



UNIVERSIDAD DE CHILE
Facultad de Arquitectura y Urbanismo
Escuela de Pregrado

COVER ART

**el mundo del diseño discográfico dentro de
la industria de la música urbana en Chile**

**Proyecto para optar al título profesional
de Diseño en Visualidad y Medios**

Estudiante
Bastían Moncada

SANTIAGO DE CHILE
2023

Profesora Guía
Verónica Ode

Agradecimientos

Para todos los que dijeron que no se puede vivir del arte.

Agradezco el tiempo que se dieron los Creativos de la industria al contestar mis preguntas, aportar información relevante y valiosa, como también encaminar el proyecto.

A Isidora por su apoyo incondicional en cada momento importante de mi vida y decaídas en momentos de frustración mientras realizaba el proceso.

A mi familia por darme la oportunidad de estudiar y salir adelante en base a sacrificio para poder llegar donde estoy.

Por último, pero no menos importante, a mis amistades por el apoyo, cariño dado y las palabras de aliento.



Resumen

En este proyecto, se llevará a cabo un proceso de curaduría, de carátulas en la industria de la música urbana chilena entre los años 2016 a 2023, con el propósito de crear una exposición que destaque la diversidad de estilos, creatividad e influencia cultural del diseño gráfico en este género musical. La exposición brindará la oportunidad de explorar y apreciar la riqueza visual y narrativa de estas carátulas, generando un espacio de apreciación artística y promoviendo el reconocimiento de los diseñadores involucrados en la industria de la música urbana en Chile.

El proyecto también buscará mostrar la historia de la música urbana de forma gráfica a través de las carátulas. A medida que se exhiben las carátulas, se presentará una línea de tiempo visual que destaca hitos y momentos importantes en la evolución de la música urbana en Chile, lo que permitirá a las y los visitantes comprender la evolución estilística y los cambios temáticos que han ocurrido a lo largo del tiempo en este género musical. Asimismo, esta línea permitirá apreciar cómo el diseño gráfico ha reflejado y representado la

identidad y la cultura de la música urbana chilena. Desde los primeros días del género hasta las tendencias actuales, las carátulas de álbumes y sencillos brindarán una mirada fascinante y visualmente impactante a la historia de la música urbana en el país.

¹Curaduría: un curador es aquel profesional que organiza y le da sentido a una exposición. El conocimiento que tiene sobre algún artista, grupo, movimiento o tendencia le permite seleccionar un determinado número de obras y organizarlas bajo un concepto específico para ser mostradas al público.

ÍNDICE

Agradecimientos	3	2017	54
Resumen	4	2018	59
Capítulo 1: Presentación y fundamentos	6	2019	68
1.1 Motivación personal	8	2020	75
1.2 Introducción	9	2021	84
1.3 Objetivo general	10	2022	93
1.4 Objetivos específicos	10	2023	108
1.5 Oportunidad de diseño	10	Capítulo 4: Análisis de resultados	118
1.6 Marco Metodológico	11	4.1 Explorando la Esencia a través del Diseño:	120
1.7 Fundamentación	12	4.2 Análisis de resultados	121
Capítulo 2: Marco Teórico	14	Capítulo 5: El Proyecto	123
2.1 La música urbana en el mundo: poesía popular	16	5.1 El proyecto	125
2.2 Música urbana en Chile	18	5.2 Descripción	126
2.3 Diseño discográfico: del vinilo al Streaming	20	5.3 Objetivos	127
2.4 La relación entre la música y el diseño gráfico	24	5.4 Referentes	128
2.5 La influencia del diseño de portadas en la promoción y la identidad visual de los artistas	25	5.5 Oportunidad de diseño	135
2.6 Estilos, tendencias y elementos presentadas en el diseño discográfico	37	5.6 Usuarios	136
2.7 Diseñadores discográficos en la música urbana chilena	44	5.7 El contexto	137
Capítulo 3: Levantamiento de Información	49	5.8 Procesos productivos	138
3.1 Análisis discográficos a través del tiempo	50	5.9 Representación de la propuesta	140
2016	51	Capítulo 6: Conclusión	144
		Linea temporal continua	147
		Referencias Bibliográficas	150
		Anexo	155

PRESENTACIÓN Y FUNDAMENTOS

Capítulo 1



1.1 Motivación personal

Siempre he sido una persona conectada al mundo de la música en Chile, no solo lo que engloba el género urbano, sino que diferentes estilos musicales en los cuales he podido participar de una u otra forma a lo largo de los años.

Entre los años 2016 y 2018 estuve inserto en la música electrónica, participando constantemente en eventos como dj, staff, fotógrafo y/u organizador. A partir de esto, conocí las fiestas Punch, realizadas en el teatro Caupolicán, en donde llegaron a cantar los primeros "Traperos" del género urbano. Posteriormente, en 2019 comencé a realizar mis primeros Cover Arts con artistas emergentes, transitando paulatinamente a la toma de fotografías y realización de videoclips.

Así, he logrado conectar mi amor y pasión con la fotografía, el diseño y la producción audiovisual, trabajando inserto en un contexto de surgimiento y rápido avance del género urbano en Chile, el cual, en casi 6 años, se ha posicionado en áreas ligadas a la industria creativa.

Si bien existen artículos, entrevistas y libros que abordan la evolución de la música urbana en el país de manera textual, se da cuenta de un vacío en lo que refiere a estudios que

evidencien visualmente esta evolución y transformación, motivo por el cual, surge la propuesta de construir una línea de tiempo a través del diseño, que abarque desde sus cimientos, la participación y relevancia de profesionales en la creación de gráficas para la industria musical chilena.

Palabras clave: Cover art, creativos, música urbana, diseño discográfico.

1.2 Introducción

En la industria de la música urbana chilena, el diseño discográfico desempeña un papel crucial al brindar una identidad visual distintiva a los proyectos musicales. Las carátulas de los álbumes no sólo envuelven físicamente la música, sino que también actúan como una expresión artística que transmite la esencia y personalidad del artista.

Este proyecto se centra en explorar el mundo del diseño discográfico en el contexto de la música urbana en Chile, con el objetivo de realizar una curaduría para una exposición que destaque la diversidad de estilos, la creatividad y la influencia cultural de estas carátulas.

Durante los últimos años, la música urbana ha experimentado un fenómeno de expansión en Chile, convirtiéndose en uno de los géneros más populares y de mayor influencia en la escena musical del país. Este crecimiento ha sido acompañado por una evolución significativa en el diseño discográfico, donde diseñadoras y diseñadores gráficos han desempeñado un papel fundamental al crear carátulas visualmente impactantes y representativas de la música y artistas a los cuales se aboca.

Los cover arts o carátulas es el arte de portada, un tipo de obra de arte que se presenta como una ilustración o fotografía en el exterior de un producto publicado como un libro, revista, cómic, videojuego, DVD, CD, vinilo, podcast o en plataformas

digitales. Según la RAE (2022), estos corresponden a la cubierta o portada de un libro o estuches de discos, cassettes, cintas de video, CDs, etc, convirtiéndose en la carta de presentación de un artista, una oportunidad para cautivar al público y crear una conexión visual con su música. Estas obras de arte encapsulan la esencia del álbum o canción, que proporcionan una representación visual de la propuesta artística del cantante. Además, se convierte en un sello distintivo y reconocible que refuerza esta identidad antes hablada, en el mercado saturado de la música.

El diseño discográfico tiene un papel fundamental al colaborar estrechamente con los y las artistas para materializar su visión y transmitir sus mensajes a través del lenguaje visual. Su creatividad, habilidades técnicas y comprensión de la estética urbana permite crear portadas que se convierten en verdaderas piezas de arte.

En este proyecto, se llevará a cabo una minuciosa investigación para seleccionar las carátulas más destacadas y representativas de la música urbana chilena desde el año 2016, donde comenzó a crecer la "música urbana", hasta la actualidad. Además, se analizarán criterios estéticos, conceptuales y simbólicos, buscando identificar aquellas carátulas que reflejen de manera sobresaliente la identidad y evolución del género en Chile.

Objetivos:

1.3 Objetivo general: Establecer los criterios curaduriales para la realización de una exposición de carátulas de música urbana chilena desarrollada por exponentes del diseño discográfico entre los años 2016 y 2023.

1.4 Objetivos específicos:

- Describir la evolución del diseño discográfico en la música urbana chilena desde el año 2016 hasta el 2023, en base a sus tendencias, estilos y cambios significativos.
- Analizar las carátulas seleccionadas, considerando elementos estéticos y conceptuales respecto a las canciones presentes en cada diseño.
- Establecer una clasificación y orden cronológico de las carátulas seleccionadas destacando la evolución del diseño discográfico en la música urbana chilena a lo largo del tiempo.

1.5 Oportunidad de diseño

Esta investigación, es un estudio nuevo que busca abordar y cubrir un vacío en la literatura cultural de la música urbana en Chile, dado que, hasta el momento, no existen estudios previos que aborden de manera visual la diversidad del diseño discográfico en la música urbana chilena entre los años 2016 al 2023.

Al cubrir este vacío, el proyecto no solo contribuirá al conocimiento académico y artístico de la música urbana en Chile, sino que también brindará una perspectiva visualmente enriquecedora y accesible para el público en general. Al presentar el análisis y la curaduría de las carátulas en una exposición, se abrirá un espacio de apreciación artística y se promoverá el reconocimiento de los diseñadores y su trabajo dentro de la industria de la música urbana en Chile.

¿Cómo ha evolucionado el diseño discográfico en la música urbana chilena a lo largo de los años? ¿Qué estudios o investigaciones existen actualmente que aborden de manera visual la evolución de la música urbana chilena? La búsqueda de las respuestas a estas preguntas da la oportunidad de explorar en el área.

Esta oportunidad se presenta como la necesidad detectada de llenar ese vacío y proporcionar una perspectiva nueva y

significativa sobre la evolución estilística, temática y cultural del diseño discográfico, como en la historia del género urbano en Chile.

1.6 Marco metodológico

Para alcanzar los objetivos planteados en el presente proyecto de título, se propone el seguimiento de los siguientes componentes:

1. **Diseño de la investigación:** Investigación documental, esto permitirá realizar una investigación detallada sobre la evolución de la música urbana y del diseño discográfico chileno durante el período establecido. De esta forma, se podrá revisar y analizar documentos, como carátulas de álbumes y sencillos, registros audiovisuales, artículos académicos, entrevistas, críticas musicales y cualquier otra forma de material documental relevante que esté disponible.

2. **Tipo de investigación:** Investigación mixta: se utilizará un enfoque cualitativo y cuantitativo para explorar la riqueza visual y narrativa de las carátulas, y un enfoque descriptivo para analizar la evolución estilística y los cambios temáticos a lo largo del tiempo.

3. **Población y muestra:** La población objetivo se refiere a la totalidad de la discografía de música urbana en Chile entre los años 2016 y 2023, mientras que la muestra se compone de una parte específica de esta discografía que cumple con los criterios de selección y exclusión que se establecerán.

4. **Recopilación de datos:** Análisis documental, recopilación de carátulas de álbumes y sencillos que representen la diversidad de estilos y momentos importantes en la evolución de la música urbana en Chile. Entrevistas a diseñadores gráficos, artistas y profesionales de la música urbana para obtener perspectivas sobre el diseño de carátulas y su influencia en la identidad y cultura de la música urbana.

5. **Análisis de datos:**

- Procesamiento de datos: Según el análisis de la historia de la música urbana en Chile desde sus inicios en el año 2016, se realizó un estudio año por año con los artistas y canciones que iban surgiendo de este nuevo movimiento.
- Categorización y clasificación: Esto implica asignar cada carátula a una o más categorías predefinidas, como estilos visuales, temáticas, colores, tipografía o iconografía. Esta clasificación permitirá identificar patrones, tendencias y relaciones entre las carátulas seleccionadas.

- Análisis cualitativo: Analizar cómo los diseños visuales y los mensajes transmitidos a través de las carátulas reflejan la identidad y la cultura de la música urbana chilena.

-

6. **Interpretación de resultados:**

- Identificación de patrones y tendencias: Examinar las carátulas y busca patrones o tendencias visuales, estilísticas o temáticas que se repitan o sean destacados en varias de ellas.
- Relación con la música urbana chilena: Analiza cómo los elementos visuales presentes en las carátulas se relacionan con la música urbana chilena en términos de identidad, cultura y mensajes transmitidos. Considera cómo el diseño discográfico refleja los estilos musicales, las letras de las canciones o los temas abordados en la música urbana chilena.
- Contextualización histórica: Tener en cuenta la línea de tiempo establecida en el proyecto y examinar cómo los elementos del diseño discográfico han evolucionado a lo largo de los años.

-

- 7. **Presentación de la exposición y conclusiones:** La exposición de carátulas se diseñará y montará de manera efectiva, considerando la disposición espacial, los recursos

audiovisuales y la interacción con los visitantes.

Se presentarán las conclusiones obtenidas a partir del proceso de curaduría, resaltando la diversidad de estilos, la creatividad y la influencia cultural del diseño gráfico en la música urbana chilena.

1.7 Fundamentación:

Relevancia cultural: La música urbana chilena ha experimentado un crecimiento significativo en los últimos años, convirtiéndose en un fenómeno cultural y socialmente relevante en el país. Este género musical no solo ha ganado popularidad entre los jóvenes, sino que también ha influido en la identidad cultural de Chile.

El diseño discográfico en la música urbana desempeña un papel crucial en la creación de una imagen visual única y distintiva para cada artista, permitiendo una conexión visual inmediata con el público. El estudio de la diversidad del diseño discográfico en este contexto es fundamental para comprender cómo las carátulas de los álbumes y sencillos contribuyen a la construcción de la identidad y la cultura de la música urbana chilena.

Ausencia de estudios visuales: A pesar de la popularidad y el impacto de la música urbana chilena, existe una falta de investigaciones específicas que aborden el diseño gráfico en este género. La mayoría de los estudios académicos y literatura existente se centran en aspectos musicales y líricos, dejando de lado el análisis en profundidad del diseño visual presente en las carátulas de los álbumes y sencillos.

El estudio de la diversidad del diseño discográfico en la música urbana chilena llena este vacío de conocimiento y contribuye a la comprensión más completa de esta forma de expresión artística y cultural.

Valor artístico y creativo: El diseño discográfico no solo es una herramienta de comunicación y promoción, sino también una forma de expresión artística y creativa.

Las carátulas de los álbumes y sencillos son obras visuales que reflejan la visión artística y conceptual de los artistas y los diseñadores involucrados. El estudio de la diversidad del diseño discográfico en la música urbana chilena resalta el valor estético y la creatividad que subyace en estas obras visuales. Al analizar los estilos visuales, los elementos estéticos y los mensajes transmitidos a través de las carátulas, se podrá apreciar la riqueza artística y la importancia del diseño discográfico en la música urbana chilena.

Impacto en la promoción y proyección de artistas: Las carátulas de los álbumes y sencillos son la primera interacción visual que tienen los oyentes con la música urbana. El diseño discográfico no solo cumple la función de presentar y promover una producción musical, sino que también influye en la percepción, el interés y la decisión de escuchar la música de un artista en particular. Una carátula atractiva, creativa y representativa puede captar la atención del público y generar curiosidad e interés por descubrir la propuesta musical detrás de ella.

El estudio de la diversidad del diseño discográfico permitirá identificar estrategias visuales efectivas utilizadas en la promoción de artistas y contribuirá a un mayor reconocimiento y valoración de los diseñadores dentro de la industria de la música urbana chilena.

MARCO TEÓRICO

Capítulo 2



Se examina el desarrollo de la música urbana en Chile y a nivel global para posteriormente presentar una comprensión detallada del diseño discográfico.

Finalmente, se analiza de qué manera estas dos disciplinas se unen, generando un impacto en la promoción y la identidad de los artistas del género urbano.

2.1 La música urbana en el mundo: poesía popular

En su inicio, estas expresiones musicales surgieron en el entorno de la cultura callejera, y con frecuencia se gestaron como movimientos subterráneos y de crítica dentro de colectivos marginados. Una de las particularidades más destacadas de las corrientes musicales urbanas; a diferencia de otros estilos musicales, radica en su enfoque lírico, ya que las canciones suelen transmitir mensajes con un carácter crítico, provocador y con un claro propósito de denuncia. Según Vives Barcelona, J (2020).

El padre de las músicas urbanas es el hip-hop, que surgió a finales de los años 70 como una respuesta reivindicativa de los afroamericanos de barrios pobres de Nueva York que no podían asistir a las discotecas de moda en la época, como Studio 54.

A partir de esto, comenzaron a organizar fiestas las cuales llamaban trap house, nombre bajo el cual se hacía referencia a *“Un lugar que actúa como medio para muchos traficantes de drogas y/o el consumo de dichas drogas, bullicio y fiestas clandestinas”*. (Vives Barcelona, 2020)

Debido a las altas tasas de inmigrantes puertorriqueños que llegaron a Estados Unidos, estos conocieron el hip-hop que sonaba en las calles, creando un nuevo estilo musical que llamaron reggaetón, que se formó a partir de la fusión entre el hip-hop y ritmos propios de la música latina como el reggae o el dance hall. Vives Barcelona, J (2020) menciona que *“Uno de los pioneros del reggaetón es Daddy Yankee, con el que este estilo inicialmente underground empezó a popularizarse”*.

A partir del año 2000, este estilo viviría su momento de gran expansión y masificación”, es así que, a partir de lo anteriormente mencionado, se fueron generando distintos tipos musicales como R & B, Soul Z, Bachata, Old school, Dembow, Trap, entre otros. El aumento exponencial de su consumo a partir de la década de los 90' han hecho que muchos/as se refieran a ella como "el nuevo pop" y debido a esto la música urbana mezcla sonidos y ritmos característicos de los géneros tradicionales.

Reggaetón

El reggaetón tuvo sus orígenes en los barrios marginales de Puerto Rico y Panamá, como un fenómeno underground que comenzó a tomar forma a inicios de los años 1980. Sin embargo, fue a partir del año 2000 cuando realmente alcanzó popularidad. En este sentido BBC (2014), plantea que *“En un principio, el género fue una variante del reggae y el rap en castellano a la que se le agregó el dembow, el característico ritmo repetitivo y casi hipnótico que conforma la base del reggaetón”*. Por lo anterior, hubo canciones que se volvieron tendencia de la noche a la mañana, y el ritmo del reggaetón se extendió a diversos públicos, capturando la atención de unos y generando reacciones mixtas en otros.

Bajo el contexto anterior, hablar de Vico C es clave. En el año 1993 grabó uno de los primeros temas de reggae/rap: Explosión. Luego esta música se hizo cada vez más popular en las discotecas de diversos países de América, por lo que Nando Boom, Pocho Pan, La Atrevida, o DJ Negro fueron algunos de los primeros artistas en aportar canciones con tal estilo musical. Luego surgieron otras producciones musicales en 1994 de DJ Eric, DJ Joe, DJ Chiclin, DJ Crane y DJ Dynamite con el nacimiento del reggaetón conocido inicialmente como Underground.

En 2004 el puertorriqueño Daddy Yankee prendió la mecha de la bomba del reggaetón con su explosivo tema "Gasolina", que se convirtió en un éxito mundial y abrió las puertas del género fuera de Puerto Rico.

Trap

El trap, es influenciado por la cultura del hip hop, este estilo nació hace aproximadamente 20 años en Estados Unidos y fue utilizado en la jerga de Atlanta para referirse al *bajo mundo, territorio donde se concentra el narcotráfico y al acto de traficar en sí* (Sediles, 2017). *Trap* o *“trampa”* remite a las casas de narcotráfico llamadas traphouse.

Según Díez, N. (2020), *este estilo musical muestra diversidad de contenidos que narran la cotidianeidad desarrollada en la periferia, abarcando la delincuencia, la afirmación de la individualidad, la necesidad de fama y de generar riqueza, discursos sobre la importancia del barrio y su identidad, etc., a partir de esto el sello del trap se encuentra en narrar hechos que ocurren en el bajo mundo*. El trap cuenta con el hip hop como predecesor y, en muchos casos, se considera un subgénero de éste.

La música trap, con sus tres notas, sintetizadores, dientes de

oro falsos y sobredosis de autotune (sintetizador que se ocupa para modificar la voz), se extendió desde Atlanta y el resto del sur de los Estados Unidos, pasando por América Latina y alcanzando Europa y Asia. El momento álgido de este género musical en los Estados Unidos se produce en torno a 2010, es por esto que se puede afirmar que el trap es el primer estilo musical donde personas sin discográfica o dinero para poder pagarse una maqueta pueden hacer música desde sus ordenadores, lo que da cuenta de una revolución en la forma de hacer, pensar y comunicar música a través de contenidos (canciones/videos) subidos en plataformas digitales. Por esto que su éxito global está directamente relacionado con el hecho de que muchas de las letras de este tipo de música están generalmente dirigidas a clases sociales desfavorecidas por la crisis económica, independientemente del lugar de origen. Así, jóvenes de todo el mundo que perciben un futuro sesgado ante un sistema social desigual ven en esta música la profecía que les ilustra el camino a seguir. El trap no es solamente –al igual como ocurrió antes con el hip hop y otras músicas populares como el rock, el punk o el reggae– un género musical sino una manera de vivir, de vestirse, de hablar y de expresarse de toda una nueva generación de jóvenes que se reúnen en plazas para bailar o rapear.

2.2 Música urbana en Chile

El Trap Latino, tiene su origen en Centroamérica. Entre los exponentes más destacados de este género, se encuentra Bad Bunny, Maluma y Anuel AA, quienes, con sus letras explícitas, robóticas y flow se hicieron mundialmente conocidos. Con shows y producciones a un nivel profesional, motivaron a todos los sudamericanos a innovar en estos estilos, siendo así, hoy en día, Argentina, Venezuela, Colombia y Chile de las zonas que más música urbana está exportando hacia todo el mundo. Sin embargo, el trap y reggaetón chileno (como el de otros países de Sudamérica) tiene características y sonidos particulares y únicos, incluso, subgéneros dentro de las distintas ramas, desde letras más explícitas a letras más románticas.

El origen del trap en Chile, se sitúa en el difuso límite de Puente Alto y La Florida, al respecto Molina, I. (2020) en “La historia del Trap en Chile”, plantea que *“De allá irrumpen, cerca del 2005, artistas como Marlon Breeze, DineroZucio (actualmente llamado Alucinati), C.A.S.O y Criz Gómez, por nombrar algunos, que empezarán a colaborar entre sí y a la vez armar sus propias propuestas, tanto de música como videos”,* estas figuras del underground dieron espacio al género ante

un público masivo adverso que los miraba y simplemente no entendía la propuesta entre los años 2005-2007. En ese tiempo estaba de moda el rap y la escena hip-hip, los raperos veían y se llevaban mal con los nuevos artistas de Trap hablando de dinero, drogas y armas, es por esto que el trapero como Young J Star en Molina, (2020) plantea que *"El trap no es un género, es un estilo de vida. El estilo de vida del trap es hazlo, toma riesgo y próspera"*.

A los artistas mencionados con anterioridad, con los años se suman jóvenes cantantes que confluyeron en las distintas Trap House (primeros eventos de trap) de la capital, debutando así Pablo Chill-E que luego formaría Shishigang, Big Angelo y Young Cister que estuvieron a la cabeza de Drip World, Shelo a lo loko, Paloma Mami, Polimá, Carlitos JR, entre otros.

Ignacio Molina (2020), relata en su libro historia del trap, *"Ben Weapons: La hueá que hice yo le dio el puntapié a todo el movimiento. Hice que esta hueá anduviera y que los otros dijeran: Hay un movimiento en Chile. Hice el festival Savage, el 2015, y metí a todos los que cantaban...Y es ahí donde debuta Young Cister, Pablo Chill-e, también aparece Paul Vaera, que estaba con el Marlon, habían sacado "sin diploma". Aparecen*

todos estos personajes". Así también, la unión entre Polimá Westcoast y Young Cister, que se consolidó con la creación de BrokeBoyz y los llevó a firmar con Sony, para ser parte de Lollapalooza 2019. Todos ellos, artistas ampliamente conocidos hoy.

La mayoría de los grandes exponentes de hoy son jóvenes nacidos alrededor del año 2000, crecidos en barrios populares y que han extendido su carrera entre 2019 y 2023. El movimiento de la música urbana en Chile se ha ido creando y puliendo día a día con base fuerte en la unión del género dentro y fuera del país. Chile se ha convertido en uno de los más importantes exportadores de música urbana al mundo lo que ha generado conexiones importantes de artistas nacionales con artistas de gran renombre mundial como lo es en el caso de Pablo Chill-e con Bad Bunny, Ozuna con Kid Teton y Diego Smith, Endo con Jordan 23, Polimá con Aron, J Balvin, Mora, Quevedo, entre otras conexiones más que se están dando diariamente en el género chileno.

Prueba de la relevancia de artistas chilenos en este género, es que en 2022 según la plataforma de Spotify "Una Noche En Medellín" del artista Cris Mj, se convirtió en la canción chilena más escuchada en la historia de Spotify Chile, con más de 667

millones de reproducciones al día de hoy, lo que permite elucubrar que nos encontramos en la época dorada de la música urbana en nuestro país, renovando estilos y generando una nueva cultura, participando de grandes festivales y medios.

2.3 Diseño discográfico: del vinilo al Streaming

Para introducirnos en el tema principal, debemos tener claro el concepto de diseño discográfico y el rol del diseñador gráfico en él.

En primer lugar, encontramos definiciones para diseñador discográfico como la de López, I. (2009), quien, lo define como *un cargo de la creación de material gráfico para la industria discográfica, es un área del diseño gráfico con un largo recorrido histórico. Así también Cook (2013), expresa que el diseño de una portada de un álbum discográfico es una forma de expresión que representa al artista, que cuenta con simbolismos y colores que se pueden identificar en cada uno de manera individual.*

A lo largo de la historia de la música, el diseño de cover arts o las conocidas carátulas ha desempeñado un papel fundamental en el posicionamiento de los artistas y la promoción de sus obras. Estas piezas gráficas no solo son carta de presentación de un álbum o sencillo, sino que también encapsulan la esencia y el mensaje que quiere dar el artista, capturando así la atención del público y generando un impacto visual duradero.

