlwoeV23CFOzvbr4obU&redir_esc=y#v=onepage&q=colores&f=false)

Anexos

Canal de youtube

<https://www.youtube.com/@Rimas.Dise%C3%B1adas>

Rima 1

<https://www.youtube.com/watch?v=4x8hRCZ9nFc&t=357s>

Rima 2

<https://www.youtube.com/watch?v=2hFP6WJRXSE&t=6s>

Rima 3

https://www.youtube.com/watch?v=q_7FzGgMSJc&t=736s

Definiciones:

https://docs.google.com/document/d/1qu6wgx88TlubrHDhY_nVww0vIWMpis1ob-3TS19PwBI/edit?tab=t.0#heading=h.blnyiy2nsv8m