Desde los inicios de la industria de la música, las carátulas han

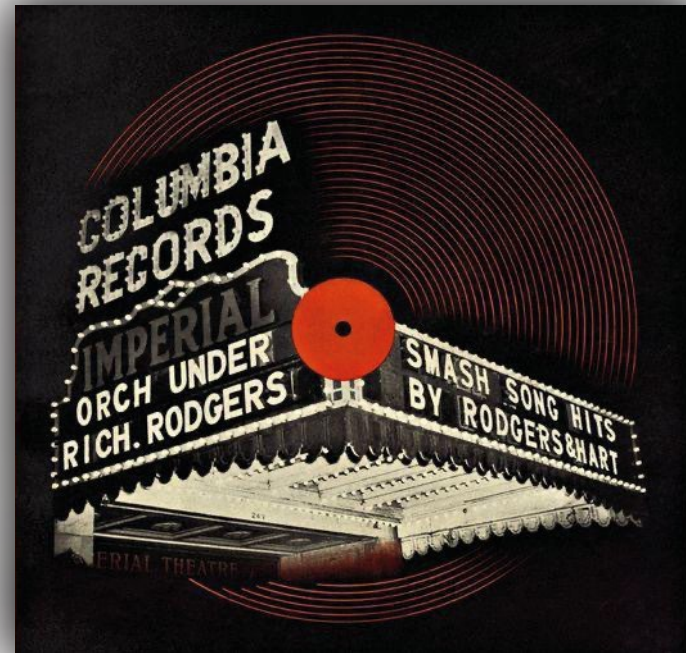
evolucionado junto con las tendencias estéticas y tecnológicas. Desde las ilustraciones elaboradas y detalladas de los vinilos, hasta las imágenes digitales e inteligencia artificial de nuestros tiempos, los diseñadores de carátulas han explorado diversas técnicas y estilos para crear piezas únicas y memorables.

Estos diseñadores tienen la habilidad de traducir la música y la identidad de un artista en un lenguaje visual, utilizando elementos gráficos, tipografías, colores y fotografías para transmitir emociones y generar conexiones con el oyente. Su trabajo no solo implica en crear una imagen atractiva, sino también transmitir el mensaje y la personalidad del artista, reflejando la visión y propuesta artística.

El diseño discográfico nació imitando al afiche. Para el diseño se aplicaron las características de un póster (López Medel, 2009), que siguiendo a Munari, B.(1979) se caracteriza por contar con una imagen central, fuerte, letras atractivas y colores vibrantes.

En los primeros años, solo unos pocos diseñadores se encargan de crear estas portadas, y uno de los pioneros referentes en el diseño discográfico fue Alex Steinweiss, quien

en 1940 con sólo 23 años, diseñó su primera portada de disco para el álbum titulado "Smash Song Hits" de Richard Rodgers, respecto al cual que "Pensó que sería una buena idea adornar las carátulas con ilustraciones y motivos que reflejaran el espíritu de la música que contenían los discos." (López Medel, 2009).



El audaz enfoque de Steinweiss resultó en un crecimiento desmesurado de las ventas del álbum, generando una reacción positiva en la industria discográfica. A raíz de su innovación, las compañías discográficas comenzaron a incursionar en la creación de diseños para sus futuros lanzamientos.

En el libro "Alex Steinweiss: The inventor of the modern album cover", uno de los autores comenta: *"En mi opinión, Alex Steinweiss es mucho más que el padre de las portadas de discos. Revoluciona la forma de vender música, pero lo más importante es que revolucionó nuestra manera de visualizar la música"* (Reaga, 2009), esta cita destaca la influencia significativa de Steinweiss en la industria musical y como su trabajo innovador transformó la experiencia visual de la música.

Steinweiss revolucionó el campo del diseño al ser el pionero en aplicar una mentalidad creativa y artística a un ámbito que hasta entonces había sido descuidado. Su enfoque introdujo el concepto de diseño gráfico como una forma de transmitir las sensaciones y emociones de la música a través de un lenguaje visual, tipográfico y artístico. Fue un verdadero visionario que entendió la importancia de combinar el poder de la música con la expresión visual, creando así un impacto

más profundo en la audiencia. Gracias a su perspectiva innovadora, el Cover art de un álbum se convierte en una obra de arte en sí misma, capturando la esencia de la música y generando una conexión visual única con sus oyentes.



Para la década de 1960 el diseño de portada de álbum alcanzó su época de oro. Ejemplo de lo anterior, son portadas como la de "Sgt. Peppers Lonely Hearts Club Band", creada por Jann Haworth y Peter Blake, que les otorgó el premio Grammy a la Mejor portada de Álbum en 1968. Así también, la banda The Beatles motivó que las portadas fueran más allá en términos de su diseño. De pronto, estas portadas eran manifestaciones

culturales y en algunas ocasiones, se consideraban poco ortodoxas. Es por esto que López, I. (2009) plantea que:

El término diseño discográfico posee pocos años. Muchos de los autores que hacen referencia al mismo, son de la disciplina del marketing y lo abordan desde el punto de vista comercial. Esto es lógico en la medida en que el packaging de la música fue un precursor a las innovaciones en las portadas que impulsaría a la música de una manera nunca vista.

A partir de lo planteado por López (2009), es posible determinar que el diseño discográfico ha propulsado el desarrollo de la música dando un complemento visual al concepto musical, con el fin de darle otra mirada.

La siguiente década, los años setenta, fue un periodo tumultuoso para la industria musical. En los primeros años, presenciamos el auge de la música en vivo, con giras masivas que se volvieron cada vez más populares. Además, vimos como los supergrupos se consolidaron con el formato estrella y presenciamos el boom del marketing musical, así, bandas como: Pink Floyd, Led Zeppelin, entre otras, alcanzaron niveles altos de éxito. Estos artistas comenzaron con proyectos experimentales, por lo que *“Al hacerse más conceptuales los*

discos, también las portadas se fueron haciendo más conceptuales, experimentales e intrigantes. La norma principal consistía en romper las reglas habituales. De ahí la explosión de portadas dobles, pegatinas, formatos experimentales, troqueles, etc.” (López Medel, 2014)

En esta década fue cuando se produjo un notable auge en el campo del diseño discográfico. Durante ese tiempo, surgieron nombres de destacados diseñadores que dejaron una profunda huella en la industria, estudios como Hipgnosis comenzaron a adquirir una mayor relevancia, como dice Carlos M.(2020) *“Hipgnosis dio un vuelco a la identidad visual de muchos artistas, por lo que el proceso creativo en sí tenía que cambiar también. Los conceptos escondidos tras la música debían aflorar y para ello los testimonios de los propios músicos cobraron una importancia que nunca habían tenido”,* al igual que diseñadores especializados en la creación de portadas de discos, entre los que se destacan figuras como Storm Thorgerson, James Slattery, Roger Dean, Diana Korchien, Dominy Hamilton y Dave Howells, por mencionar solo algunos ejemplos.

Los diseñadores previamente mencionados se especializan principalmente en el diseño de portadas, siendo convocados

específicamente para crear trabajos visuales para distintas bandas y sus respectivos álbumes. Durante su trayectoria, Hipgnosis realizó la icónica portada del álbum "Dark Side of the Moon" (1973) de Pink Floyd y la portada de "Houses of the Holy" (1974) de Led Zeppelin. Además, artistas plásticos como Andy Warhol también participaron en la creación de portadas notables, como la de los Rolling Stones en "Sticky Fingers" (1971) y la de The Velvet Underground en "Velvet Underground & Nico" (1971) (Thorgerson, 1977). Estas colaboraciones artísticas dejaron un legado importante en la historia del diseño discográfico y se *"convirtieron en auténticas referencias visuales de la época"* (López Medel, 2009).

La industria de la música comercializó previos lanzamientos, teniendo que adaptar los diseños para formatos de vinilo a la medida del CD. A pesar de los avances tecnológicos, el formato CD superó en ventas al formato MiniDisc y Cassette. Los diseñadores se adaptaron a las nuevas tendencias del mercado y la imaginación nunca se detuvo. El nuevo formato fue testigo de Cover arts memorables como la del álbum "Nevermind" de la banda de grunge Nirvana.

Este Cover Art fue diseñado por el fotógrafo Kirk Weddle. La fotografía presenta a un bebé nadando bajo el agua en busca

de un billete de un dólar suspendido con un anzuelo. Esta imagen se ha convertido en uno de los símbolos más reconocibles del rock y ha dejado una marca en la historia de la música.



Así como Nirvana optó por realizar la carátula de este disco, hay bandas que optan por no realizar un marketing de este tipo., Según Calamaco Arenas, I. I. (2019) esto se debe a que no cuentan *"con el presupuesto necesario para obtener esta ayuda, no tener interés sobre el diseño y marketing o simplemente hacer toda su imagen por si solos"*.

2.4 La relación entre la música y el diseño gráfico

Entre el diseño y la música López, I. (2009) plantea que *"siempre han ido unidos, y su conjunción nos ha dejado imágenes irrepitibles; portadas que todos recordamos, añoramos y disfrutamos, incluso en la era digital"*, es por esto que el arte y la música nos permiten explorar y experimentar emociones e ideas a partir de lo que sentimos, vemos y oímos.

Esas emociones se plasman de muchas maneras y causan algún efecto en quien esté escuchando u observando, por el vínculo emocional que hay en la realización e interpretación de una obra, es una exploración y una experiencia para el artista y el oyente.

Estas dos áreas siempre han estado vinculadas dificultando establecer una separación clara entre ambas pues el arte visual influencia en la música, y la música influencia al arte visual. La unión de ambas crea una experiencia más completa para el artista y el oyente. Se tiene la exploración por parte del artista para provocar una reacción en sus seguidores. *El diseño de portadas es un proyecto que vincula a dos artistas: un diseñador y un músico. Los mismos ofrecen una oportunidad de crear algo visual para representar algo que no lo es.* (Thorgerson, 2008).

En este sentido, Bianchi, V. (s.f) plantea que la co-productora de The Alternative Pick, Juliette Wolf, muestra la siguiente reflexión: "Diría que uno de los diseños más apasionados de todos los tiempos es probablemente aquellos en la industria de la música. Estos diseñadores, quienes sus clientes primarios son las discográficas, tienden a ser increíblemente visionarios e inteligentes sobre la escena de la música, y poseen un real

entendimiento sobre los productos que están tratando de vender", es así como si entras a una plataforma digital como Spotify o Apple Music o visitas una disquera y empiezas a revisar el catálogo de canciones y discos que se ofrecen para ti, esta experiencia genera que: veas uno de estos discos, el cual no conoces al artista ni las canciones que aquí aparecen, pero la portada te llama la atención, algo tiene, quizás es tan misteriosa pero a la vez bella, que te provoca un interés por descubrir lo que hay dentro, y te dices a ti mismo, "vale, escucharé esto". O también puede que te haya pasado lo contrario, por muy bueno que sea un artista o muy buenos comentarios digan sobre él, la portada de disco está fuera de foco.

2.5 La influencia del diseño de portadas en la promoción y la identidad visual de los artistas

Desde el inicio de su carrera, un artista musical posee una identidad única que busca transmitir a través de diversos canales de comunicación. Una de las herramientas clave para mostrar y comunicar esta identidad es el diseño de la portada de sus álbumes con elementos visuales cuidadosamente seleccionados que logran resaltar la esencia y personalidad del artista, convirtiéndose en el emisor del mensaje. Es en la mente del receptor donde se crea esta imagen del artista

como portador del mensaje, es por esto que Capriotti P. (1992), plantea que *“la identidad visual es un sistema o un conjunto de características físicas reconocibles perceptiblemente por el individuo como una unidad identificadora de la organización”*.

La música, como forma de arte, posee la capacidad de evocar emociones, alterar estados de ánimo y despertar recuerdos en quienes la escuchan. Sin embargo, por sí sola la música puede sentirse incompleta. Requiere de un complemento adicional, algo que le otorgue un significado mucho más profundo. Es en este punto donde el diseño gráfico entra en juego, durante el proceso de creación de un álbum o canción, resulta esencial desarrollar un cover art que transmita todo aquello que el artista desea comunicar. El cover art se convierte en un vehículo visual para capturar la esencia de la música del artista y plasmarla en una imagen significativa.

Como dijo Medel, *“El diseño gráfico aplicado a las portadas de discos se convertiría con el tiempo en un vehículo publicitario para las compañías discográficas.”* (López Medel, 2009), de esto se desprende la idea de que el diseño gráfico es un medio a través del cual el artista puede compartir su visión, emociones y lo que quiere expresar en la narrativa, creando así una

experiencia más completa para quienes se adentran en su obra, en otras palabras según Escudero J, 2013:

Los diseñadores de las carátulas pasan a ser parte trascendental de la emisión de la imagen de marca de los artistas, pues crean desde su logotipo y algunos íconos hasta las imágenes de las carátulas, que muestran distintas formas artísticas y narrativas con las que será reconocido tanto el disco en sí como el grupo o artista musical.

El diseño de un cover art es un aspecto crucial para el álbum o single en sí. Aunque parezca que el punto más importante, es sobre la música, el arte del cover art es su cara, la primera impresión para potenciales consumidores, es lo que te hace recordar al artista o canción que te gusto, en relación a esto el equipo editorial de CalypsoRoom (2023) dice que *“en el vasto panorama digital, una portada distintiva es crucial para crear una presencia identificable, sirve como un avatar, un icono que representa tu música entre millones de otras canciones”*.

Bajo estos parámetros se pueden presentar carátulas memorables de todos los tiempos desde portadas que se han convertido en símbolos emblemáticos de una época hasta

diseños innovadores que han desafiado las convenciones establecidas, esta compilación es un tributo a la relevancia y el impacto que las carátulas han tenido en la industria musical, capturando la esencia de los álbumes y cautivando la atención del público.

Segun Riccardo Zazzini (2023), en su artículo "The best album covers of all time every highsnobiety reader should know" dice:

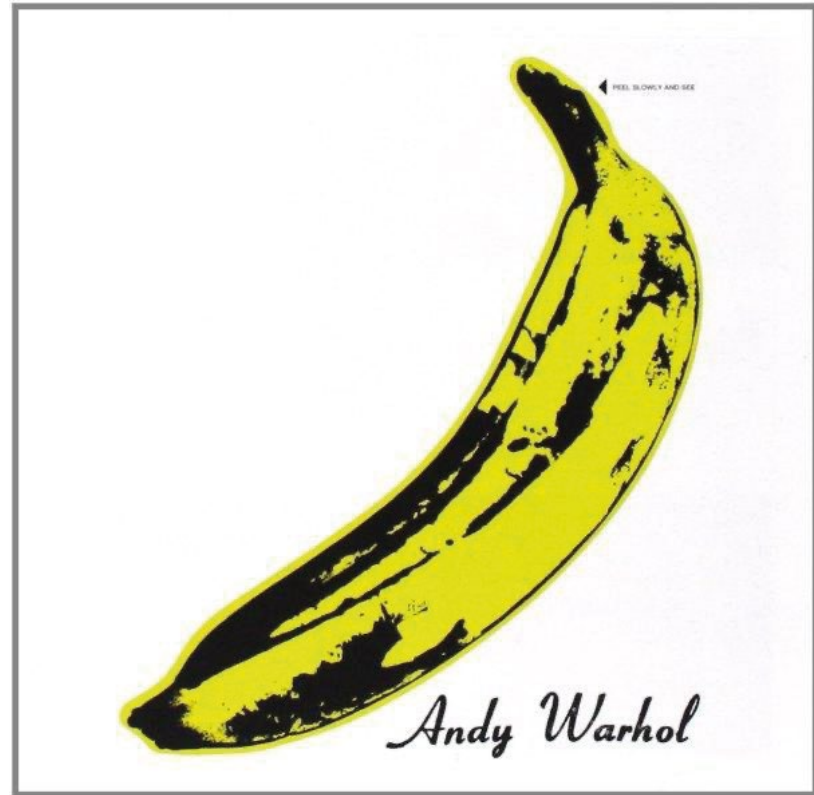
"Over the years, we have been blessed with countless great album covers spanning all genres and musical eras. But some have stood the test of time and have grown to become iconic images, often almost more famous and memorable than the artists themselves."

"A lo largo de los años, hemos sido bendecidos con innumerables portadas de álbumes geniales que abarcan todos los géneros y épocas musicales. Pero algunos han resistido la prueba del tiempo y se han convertido en imágenes icónicas, a menudo casi más famosas y memorables que los propios artistas".
(Traducción propia)

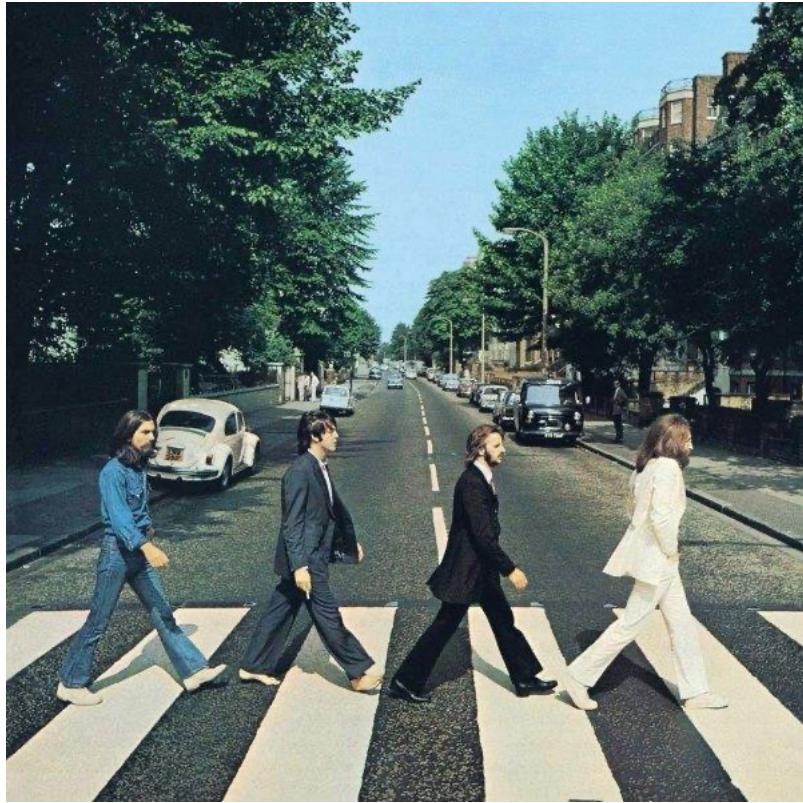
Los artículos y páginas como : Udiscovermusica – "las 25 Portadas de álbumes más icónicas", Thisisdig – "Best album covers of all time : 40 of the most iconic record sleeves" (Connor Winyard), Highsnobiety – "The best album cover time every highsnobiety reader should know" (Riccardo Zazzini), One37pm – "20 all time bet album covers" (Mike Mclaughlin), Erinsweeneydesign – "The best album cover of all time", Billboards – "best album cover of all time (Billboards Staff), plantean que las carátulas a continuación serían las más icónicas en todo el mundo:



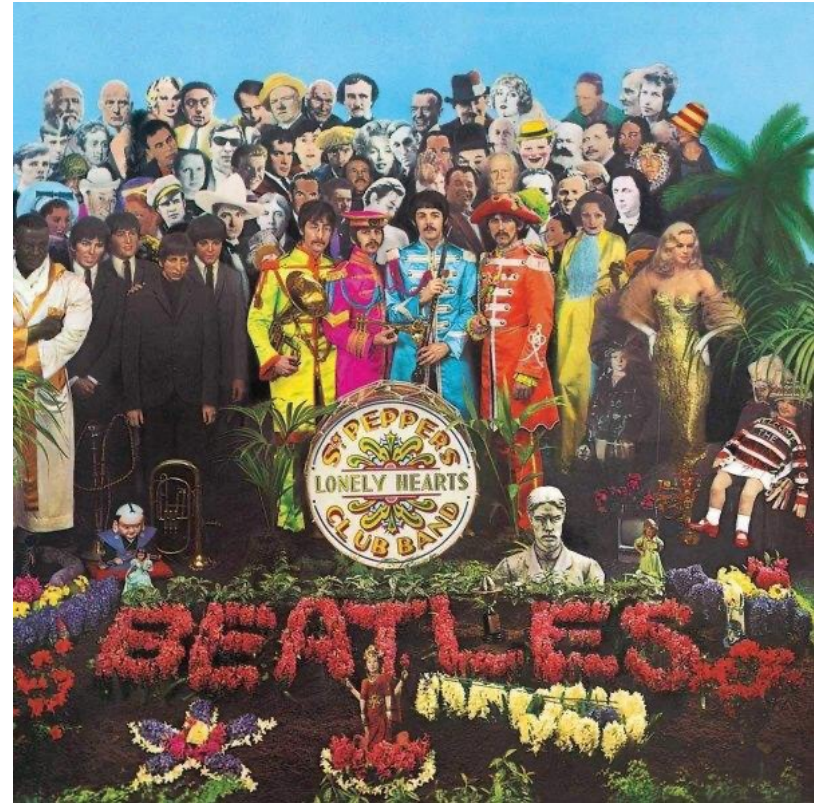
Ready to Die - The Notorius B.IG.



The Velvet Underground & Nico 45th Anniversary



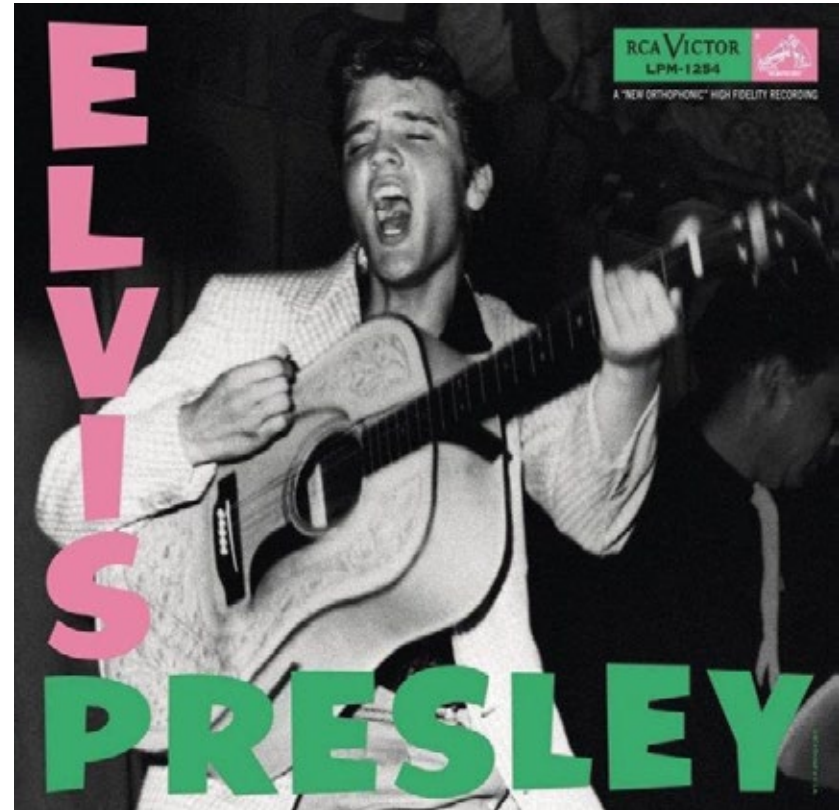
Abbey Road - The Beatles



Sgt. Pepper's Lonely Hearts Club Band - The Beatles



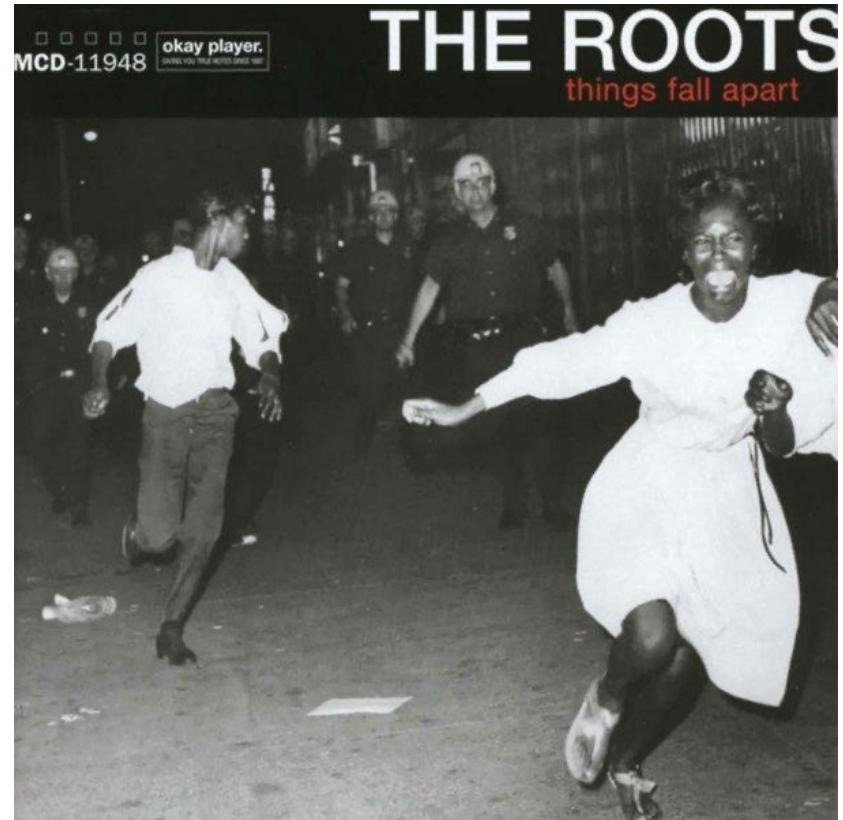
Nevermind - Nirvana



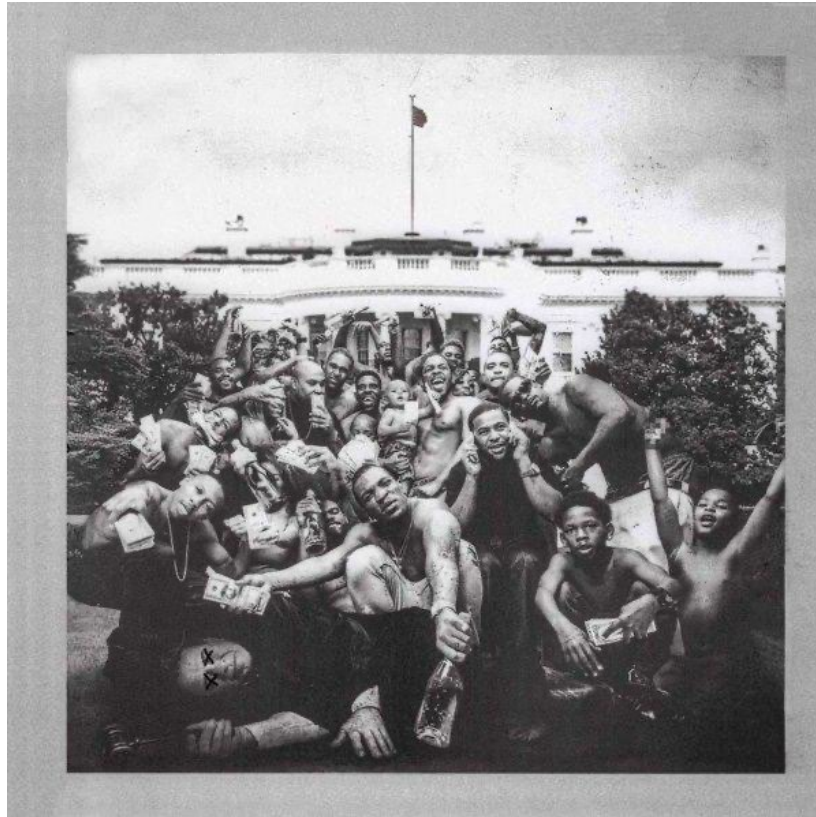
Elvis Presley - Elvis Presley



The Dark Side of the Moon - Pink Floyd



Things Fall Apart - The Roots



To Pimp A Butterfly - Kendrick Lamar

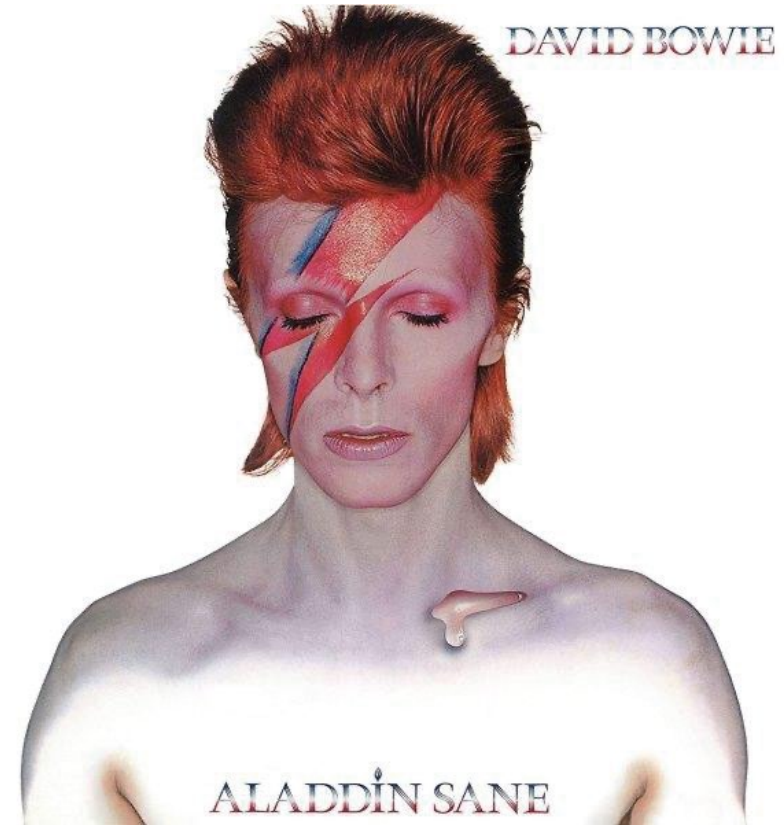
IF YOU'RE
READING
THIS IT'S
TOO LATE



If You're Reading This It's Too Late - Drake



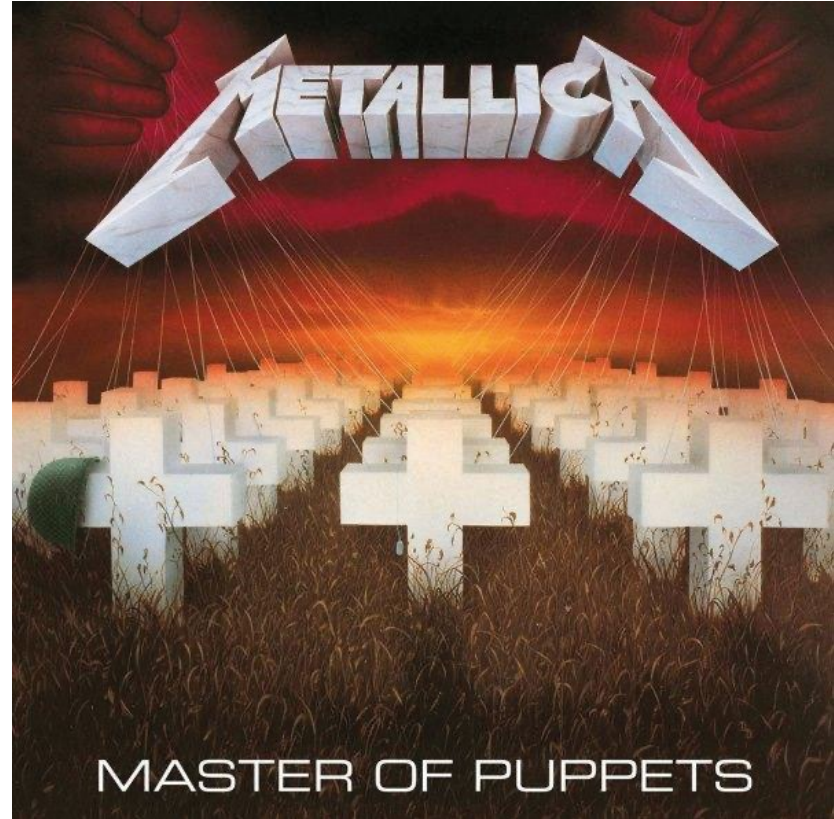
Sticky Fingers - The Rolling Stones



Aladdin Sane - David Bowie



Cuz I Love You - Lizzo



Master Of Puppets - Metallica



The Pinkprint - Nicki Minaj



Straight Outta Compton - N.W.A



Enema Of The State - Blink-132

2.6 Estilos, tendencias y elementos presentadas en el diseño discográfico

Estilo de diseño discográfico

Para caracterizar el estilo de diseño Rodriguez (2017), plantea que este *“se refiere a determinados movimientos dentro de la comunicación visual (afiches promocionales, publicaciones y anuncios) y no tiene como fin la expresión artística. Entre estos estilos están: Psicodelia, Doodle Art, Cómic Art, Grunge, Punk, Collage, entre otros.”*

Para este encuadre, tomaremos algunos de estos estilos para categorizar nuestra selección:

Para este encuadre, tomaremos algunos de estos estilos para categorizar nuestra selección:

- **Fotomontaje:** Es una técnica que consiste en combinar y superponer diferentes imágenes para crear una composición visualmente impactante y coherente. Se utiliza para crear escenas ficticias, efectos surrealistas o representaciones artísticas que van más allá de la fotografía tradicional.
En un fotomontaje, se pueden fusionar elementos de diferentes imágenes, ajustar su tamaño, posición y perspectiva, y aplicar efectos y filtros para lograr un resultado final único y creativo.
- **Fotografía:** Es el uso de imágenes fotográficas como

elemento central en la creación de portadas de álbumes y diseño de discos. La fotografía desempeña un papel fundamental en la comunicación visual de la música, ya que ayuda a transmitir el estilo, el mensaje y la identidad del artista o banda. En el diseño discográfico, la fotografía puede variar en estilo y enfoque, desde retratos artísticos hasta imágenes conceptuales o paisajes evocadores

- **Collage:** La técnica del collage, también conocida como Papier Collé, tiene su origen en la palabra coller en francés, que significa pegar o adherir. Consiste en crear composiciones visuales pegando pedazos de papel, fotografías y recortes sobre una superficie. Artistas destacados como Picasso y Braque fueron pioneros en el uso de esta técnica en sus obras, fusionando diferentes elementos para crear nuevas formas y significados. El collage permite explorar la combinación de distintos materiales y texturas, generando una estética única y ofreciendo múltiples posibilidades creativas.
- **Comic Art:** Se caracteriza por presentar una serie de ilustraciones, viñetas o representaciones gráficas que cuentan una historia o relato utilizando tanto imágenes como texto. Esta forma de narrativa combina elementos

verbales e icónicos de manera integrada y utiliza personajes para transmitir la historia. Se destaca por su expresión directa y su capacidad de combinar arte visual y narrativa en una forma única.

- **Doodle Art:** El término "doodle", "garabato" o "gribouillage" (en francés) se utiliza para describir ilustraciones improvisadas que representan tanto objetos concretos como abstractos y que expresan emociones como enojo, felicidad y tristeza. Estos garabatos pueden incluir caricaturas, personajes populares, seres ficticios, paisajes, figuras, patrones geométricos, texturas, pancartas con leyendas e incluso animaciones. Los garabatos pueden ser dibujos simples o secuencias de ellos, y suelen ser realizados de manera espontánea y sin una planificación previa.
- **Gótico:** Se caracteriza por utilizar elementos oscuros, enigmáticos y ornamentales que evocan la atmósfera del arte gótico. Esto incluye el uso de tipografías elaboradas y decorativas, ilustraciones detalladas con motivos góticos como cruces, rosetones, gárgolas, figuras fantásticas, elementos arquitectónicos góticos, así como colores oscuros como el negro, el rojo y el morado, busca

transmitir una sensación de misterio, elegancia y poder, y suele ser utilizado en géneros musicales que se relacionan con temáticas oscuras, como el metal, el gótico, el rock alternativo o la música electrónica experimental.

- **Psicodélico:** Es un estilo que se caracteriza por su enfoque experimental, colorido y psicodélico, inspirado en la cultura de los años 60 y 70, particularmente en el movimiento contracultural y la música psicodélica de esa época. El diseño psicodélico se basa en la manipulación de formas, colores, patrones y tipografías de manera exuberante y abstracta, creando composiciones visuales que buscan representar una experiencia psicodélica, trascendental y alucinante. Este estilo a menudo utiliza técnicas de distorsión, superposición, mezcla de colores vibrantes y efectos ópticos para lograr un aspecto psicodélico.
- **Cartoon:** Influenciado por las caricaturas, esbozos de personajes que desfiguraban sus rasgos físicos para resaltar aspectos concretos que los hicieran rápidamente identificables y revelaran su personalidad. Hay muchas formas y diferentes estilos de cartoon. Desde dibujos agradables y sencillos pensados para un público infantil,

hasta dibujos pensados para animación con mensajes satíricos, humor negro. Como también existen caricaturas realistas

Tendencias de diseño discográfico

Para la presente investigación se tienen como base estilos y tendencias en el diseño discográfico que han sido definidos por Rodríguez (2017) en su investigación *"Análisis del diseño gráfico en las portadas de los álbumes del género rock guatemalteco"*; este presenta 6 distintas categorías de diseño presentes en los cover arts, los que se explican en base a:

- **Abstracto/experimental:** Estas carátulas son frecuentes en obras de música clásica y música instrumental. Predominan las figuras geométricas en planos rectangulares. Los colores primarios son utilizados de manera destacada para representar notas musicales, instrumentos y símbolos de composición musical.
- **Fotográfico:** Es el tipo de diseño de portadas más común en la actualidad. Su carácter expresivo, directo y realista permite representar al artista, ideas, lugares o temas de manera efectiva y precisa. La fotografía captura la realidad de forma tangible, permitiendo una conexión más

inmediata con el espectador y transmitiendo mensajes claros y concisos.

- **Minimalista:** Estas portadas se distinguen por su enfoque en la eliminación de elementos superfluos y por reducir el diseño a su esencia más básica. La estética minimalista busca la simplicidad y la claridad, eliminando todo lo innecesario para destacar lo esencial y crear un impacto visual fuerte.
- **Retro/Vintage:** El objetivo de este estilo es transportar al espectador a un ambiente retro, evocando una sensación de familiaridad y añoranza, mediante el uso de técnicas tipográficas, texturas, transparencias y elementos visuales que remiten a épocas pasadas.
- **Ilustración:** La clave de estas portadas radica en la imagen ilustrativa central y en su capacidad para comunicar un mensaje o contar una historia de manera visualmente impactante. Cada ilustración busca transmitir emociones y despertar la curiosidad del público, generando una conexión artística y narrativa con el contenido musical del álbum. Estas portadas poseen diseños estéticos e imaginativos que capturan la atención del espectador. En

su mayoría, se trata de diseños digitales, aunque también pueden combinar técnicas de ilustración tradicional con herramientas modernas de digitalización.

Ilustración pintada: Estas portadas se destacan por presentar diseños totalmente elaborados a mano, sin la intervención de herramientas digitales. Aunque existen diversas tendencias y enfoques en la ilustración pintada, todas comparten un denominador común: su carácter tradicional y orgánico. Estas portadas transmiten una sensación única de autenticidad y creatividad artística, ya que reflejan el talento y la destreza de los ilustradores en cada trazo y detalle.

Elementos constituyentes en el diseño discográfico

Existen diferentes elementos que se pueden apreciar en las carátulas, los que complementan y aportan al concepto que se quiere expresar, estos elementos pueden ser el color, imagen y la técnica ocupada, entendidos como:

Color

El color según Joan Costa (2003), es un elementos más del sistema gráfico y además *"el color incluye significantes diversos en el mundo de las imágenes funcionales y el diseño"* (Costa J.,

2003), este autor explica que el color es una propiedad de las cosas del mundo, un fenómeno luminoso y sensación óptica que incluye significantes diversos en el mundo del diseño. Por lo tanto, el color incluye resonancias psicológicas. El carácter semiótico del color abarca la física del color y la producción de significados que participan relativamente en la psicología del color y sus aplicaciones en la comunicación gráfica, por ejemplo:

Blanco: Al igual que el negro, forma parte de la escala de grises, el que se caracteriza por su neutralidad y la ausencia de color. El blanco tiene la capacidad de realzar y resaltar los colores que se combinan con él. Es "fondo" universal de comunicación gráfica. Desde un punto de vista psicológico, el blanco transmite sensaciones de paz, pureza y una sensación luminosa de espacio vacío o infinito.

Negro: Es la oposición del blanco, posee una discreta sofisticación y elegancia, sin generar asociaciones o connotaciones particulares. Es un tono que transmite una sensación de distinción y clase, expresando cierta melancolía, silencio y misterio.

Amarillo: Es el tono más brillante y luminoso de todos, irradia

una energía ardiente y expansiva, transmitiendo una sensación de calidez. Es el color asociado con la luz, el sol y el oro, lo que lo hace intenso, llamativo, vibrante y energético.

Rojo: El color rojo representa vitalidad y está asociado con la sangre, la pasión, el fuego y la fuerza. Expresa sensualidad, virilidad y energía energética. Es un color intenso y, a su vez, puede transmitir una sensación de agresividad. Este color, además, se considera un símbolo sexual y erótico.

Azul: El color azul se caracteriza por su profundidad y su carácter sereno. Es un color frío que evoca una sensación de tranquilidad y serenidad. El azul tiene una calidad solemne y confiable, que inspira confianza y calma.

Naranja: Tiene una vitalidad muy activa y radiante, resultado de la combinación de los tonos amarillo y rojo. Su naturaleza es acogedora, estimulante y positiva, transmitiendo una sensación de energía y entusiasmo.

Morado: El color morado simboliza la templanza, la reflexión y la lucidez, siendo un resultado de la combinación del rojo y el azul. Es un color con una cualidad mística que puede representar la introversión. El morado evoca una sensación de

calma y serenidad, invitando a la contemplación y al autoanálisis. Es un color que inspira un sentido de introspección y profundidad.

Verde: El color verde es conocido por ser el más tranquilo y relajante, siendo el resultado de la combinación entre el azul y amarillo. Evoca la idea de vegetación, frescura y la belleza del mundo natural. Es el color de la calma y la serenidad, y no transmite emociones intensas como la tristeza o la pasión. El verde suscita sentimientos de esperanza y una sensación de vida renovada, el que invita a conectar con la naturaleza y nos brinda una sensación de equilibrio y armonía.

Rosado: El color rosado representa la timidez y la inocencia, siendo el resultado entre la mezcla del rojo y blanco. Es un color suave, romántico, lleno de fantasía y delicadeza. Evoca sentimientos de ternura, intimidad y posee connotaciones principalmente asociadas a lo femenino. El rosado transmite una sensación de calma y serenidad, creando un ambiente acogedor y dulce. Es un color que invita a la sensibilidad y puede despertar emociones positivas relacionadas con lo tierno y lo romántico.

Marrón o Café: Se caracteriza por su aspecto masculino, serio

y reconfortante, es el resultado de varias combinaciones de colores, en la que podemos destacar el naranja y azul. Evoca la atmósfera otoñal y transmite una sensación de gravedad y equilibrio. Al ser el color de la tierra que pisamos, posee una cualidad realista. El marrón nos conecta con la naturaleza, transmitiendo una sensación de calidez y estabilidad. También, puede asociarse con la rusticidad y lo orgánico. En términos psicológicos, el café puede generar sensaciones de seguridad, confianza y arraigo.

Tipografía

Al hablar sobre la tipografía, Lenis (2021), en su artículo “tipografías en diseño gráfico: importancia, tipos y fuentes más usadas”, plantea que es “el arte de colocar letras» para lograr que el texto se acomode estéticamente de acuerdo con la composición y el propósito del material”, por lo tanto la tipografía creativa debe captar la atención del espectador siendo parte importante de la composición.

Es así como las características diferenciales de cada familia responden a la clasificación tipográfica a la que pertenezcan

Clasificación tipográfica:

Las fuentes tipográficas se pueden categorizar en cuatro

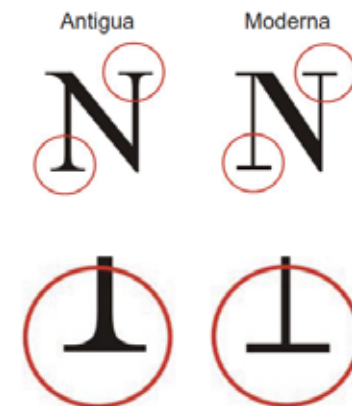
principales grupos según las similitudes en el estilo y la forma de los trazos. Además, dentro de estos grupos, es posible identificar subcategorías específicas.



Romanas (Serif):

Tienen Serif, que son remates, bases o terminaciones presentes en los extremos de las letras. En las fuentes Romanas, los Serif no tienen el mismo grosor que el resto de la letra, destacándose más.

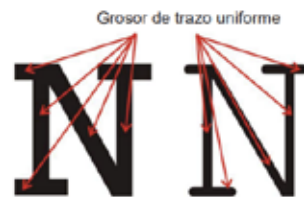
En las fuentes Romanas Antiguas, los Serif se unen hacia los extremos, mientras que en



las Romanas Modernas no sucede esto; en su lugar, forman ángulos rectos.

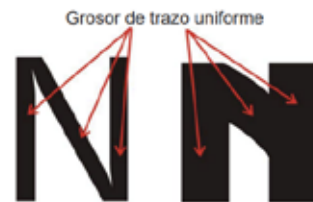
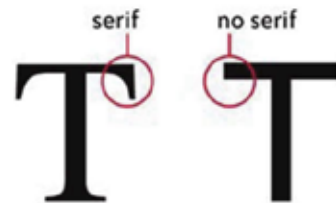
Egipcias:

Estas fuentes tipográficas cuentan con Serif, que establece un ángulo recto con los trazos perpendiculares de las letras. Por otro lado, las fuentes Egipcias son conocidas por mantener un grosor uniforme a lo largo de toda la letra, sin variaciones, lo que significa que el Serif tiene el mismo grosor que el resto de la letra.



Sans Serif o de Palo Seco:

Estas fuentes tipográficas carecen de Serif. En términos generales, mantienen una uniformidad en el grosor de sus trazos a lo largo de toda la letra, sin mostrar variaciones. Además, se caracterizan por su excelente legibilidad, incluso cuando se utilizan en tamaños de letra pequeños.

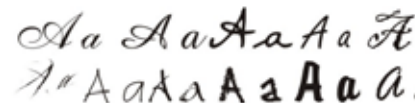


De Fantasía:

Las fuentes tipográficas de estilo Fantasía se destacan por su diversidad y elementos ornamentales, lo que las convierte en la clasificación más individualista. Cada subcategoría dentro de esta clasificación presenta morfologías únicas, y su rasgo común es la ausencia de características que las identifiquen con otras clasificaciones.

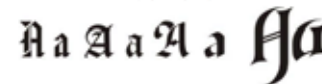
Estas tipografías de Fantasía son ampliamente empleadas en el diseño de logotipos debido a sus trazos distintivos y personales, a veces tienen formas divertidas e informales.

CALIGRÁFICAS Y SCRIPT



Sin embargo, suelen presentar dificultades en cuanto a la legibilidad cuando se utilizan en cuerpos de letra pequeños o en textos extensos.

GÓTICAS



DECORATIVAS



Imagen

La palabra "imagen" se refiere a una figura o representación que se asemeja y muestra la apariencia de algo. Estos componentes son esenciales para que la fotografía pueda ser utilizada en las distintas formas de interpretación que permiten ilustrar los diversos aspectos que conforman el diseño gráfico. La utilización de fotografías como medio de ilustración permite fortalecer el mensaje y situar a su autor en un contexto temporal y espacial.

Diseñadores discográficos en la música urbana chilena

Desde que comenzó a hacerse conocida la música urbana en Chile a fines del 2016, se han diversificado sus estilos y fusionado por influencia de otros géneros, como el trap, el dancehall y el reggaetón. Esto ha dado lugar a una escena musical urbana vibrante y ecléctica, donde artistas emergentes han encontrado un espacio para expresarse y conectarse con audiencias cada vez más amplias.

Con relación al diseño, la música urbana en Chile ha establecido un diálogo constante con distintas manifestaciones artísticas. Asimismo, los artistas urbanos han colaborado con otros artistas visuales, como pintores, ilustradores y fotógrafos, para crear portadas de álbumes, diseños de mercancía y obras de arte que reflejan la identidad y el estilo de la música urbana. Esta colaboración entre música y arte ha contribuido a la construcción de una estética propia dentro de la escena urbana chilena. Varios diseñadores han contribuido al desarrollo de carátulas y diseño gráfico para artistas.

Si bien es difícil determinar quiénes fueron los primeros diseñadores en este ámbito, hay algunos nombres destacados

que han dejado su huella y llevan varios años ya en el diseño de carátulas dentro de la música urbana.

Shaggy Artz



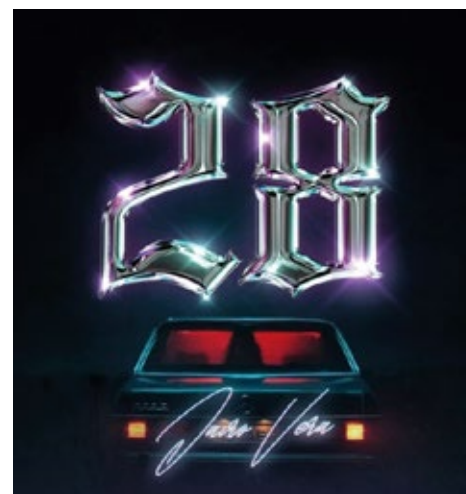
Paulo Jaure, más conocido como "Shaggyartz", lleva desde el 2011 trabajando como diseñador gráfico en Chile. En un principio, Paulo trabajó para artistas extranjeros antes de que en Chile se explotara la música urbana. Gracias a las Redes Sociales (RRSS) este diseñador podía trabajar fuera del país en la industria

musical. En la entrevista realizada al diseñador en el año 2022 (ver anexo N°) realizada por Bastian Moncada, Shaggy Artz afirma que *"así es como muchos de los que hoy estamos en este rubro, logramos primero conexiones fuera de Chile antes de trabajar con algún artista nacional emergente. Hoy en día la industria urbana chilena está cada día más profesional y se está generando un ambiente optimista en cuanto a todo el trabajo audiovisual que conlleva cada pieza musical de los artistas, muchos artistas saben que su imagen es primordial para seguir creciendo dentro de esto, por lo cual, están invirtiendo más tiempo y dinero en sus carátulas, videos, stylist, entre otras áreas que van unidas en todo esto"*.

Este diseñador ha trabajado hasta entonces con artistas de renombre mundial como Don Omar, Myke Towers, Jowel y Randy, Nicky Jam, Arcangel y entre otros artistas puertorriqueños reconocidos mundialmente en la música urbana, siendo uno de los primeros diseñadores chilenos en trabajar con artistas destacados en la escena internacional.

Paulo, destaca en sus Cover arts por sobre todas las cosas en sus tipografías y la forma en que las implanta con el resto de la composición, esto es lo que más llama la atención en todos sus Cover art, haciendo que la tipografía y la composición sea una pieza visual por sí sola.

Todas las tipografías utilizadas en sus composiciones son diferentes en todo sentido.



lamDidd

Otro diseñador gráfico destacado es Diego, más conocido como "lamdidd", un diseñador proveniente de Valparaíso, quien desde el 2017 se ha ido relacionando al mundo de la música urbana trabajando en primera instancia con artistas puertorriqueños, dominicanos y entre otras nacionalidades, tales como: Jon Z, Lito Kirino, Pacho, Jamby.

lamDidd, fue uno de los primeros que comenzó a trabajar con exponentes chilenos que hoy en día están sonando como; Gino Mella y Tommy Boysen, siendo este último el primer cantante chileno en obtener el disco de oro en Reggaetón y por tanto, destacar su cover art. Lo anterior, posiciona a lamDidd el primer diseñador chileno en obtener este logro

Paralelamente, lamDidd, trabajó en 2019 con el cantante Puertorriqueño Anuel en su World Tour "Emmanuel", de cuyas imágenes es responsable directo.

Hoy en día sus artes están por todos lados, en las canciones más escuchadas de artistas chilenos, como lo son



"Ultra solo" de Polima, "Yo quiero" de Pailita, "Pa k te enamore" de Jairo Vera, entre otros.

Dentro del cover art, lamDidd se destaca en sus fotomontajes realistas. Sus tipografías con texturas de oro, plata o diamantes son muy destacables por la calidad de los render en 3D. En este sentido, lamDidd ha sido un

referente de muchos jóvenes diseñadores, tal así que hoy en día ven la posibilidad de la creación de cover art como una oportunidad laboral, es con esto que Diego realiza cursos cada cierto tiempo para poder potenciar las habilidades de estos jóvenes y así enriquecer la cultura de los diseñadores discográficos chilenos, aplicando sus conocimientos para enseñar.



Esmart

Nicolas Cubillos, más conocido como Esmart dentro del género, es un diseñador chileno que lleva trabajando dentro de la industria musical desde el año 2013 de forma internacional.



En su carrera ha colaborado con artistas de talla mundial como Ñengo Flow, J King y Maximan, Jowel y Randy, Cosculluela, Arcangel, De la Ghetto, Darkiel, entre otros.

Sus inicios se remontan dentro de la escena nacional a los años 2017 y 2018, colaborando con Johan demonio (Kid Lucifer) y la ganga RYODAN.

Con el pasar del tiempo, comenzó a trabajar con Ben Weapons y "El equipo del terror", quienes destacaban por su labora en la la organización de fiestas y eventos de trap para masificar el género urbano chileno, es aquí donde Esmart comienza a realizar caratulas para nuevos artistas en ascenso..

P.A MUSIC & LOS OCULTOS INC
PRESENTS

DARKIEL

ALIL THE ENERGY

EN CONCIERTO

La Tambora
RESTAURANT

- DJ DIO EN LA MEZCLA -

VIERNES 26 AGOSTO

740 ADAMS AVE. PHILADELPHIA, PA 19124 | 215.288.4114

TICKETS & RSVP : 939.881.0903

Desde el año 2018 ha estado inserto en la escena de la música urbana, trabajando para artistas como Pablo Chill-e, Drako Mafia, Makivavila, Standly, Jay Ferragamo, Cris Mj, Ak420, Ben Bulgari, entre otros.

Sus portadas son conceptuales y trabaja muy bien los fotomontajes, creando imágenes fuera de este mundo y logrando hacer ver que esto fuera real. Como lo es en la carátula "De Europa".

Esmart, también ha diseñado el lettering de la mayoría de los últimos trabajos audiovisuales creados por el gran director chileno Ignacio Cruz, alcanzando millones de visualizaciones con sus trabajos.



Otros importantes diseñadores que han ido creciendo en estos años son DynoArtes, Kidoworks, Ogmartt (quien hoy en día es el fotógrafo oficial de Pablo Chill-e), SativoColors quien es diseñador de la Yakuza Mafia (Del fallecido artista Galee Galee), Chill_4rtz, entre otros que día a día trabajan en el género urbano.

LEVANTAMIENTO DE INFORMACIÓN

Capítulo 3

Como se quiere plasmar esta investigación, dentro del desarrollo de las carátulas en el género urbano en Chile, no se ha realizado un análisis que permita visualizar a través del tiempo su evolución y desarrollo, por lo que enseguida se muestra cómo estas carátulas han evolucionado y revolucionado el género. Es para esto que se ejecuta un análisis dando características específicas.

3.1 Análisis discográficos a través del tiempo

Parte importante de esta investigación radica en la realización de un viaje a través del tiempo para estudiar la evolución de las carátulas en el género urbano chileno. Lo anterior, con el fin de llevar a cabo la curaduría de una exposición que destaca algunas de las más representativas y significativas creaciones gráficas dentro de la cultura de la música urbana chilena desde el año 2016 hasta el 2023.

Para lograr este objetivo, se realiza una exhaustiva investigación de los inicios del género urbano, en busca de imágenes de carátulas de álbumes y sencillos lanzados por los exponentes del género urbano chileno a lo largo de estos años. Con la ayuda de diseñadores de la industria y medios de comunicación especializados como "Trap2Day" y "Trap Chile" que cubren la escena de la música urbana en nuestro país, además de los datos representativos de la plataforma Spotify,

los que aportaran con la información relevante sobre las carátulas expuestas posteriormente.

Estas imágenes serán cuidadosamente seleccionadas y analizadas para caracterizar los cambios estilísticos, temáticos y conceptuales que han ocurrido en el diseño discográfico dentro de la música urbana, como también mostrar la trayectoria de la cultura del género urbano.

Además de la recopilación y selección de las carátulas, se realizará una descripción detallada y un análisis breve pero significativo de cada una de ellas, situándose en el contexto cultural y espacio-tiempo de la carátula haciendo especial énfasis en aspectos visuales como la composición, el uso del color, la tipografía y los elementos gráficos presentes en las carátulas.

A través de esta investigación y curaduría, nuestro objetivo es resaltar la evolución y la relevancia de las carátulas en el género urbano chileno, evidenciando cómo han capturado la esencia y la transformación de este género musical a lo largo del tiempo. Se destaca de esta forma, la creatividad, estilo y expresión visual, que ofrecen una visión integral de la trayectoria del diseño discográfico en la música urbana chilena.

2016

Trazando el Camino: Los Inicios del Género Urbano en Chile (2016)

Si bien en el año 2015 ya se daba cuenta de movimiento con respecto al género urbano, las canciones creadas por estos artistas se masificaron entre celulares, eventos y por plataformas más “underground” como Soundcloud. Es decir, el nicho del género urbano era acotado, por lo que las instancias para darse a conocer eran cruciales para la masificación de su carrera como artista.

En base a lo anterior, se analiza a continuación las primeras carátulas desarrolladas en Chile en el año 2016.



1. **Nombre del EP o disco: Antijiles**
2. **Artista: Pablo Chill-e**
3. **Año: 2016**
4. **Diseñada por: No acreditado**

Todas las canciones son catalogadas como "Drill Trap"; "Es el trap más explícito, entre comillas, es el purista...Es agresivo, habla de armas, barrio, dinero" (Molina, 2020).

Contexto:

Este es el primer EP de Pablo Chill-e, quién, con tan solo 15 años, bajo la producción de la Vendición Records, sello discográfico de música urbana en España grabó un disco con 6 canciones y colaboraciones dentro de la escena con artistas que se estaban consolidando como Big Angelo y Young Cister.

Estilo: La carátula se caracteriza por la prominencia de una fotografía tomada durante la filmación del videoclip, en donde se observa dinero, drogas, armas y vida callejera.

Además, la carátula se compone exclusivamente de fotografías, lo define su estilo dentro del ámbito fotográfico.

Tendencia: Esta carátula se encuentra definida por la técnica del collage. Se puede apreciar una composición disruptiva que rompe con la convencionalidad en la disposición de las fotografías.

Tipografía: La disposición de las letras simula la estructura de un CD, guiando la estructura de manera vertical. Destaca la prominencia del nombre principal presentado en un estilo grande y en mayúsculas, mientras que los créditos de los colaboradores en el EP se presentan de forma más pequeña. Este enfoque tipográfico se clasifica dentro de la categoría Sans Serif.

Color: La composición se sumerge por completo en un tono negro. Esto no solo aporta una estética de marcada intensidad, sino que también establece un ambiente de misterio y profundidad. Resalta las fotografías creando un impacto visual significativo y transmitiendo una sensación de enigma y relevancia al contenido.



1. **Nombre del EP o disco: Le' Trap Part.1**
2. **Artista: Marlon Breeze**
3. **Año: 2016**
4. **Diseñada por: Marlon Breeze**

"Voy matando polis, a lo Italo Nolli, Con la Glock y el Money, a lo Italo Nolli" (Marlon Breeze, 2016).

Todas las canciones del álbum son Trap, hablan de dinero, lujos, rebeldía, vida de calle.

Contexto: Mismo año que el disco anterior pero ubicado en otro punto de Santiago, se encuentra esta primera parte de lo que sería una trilogía de Marlon Breeze, y su primer EP, el cual consta con 8 canciones.

Tendencia: La elección de mantener la paleta cromática monocromática y centrar la atención en un único personaje en el centro refleja un enfoque minimalista. Esta tendencia no solo rinde homenaje al clásico cinematográfico, sino que también destaca la simplicidad visual para transmitir un mensaje impactante.

Tipografía: La tipografía en la carátula se alinea con el estilo Romano. Esta categoría se caracteriza por la presencia de remates en las letras, evocando una sensación clásica y atemporal.

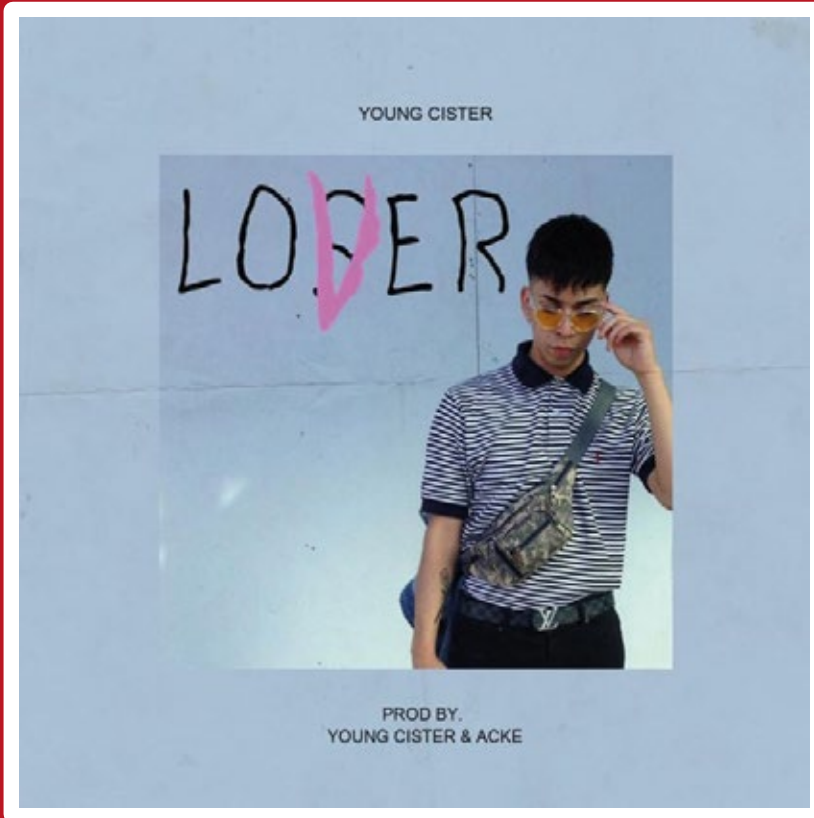
Color: La paleta cromática se limita a la escala de grises, que abarca únicamente los extremos del negro y el blanco.

Imagen: En el centro de la composición destaca la representación de un individuo ataviado con un atuendo encapuchado, evocando un aire de misterio y connotaciones asociadas al mundo del crimen. Este elemento hace un explícito homenaje a la icónica película "El Padrino".

"El Despertar de una Nueva Generación: La Influencia de Pablo Chill-e y los Nuevos Talentos del 2017 en la Escena Urbana" (2017)

En 2017, en donde se empiezan a visibilizar nuevos artistas jóvenes, teniendo como referencia a Pablo Chill-e, quién con su corta edad, ya estaba siendo escuchado en varios lugares de nuestro país. Artistas como Young Cister, Big Angelo, Kriser, Ben Weapons, Lleflight comienzan a aparecer, así es como Molina (2020) dice que *"Gato Plomo: Los chicos llegaron a la Trap House que armamos en Matta. Ahí viene la era del Pablo Chill-e, Young Cister, El kriser. Pero todos venían de su sector."*

2017



1. **Nombre del EP o disco : Lover**
2. **Artista: Young Cister**
3. **Año: 2017**
4. **Diseñada por: SharkReality**

"Baby toy esperando a que tu vuelvas...He perdido tantas veces en la vida que ya no quiero perder en el amor" (Young Cister, 2017).

Contexto: Aparece Young Cister a la escena, cambiando el estilo de Trap que se estaba haciendo en ese entonces, ese trap duro que habla de delincuencia, calle y dinero. Esta canción es de un estilo romántico, mantiene la estética del trap con sus sonidos representativos. Habla del desamor, el miedo de perder un amor.

Estilo: La carátula se define por un estilo fotográfico que destaca la figura central del artista estratégicamente enmarcado en el centro de un fondo celeste opaco. Esta elección busca dirigir la atención del espectador hacia la imagen principal. El uso del fondo de color suave contribuye a la singularidad visual, creando un contraste que resalta la presencia del artista.

Tipografía: La carátula presenta una letra a mano alzada que ejerce una intervención creativa. La palabra principal "Loser," ha sido modificada mediante la inserción de una "V," transformándola en "Lover." Este juego tipográfico aporta una dualidad conceptual al diseño, fusionando las palabras de manera visualmente intrigante. La tipografía cae dentro de la categoría de Fantasía, específicamente en la subcategoría de caligráficas y script, resaltando la creatividad y originalidad de la elección tipográfica.

Color: La carátula adopta un tono celeste opaco que define su paleta cromática.

Imagen: Presenta una fotografía enmarcada dentro de un cuadrado de tono celeste. Este diseño geométrico aporta equilibrio y armonía a la imagen.



1. **Nombre del EP o disco: No te quieren ver ganar**
2. **Artista: Pablo Chill-e, Delirious**
3. **Año: 2017**
4. **Diseñada por: Shishiboy**

“Prefieren envidiar, pelar, porque se quedaron atrás. Tirando la pelá, ¿dónde carajo tú piensas llegar?” (Pablo Chill-e, 2017).

La carátula fue creada por Shishiboy Uzi, quien en ese entonces se unió a ShishiGang como diseñador. Menciona en Molina, (2020) *“El cover que me había pedido el Pablo era del tema “No te quieren ver ganar”. Fue el primer trabajo que yo le realice.”*

Contexto: Pablo en estos años comienza a realizar colaboraciones bajo el sello de La Vendición Records, “No Te Quieren Ver Ganar Remix” es una canción que habla desde el corazón, contando cómo la gente opina de uno sin saber y haciendo lo contrario a apoyar. También menciona armas, vida de calle y problemas. En estos años Pablo era criticado por ser algo nuevo dentro de la música que se escuchaba en Chile, pero como siempre lo ha hecho, reaccionó estas críticas con las letras de sus canciones.

Tendencia: El diseño adopta una tendencia fotográfica, colocando en el centro de la composición las imágenes de los artistas como elemento principal del arte de portada. Esta elección resalta la importancia visual de las fotografías y su papel central en la estética del diseño.

Estilo: La pieza exhibe un fotomontaje que incorpora elementos como humo y pistolas apuntando hacia los cuerpos. Esta composición, mediante la superposición de las imágenes en un fondo, logra transmitir una atmósfera provocadora.

Tipografía: La elección de letras en mayúscula con un estilo grunge y desgastado, estratégicamente ubicadas en el centro, aporta una estética distintiva. Esta tipografía se clasifica dentro de la categoría de Sans Serif, añadiendo un elemento visual audaz y contemporáneo.

Color: La composición destaca el rojo, que se manifiesta tanto en las luces, humos y también como en los láseres. Además, se utiliza un marco de este color para enfatizar aún más la coherencia cromática en toda la obra.



1. **Nombre del EP o disco: SSR**
2. **Artista: Gianluca**
3. **Año: 2017**
4. **Diseñada por: No acreditado**

Este EP llamado "SSR" consta de 11 canciones las cuales hablan de amor, el estilo de vida de Gianluca, canciones dedicadas a una mujer.

"Siempre tropical, siempre triste, melón con vino blanco, no soy pobre, soy triste" (Gianluca, Siempre triste).

Contexto: Aparece el disruptivo Gianluca, con un estilo fresco lleno de notas "Plug" mezclando la electrónica con un sonido experimental. Aquí comienza la época del trap con mucho Autotune, *"es un complemento de producción digital para poder ajustar los tonos de voz, hoy en día se utiliza como herramienta o instrumento musical más que un corrector de voz"*. (Molina, I., 2020).

Estilo: La obra presenta un fotomontaje donde la fotografía de Gianluca se superpone en un fondo morado, delimitado por bordes negros. Esta técnica agrega un elemento de contraste y destaca la figura principal sobre el fondo.

Tipografía: Se compone de letras mayúsculas Sans Serif, organizadas en tres secciones de la composición.

Tendencia: La obra sigue la tendencia retro, en sintonía con una estética pixelada y análoga.

Color: El morado predomina en la composición.



1. **Nombre del EP o disco: Me encantas**
2. **Artista: Kevin Martes 13**
3. **Año: 2017**
4. **Diseñada por: Equipo Desafío Music**

Una canción que habla de una chica con la que está hablando, pero ninguno de los 2 confirma bien lo que quiere. Representa el deseo de tenerla.

"Baby te juro no lo entiendo, si tú eres la que me detiene el tiempo, me pones contento" (Kevin Martes 13, 2017).

Contexto: Es en este año también que aparece en la escena Kevin Martes 13, junto a Desafío Music. Mientras todos estaban experimentando en el mundo del trap, aquí llega Kevin con reggaetón chileno.

Estilo: La obra presenta un estilo de fotomontaje, exhibiendo fotografías suspendidas por un hilo, con un celular y la tipografía añadiendo peso en la parte superior.

Tipografía: Se emplean dos estilos tipográficos en la composición, uno en gris y de tamaño más reducido (Sans Serif) para los nombres de los artistas, y otro de color rojo elegante en tamaño más grande (Romana) para el título, creando así un contraste con el fondo blanco.

Color: El blanco es el tono predominante en la composición, superpuesto sobre una imagen de la ciudad.

2018

2018: La Explosión Creativa: La Diversidad de Estilos y el Surgimiento de Nuevos Talentos en la Música Urbana.

Es en 2018 en donde el movimiento se refuerza con nuevos jóvenes artistas con ganas de demostrar lo que hacen, quienes comienzan a expandir los estilos presentes en la música urbana, experimentando en distintas áreas y abarcando más seguidores. Aparecen nombres como Tommy Boysen, Princesa Alba, Gino Mella, Harry Nach, Carlitos Jr, Polimá WetsCoast, Paloma Mami, la Ryodan Gang, Bayron Fire, entre algunos más.



1. **Nombre del EP o disco: Las crónicas de Ngangu**
2. **Artista: Polimá WestCoast**
3. **Año: 2018**
4. **Diseñada por: No acreditado**

Es un proyecto experimental, el cual se abre a distintos estilos de trap, innovando en estos años con diferentes sonidos. Las canciones hablan de amor, superación, estilo de vida, momentos tristes que tuvo que pasar. Como lo dice el título, son las crónicas de Poli. *"Este dolor, yo ya no siento amor, escribiendo estas crónicas, conoces al autor, se bien lo que quieres, Gucci Christian Dior, y aunque no tenga money, te prometí algo mejor"* (Polima WestCoast, 2018).

Contexto: Es en este año donde Polimá hace su aparición en el género urbano, con un estilo fresco de trap, influenciado por la música urbana que sonaba en USA, con artistas como lil uzi vert, A\$ap Rocky, entre otros de la escena trap de ese entonces.

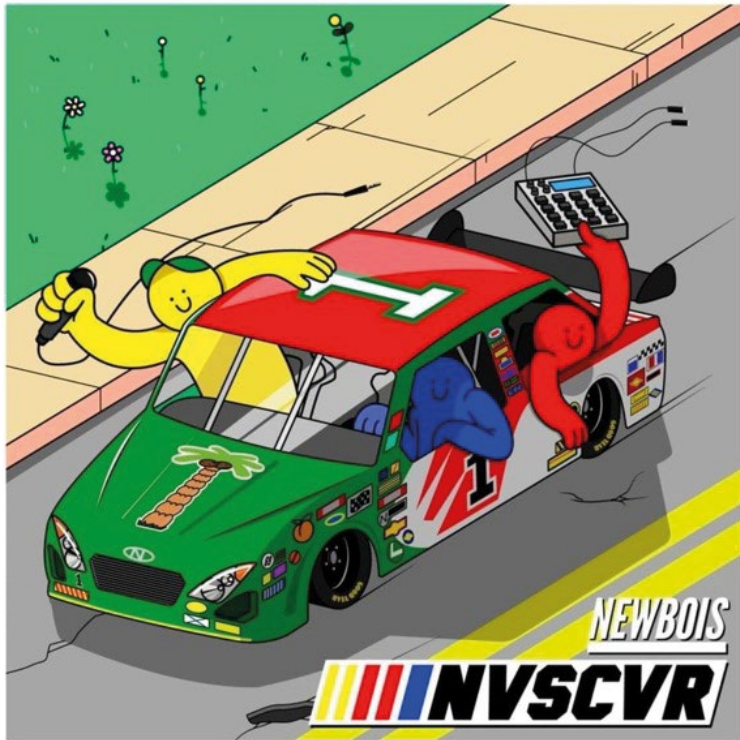
Las Crónicas de Ngangu es el segundo EP que lanza Polimá dentro de este mismo año, el cual consta de 7 canciones, una de ellas BrokeBoi, que luego sería el nombre del sello creado por Polimá.

Tendencia: La obra exhibe una ilustración digital, donde se observa un dibujo que hace referencia a la reconocida película "Las Crónicas de Narnia", con una figura femenina de tipo duende y un ángel detrás de Polimá.

Tipografía: Presenta un estilo serio y clásico, perteneciendo a la categoría de tipografías Romanas, similar a la empleada en la película "Las Crónicas de Narnia". Este detalle contribuye a establecer una conexión visual con la referencia cinematográfica mencionada.

Color: Predomina el color morado.

Imagen: En sus manos tiene un corazón roto, sugiriendo la temática de las canciones melancólicas presentes en el contenido



1. **Nombre del EP o disco: NewBois**
2. **Artista: Nvscvr**
3. **Año: 2018**
4. **Diseñada por: El Blopa**

NewBois es un EP de 16 canciones que hablan de muchos temas, entre ellos desamor, amor, calle, beef. Pero la mayoría de las canciones tienen un ritmo y concepto más triste.

"Lil Shawty i need you, sin ti no soy feliz, ya no soy el mismo si tu no estas aquí" (Nvscvr, 2018).

Contexto: A finales del 2017, principios del 2018 aparecen Baby Jay y Kid Poison, quienes estaban experimentando en los ritmos del "Trap Plug", un estilo más melódico, sonidos más agudos y Autotune al máximo.

Tendencia: La composición destaca por una ilustración que exhibe una amplia paleta de colores y personajes caricaturescos. Este enfoque ilustrativo no solo aporta diversidad cromática, sino que también incorpora un toque animado y atractivo al diseño.

Tipografía: Se utilizan letras manuscritas que imitan el estilo de las letras utilizadas en eventos de carreras, aportando una sensación dinámica y personalizada a la composición. Entra en la categoría de Sans Serif.

Color: La composición utiliza una rica paleta de colores que contribuye a la fuerza visual de la obra.

Imagen: Nvscvr ha mantenido una estética relacionada a su nombre (Nascar) y en la mayoría de sus carátulas reflejan autos o naves, desde el interior o exterior. En este caso podemos ver 3 personajes, que serían los artistas Kid Poison, Baby J en frente y Mlshbts, el productor.



1. **Nombre del EP o disco: No te enamores**
2. **Artista: Paloma Mami**
3. **Año: 2018**
4. **Diseñada por: No acreditado**

Un reggaetón que habla de fiesta, cuerpo femenino y sobre todo, cuenta en su letra de cómo no te puedes enamorar de ella, porque ella no se enamora de nadie.

"Solo gana quien mi piel erizada, no te enamore" (Paloma Mami, No te enamores).

Contexto: Es aquí donde aparece Paloma Mami a la escena urbana. Con dos canciones, Not Steady y No Te Enamores. Fue de las primeras artistas femeninas en meterse en el género urbano.

Estilo: La carátula exhibe una clara tendencia fotográfica al integrar una fotografía capturada durante el rodaje del videoclip.

Tipografía: En la composición, se realiza la palabra "NO" en un tono rosado, destacándose como elemento central y otorgándole mayor prominencia que las demás palabras. La elección de una tipografía Sans Serif para esta palabra específica contribuye a un estilo moderno y limpio, sin adornos en las letras. No solo aporta claridad visual, sino que también comunica de manera efectiva la importancia del mensaje contenido en dicha palabra.

Color: Predomina el rosa.

Tendencia: La carátula sigue una tendencia fotográfica simple y efectiva. La composición se reduce a una fotografía principal que ha sido realizada con texturas de luz. Al seguir esta tendencia, se logra una estética limpia y directa que destaca la presencia visual sin distracciones innecesarias.



1. **Nombre del EP o disco: Please**
2. **Artista: Kid Lucifer**
3. **Año: 2018**
4. **Diseñada por: Esmart**

Esta canción es un mensaje directo, habla de la vida callejera, los maleantes, asesinatos, peleas, locura y droga.

"Si te hago correr es porque te vo'a apuñalar, si veo a tu mujer, obvio que (Ey) la pongo a lanzar (Yah)" (Kid Lucifer, 2018).

Contexto: Este año también aparece Kid Lucifer, quien ya llevaba del 2017 haciendo música pero bajo el nombre de Johan Demonio. Es aquí también donde se crea la Ryodan Gang, una agrupación de artistas que cantan específicamente HardTrap, el trap más pesado que tiene mezclas con punk, rock y metal.

Estilo: En esta composición, se distingue un fotomontaje en el que se ha incorporado un cuadro dentro de la fotografía principal. Este montaje añade un elemento artístico y conceptual, fusionando la realidad de la imagen con un toque creativo adicional.

Tipografía: La elección tipográfica imita la apariencia de un plumón sobre una cinta adhesiva. Este estilo se clasifica dentro de la categoría de tipografías de fantasía, específicamente en la subcategoría de Script.

Color: El negro predomina en la composición.

Imagen: La composición visual de la carátula destaca por su enfoque artístico y provocador. La fragmentación de la cara del artista sugiere una ruptura simbólica o emocional, mientras que la inclinación de la fotografía añade un dinamismo visual. Un cuadro en la composición aporta una capa adicional de complejidad, creando la ilusión de que la imagen está incrustada en un marco.



1. **Nombre del EP o disco: ShishiGang**
2. **Artista: Pablo Chill-e, Kevin Martes 13**
3. **Año: 2018**
4. **Diseñada por: No acreditado**

Contexto: Este año se logra juntar a los Shishi con Desafío Music, haciendo esta canción que hasta el día de hoy se corea en todos lados. Se ocuparon las voces de Kevin luego de haber fallecido, Pablo las tenía guardadas en WhatsApp.

“Fran C: Estabamos velando al Kevin, en San Gregorio, y llegó el Pablo... Se acercó y me dijo “Hermano mira esto que tengo”, y me mostró las voces de ShiShiGang. Me dijo que el Kevin le había mandado las voces porque estaban componiendo juntos el tema por Whatsapp” (Molina, 2020). Esta canción habla de los enemigos, balas, armas, bandas contrarias, drogas y mujeres.

Estilo: Esta carátula tiene la incorporación de un fotomontaje. En los extremos, se encuentran dispuestas las fotografías de los artistas. El elemento central, el Cristo Redentor coloreado de rojo, actúa como un punto focal dramático.

Tipografía: Se presenta el título de la canción con tipografía de estilo egipcio, ocupando un lugar prominente. El uso de letras blancas genera un contraste efectivo con el fondo negro y las escalas de grises, proporcionando una estética impactante y legible.

Color: El rojo destaca como elemento central en la composición, superpuesto sobre los artistas, creando un impacto visual significativo en la carátula.

Imagen: Fotografías en blanco y negro.



1. **Nombre del EP o disco: S.U.N.O**
2. **Artista: Pablo Chill-e**
3. **Año: 2018**
4. **Diseñada por: No acreditado**

Un álbum que representa completamente la esencia del Trap, con letras explícitas y directas de la vida en la calle.

"Vente pa puente salto por la pobla te hago un tour, y si vienen los pacos por los techos hacer parkour" (Pablo Chill-e, 2018)

Contexto: Este es el segundo EP de Pablo, con 10 canciones. S.U.N.O, Surfeando Una Nueva Ola, es uno de los más recordados por los oyentes, el cual contiene hits como Shishiwalk, Singapur con Yung Beef, These Weones y Vibras. En este EP, Pablo ya estaba posicionado como la cara del trap en Chile.

Tendencia: La carátula exhibe una clara tendencia ilustrativa, con un dibujo digital que representa a un niño nadando. La ilustración transmite una actitud fuerte y una mirada penetrante.

Estilo: La carátula adopta un enfoque Cartoon, donde se aprecia una representación caricaturesca y exagerada del bebé, destacando rasgos de manera distintiva y expresiva.

Tipografía: La elección de la tipografía Serif Romana en negro se presenta de manera independiente a la composición, aportando una sensación de solidez, simpleza y elegancia.

Color: El tono morado predomina en la composición, recreando visualmente un "mar de Lean", una droga que se forma al mezclarse con bebida Sprite y adopta ese distintivo color púrpura.

Imagen: La carátula rinde homenaje de forma caricaturesca al icónico álbum de Nirvana. El bebé presenta los tatuajes distintivos de Pablo y luce una bandana con la frase "ShishiGang"



1. **Nombre del EP o disco: Summer Love**
2. **Artista: Princesa Alba, Gianluca**
3. **Año: 2018**
4. **Diseñada por: Blvvelvet**

La canción habla de un amor de verano, encerrados en la ciudad. *"Rode'a de concreto, escapemos del sol, mi verano ta' muerto, escapemos del sol"* (Princesa Alba, 2018)

Contexto: Gianluca en estos años trabajaba como productor, es así como Princesa Alba recurre a él para que produzca sus primeras canciones.

Tendencia: La carátula sigue una tendencia fotográfica, siendo una fotografía conceptual que captura a los dos artistas sentados en una cama.

Tipografía: La elección de la letra en tono rosado, con una sutil curvatura por detrás de los personajes, añade un toque de elegancia a la composición. Este estilo tipográfico se clasifica dentro de la categoría de Sans Serif, aportando modernidad y fluidez a la carátula.

Color: el blanco predomina en la composición.

Imagen: La composición destaca a los dos artistas de la canción, quienes se presentan con poca ropa y acompañados de un ventilador, evocando de manera visual la sensación de calor asociada al verano.



1. **Nombre del EP o disco: XTASISS**
2. **Artista: Young Cister**
3. **Año: 2018**
4. **Diseñada por: No acredita**

Contexto: Este es el segundo EP que lanzó Young Cister en 2018, ya con un estilo consolidado dentro del trap. Comenzaron las primeras grandes colaboraciones entre los artistas urbanos, como lo es el caso de la canción "Plop" con Polimá West Coast o "Dinero" junto a Pablo Chill-e. Un álbum variado de trap en donde "XTACISS es un álbum que recorre sonidos veraniegos y románticos, pero también oscuros y estrictos de la calle" (The Clinic, 2018) menciona Cister en una entrevista con The Clinic para la fiesta de lanzamiento de este disco. Las canciones hablan de vivir el trap, dinero, fiestas, mujeres, drogas, superación.

Tendencia: La carátula sigue la tendencia fotográfica, empleando una fotografía para representar al artista de manera expresiva, directa y realista.

Color: Destaca la predominancia del blanco en la carátula, tanto en la representación del artista como en el fondo utilizado.

Imagen: Fotografía de estudio conceptual con un desenfoque intencionado, sugiriendo la sensación del éxtasis, vinculando la música de Cister con la metáfora visual de la droga.

El Auge de la Música Urbana en Chile - Lollapalooza y la Visibilidad de Nuevos Talentos. (2019)

2019 es un año importante para la escena urbana, es aquí donde en el festival Lollapalooza se presentan por primera vez artistas del género como Gianluca, Drefquila, Polimá West Coast, Tomasa Del Real. En este momento el género musical comienza a visibilizarse de mejor forma masiva en nuestro país, siendo una motivación para los jóvenes lanzarse a la música urbana.

2019



1. **Nombre del EP o disco :TrapLife2**
2. **Artista: Ben Weapons, Pablo Chill-e, Jay Ferragamo, Young Cister.**
3. **Año: 2019**
4. **Diseñada por: Esmart**

Esta canción titulada Traplife (vida del trap), habla de forma directa la vida de calle, los presos, tener dinero, tener autos. *"Haciendo plata en la calle, yo soy un Trapstar, nos gusta todo lo caro, yo soy un Rockstar, fuck jails, free todos los presos"* (Ben Weapons, 2019).

Contexto: Esta canción junta a 4 de los pioneros del género, Ben Weapons, hoy conocido como Ben Bulgari, quien fue el que impulsó el movimiento generando espacios para que los artistas canten. Jay Ferragamo, uno de los primeros Shishigang, y por otro lado tenemos de quien ya hemos hablado, Young Cister entrando de lleno en toda colaboración que sea posible para armar una escena.

Estilo: La carátula revela un fotomontaje con la superposición de elementos sobre un fondo blanco, donde diferentes componentes destacan, complementando la tendencia collage.

Tipografía: Las letras urbanas en negro se integran de manera impactante sobre un fondo blanco, destacando con fuerza. Su estilo pertenece a la categoría de Sans Serif, añadiendo una estética moderna y legible a la composición.

Color: Blanco predominante en las fotos, tanto como en el fondo.

Imagen: Refleja elementos distintivos del trap, como la ciudad, policías, marihuana y humo, transmitiendo la esencia del género.



1. **Nombre del EP o disco: De Menor The Mixtape**
2. **Artista: Julianno Sosa**
3. **Año: 2019**
4. **Diseñada por: No acredita**

Las canciones hablan del verdadero trap, calle, bandas, drogas, robos, dinero, ropa cara.

"Ando con el pablito rondando la shishi city, Las putas por to' laos se nos pela hasta la siri, Sosa mafia si te pillas vas a correr como speedy" (Julianno Sosa, 2019).

Contexto: Es en este año donde aparece Julianno Sosa, una figura muy importante en lo que es la música urbana. Julianno, se fue a vivir a Nueva York, Estados Unidos, antes de que la música urbana explotara en nuestro país, él era muy amigo de Pablo Chill-e y parte de ShishiGang. Julianno fue el puente para llegar a grabar en USA y ser escuchado en otras partes del mundo. "De Menor The Mixtape" fue el primer EP que lanzó este artista, en donde tiene una colaboración con Pablo en la canción "Tú no eres Trap".

En USA se estaba de moda el dembow, es por esto que hay un tema de este estilo en el EP, también tiene trap, reggaeton y rap. Julianno se caracteriza por ser un artista versátil. Este EP consta de 6 canciones.

Estilo: El diseño adopta la forma de un fotomontaje en el que se destaca la figura de un niño con el rostro oculto, ubicado en primer plano, mientras al fondo se aprecia la imagen de una población.

Tipografía: En blanco y mayúscula, ubicada en el centro y con variaciones en el tamaño de letra, enfatiza el nombre del EP sobre el resto de la composición. DE MENOR utiliza tipografías Sans Serif, mientras que THE MIXTAPE incorpora una tipografía de estilo Romana antigua.

Color: Aunque se presenta una amplia gama de colores, el negro prevalece como el tono dominante en la composición.

Imagen: La escena captura a un niño en una población de Chile con los ojos tapados, un fondo con fuego, los característicos postes de luz y la presencia destacada de la bandera chilena.



1. **Nombre del EP o disco: Hooka & Sheridan's**
2. **Artista: Tommy Boyesen**
3. **Año: 2019**
4. **Diseñada por: lamDidd**

La canción habla de pasar tiempo de calidad con su pareja, saboreando el licor de Sheridan's y fumando tabaco en Hooka. Si bien este es el Cover art del álbum y no de la canción (porque en su tiempo solo salió con video), es un momento importante en la escena de la música urbana en Chile.

Contexto: Es en este año que esta canción marca un hito muy importante, siendo la primera canción de reggaeton con disco de oro en Chile.

Tendencia: La carátula sigue un enfoque minimalista, destacando solo dos manos en un cielo. Las letras se integran armoniosamente en la composición, logrando una presentación que simplifica los elementos a lo esencial.

Estilo: El fotomontaje es evidente, ya que incorpora las manos en un fondo que simula el cielo, creando una composición cuidadosamente elaborada.

Tipografía: Las letras simulan nubes que están justo entre las manos. TOMMY BOYSEN entra en la categoría de Sans Serif, mientras que GRACIAS X utiliza una tipografía de fantasía..

Color: Predomina el azul del cielo.

Imagen: La composición destaca las manos de una mujer y un hombre, creando la ilusión de que ambos pueden tocarse en algún momento.



1. **Nombre del EP o disco: Esto no es una canción de amor**
2. **Artista: Polimá WestCoast, Young Cister, Gianluca**
3. **Año: 2019**
4. **Diseñada por: Bryartz**

Contexto: Es en este momento que se juntan los BrokeBoys junto a Gianluca, los 3 realizaban en ese entonces Trap experimental, haciendo canciones de amor, desamor y tristeza. En este single hablan de un amor no correspondido, de superar la vida a pesar de este rompimiento.

“Y mirando al cielo analizando solo suspiré, y si ella no está en mi vida no me lo cuestionaré, el tercer ojo lo abrí, la mala vibra canalice” (Polima WestCoast, 2019).

Tendencia: Minimalista. En esta carátula, solo aparecen los artistas y un corazón roto, sin la presencia de colores adicionales.

Tipografía: Estratégicamente colocada detrás de los artistas, la tipografía no busca destacar, sino más bien complementar la composición. El título se presenta en Romana antigua, mientras que los nombres de los artistas utilizan Sans Serif.

Color: La paleta se limita a blanco y gris, creando una atmósfera monocromática.

Imagen: La carátula adopta una escala de grises, presentando a los 3 artistas en posturas y gestos de tristeza, siendo el corazón roto el elemento predominante en la imagen.



1. **Nombre del EP o disco: Flyte**
2. **Artista: Pablo Chill-e, El Futuro Fuera De Órbita**
3. **Año: 2019**
4. **Diseñada por: No acreditado**

La canción titulada Flyte, habla de cómo los marginados “flaites” hacen dinero, hablan de drogas, delincuencia y la vida en la calle.

“Ustedes se quedan atrás y yo cruzando fronteras, haciendo dinero los bolsillos con papera” (Pablo Chill-e, 2019).

Contexto: Esta es la primera vez que se juntan los ShishiGang con Los Avatar, El futuro es un artista Dominicano radicado en Nueva York, Estados Unidos, que hace dembow.

Tendencia: La carátula adopta una clara tendencia hacia la ilustración. En ella, vemos a los dos personajes sosteniendo billetes.

Tipografía: Realizada a mano, destaca con un vibrante color naranja. Este estilo cae dentro de las categorías de fantasía, caligráfica y script.

Color: Se despliega una amplia gama de colores en la composición, proporcionando vitalidad y dinamismo.

Imagen: La representación visual muestra a ambos personajes rodeados de dinero chileno). En el fondo, se vislumbran dos realidades: detrás de Pablo, la bandera chilena, y detrás de El Futuro, la bandera estadounidense.



1. **Nombre del EP o disco: My blood**
2. **Artista: Polimá WestCoast, Pablo Chill-e**
3. **Año: 2019**
4. **Diseñada por: Bryartz & Shark Reality**

Molina, en su libro dice, *“fue quizás el tema que traspasó la frontera que antes tenía este movimiento, esta escena, y empezó a llegar a otro tipo de público”* (Molina, 2019)

Contexto: Esta es sin dudas una de las canciones consideradas como un himno en nuestro país. El junte de Poli con Pablo en una canción con ritmos andinos y una estética completa de trap habla de superación en la vida de población con frases icónicas como:

“Nadie va a tener que robar, voy a poner a to’ los niños de la pobla a cantar” o *“A mí no puedes odiarme porque soy el que relato, de cómo los menores se aburrieron de andar pato.”* (Pablo Chill-e, 2019).

Estilo: Esta portada se distingue por un hábil fotomontaje que fusiona elementos diversos. En el fondo, se observan dos fotos de los artistas, sobre las cuales se superpone un automóvil. La presencia de palomas blancas complementa la composición.

Tipografía: El texto en blanco sobre un fondo rojo, se destaca en mayúsculas y con una textura grunge. El título "MY BLOOD" se inscribe en la categoría de tipografías romanas, mientras que los nombres de los artistas se presentan en Sans Serif.

Color: El tono predominante es el rojo, haciendo referencia a "blood" (sangre en español). "My Blood" se traduce como "Mi Sangre", una expresión coloquial para referirse a un hermano, equivalente a decir "mi bro".

Imagen: Esta portada presenta todos sus elementos meticulosamente alineados en un cuadro, siendo los dos artistas el foco principal. En la parte inferior, resaltan en tono dorado, acompañados de un lujoso automóvil, simbolizando la temática financiera y los lujos discutidos en la canción. Además, la composición se enriquece con la presencia de palomas blancas, llevando consigo tanto simbolismo de paz como la representación de la amenaza constante de la vida callejera que aborda la canción.

2020

La Expansión de la Escena Urbana en Tiempos de Pandemia: Nuevos Talentos Emergen en Todo Chile. (2020)

Con la pandemia, aparecen muchos nuevos personajes de distintos lugares de Chile, la escena se expande más allá de Santiago. Algunos de estos nombres son Kide Teton, Aka420, Marcianeke, Galee Galee, King Savage, entre otros.



1. **Nombre del EP o disco: Aburrido**
2. **Artista: Pablo Chill-e, Inti Illimani, Quilapayun**
3. **Año: 2020**
4. **Diseñada por: No acreditado**

La canción habla de la desigualdad, poder económico, política, medios de comunicación, entre otros. Es un desahogo hacia el estado Chileno.

"Me aburi de piñera y su tick nerviosos, que presidente mas indecoroso, aburri'o de la tele, de la Monica Rincon, de que los medios dicen que pobre hueon" (Pablo Chill-e, 2020)

Contexto: Esta es la primera vez que la música urbana se junta con el Folklore Chileno, grabado en pandemia, se trata de una composición que refleja "la sensación que tenemos todos los chilenos luego de pasar por este confinamiento terrible, de no poder verse, de sentir esa amenaza constante y de perder lo que era nuestra vida" (Emilio Contreras, Biobio Chile).

Estilo: El fotomontaje es el elemento clave, mostrando la ciudad de Santiago desde una población, con el imponente Costanera Center y la cordillera como fondo. Las fotos de Pablo y los artistas de Inti-Illimani, colgadas en primer plano, añaden profundidad a la narrativa visual.

Tipografía: Letras realizadas a mano, el título categorizado como tipografía de fantasía, caligráfica y script, agrega un elemento distintivo.

Color: Tonos de grises cercanos al negro, refuerza la intensidad del mensaje sobre desigualdades y críticas sociales.

Imagen: Se presenta como un impactante contraste visual entre la realidad de la población y un entorno más apacible, resaltando de manera vívida las disparidades sociales y culturales presentes en la ciudad. Un elemento destacado es la representación de una madre con su hijo, señalando hacia Pablo, sugiriendo la posibilidad de que este último sea percibido como un modelo a seguir. Este simbolismo refuerza la narrativa de la composición, destacando la influencia e importancia de figuras públicas en la vida de la comunidad.



1. **Nombre del EP o disco: Cruzifikado**
2. **Artista: Pablo Chill-e**
3. **Año: 2020**
4. **Diseñada por: Bryartz**

Contexto: Este año Pablo Chill-e lanza 2 EP en continuo, cada uno con 8 canciones. En este álbum todas las canciones son de trap, las cuales hablan de contingencia, crítica social, maleanteo y drogas.

“Siempre me para el patrullero, Porque sabe que yo estoy en el tra, tra, No' quita la droga y el dinero, Pero nunca la felicidad-da”
(Pablo Chill-e, 2020).

Tendencia: La carátula presenta una ilustración impactante de Pablo Chill-e crucificado, detallando sus tatuajes, cabello y vestimenta.

Tipografía: Se sitúa en la zona superior, pero no tiene mucha importancia del resto de la composición. Entra en la categoría de tipografías Sans Serif.

Color: La tonalidad morada, asociada al 'Lean', predomina en toda la obra, tanto en el cielo como en las luces que destacan en el cuerpo de Pablo.

Imagen: La representación visual muestra a Pablo crucificado en una población, disfrutando de marihuana, transmitiendo una sensación de despreocupación. Cuervos circundan la escena, añadiendo un toque simbólico a la composición.



1. **Nombre del EP o disco: Dile Dile Remix**
2. **Artista: Ak420, Polimá WestCoast, Julianno Sosa**
3. **Año: (2020)**
4. **Diseñada por: lamDidd**

Esta canción habla de estar ganando dinero, estar viviendo la vida que tanto querían.

"Y si no me cree , pregunta cuanto gramo le compro al dealer, empaca, ve y dile, que qui sono lo winner, viviendo la vida que se buscaba aunque parecía de cine" (Polimá WestCoast, 2020).

Contexto: Esta canción hizo un junte importante, ya que gracias a esto se visibiliza el cantante de Talca, Ak420. Este ya venía haciendo ruido desde finales del 2019, pero con el remix de Dile Dile su carrera comenzó en ascenso.

Tendencia: La carátula sigue la tendencia fotográfica, presentando tres fotos en blanco y negro de cada artista encerradas en cajas rectangulares.

Estilo: Se adopta un estilo collage para organizar las imágenes dentro de las cajas.

Tipografía: Con un tono rojo que complementa los elementos visuales, la tipografía adopta un estilo grunge, sucio y roto, perteneciendo a la categoría de tipografías Sans Serif.

Color: Aunque el fondo es blanco, los elementos rojos, como los ojos y la tipografía, predominan, añadiendo un toque distintivo.



1. **Nombre del EP o disco: El Que No Salta Es Paco Remix**
2. **Artista: El Futuro Fuera de Orbita, Kiddteton, Tracy McGrady, Carlitos Jr**
3. **Año: 2020**
4. **Diseñada por: No acreditado**

“Al ritmo de la cacerola, está de moda, no te incomoda, gordito al mando y el gobierno que se joda, dinero por saco, el que no salta es paco” (Kiddteton, 2020).

Contexto: Nos encontramos en pleno estallido social cuando El Futuro saca este dembow con algunos de los cantantes urbanos de nuestro país, la melodía y el coro con una de las frases más repetidas de las marchas en nuestro país, es muy pegajosa. La canción habla de dinero, antisistema y diferencias sociales.

Estilo: La fotografía toma el protagonismo, capturando la realidad y expresividad de manera directa.

Tipografía: La carátula presenta un juego de tipografías en mayúsculas, blanco y naranja, con variantes entre relleno y contorno. Las tipografías pertenecen a la categoría de Sans Serif.

Color: Predomina el color naranja en la fotografía.

Imagen: Se utilizó una fotografía de la Plaza Baquedano en el contexto de revuelta social del año 2019 y una textura de plástico simulando un CD



1. **Nombre del EP o disco: Equilibrio**
2. **Artista: Polimá WestCoast, Young Cister**
3. **Año: 2020**
4. **Diseñada por: Bryartz**

Contexto: Es el primer EP de estos 2 grandes artistas ya consolidados, por el sello de Warner. Lanzas 12 canciones. Intentaron juntar sus 2 visiones de la música formando un equilibrio en todo sentido, tiene variedad de estilo musical mezclando estilos de electrónica, rock y pop. Demuestran su flow para "surfear las pistas".

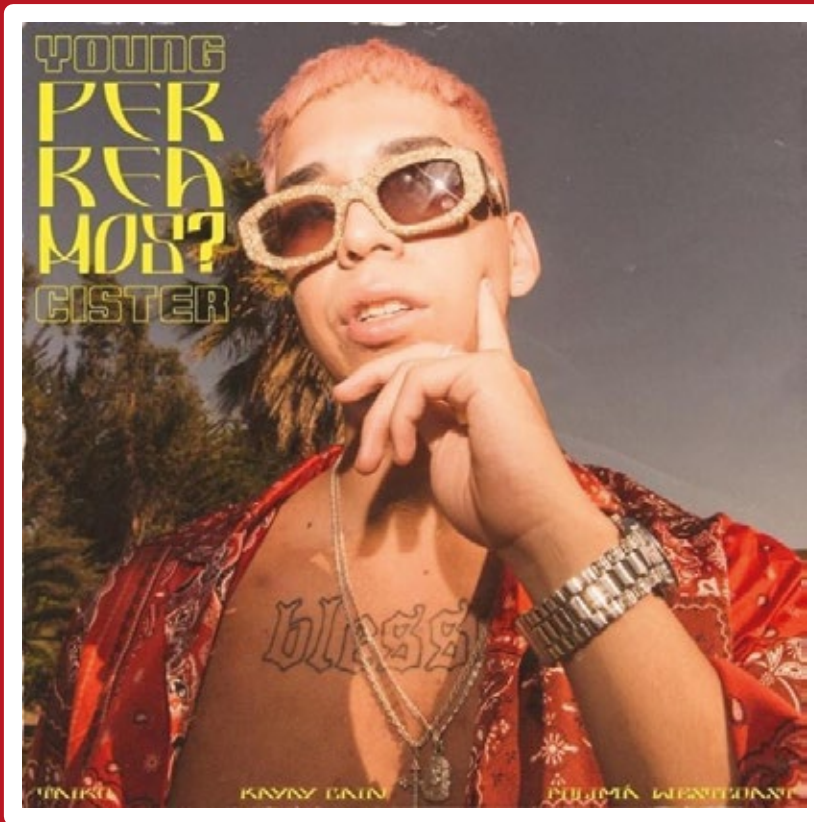
Estilo: La carátula revela un cuidadoso fotomontaje; los artistas en simetría, miran en direcciones opuestas, creando un equilibrio visual. Una luna perfectamente circular, coincidente con un elemento similar sobre los artistas, refuerza este equilibrio.

Tendencia: La carátula sigue la tendencia minimalista, presentando solo los elementos esenciales para transmitir el concepto.

Tipografía: La letra en mayúscula, ubicada con precisión dentro del círculo, pertenece a la categoría de Sans Serif, sin agregar peso innecesario a la composición.

Color: El blanco predominante, especialmente en la luna, resalta sobre el fondo, aportando claridad y simplicidad.

Imagen: Los 2 artistas se encuentran en el centro de la composición. Todo está totalmente equilibrado en cuanto a peso, siguiendo el concepto del nombre del EP. También se puede observar cómo estos artistas son abducidos en el espacio.



11. **Nombre del EP o disco: Perreemos?**
2. **Artista: Young Cister**
3. **Año: 2020**
4. **Diseñada por: No acreditado**

Contexto: Este año, Young Cister también sacó su EP "Perreemos" con 3 canciones de Reggaetón, mostrando lo versátil que es adaptando este ritmo de verano. Las canciones hablan de bailar, sexo, dinero y coqueteo.

"Me dijeron que te gustaba perrear hasta el otro día, y si entonces e' así, tu eres de las mías, baby como quiero yo te lo voy a hacer, hasta que tu olvides al bobo de tu ex" (Young Cister, 2020).

Tendencia: La carátula se sumerge en la tendencia fotográfica, destacando la imagen del artista en un entorno caribeño. La elección de un tono naturalista y orgánico enfatiza la autenticidad de la composición.

Tipografía: La disposición vertical utiliza una tipografía que juega con relleno y borde. Los nombres de los artistas comparten la misma tipografía, aunque en una escala más pequeña, categorizada como de fantasía decorativa.

Color: El naranja, reflejado por el sol en la cara y cuerpo del artista, domina la composición, aportando vitalidad y conectando visualmente con el entorno caribeño.

Imagen: La carátula captura la esencia veraniega y fresca de Young Cister, rodeado por palmeras. El artista se presenta con estilo, luciendo joyas y transmitiendo una atmósfera relajada y tropical.



1. **Nombre del EP o disco: Mami No Estes Triste**
2. **Artista: Galee Galee, El Bai, Jaudy, King Savage, Jxnny**
3. **Año: 2020**
4. **Diseñada por: Yakuza Mafia Staff**

Contexto: Aparece en el juego la Yakuza Mafia, con esta canción de trap que habla del flow que tienen, armas, dinero, vida de calle, cárcel y amistades.

“Toy cantando versos arriba de seiscientos miles, yo no suelto barra pa' la pista proyectiles, ustedes nos son flaites la calle no los define, la baby quiere un masaje y pa' ella soy el King E” (King Savage, 2020).

En el año 2023 esta canción se volvió a posicionar en el top 50 Chile, luego de la muerte del artista Galee Galee

Estilo: La carátula sigue una tendencia minimalista al emplear un fotomontaje sencillo que coloca a todos los artistas en el centro, capturando la atención de manera directa.

Tipografía: La elección de una tipografía árabe, con una línea central distintiva, agrega un toque único y fantasioso a la composición.

Color: El rojo predomina en toda la composición. Se superpone de manera completa, infundiendo energía y pasión a la imagen. Este tono vibrante crea un impacto visual fuerte y coherente con la intensidad de la canción.



1. **Nombre del EP o disco: Moods, Tak Tiki Tak**
2. **Artista: Harry Nach**
3. **Año: 2020**
4. **Diseñada por: No acreditado**

Contexto: Aquí llega el momento de fama para Harry Nach, la pandemia tenía a la gente en la casa metida todos los días en redes sociales, es así como por la plataforma Tik Tok se hizo viral una parte de esta canción, y con ella un estrellato a la fama de forma mundial.

La canción Tak Tiki Tak habla de un desamor, despecho, estado de ánimo triste. Por otro lado, el álbum lanzado este año titulado "Moods", muestra una versatilidad en los estilos musicales y mezclas con el trap. Un álbum con 19 donde destacan Poppy, Denssy, Fixona y Sutraera. *"Ey, mi gatita, me perdiste, Pero ahora solo ere' una de la lista, Te confiaste y no pensaste que en la fila me desfilan, Gatitas que quieren que yo las desvista"* (Harry Nach, 2020)

Tendencia: La carátula sigue una tendencia abstracta, destacándose por la inclusión de diversos iconos y elementos de colores vibrantes alrededor del artista. Los ojos, con lágrimas multicolores, simulan un arcoíris, aportando una dimensión visual única y emocional.

Tipografía: En el álbum "Moods," la tipografía adopta un estilo de fantasía, caligráfico y de script, complementando la versatilidad de estilos musicales presentes. Mientras tanto, en "Tak Tiki Tak," se opta por una tipografía Sans Serif, aportando simplicidad.

Color: El color blanco predomina en la composición, tanto en el fondo como en la ropa utilizada por el artista en la fotografía.

Imagen: La fotografía de Harry Nach, con ojos de colores llorando, evoca una conexión emocional con la temática de desamor y cambios de humor. Los diversos logos alrededor, representando dinero, aliens y otros símbolos, añaden capas de significado y enriquecen la narrativa visual de la carátula.

La Diversidad y Colaboración en la Escena Musical Urbana de Chile (2021):

2021 fue un año en el que artistas emergentes de todo el territorio nacional comenzaron a destacar, aportando su estilo y visión única al género. Desde el norte hasta el sur de Chile se pudieron escuchar colaboraciones que reflejaban la riqueza y diversidad cultural de nuestro país. Además, el surgimiento de artistas de distintos lugares de Chile fue una muestra clara de que el talento y la pasión por la música.

2021



1. **Nombre del EP o disco: Las Naik**
2. **Artista: Marcianeke, Ithan Ny**
3. **Año: 2021**
4. **Diseñada por: KashTheMoney**

En esta canción de Marcianeke junto a Ithan NY hablan de utilizar zapatillas "Nike" para salir a hacer sus vida de artistas, mencionan su estilo lujoso y caro, con mujeres y drogas.

"Me puse las Nike para flaitear esta night, mai, Dime si vos te tussiai, Quiere que te choque lo de ahí, Code y Sprite, dime si quiere' un palazo o una line" (Marcianeke, Las Naik).

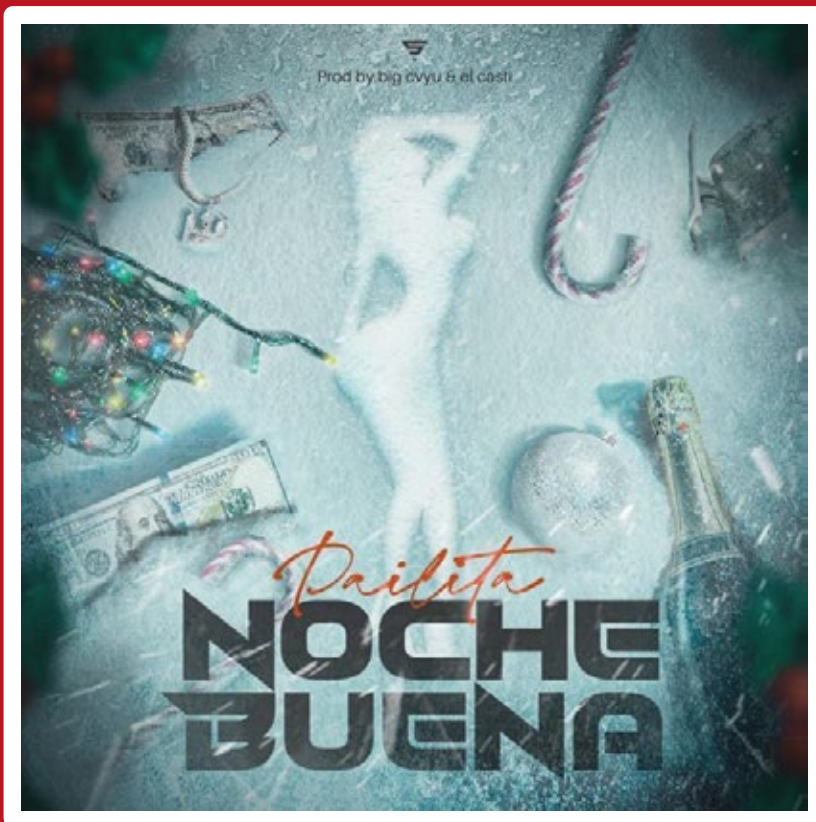
Contexto: Es en este año que entró Marcianeke a la escena, si bien ya llevaba haciendo música desde el 2020, el 2021 fue cuando se hizo conocido en todo el país, llevando el reggaeton a todos lados del mundo y colaborando con muchos artistas emergentes.

Marcianeke es un personaje importante en lo que es la historia de la música urbana chilena, ya que fue él quien en este momento levantó a la escena, abriendo puertas para el reggaeton chileno y dando oportunidades a todos los y las artistas. En comparación podríamos decir que Marcianeke es como lo fue Pablo Chill-e en el trap.

Tendencia: La carátula sigue una tendencia de ilustración pintada, destacándose por la ejecución meticulosa con tiza y lápiz. KashTheMoney, el diseñador, utiliza la tiza de color rosa de manera ingeniosa para incorporar detalles que hacen referencia a la droga "Tussi". La representación artística se asemeja a un logo de Nike, vinculándose sutilmente con la temática de la canción.

Color: El color rosa de la zapatilla se erige como el protagonista, resaltando vibrante sobre el fondo blanco circundante. Este esquema cromático no solo añade impacto visual, sino que también refuerza la conexión con la sustancia mencionada en la letra.

Imagen: La carátula, ejecutada de manera análoga, exuda autenticidad y destreza artística. La elección de la ilustración pintada contribuye a la atmósfera única y realista de la pieza.



1. **Nombre del EP o disco: Noche Buena**
2. **Artista: Pailita**
3. **Año: 2021**
4. **Diseñada por: Dasavage.Art**

Contexto: Directo desde Punta Arenas aparece una nueva estrella urbana, con canciones que no han parado de sonar como Dímelo Ma, Farandulera, La Mea Nota, Hooka, entre otros. El reggaetón chileno se empieza a masificar poco a poco, generando una escena más consolidada de artistas de nuestro país.

Noche Buena es un single de Pailita lanzado un 24 de diciembre, el cual habla de "como no es Santa Claus pero igual te puede dar una nochebuena". También menciona el dinero que puede gastar, problemas, población y mujeres. *"Nena, después de las 12 vaya a ser mi cena (prrr), Ahora estamo' coronando y nos quedamo' con la cena, El que tiraba la pela, lo sacamo' de la colmena"* (Pailita, 2021).

Estilo: La carátula con enfoque en el fotomontaje, fusiona elementos emblemáticos de la Navidad con otros relacionados al mundo urbano. La técnica del fotomontaje permite la integración de características distintivas de la temporada festiva.

Tipografía: Dos estilos tipográficos colaboran en la composición. El título adopta una fuente futurista en mayúsculas, una estética de fantasía decorativa. En contraste, el nombre del artista se presenta en rojo, con una tipografía a mano alzada de color rojo destacando sobre los otros colores fríos. También se clasifica en fantasía caligráfica o script.

Color: Predomina el color celeste en toda la carátula.

Imagen: La composición se enriquece con elementos característicos de la Navidad como luces, botellas y dulces. Estos detalles, combinados con la representación de la nieve. En el centro, la silueta de una mujer bailando añade dinamismo y celebra la alegría de "Noche Buena".



1. **Nombre del EP o disco: De las torres remix**
2. **Artista: EL Jordan 23, Llefliight, Pailita, Marcianeke, BenBulgari, Pablo Chill-e, Jonakapazio, El Barto**
3. **Año: 2021**
4. **Diseñada por: Sabini Vrts**

Contexto: Con esta canción salió a la luz el cantante Jordan 23. Un remix donde trabaja con 7 artistas del género, algunos antiguos como Llefliight, BenBulgari y Pablo Chill-e, como otros que estaban recién surgiendo como Pailita y Marcianeke. Entrando al juego con su flow de "maleanteo" chileno explícito en sus letras.

"De las Torres" es una canción que retrata la realidad y experiencias de crecer y vivir en población. Aborda la lucha diaria, la violencia, superación, dinero y delincuencia. *"Yo ando con puro' antisociale', Par de pipa', bajo siempre con metale', Delito tengo unos pare', conmigo no se comparen, en cualquier momento me ven por Las Torre' navegando en un McLaren"* (Jordan 23, 2021).

Estilo: Fotomontaje, fusionando ocho imágenes de los artistas en una cuadrícula, creando un collage dinámico. Este enfoque visual refleja la diversidad de estilos y personalidades de los cantantes, a la vez que rinde homenaje al contexto urbano mencionado en la canción. Las torres eléctricas, se perfilan en el fondo, aportando una atmósfera auténtica y conectada con la narrativa de "De las Torres".

Tipografía: La fuente con sus tonalidades doradas, se integra de manera coherente con la estética general de la carátula, haciendo un contraste en los colores. Se encuentra dentro de la categoría de fantasía.

Color: El negro prevalece en la carátula, generando un fondo sólido que resalta las imágenes y la tipografía. Este tono oscuro proporciona un telón de fondo ideal para la estética de "maleanteo" y el tono explícito de la letra.

Imagen: Se puede observar a todos los artistas participantes divididos en parejas por toda la composición. Unas cadenas de oro que atraviesan la carátula junto con unas letras texturizadas. También hay billetes en la zona inferior.



1. **Nombre del EP o disco: Mi gata**
2. **Artista: Standly ft El Barto**
3. **Año: 2021**
4. **Diseñada por: No acreditado**

Contexto: Este año también aparece el joven Standly, que con esta canción junto a El Barto rompieron las redes sociales al hacerse virales por la plataforma TikTok.

“Mi Gata” habla de pasarla bien, disfrutar con los artistas, invita a las mujeres a celebrar con ellos. También lucen sus joyas y dinero que tienen y pueden ocupar con las mujeres. Aborda todo esto con una letra seductora y provocativa.

“Cuando sobraba tussi, keta y también María, Y ahora te cuentiaste pero estás sola y vacía, Vuelve aquí, báilame a mí (¿cómo?), En el party tomemo' un éxtasi” (El Barto, 2021).

Estilo: La carátula adopta una técnica de fotomontaje que equilibra dos capas visuales. En el frente, destacan dos imágenes principales, mientras que en segundo plano, fotografías adicionales se difuminan sutilmente para crear una atmósfera envolvente. Este enfoque da profundidad y dinamismo.

Tipografía: Con su estilo futurista, se integra de manera coherente con el tema de la canción. Elementos temáticos como las orejas de gato que adornan la letra "A" agregan detalles significativos y refuerzan la conexión entre la imagen y la palabra. El tipo de letra Sans Serif contribuye a la modernidad y la simplicidad estilizada de la composición.

Color: El negro prevalece en toda la carátula, creando un fondo sólido y enriquecedor que acentúa la sensualidad y el misterio.

Imagen: La carátula muestra imágenes capturadas durante el rodaje del videoclip. Los dos artistas están rodeados de mujeres con orejas de gato. La escena en la piscina resalta la diversión y la celebración, alineándose perfectamente con la letra seductora y provocativa de "Mi Gata".



1. **Nombre del EP o disco: Jaguar**
2. **Artista: Pablo Chill-e ft Ithan Ny**
3. **Año: 2021**
4. **Diseñada por: Noah Bliazi**

Contexto: En el año 2021 Pablo Chill-e fue detenido por estar dentro de una camioneta de alta gama marca “Jaguar” que estaba clonada y tenía orden de encargo por robo. Es en esta oportunidad donde la seguridad ciudadana de la comuna de Las Condes golpeó a todos los integrantes que estaban dentro del auto. La canción de trap junto a Ithan Ny es una represalia contra el gobierno, la policía y la prensa. Menciona que las autoridades, buscan silenciarlo. También hace alusión a situaciones legales y la atención de los medios de comunicación. A lo largo de la canción, resalta su carácter único y especial, comparándose con los jaguares, y muestra una actitud desafiante hacia las críticas y los detractores.

“Porque la Martorell me quiere en cana deprisa, Lo tiene en el cuartel, 'tán haciéndole pericia’, Y nada van a ver más que mujeres en mi pija, Periodista’ gile’ 'tán hablando con malicia, Cuando he hecho cosa’ buena’ no las muestra’ las noticia’, Pero me mando una caga’ y al toque soy primicia” (Pablo Chill-e, 2021)

Tendencia: La carátula adopta una tendencia de ilustración pintada, transformando la obra de arte de esmalte al agua del artista Noah Bliazi en el elemento central. Esta técnica, con su toque de realismo, captura la esencia de la vida callejera a través del óleo y el acrílico, añadiendo profundidad y autenticidad a la narrativa visual.

Tipografía: La ausencia de tipografía es una elección audaz pero efectiva, permitiendo que la obra de arte hable por sí misma.

Color: El verde, dominante en la obra, crea un fuerte contraste con el negro, aportando una intensidad emocional a la carátula. Este uso del color resalta la obra de arte, mientras refleja la tensión y la rebeldía presentes en la canción de Pablo Chill-e.

Imagen: La carátula es una síntesis visual de dos momentos cruciales: la escena del choque de la camioneta, tal como apareció en los noticieros, y la colaboración de los artistas en el videoclip, grabado en una galería de arte de Noah Bliazi. Esta fusión de imágenes captura tanto la realidad cruda como la expresión artística.



1. **Nombre del EP o disco: Piramide**
2. **Artista: Ithan Ny, DrakoMafia, Juliano-Chieff**
3. **Año: 2021**
4. **Diseñada por: KashTheMoney**

Contexto: En esta canción de trap que Juliano Kieff y DrakoMafia, parte de la Romagang, entran a la escena, mostrando su versatilidad y forma de fluir en la pista. En la canción se habla sobre estar en la cima de la pirámide, rodeado de riquezas y brillo. Hacen referencia a las mujeres atractivas con las que se rodea y cómo disfruta de una vida lujosa. Menciona que ahora se siente bien y no sale del pantano, haciendo alusión a un entorno peligroso, pero al que se siente cómodo. La letra también menciona situaciones de peligro, como enfrentamientos con la policía y menciones de armas de fuego. *"Arriba de la' pirámide' estamo', Turbillones de oro por eso es que brillamo', A la mami más rica nos llevamo', Ahora andamo' bacano' no salgo del pantano"* (Ithan Ny, 2021).

Tendencia: La carátula realizada con la técnica de ilustración, presenta un dibujo expresivo, cortesía del talentoso diseñador Kash The Money. Este enfoque artístico aporta una estética única y original al arte de portada, destacando la creatividad visual que el trap busca.

Tipografía: Estilizada como un "tag" o grafiti, se fusiona de manera armoniosa con la ilustración. Esta elección refleja la naturaleza callejera y rebelde del género, añadiendo un toque de autenticidad. La tipografía se clasifica dentro de la categoría de fantasía caligráfica y scrip.

Color: El blanco, simulando una hoja de papel, establece un fondo limpio y resalta los detalles intrincados de la ilustración.

Imagen: En el centro de la composición, tres artistas en un automóvil rodeados de elementos que simbolizan la riqueza, peligro y lujo. La representación visual de armas, drogas y joyas no solo coincide con la temática de la canción, sino que también añade capas visuales intrigantes, invitando a los espectadores a explorar la narrativa visual.



1. **Nombre del EP o disco: Jugu Jugu**
2. **Artista: Harry Nach, El Futuro fuera de órbita**
3. **Año: 2021**
4. **Diseñada por: No acreditado**

El tema gira en torno a la idea de disfrutar de la vida nocturna, ir a discotecas y desinhibirse, un concepto centrado en la sensualidad. La letra menciona el consumo de alcohol y drogas. También se hace referencia a su propio éxito y poderío, afirmando que tiene mujeres interesadas en él y que puede llenarles la cartera de dinero.

"Dinero, dinero, yo te lleno la cartera, Si tú me vieras de una vez, te desesperas, El ex de tu pololo todavía con la pera" (El Futuro, 2021).

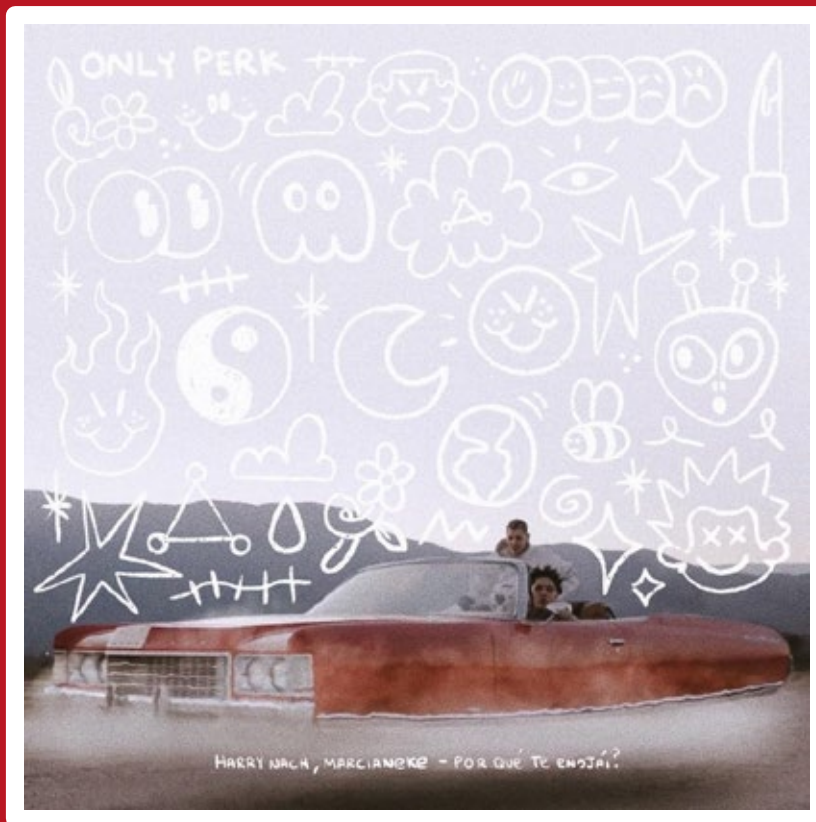
Contexto: Jugu Jugu fue la canción del verano 2021, con su melodía de dembow dominicano, combinada con el estilo de Harry Nach, formaron una canción perfecta para la época.

Tendencia: Se evidencia una tendencia fotográfica al presentar una imagen de los dos artistas frente a la cámara, destacando la personalidad y la complicidad entre los artistas.

Estilo: La carátula cuenta con características de la estética gótica y un toque grunge. El fondo negro que imita una hoja de papel rota, añade una textura intrigante y resalta la intensidad del tema.

Tipografía: Simula un trazo de lápiz y se integra de manera orgánica con los elementos sobre la fotografía. Se clasifica dentro de las de fantasía, caligráficas y script.

Color: Predomina el negro en toda la composición.



1. **Nombre del EP o disco: Porque Te Enojai?**
2. **Artista: Marcianeke, Harry Nach**
3. **Año: 2021**
4. **Diseñada por: Sativo Colors**

La canción presenta un tema explícito sobre el amor y desamor, el deseo sexual y la conexión entre dos personas, destacando que prefiere cuando está en la intimidad con la mujer, a cuando está enojada.

"No me gusta cuando te enojai, Solo me encanta cuando tú te mojai, Y conmigo te relajai, ay" (Harry Nach, 2021)

Contexto: El junte de estos dos artistas hizo una canción que traspasó fronteras, siendo la más escuchada en países como Colombia, México y Argentina.

Tendencia: La carátula exhibe una tendencia abstracta, fusionando una fotografía central con una variedad de símbolos blancos que engloban casi el 70% de la composición.

Estilo: El elemento más destacado es el fotomontaje que presenta un automóvil flotante, envuelto en una estela de humo. Este elemento añade un toque distintivo a la composición, fusionando la realidad con la fantasía de manera impactante.

Tipografía: La fuente, se integra de manera armoniosa con los símbolos presentes. De estilo de fantasía decorativa, contribuye a la estética general de la carátula.

Color: El fondo blanco del cielo domina la composición, brindando una sensación de pureza y resaltando los elementos visuales que capturan la atención.

Imagen: Los dos artistas aparecen encima de un automóvil flotante, mirando directamente a la cámara.

2022

El nacimiento de “La Nueva Ola” y la época del Perreo (2022)

Se presencia el florecimiento de una "nueva ola" de cantantes jóvenes y talentosos en 2022, quienes emergieron con fuerza en la escena musical del país. Este periodo se caracterizó no solo por el surgimiento de prometedores artistas provenientes de distintos lugares de Chile, sino también por el resurgimiento del reggaetón, este género conquistó nuevamente el gusto del público y se convirtió en una influencia dominante en la música urbana.



1. **Nombre del EP o disco: Mandame Tu Ubi**
2. **Artista: Jere Klein, Lucky Brown**
3. **Año: 2022**
4. **Diseñada por: Dasavage.artz**

Contexto: Comienza un nuevo año, y con esto aparece una nueva ola de cantantes. “La nueva era o la nueva” como dicen en el género urbano. Es aquí donde un joven de 16 años entra en el juego (Jere Klein) y Lucky Brown con 17. Esta canción se hizo viral en la plataforma TikTok, subiendo al podio a estos 2 jóvenes cantantes.

La canción presenta un tema explícito y directo relacionado con la seducción, la fiesta y el deseo sexual. Se enfoca en el ambiente de la discoteca y la conexión física y desinhibida entre dos personas. También hablan de sus joyas y cadenas.

“En la disco me mueve la' cadera', Se me pela, buena tela, sabe cómo soy yo, mmm, Esa mujer está buena y le gustan mi cadena', Y que sean de menor, mmm” (Lucky Brown, 2022).

Estilo: La carátula adopta un cautivador fotomontaje, dando a los artistas la apariencia de estrellas de cine, con dos imágenes a gran escala que capturan la atención, y dos más pequeñas en el centro, añadiendo profundidad y dinamismo visual.

Tipografía: Se optó por una fuente a mano alzada con un tono naranja para el título de la canción, generando un efecto llamativo y vibrante. Esta elección pertenece a la categoría de tipografías de fantasía, caligráficas y script, brindando una sensación de creatividad y dinamismo al diseño. Los nombres de los artistas adoptan una tipografía más pequeña en color blanco, siendo de la categoría de Tipografía Romana Antigua. Esta elección aporta un toque de elegancia y formalidad, estableciendo una jerarquía visual que otorga mayor relevancia al título de la canción.

Color: El negro domina la composición, generando un fondo impactante que subraya la intensidad y el misterio del tema. El contraste con las tipografías en naranja y blanco añade un toque de vivacidad y distinción.



1. **Nombre del EP o disco: Lokotron Remix**
2. **Artista: Harry Nach, Cris MJ, Polimá Westcoast, Pablo Chill-E, Aqua VS**
3. **Año: 2022**
4. **Diseñada por: No acreditado**

Contexto: Esta canción es uno de los jupes más “Pegados” del último tiempo, donde une a los artistas pioneros como Harry Nach, Polimá y Pablo junto a Aqua y Cris Mj del nuevo tiempo.

La canción habla del estilo de vida de los cantantes, que en base a su personalidad extravagante atrae mujeres. También habla de la atención constante que se tiene hacia ellos como artistas. Dinero y vida nocturna.

“Ay, Dios mío, te robé a lo bandío, Le mordí las nalga' y ahora ese culo e' mío, No se enamora porque tiene el cora partío, Vamo' a divertirno' con tu bestie haciendo un trío” (Polimá WestCoast, 2022).

Estilo: La carátula utiliza un fotomontaje que incorpora elementos del videoclip, como drones, globos aerostáticos y un cielo azul vibrante. La disposición equilibrada de estos elementos en el centro, junto con el semicírculo de fondo, crea una composición visualmente atractiva.

Tipografía: Adopta un estilo futurista inspirado en "Tron", añadiendo un toque contemporáneo y tecnológico. Esta elección entra en la categoría de tipografías de fantasía decorativas, destacando el título de la canción. Por otro lado, los nombres de los cantantes están presentados en una Tipografía Sans Serif, manteniendo la legibilidad y ofreciendo un contraste efectivo.

Color: El azul predominante en el cielo infunde un ambiente fresco y moderno en la carátula. Este tono evoca una sensación de confianza y serenidad, en sintonía con la estética general de la composición y la temática de la canción.

Imagen: La inclusión de dos estéticas diferentes de los personajes en el video, una de médicos y otra completamente de blanco, agrega profundidad a la narrativa visual. Esta elección refleja la diversidad de facetas presentadas en la canción, ofreciendo una vista intrigante al contenido del videoclip.



1. **Nombre del EP o disco: Tu Diablo**
2. **Artista: Ithan NY, Nicko Og, Tunechikidd**
3. **Año: 2022**
4. **Diseñada por: KashTheMoney**

Contexto: Otra de las canciones que se viralizó por la plataforma de TikTok es “Tu Diablo” de Ithan Ny, mostrando que no solo puede hacer trap sino que también es bueno en el Reggaetón.

La canción Tu diablo habla de seducción, la fiesta y la actitud rebelde. La letra habla sobre un personaje que se presenta como un diablo o un chico malo, que busca divertirse y seducir a una mujer. También hace alusión al estilo de vida lujoso y ostentoso, mencionando marcas de moda y objetos de valor.

“Mami soy tu diablo (brr), tú nene malo (jaja), Te escupo y el pelo te jalo (ey), paso viendo las rede, Y subo un palo, pa' ver si responde, te llamo y no dice alo” (Ithan Ny, 2022).

Tendencia: La carátula adopta la tendencia de la ilustración, con un dibujo que representa a los tres artistas. Sus ojos y bocas tenebrosas, junto con los cuernos de diablo, sugieren una estética distintiva y atractiva.

Tipografía: Aunque no incluye, esta ausencia puede ser una elección deliberada para permitir que la ilustración y los elementos visuales dominen la carátula.

Color: El rojo predominante en la carátula, asociado al infierno, agrega una dimensión de intensidad y pasión a la composición. Este color se utiliza eficazmente para transmitir la actitud provocadora y rebelde de la canción.

Estilo: La carátula adopta un estilo gótico con elementos distintivos como ojos, cuernos y un cielo rojo, transmitiendo una sensación de oscuridad, misterio y fantasía que complementa la temática de la canción.

Imagen: La representación de los artistas en forma de diablo refuerza de manera visual el título de la canción, creando una conexión directa entre la imagen y la narrativa de la letra.



1. **Nombre del EP o disco: Querian Perreo?**
2. **Artista: Julianno Sosa**
3. **Año: 2022**
4. **Diseñada por: lamDidd**

Contexto: El 2022 es del reggaeton, es así como por primera vez Julianno, una de las caras del trap en Chile saca un Ep completo de "Perreo". Un álbum con 6 canciones, en donde una de ellas se hizo mundialmente conocida, "Cochinae", la cual estuvo dentro de los tops globales de los países de México, Chile, Argentina, Ecuador, Estados Unidos y Colombia.

La canción "Cochinae" de Julianno Sosa tiene un concepto explícitamente sexual y provocativo. El tema habla de forma directa y cruda sobre el deseo sexual.

"Vamo' hacer cochinae cuando te busque en la nave, Dale, ponte exótica, puti, pa' que te grabe, Tú me tiene' grave, adicto como este jarabe, Yo sé que eres ninfómana por eso a ti te traje" (Julianno Sosa, 2022).

Tendencia: La carátula adopta la tendencia del fotomontaje, donde el artista y una cabina telefónica se superponen en un fondo de tres colores distintivos.

Estilo: El diseño tiene un enfoque retro, empleando una textura que simula un CD o vinilo. Este estilo añade nostalgia.

Tipografía: La tipografía a mano alzada de color blanco, ubicada en la parte inferior derecha, añade un toque de informalidad y energía, aunque no es el elemento principal. Entra en la categoría de Tipografía de fantasía, caligráfica y script. Mientras que los nombres de los artistas utilizan fuentes Sans Serif las cuales contrastan de manera efectiva.

Color: Se puede apreciar una paleta de tres colores, donde predomina por mayor parte el morado.

Imagen: La representación de Julianno en un teléfono destaca la llamada al "perreo", conectando visualmente con el título de la canción y añadiendo una capa de creatividad a la composición.



1. **Nombre del EP o disco: Pegate**
2. **Artista: Standly**
3. **Año: 2022**
4. **Diseñada por: ShaggyArtz**

Contexto: Es con esta canción que el joven Standly avanza su carrera a un nivel internacional. Gracias a la masificación del video y de la canción por la plataforma de TikTok, esta canción hoy en día tiene más de 150 millones de reproducciones.

Es una canción que habla sobre la atracción y la conexión física entre dos personas.

La letra resalta la intensidad del deseo, la satisfacción mutua y el disfrute compartido en una relación íntima. *“Le compré una casa al la'o mío, pa' que sea mi vecina, Y le pegué al TikTok, ahora se cree bailarina, Le pasé yo mi Glock, ahora se cree asesina”* (Standly, 2022).

Ilustración: La carátula adopta la tendencia de la ilustración digital, presentando a Standly con un inflable de cigarrillo de marihuana, elemento lúdico presente en el videoclip. La composición se basa en escenas del video, como la piscina con vista a la playa y la ropa del artista, creando coherencia y conexión visual.

Estilo: El diseño abraza el estilo cartoon, caracterizado por la ilustración caricaturesca de Karitalapiz.

Tipografía: Bajo el estilo de videojuego o anime, con un color muy llamativo que centra la visión en él. Entra en la categoría de Tipografía de fantasía decorativa.

Color: Predomina el color azul tanto en el personaje, como en el resto de la composición.

Imagen: La ilustración caricaturesca de Karitalapiz se integra perfectamente con el diseño general de la carátula. La inclusión de elementos específicos del videoclip, como el avión con las siglas "HSG", añade capas de significado y representa el sello distintivo de Standly.



1. **Nombre del EP o disco: Bailando**
2. **Artista: El Jordan 23, Standly**
3. **Año: 2022**
4. **Diseñada por: Sabini.vrts**

Contexto: En esta canción se juntan 2 de los más “pegados” en este año. En la canción los cantantes expresan su interés por la persona con la que está bailando, resaltando que desde hace tiempo la ha estado observando.

La letra también hace referencia a la forma en que el cantante se presenta a sí mismo, destacando su procedencia de un entorno más humilde y su estilo de vida "flaite". Hablando constantemente de dinero, baile y seducción.

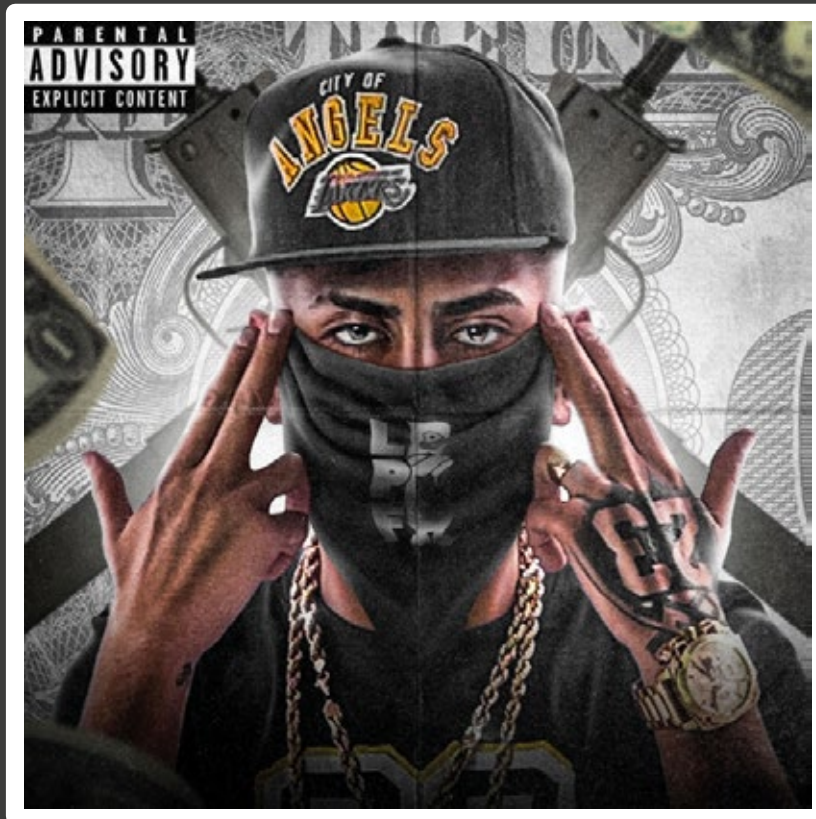
“De ese toto fui el primero, corte Cristóbal Colón, Del oriente bajando con la baby a la población” (El Jordan 23, 2022).

Tendencia: La carátula aborda un fotomontaje, fusionando las fotografías de los artistas en un fondo blanco y negro. La composición crea una forma femenina con siluetas de mujeres bailando en los lados, agregando dinamismo visual y conexiones temáticas con la letra.

Tipografía: Adopta un estilo urbano y elegante, con colores opuestos que se integran con la composición. Al ser blanca sobre fondo negro y negra sobre fondo blanco, aporta contraste y equilibrio. Este diseño entra en la categoría de Tipografía de fantasía decorativa.

Color: Blanco y negro.

Imagen: En el centro, una mujer realiza un "Stripdance", captando la esencia sensual de la canción. Las siluetas de mujeres detrás de cada artista enfatizan la temática. Las texturas de vidrio roto en las esquinas inferiores añaden un toque de rebeldía y complejidad visual.



1. **Nombre del EP o disco: Ando**
2. **Artista: El Jordan**
3. **Año: 2022**
4. **Diseñada por: Sabini.vrts**

Contexto: Este año sin dudas fue donde más Reggaeton salió de Chile, sobre todo de nuestro exponente del maleanteo "El Jordan 23", quien desde que comenzó su carrera lleva sacando música todos los 23 de cada mes.

La canción habla de poder y superioridad dentro del contexto del mundo callejero. La letra hace referencia a elementos de lujo y marcas caras. El cantante expresa que está armado y preparado para enfrentar problemas, y que tiene el control de la situación. Se enorgullece de su estilo de vida y menciona que está en camino de hacerse rico. *"Yo soy flaite y les duele, Que me voy a hacerme millo en breve, El corte que le doy no e' na' pa' la TV, Yo lo que canto e' base, Con lo' gile' mala clase, De ketazo me di un pase, Flaite y famoso y seguimo' en el case"* (El Jordan 23, 2022).

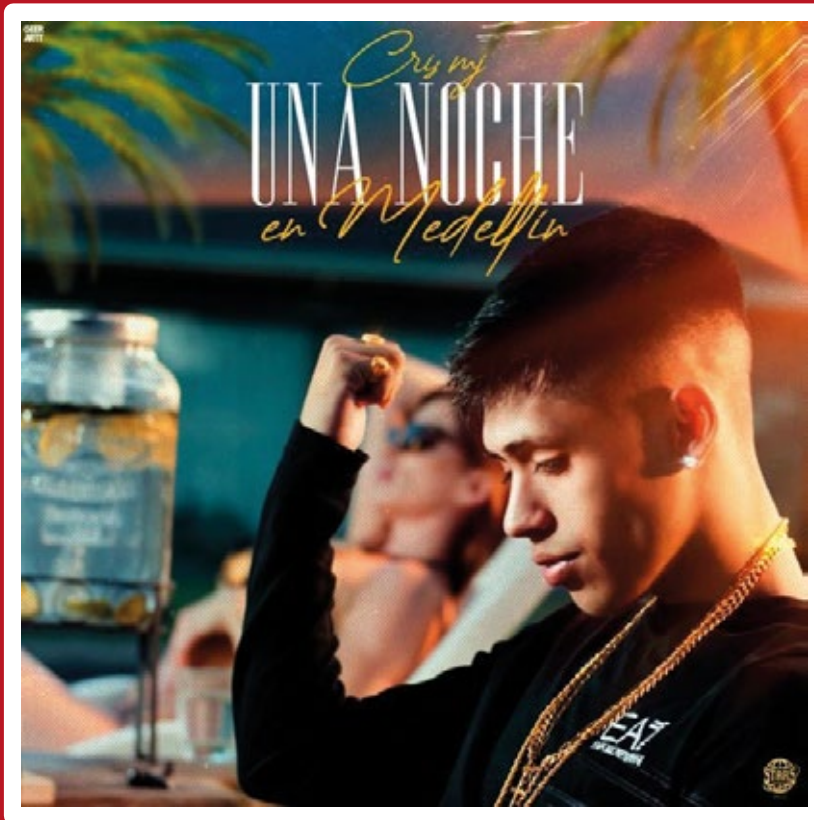
Tendencia: La carátula sigue la tendencia del fotomontaje, utilizando un billete americano como fondo, acentuando la conexión con la temática del dinero y el poder. Dos pistolas reflejadas en el centro añaden un elemento de riesgo y control. La fotografía del artista ocupa el frente, enfatizando su importancia.

Estilo: El estilo gótico se manifiesta en la textura que recubre toda la composición, simulando una hoja con un toque de suciedad y grano. Este estilo añade complejidad visual a la carátula, complementando la actitud y la temática de la canción.

Tipografía: La carátula no incorpora tipografía, permitiendo que la imagen hable por sí misma.

Color: El color negro domina la composición, aportando un tono oscuro y poderoso. La elección del negro resalta la actitud segura y decidida del artista.

Imagen: El Jordan 23 se presenta con una actitud decidida y segura, haciendo gestos de pistolas con las manos. La imagen transmite poder y control, alineándose con el contenido y el tono de la canción.



1. **Nombre del EP o disco: Una Noche en Medellín**
2. **Artista: Cris Mj**
3. **Año: 2022**
4. **Diseñada por: Geer_artt**

Contexto: Esta es sin dudas la canción del 2022, consiguiendo disco de oro y platino X4. Es la canción Chilena más escuchada en toda la historia con más de 600 millones de reproducciones. Sin dudas esta fue la canción que puso los ojos de todo el mundo en el reggaeton chileno. Es por esto que Cris Mj acaba de ganar el premio de "Top Artista Nuevo Masculino" en los premios tumusica urbano 2023 realizado en Puerto Rico.

La letra habla de un encuentro romántico en la ciudad de Medellín y cómo el narrador está dispuesto a hacer todo lo necesario para complacer a su pareja. También hace referencia al dinero y al estilo de vida lujoso.

"Si tu quiere yo te pago el gym, Te llevo al Mandarin y te hago blin blin, Mi iPhone suena ring-ring, Me está llamando el dinero fácil, Goteando mi drip, Esa gata lo que busca es guayeteo, fumeteo, Que yo me la robe y formemo' el partyseo" (Cris Mj, 2022)

Tendencia: El fotomontaje se convierte en la esencia de la carátula, fusionando la imagen del artista con una escena del videoclip. La modelo participante se sitúa en una silla de playa al fondo, creando una ilusión de profundidad. Las palmeras, la jarra fresca y el atardecer vibrante complementan la composición, aportando una sensación de relajación y ambiente veraniego.

Tipografía: La fuente utilizada juega un papel clave. La frase "una noche", en mayúsculas con una tipografía romana moderna, sugiere elegancia y formalidad. En contraste, "en Medellín" y el nombre del artista están escritos a mano alzada en amarillo (Tipografía de fantasía), que resalta y aporta dinamismo. Esta combinación de estilos y colores se integra armónicamente con la composición.

Color: Los colores cálidos, evocan una sensación de calidez. Se complementa con la escena del atardecer, contribuyendo a la cohesión visual de la carátula y reflejando la atmósfera de la canción.

Imagen: La composición logra una fusión armoniosa de elementos visuales que sugieren relajación y diversión.



1. **Nombre del EP o disco: La Luz Es Única**
2. **Artista: Piero 47**
3. **Año: 2022**
4. **Diseñada por: SativoColors**

Contexto: Piero 47 es la cara del trap drill en la nueva era. Proveniente de Pudahuel, es parte de la Yakuza Mafia.

Siendo el primer álbum que tiene Piero en su carrera, cuenta con 7 canciones demostrando la versatilidad y flow que tiene para fluir en pistas de trap. Con canciones como "Seguimos joseando" junto a Galee Galee y "Hielo" junto a Aqua VS.

La letra de la canción "Seguimos Joseando" presenta un concepto de superación, determinación y éxito. Habla sobre la transformación personal y el progreso alcanzado a través del esfuerzo y la perseverancia. El énfasis, es decir, la dedicación y el enfoque, motiva al cantante a salir de una posición desfavorable y alcanzar el éxito. El narrador se enorgullece de su origen humilde y menciona que nació pobre, pero su visión siempre ha sido ser millonario.

"Sonando en Youtube y en Spotify, A mí si que me ha costado, ¿y estos giles que fai'?, Con los lentes de tu mami, ni un corte le dai, Mejor váyanse a jalar por ahí, Nosotros estamo' haciendo, palos, Y no te hablo de música, te hablo de millones, Pa' que tantas cadenas, si ustedes son weones" (Piero 47, 2022).

Tendencia: El fotomontaje es la técnica dominante, integrando elementos clave para la narrativa. Un niño, representando a Piero en sus inicios, emerge de una población, iluminado por un ángel. La disposición en el centro de la carátula crea un punto focal sólido, destacando la transformación y el ascenso desde un entorno desfavorecido.

Tipografía: La fuente roja resalta contra el cielo claro. Su posición y color proporcionan un recorrido visual efectivo de arriba hacia abajo, guiando la atención del espectador. Esta tipografía de fantasía decorativa complementa el tono y el mensaje de la carátula.

Color: El rojo como color dominante, contrastando con el cielo claro, agrega dinamismo y resalta la importancia del mensaje de superación.

Imagen: Captura la esencia de la superación y el progreso personal que Piero aborda en su música. El niño que sale de la población con una bolsa de dinero simboliza la ambición de éxito. El ángel que ilumina el camino aporta un toque celestial, reforzando la idea de la determinación guiada por una fuerza superior.



1. **Nombre del EP o disco: X5**
2. **Artista: Ithan Ny, Galee Galee, Piero 47**
3. **Año: 2022**
4. **Diseñada por: Chill_4rt**

Contexto: Con X5 vuelve el trap a nuestro país, una canción que junta a estos 4 exponentes que se enfocan en hacer música de este estilo.

En la letra, los artistas hablan de la vida que tienen ahora al “alcanzar la fama” y el dinero a través de la música. Se menciona la adquisición de artículos caros como ropa Gucci y un vehículo BMW X5. La lealtad a sus amigos y familia, y como esto no ha cambiado a pesar del éxito que han estado alcanzando.

Otro punto que habla la canción es la violencia y la capacidad para manejarla, superación personal, armas y balas.

“Comiendo tomahawk, una mami que bajó en una Q5 lo orienté, ah, Si no fuera por la música estaríamos' dándole caña, Hasta que a mí me arresten” (Ithan Ny, 2022).

Tendencia: La ilustración, realizada por el artista visual Chill_4rt, destaca con una representación caricaturesca de una camioneta BMW X5 blanca. Sobre el capó, una pistola con cargador extendido agrega un toque visual, encapsulando el tema de la canción.

Tipografía: Dibujada y en colores llamativos, se integra a la composición, añadiendo un toque de estilo. Tanto el título como los nombres de los artistas están representados con tipografía de fantasía, caligráfica y script, contribuyendo a la estética general.

Color: El blanco, dominante en la camioneta, establece un tono limpio y elegante. Este color contrasta con la pistola, destacando su presencia en la composición.



1. **Nombre del EP o disco: Ultra Solo**
2. **Artista: Polima WestCoast, Pailita**
3. **Año: 2022**
4. **Diseñada por: lamDidd**

Contexto: La canción icono del 2022, la más reproducida en las radios según el mostrador: "...Suma un nuevo hito que confirma su avasallador éxito, tras alzarse como la canción chilena más tocada en las radios locales durante la reciente temporada 2022" (El mostrador Cultura).

Ultra solo habla un concepto de Soledad y tristeza después de una ruptura amorosa. Expresan la sensación de estar solo en casa, a pesar de tenerlo todo. Sentimientos de nostalgia y arrepentimiento. "Prendiendo un Phillie solo y coronao', ¿De qué sirve, si no está' a mi la'o?, Por ti paso el día conectao', Pendiente al cel, pendiente a ti, Pendiente si subes una story, Pendiente pa' ver si sola está' feliz" (Polimá WestCoast, 2022).

Tendencia: La ilustración pintada, realizada en óleo y posteriormente trasladada al formato digital, adopta la tendencia de la pintura hecha a mano. Este enfoque aporta una autenticidad, capturando la atención con detalles que resaltan la soledad y la intensidad emocional de la canción.

Tipografía: Diseñada a mano, funciona como una firma artística que se integra armoniosamente con la ilustración. El título "ULTRA SOLO" destaca con una tipografía de fantasía caligráfica y script, mientras que los nombres de los cantantes se presentan en tipografía Romana, estableciendo una jerarquía visual efectiva.

Color: La paleta de colores vibrantes y saturados evoca la psicodelia, creando una atmósfera visual única. La diversidad de colores en las personas destaca la individualidad en medio de la multitud, mientras que el rojo en las chaquetas y zapatillas de los artistas centraliza la atención.

Imagen: La composición destaca la paradoja de la soledad en la multitud, situando a los dos artistas en el centro de una bulliciosa ciudad. La simetría vertical generada por la perspectiva de la calle refuerza la sensación de estar atrapado en una profunda introspección.

Estilo: La aplicación de técnicas psicodélicas, manifestadas en la intensidad cromática y la saturación.



1. **Nombre del EP o disco: La Cone**
2. **Artista: Polima WestCoast, Mora, Quevedo**
3. **Año: 2022**
4. **Diseñada por: Esekidd**

Contexto: En este momento de la historia, comienzan a hacerse las colaboraciones internacionales, siendo Polima uno de estos. Juntando en "La Cone" a 2 de los artistas más "Pegados" del mundo, España y Puerto Rico.

La canción habla de deseo sexual y atracción física, destacando el estilo de vida de esta mujer, con alta presencia en redes sociales y marcas de ropa de alta gama.

"La invito a ver Netflix como excusa, Le quito la Givenchy, la Dior y la Medusa, Blanquita como el Bentley, tú abusa! Yo soy tu juguetito, cuando tú quieras me usa" (Polimá WestCoast, 2022)

Tendencia: Esekidd, a través de una ilustración digital, da vida a los tres artistas con un toque caricaturesco y de anime, situados en una playa caribeña.

Diseño: La carátula presenta un diseño psicodélico gracias a una rica paleta de colores. Esta elección no solo aporta dinamismo, sino que también crea una experiencia visual cautivadora.

Tipografía: Diseñada ilustrativamente, se destaca en un llamativo tono rosa, enfatizando el título. Ubicada en el centro para captar la atención. Los nombres de los artistas, en una tipografía más pequeña arriba, logran un equilibrio visual. Se clasifican en la categoría de Tipografía de fantasía decorativa.

Color: La carátula utiliza una variedad de colores.



1. **Nombre del EP o disco: La Terapia**
2. **Artista: Young Cister**
3. **Año: 2022**
4. **Diseñada por: Edwrz**

Contexto: Este año fue importante para Young Cister, quien en ese entonces ya tenía una línea trazada de canciones de amor y desamor, ya sea en cualquier estilo musical.

La canción presenta un concepto de desamor y la lucha por superar una relación pasada. La letra describe los sentimientos de nostalgia, decepción y enojo después de una ruptura amorosa. También refleja el proceso de dolor y búsqueda de liberación emocional después de una relación fallida, destacando la necesidad de encontrar una "terapia" para sanar y seguir adelante.

"Afuera está lloviendo y a esta hora es normal que yo te extrañe, Y si ya no te contesto, bebecita, es porque me fui pa'la calle" (Young Cister, 2022).

Tendencia: La carátula se adhiere a la tendencia fotográfica, destacando una imagen singular de una mujer. Enfocándose en un primer plano del ojo, crea una conexión inmediata con la audiencia al transmitir emociones directas.

Diseño: El diseño retro se manifiesta a través del grano presente en la fotografía. Este efecto, reminiscente de la fotografía análoga o aplicado intencionalmente, infunde a la carátula con una estética antigua, resonando con la temática nostálgica de la canción.

Tipografía: En blanco sobre fondo negro aporta un elemento de contraste y peso a la composición. Utilizando una tipografía Sans Serif, transmite un mensaje directo y contemporáneo, sin distraer de la imagen central.

Color: El color rojo, dominante en la composición, se superpone para realzar los tonos más claros de la cara. Este uso del color evoca emociones intensas y enfatiza la temática emotiva de la canción.

Imagen: La carátula muestra una fotografía de una chica, a la cual solamente se le ve el ojo. Demuestra tristeza, se alcanza a ver una gota de lágrima que sale por su ojo.



1. **Nombre del EP o disco: Pa K Te Enamore**
2. **Artista: Jairo Vera**
3. **Año: 2022**
4. **Diseñada por: lamDidd**

Contexto: Este Ep de Jairo Vera impulsa de forma impactante su música internacionalmente. Un disco con 7 canciones de reggaeton para dedicar.

El disco se centra en el tema del amor y relaciones, pasando diferentes facetas, desde la pasión y la entrega hasta el desamor y la superación de esta ruptura.

“Mami, móntate encima, Despué' que me monte en la tarima, Te voy a elevar a la cima, bota lo que te lastima, Tengo mucha' pero tú está' fina” (Jairo Vera, 2022).

Tendencia: La carátula adopta una estética minimalista, destacando la simplicidad y elegancia. Un cielo azul con nubes sirve como fondo, creando un lienzo limpio que permite la atención centrada en los elementos clave.

Tipografía: Las fuentes desempeñan un papel crucial en la carátula. La textura de oro en contraste con el nombre manuscrito en negro genera un efecto de lujo. La elección de estas tipografías aporta sofisticación y enfoque, dirigiendo la mirada del espectador hacia la esencia del EP. Se clasifica en Tipografía romana.

Color: El predominio del blanco de las nubes sobre el cielo contribuye a la atmósfera limpia y fresca.

Imagen: Un cielo con nubes forma la base, y un avión dibuja un corazón en el cielo. Esta representación visual evoca el tema del amor elevado, sugerido por las letras de las canciones y reflejado en la metáfora del avión formando un corazón.

El resurgimiento del trap y la proyección internacional de los nuevos talentos (2023):

En la actualidad, la escena musical chilena se encuentra en un estado de plena consolidación y dinamismo. Los artistas nacionales están generando un flujo constante de canciones que inundan el panorama musical casi a diario. En este contexto, el trap ha experimentado un resurgimiento destacado, expandiendo su alcance y siendo aclamado a nivel global. Los artistas están alcanzando una gran audiencia internacional, logrando ser escuchados en todas partes del mundo. Además, tienen la oportunidad de participar en grandes festivales y recibir reconocimiento mediante la obtención de premios. El año 2023 marca un momento significativo en el que la música urbana chilena se ha consolidado como un fenómeno global, con artistas que se destacan por su talento y logros en la escena internacional.

2023



1. **Nombre del EP o disco: Duende Verde**
2. **Artista: Pablo Chill-e**
3. **Año: 2023**
4. **Diseñada por: No acreditado**

Contexto: El tan esperado disco de Pablo Chill-e luego de más de 1 año sin sacar música, por un problema con la disquera con la que había firmado, consta de 21 canciones. Un álbum de solo canciones de trap duro, que cuenta con colaboraciones internacionales como locales con Duki, Young Cister, Aqua VS, King Savagge, Polimá Westcoast, Ithan NY, G2, La Zowi, Flor de Rap y Gianluca.

Este Ep es una manifestación clara de ira y liberación, donde Pablo Chill-e emerge de su encierro como el personaje de Spiderman, para relatar desde las duras realidades de la vida en la calle hasta los lujos y placeres propios de una estrella del trap. *“No eres tan bacán hasta que te tocó vivirlo, No e' fácil hacerlo pero sí e' fácil decirlo, El tajo de mi primo del abdomen al ombligo, Pero él no se murió, ¿tú me entiendes lo que digo?”* (Pablo Chill-e, 2023).

En un entrevista con BioBio Radio Pablo comenta : *“Una pesadilla de la cual igual estoy agradecido, porke (sic) gracias a esta inestabilidad emocional inspiré todo mi odio, frustraciones, locuras y sentimientos malos para hacer este mixtape de trap crudo”* (Pablo Chill-e, 2023).

Tendencia: La carátula presenta un fotomontaje intrigante, fusionando la imagen distintiva de Pablo Chill-e con la máscara icónica del villano "El Duende Verde". El brazo parcialmente cubierto con el traje del villano acentúa el aura de transformación y dualidad.

Tipografía: La fuente, cromada y con destellos, aporta un toque de elegancia y se destaca con fuerza sobre el fondo. Su estilo tipográfico romano, mientras que los brillos añaden un elemento moderno.

Estilo: El uso de elementos como la máscara y la tipografía elegante cromada evoca un estilo gótico. Este estilo se ve reforzado por la conexión con la temática oscura del villano de Spider-Man y la atmósfera general de la imagen.

Color: El rojo intenso que domina la composición añade una energía vibrante y sugiere intensidad emocional. Este color, asociado con el peligro y la pasión, refuerza el tono agresivo del trap crudo de Pablo Chill-e.

Imagen: Se puede observar a Pablo disfrazado de "El duende verde" luego de una posible pelea.



1. **Nombre del EP o disco: Venga Pa Aca**
2. **Artista: Pailita**
3. **Año: 2023**
4. **Diseñada por: Pikketenzzo**

Contexto: Es así como este año siguen saliendo Hits de los ya establecidos artistas del género urbano, es el caso de Pailita y su single “Venga Pa Aca”, lleno de ritmos bailables y melodías pegajosas.

La canción menciona la atracción física y la disposición para complacerla en diferentes aspectos. El tema aborda el ambiente festivo, la seducción y el disfrute de la noche, resaltando la figura femenina como objeto de deseo.

“Ella es mi Lola Bunny, Andamos capsuleando en la poblacione' con los auto' tuning, Ven a hacer la tarea' y no te hablo de la uni, Te como si es que da la oportuni” (Pailita, 2023).

Tendencia: La carátula se adhiere a la tendencia fotográfica al presentar una imagen directa del artista, invitando al espectador a acercarse emocionalmente. La elección de este estilo sugiere autenticidad y conexión inmediata.

Estilo: Basándose en la fuerza visual de una fotografía principal, la carátula se construye alrededor de la imagen del artista, reforzando la autenticidad y la conexión emocional. La fotografía es la columna vertebral de la composición.

Tipografía: La fuente, enriquecida con elementos 3D, diamantes incrustados y resplandor dorado, infunde elegancia a la composición. Considerada dentro de la categoría de tipografías romanas, las letras amarillas resaltan sobre el fondo del sillón, generando un contraste visual.

Color: El color amarillo, tanto en las letras de oro como en el respaldo del sillón, se erige como protagonista. Este tono vibrante simboliza riqueza y lujos.

Imagen: En la carátula podemos ver una fotografía del día de rodaje del videoclip.



1. **Nombre del EP o disco: Ropa Cara**
2. **Artista: El Jordan 23, Pailita**
3. **Año: 2023**
4. **Diseñada por: Hacheart_lpf**

Contexto: Los 2 artistas “pegados” de reggaeton se unen para hacer la canción “Ropa Cara”. La canción habla sobre el estilo de vida ostentoso y lujoso que llevan los artistas. Se muestra una actitud desafiante hacia aquellos que los critican y/o envidian, mientras resaltan su éxito y poder de dinero.

“Están mordio' porque ahora estamo' en el top, Hasta los chanteo' se me pegan en TikTok, No para de moverlo hasta que lo diga "Stop", Los hueone' que me tiran si me ven quedan en shock” (El Jordan 23, 2023).

Estilo: La carátula adopta un enfoque minimalista, con la esencia de "Ropa Cara" en elementos esenciales y específicos. Esta elección visual refuerza la idea de que la riqueza está en la simplicidad.

Tendencia: La composición se basa en la tendencia del fotomontaje, presentando las prendas distintivas de los artistas sin revelar ninguna parte de su piel. La escena, ambientada en una habitación completamente roja, añade un toque de intensidad y enigma.

Tipografía: Se despliegan dos estilos tipográficos distintos, cada uno contribuyendo de manera única al impacto visual general. La tipografía utilizada para el título "Ropa Cara" transmite una sensación de elegancia y un estatus económico elevado. Las texturas cromadas y los brillos aportan un toque de lujo. El título "Ropa Cara" se clasifica dentro de la categoría tipográfica de Fantasía aportando un aire de extravagancia. La elección de utilizar tipografía Sans Serif para los nombres de los participantes de la canción crea un contraste deliberado. Este estilo simple y sin adornos aporta equilibrio al diseño general.

Color: El rojo color dominante en la composición aporta un toque de dramatismo.

Imagen: En el centro de la composición, los dos artistas son presentados de manera intrigante, con sus rostros ocultos y solo sus prendas en primer plano. Esta elección refuerza el enfoque en la "Ropa Cara" y añade un misterio visual que invita a la audiencia a explorar más.



1. **Nombre del EP o disco: Antijiles**
2. **Artista: Pablo Chill-e**
3. **Año: 2016**
4. **Diseñada por: No acreditado**

Contexto: Esta canción junto a varios de los que hoy en día están sonando en la escena urbana chilena, tanto de la nueva era como los ya antes conocidos. Esta canción se basa en la sensación de extrañar a alguien de manera intensa y profunda. Una historia de desamor, angustia y vacío emocional que sienten por esta ruptura.

"Y vuelve, si todo problema se resuelve, No diga' que no fui diferente, no te puedo sacar de mi mente, La soledad me carcome, no sé cómo controlar mi' emocióne', Me siento solo contando millone', me la paso solo escuchando mi disco, Pa' que te enamore" (Jairo Vera, 2023).

Tendencia: Fotográfica, La elección de utilizar fotografías resalta la autenticidad y la conexión emocional.

Estilo: El diseño collage refleja la variedad de emociones que abarca la canción. Las fotografías dispuestas de manera aparentemente espontánea crean una atmósfera única. Cada imagen se convierte en un fragmento de la historia emocional que la canción explora.

Tipografía: El uso de una fuente vibrante y llamativa en un tono amarillo agrega un punto focal crucial. El color contrasta con las imágenes en sepia, atrayendo la atención del espectador hacia el título. Entra en la categoría de Tipografía romana.

Color: El amarillo de la tipografía se convierte en el principal portador de color en la carátula. Este tono vibrante sobre el fondo retro resalta la temática central de la canción.



1. **Nombre del EP o disco:** El Amor De Tu Vida
2. **Artista:** Gino Mella
3. **Año:** 2023
4. **Diseñada por:** Sabini.vrts

Contexto: Este año es cuando vuelve a sonar el veterano Gino Mella, también así, trae el llamado “carro” que son canciones tristes para dedicar a una ex pareja.

Hemos tenido varias canciones de este estilo, pero sin dudas, Gino Mella es quien ha realizado las canciones más pegadas de este subgénero.

La canción habla sobre el deseo de convertirse en la persona perfecta para alguien y brindarle el amor y la felicidad que merece. El concepto detrás de la letra gira en torno a la intención del protagonista de romper con los estereotipos negativos asociados con los hombres y demostrar que él es diferente.

“Si te vieras como te veo yo, sería tan diferente, Una wachita como tu no había visto en este continente, Dime quién fue tu creador, pa' felicitarlo personalmente, Rodea'o de mujere' en el club, pero si no estás tú no es mi ambiente” (Gino Mella, 2023).

Tendencia: El uso del fotomontaje se destaca como una elección visual intrigante. La pareja, unida por el hilo rojo, simboliza una conexión más allá de las circunstancias físicas. La disposición de ambos en diferentes entornos (lo que parece ser departamentos) acentúa la idea de que el amor trasciende las barreras espaciales.

Tipografía: Imitando la apariencia de un graffiti hecho con lata, añade un toque de rebeldía y originalidad. El color rojo vibrante de la tipografía resalta, atrayendo la atención del espectador. Este estilo entra en la categoría de tipografía de fantasía.

Color: El azul del cielo se convierte en el color central de la composición. Este tono simboliza la calma, la estabilidad y la serenidad.

Imagen: El hilo rojo, elemento central de la composición, se convierte en un poderoso símbolo. Representa la conexión eterna entre dos personas, independientemente de las dificultades o desafíos. La imagen transmite la idea de un vínculo predestinado que persiste a través del tiempo y la distancia.



1. **Nombre del EP o disco: 6.5**
2. **Artista: Jere Klein**
3. **Año: 2023**
4. **Diseñada por: Ogmartt**

Contexto: Este es el primer ep de este joven artista que consta de 4 canciones. Que hoy en día están las 4 dentro de las canciones más escuchadas en nuestro país y en el top 50 global en Spotify.

La letra de la canción "6.5" dentro del álbum, describe el deseo del protagonista de pasar un buen rato con una mujer y disfrutar de la vida sin preocupaciones, diversión, fiesta y dinero.

El 6.5 representa buena suerte y fortuna, y esto proviene de un juego de dados que se juega en las cárceles chilenas.

"Dale atrévete y vamos!, 6.5 a la vida y vamosle, Una fuma y volémosno!, Conmigo la pasarás mejor que ayer, Dale atrévete y vámono!, 6.5 a la vida y vámosle, Una fuma y volémosno!, Conmigo la pasarás mejor que ayer" (Jere Klein, 2023).

Tendencia: Siguiendo la tendencia fotográfica contemporánea, la carátula se centra en la imagen del artista. Esta elección simplificada destaca la importancia del protagonista y su identidad visual.

Tipografía: Se presenta en dos estilos distintivos. La palabra "6.5" está escrita con una tipografía elegante, cromada en azul, armonizando con el color del auto en la fotografía. Por otro lado, el nombre del artista adopta una tipografía a mano alzada, aportando un toque personal y juvenil. Ambas pertenecen a la categoría de tipografías de fantasía.

Color: El color azul, protagonista tanto en la tipografía como en el auto de la imagen, establece una cohesión visual sólida.

Imagen: Podemos observar una fotografía del día del rodaje del video principal, 6.5.



1. **Nombre del EP o disco: Working**
2. **Artista: King Savagge**
3. **Año: 2023**
4. **Diseñada por: Kartess**

Contexto: Este EP del artista King Savagge, con 8 canciones de diversos estilos mostrando la versatilidad que tiene el "King". Con colaboraciones de Ak420, Paloma Mami, Jairo Vera, Young Cister y Pablo Chill-e.

La canción principal del Ep, llamada WorKING habla de superación personal y el éxito alcanzado a pesar de las dificultades. Describe el proceso de pasar de una situación económica precaria a una vida más próspera, destacando los logros y el estatus alcanzado por el artista. demostrar que el trabajo duro y la perseverancia pueden llevar al éxito y a un cambio de vida significativo.

"Salí del barrio y pude lograrlo y eso es les pica, Esperame mami que en breve compro una finca, Dedo de al medio pa'toos lo'jiles que critican, Cada día son más y se triplican. Porque ahora vivimos bien" (King Savagge, 2023).

Tendencia: La carátula adopta la tendencia de la ilustración digital. El trabajo del ilustrador Kartess brinda una representación gráfica de King Savagge, capturándolo con un micrófono y un atril de oro. Esta elección refleja una interpretación artística y moderna de la personalidad del artista.

Estilo: El estilo visual de cartoon, caracterizado por una paleta de colores oscuros, da un toque caricaturesco a la ilustración.

Tipografía: La tipografía, elaborada a mano alzada con influencia de grafiti, comunica la actitud callejera y auténtica que caracteriza al género del trap. La elección de este estilo refuerza la conexión del artista con sus raíces y su ascenso desde entornos desfavorecidos hasta el éxito. Entra en la categoría de Tipografía de fantasía.

Color: El fondo negro predomina en la carátula, acentuando la atmósfera de misterio y resaltando la figura central de King Savagge. Este color sólido crea un contraste efectivo con los elementos ilustrativos y tipográficos.

Imagen: Una ilustración que destaca el título del Ep haciendo un juego de palabras enfocado en "Work" que significa trabajo y "King" que significa rey y también es como se ha catalogado este artista dentro del género del trap.



1. **Nombre del EP o disco: Partyson**
2. **Artista: Cris Mj**
3. **Año: 2023**
4. **Diseñada por: No acredita**

Contexto: El EP "Partyson" de Cris Mj se destaca por ser una compilación con 17 canciones, marcadas por colaboraciones notables tanto a nivel nacional como internacional, incluyendo nombres como Pablo Chill-e, Luar La L, Dei V, Yan Block, y Hades666. Este EP se posicionó como líder en reproducciones en Chile, superando a todos los lanzamientos discográficos del año 2023 hasta la fecha. Las canciones prometen una experiencia envolvente para disfrutar y bailar con los ritmos y letras cautivadoras de Cris Mj.

"En un partyson ella me miró, Y yo la miré, rápido la guayeé, Dime qué pasó, ¿me va' a envolver?, Yo la invito por ahí a comer, De-de-de prueba te doy duro castigo, Ma, con el látigo, le gusta el peligro (Dale), En un maquinón, en la MB, Siempre con el Don y contigo, mujer" (Cris Mj, 2023)

Tendencia: La carátula sigue la tendencia fotomontaje, colocando al artista como el foco principal mientras el fondo se difumina. Esta técnica agrega un toque artístico y contemporáneo, enfocando la atención en Cris Mj y su presencia magnética.

Tipografía: La tipografía "Partyson" adopta una fuente de fantasía que parece derretirse. Este estilo proporciona un contraste llamativo, transmitiendo elegancia y un toque de extravagancia, en línea con la esencia festiva del EP. Entra en la categoría de Tipografía de fantasía.

Color: El color rojo, presente en la tipografía, destaca con fuerza, evocando pasión y energía. El fondo celeste opaco añade equilibrio, suavizando la composición y proporcionando un telón de fondo fresco y moderno.

Imagen: La imagen de Cris Mj, con todo su contorno difuminado, crea un efecto de enfoque nítido en el centro.



1. **Nombre del EP o disco: X Eso BB**
2. **Artista: Jere Klein, Nicki Nicole**
3. **Año: 2023**
4. **Diseñada por: No Acredita**

Contexto: Esta canción es la primera colaboración internacional del artista Jere Klein con la cantante argentina Nicky Nicole. Es con esta canción que Jere entra en el top 10 canciones más escuchadas en plataformas de reproducción el año 2023 (Apple music y Spotify). También en los recientes premios MUSA realizados el 7 de diciembre, salió seleccionada la canción del año.

"Y por eso, bebé (bebé), Véngase pa' acá un rato (un rato), Que pa' acá la pasará' bien, no la pasará' mal, Soy un buen vato" (Jere Klein, 2023)

Tendencia: La carátula sigue la tendencia fotográfica, presentando una imagen capturada durante el rodaje del videoclip. Este enfoque se alinea perfectamente con la simplicidad de la composición, donde la fotografía asume el papel principal. La ausencia de elementos innecesarios resalta la conexión directa con el contenido visual de la canción.

Tipografía: La elección de la tipografía Sans Serif aporta una estética moderna y elegante. La tipografía del título, sin relleno, contribuye a la sensación de ligereza y frescura, mientras que los nombres de los artistas en tipografía completa brindan claridad y reconocimiento instantáneo.

Color: El color blanco, predominante en el fondo de la fotografía, establece un tono luminoso y pulcro. Este fondo blanco agrega un toque de sencillez y minimalismo, resaltando la presencia de los artistas y creando un ambiente que sugiere pureza y claridad.

Imagen: Se presenta a Nicky Nicole de frente, irradiando una actitud ganadora, mientras Jere Klein sonríe a la cámara desde la retaguardia. La elección de un sillón blanco y la habitación en tonos claros refuerzan la idea de frescura y modernidad.

ANÁLISIS DE RESULTADOS

Capítulo 4



4.1 Explorando la Esencia a través del Diseño:

A partir de la información recopilada en cuanto al análisis de la trayectoria discográfica de la música urbana en Chile entre los años 2016 y 2023, se ha evidenciado la escasez de estudios que permitan observar la evolución y características de las carátulas de las canciones y discografía de la música urbana chilena en dicho periodo. Esto revela una notable ausencia de un análisis visual que explore los elementos y estilos utilizados en estas carátulas.

Ante esta situación, se vuelve esencial llevar a cabo un análisis exhaustivo que supere las limitaciones temporales y explore los orígenes del diseño de carátulas en Chile, con el objetivo de identificar los elementos y características del lenguaje visual utilizados en el ámbito del diseño gráfico de portadas musicales.

El propósito de esta parte del análisis es profundizar en la comprensión de la evolución estilística y temática de las carátulas de la música urbana chilena, desglosando su desarrollo a lo largo del tiempo. Se buscará identificar patrones, tendencias y elementos recurrentes que hayan definido estas carátulas durante el periodo estudiado.

A través de esto, se espera examinar la manera en que los

diseñadores han utilizado la carátula como medio de expresión artística y comunicación visual, transmitiendo la esencia y mensaje de la música urbana chilena. Asimismo, se explorará la relación entre el diseño gráfico y la identidad cultural y estética de este género musical en el contexto chileno.

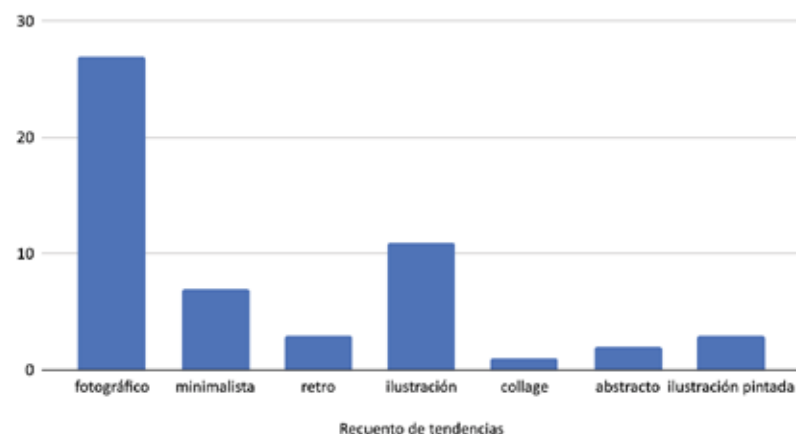
Los resultados obtenidos aportan información relevante tanto para profesionales del diseño gráfico como para aquellos involucrados en la industria musical. Este análisis permite comprender el papel del diseño de carátulas en la promoción y difusión de la música urbana chilena, así como su influencia en la construcción de la identidad visual de los artistas y el género en sí. Por lo anterior, se presentan algunos resultados estudiados en la línea de tiempo:

Aunque las portadas de este género exhiben una gran diversidad en su apariencia, incluyendo imágenes fotográficas en color y blanco y negro, así como ilustraciones y dibujos, es posible identificar ciertas características comunes entre ellas. La forma en que se emplean los elementos gráficos desempeña un papel crucial en la creación de un mensaje connotativo que engloba temas compartidos.

Análisis de resultados

Mediante este análisis, se buscará obtener una visión clara y precisa de la prevalencia de cada tendencia y estilo en el diseño de las carátulas, lo que nos permitirá identificar las preferencias predominantes en el ámbito del diseño gráfico discográfico, este recuento de datos nos proporcionará una visión panorámica y cuantitativa de los tópicos seleccionados en el diseño de carátulas, ayudándonos a comprender la influencia de cada estilo en el contexto de la música urbana chilena.

Recuento de tendencias

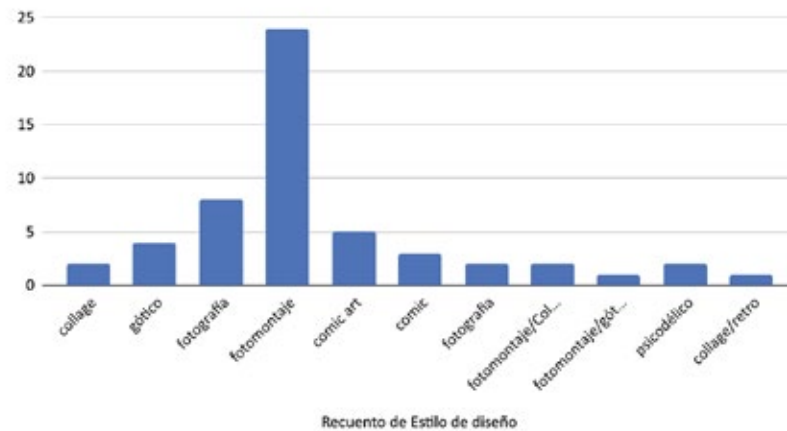


En este gráfico podemos dar cuenta que la tendencia que más se ha repetido en los años 2016 - 2023 fueron fotográficos y de ilustración

Fotográficas: la tendencia fotográfica se destaca de manera significativa. Esta categoría presenta una alta tasa de carátulas, 27 de un total de 59, donde la fotografía se convierte en la principal protagonista. Como mencionamos anteriormente, la fotografía tiene la capacidad de capturar la realidad de forma tangible, lo que permite establecer una conexión más inmediata con el espectador y transmitir mensajes claros y concisos. En estas carátulas, la fotografía se utiliza como una herramienta efectiva para representar al artista, ideas, lugares o temas de manera directa y realista. Su presencia predominante refleja la importancia que se le otorga a la imagen visual en la comunicación y promoción de la música urbana en el período estudiado.

Ilustración: Al analizar las carátulas estudiadas, se evidencia que la tendencia de la ilustración es otra de las más recurrentes a lo largo de los años, 11 de 59. Es notable la presencia constante de dibujos digitales en el diseño de las carátulas de la música urbana. Estas ilustraciones juegan un papel fundamental al comunicar mensajes visuales impactantes y contar historias de manera artística y narrativa. Su estética estilizada y creativa captura la atención del espectador y genera una conexión emocional con el contenido musical del álbum. Es evidente que los diseñadores han utilizado la ilustración como una forma de expresión artística que complementa y enriquece el mensaje de la música urbana.

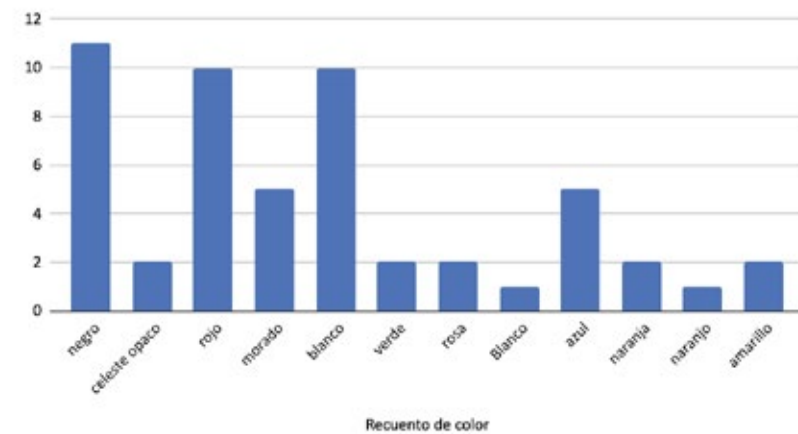
Recuento de Estilo de diseño



En este gráfico de estilo de diseño, podemos notar que entre los años 2016 - 2023 destacó evidentemente en la creación de carátulas de la escena urbana, el Fotomontaje (24 de 59).

Este enfoque permite la creación de composiciones visuales únicas al combinar diferentes elementos fotográficos de manera creativa y artística. El fotomontaje brinda la libertad de recrear escenarios imaginarios, alterar la realidad y cambiar perspectivas del mundo, lo que lo convierte en una herramienta valiosa en el diseño gráfico en general. A través de esta técnica, los diseñadores pueden construir narrativas visuales impactantes y transmitir mensajes conceptuales de manera efectiva en las carátulas de la música urbana. La versatilidad del fotomontaje permite la creación de imágenes interesantes y llamativas que capturan la atención del espectador y generan una conexión visual con el contenido musical del álbum.

Recuento de color



A lo largo de la historia de la música urbana, se ha observado una notable recurrencia en la elección de colores en la creación de carátulas, siendo el rojo, negro y blanco los tonos que predominan en gran medida dentro de la escena urbana. Estos colores han demostrado ser especialmente importantes y versátiles, desempeñando un papel significativo en la estética y comunicación visual de las carátulas.

EL PROYECTO

Capítulo 5



EL PROYECTO

En la búsqueda de fusionar el diseño gráfico con la narrativa en constante evolución de la música urbana chilena en el periodo de tiempo estudiado, se realiza una exposición materializando esta exploración de carátulas. Este proyecto no solo exhibirá estas piezas visuales, sino que también se convierte en un recorrido a través de la historia de la música urbana de nuestro país. Esto se logra a través de la perspectiva crítica y creativa de los diseñadores gráficos que han participado desde el 2016 hasta el 2023.

Este proyecto expositivo aspira a ser un referente significativo en la comprensión de la transformación estilística y temática de la música urbana chilena, explorando cómo los diseñadores han servido de catalizadores culturales. Mediante la selección y disposición estratégica de las carátulas, se capturará la esencia de la evolución musical, revelando su conexión intrínseca con el diseño gráfico.

La propuesta de esta exposición considera no solo una muestra de carátulas, sino, visibilizar el desarrollo y evolución del diseño discográfico.

Para realizar esto, se eligieron ciertas carátulas de la muestra total con el criterio de contar la historia de forma lineal y seleccionando estas obras de manera que temporalmente la aparición de esta canción significa algo importante en la expansión y transformación del actual género urbano Chileno.

DESCRIPCIÓN

El proyecto "Diseñando el Éxito: Nota a Nota, Píxel a Píxel" se presenta como una contribución al contexto de la música urbana y el diseño gráfico en Chile. Radica en su capacidad para enriquecer nuestra comprensión de la identidad y la cultura de la música urbana en el país, así como en su capacidad para destacar la relación entre la música y el diseño gráfico.

A medida que recorre la línea de tiempo visual, los visitantes podrán no solo contemplar las carátulas en sí, sino también comprender cómo el diseño gráfico ha sido un lenguaje visual que ha evolucionado en paralelo con la música.

Esta exposición es un viaje a través de la historia de la música urbana chilena. Un género que ha experimentado una metamorfosis constante a lo largo de los años. Cada carátula seleccionada cuenta una historia en su espacio-tiempo, y juntas tejen el tapiz de la narrativa musical del país.

La exposición se realizará en 3 etapas; la primera, que abarca los años 2016 hasta el año 2018 describe el inicio de una joven propuesta de artistas urbanos que quieren darse a conocer dentro del país. La etapa 2 abarca los años 2019 a 2021, en donde se comienza a formar la escena que, hoy en día, es

reconocida mundialmente, la pandemia y las diferentes redes sociales aumentaron el poder de los cantantes y su forma de masificar las canciones que eran lanzadas. Posteriormente, la etapa 3, que abarca los años 2022 a 2023, donde está establecida la escena urbana a nivel nacional e internacional, apareciendo artistas nuevos y continuando el legado de los anteriores.

En resumen, "Diseñando el Éxito: Nota a Nota, Píxel a Píxel" no solo es una exposición de diseño gráfico, sino una puerta hacia la comprensión de la música urbana chilena en su totalidad. Esta exhibición captura la evolución estilística y temática de este género a lo largo del tiempo.

OBJETIVOS

Destacar la diversidad de estilos y creatividad en el diseño de carátulas en la música urbana chilena.

Promover el reconocimiento y aprecio de los diseñadores involucrados en la industria de la música urbana en Chile durante los años 2016-2023

Ofrecer a los visitantes una comprensión visual de la evolución estilística y temática de la música urbana en Chile.

Objetivo General:

Realizar una exposición que fusiona el diseño gráfico y la narrativa de la música urbana chilena, abarcando el periodo de 2016 a 2023.

Objetivos Específicos:

- Explorar y destacar la transformación estilística y temática de la música urbana chilena.
- Analizar el papel de los diseñadores como catalizadores culturales en la evolución de la música urbana.
- Seleccionar y presentar estratégicamente carátulas para destilar la esencia de la evolución musical y su relación con el diseño gráfico.

REFERENTES

El lugar de esta exposición se escoge luego de investigar salas o espacios que han albergado iniciativas de actividades culturales vinculadas con el mundo de la música urbana. Se han considerado locales que han sido escenario de diferentes eventos, desde Showroom's, activaciones, exhibiciones o lanzamientos de discos. Buscando, de esta forma, un entorno que potencie la conexión entre el público y la expresión artística de los diseñadores discográficos de la música urbana. Es por eso que el lugar escogido es la sala CityLab del Museo Gabriela Mistral (GAM), bajo su slogan "Una plataforma de experimentación y difusión de la creatividad."



Para iniciar el proceso de planificación de la exposición en la Sala CityLab del Museo Gabriela Mistral (GAM), primero hemos examinado referentes relacionados con el espacio, incluyendo exposiciones previas que se han llevado a cabo en este lugar.





El primero de estos referentes, es la exposición física "Clon", organizada y producida por Pablo Chill-e y su directora creativa Ceбра Photo en el año 2022.

En esta exposición se mostraba un montaje con la ropa usada por el cantante expuestas en maniqués que simulaban los clones de Pablo Chill-e. También consta de piezas audiovisuales y fotografías relacionadas al show de Lollapalooza 2022.



Por otro lado, otro referente destacado del ámbito de la música urbana ha llevado a cabo exposiciones en esta sala: el cantante Cease, quien con motivo del lanzamiento de su disco "Tigre" en el año 2021 se presentó en este lugar.

En esta muestra, Cease no solo presentó su obra musical, sino que expandió su expresión artística más allá de lo sonoro. La exposición incluyó cuadros, vestimentas y accesorios, creando una experiencia completa donde las canciones del disco eran reproducidas exclusivamente para los y las asistentes.



También se utiliza como referencia visual, la exposición "Antología del collage Chileno" realizada en la sala CityLab del GAM. Esta exposición reunió a 70 destacados artistas del collage chileno en un espacio que sirvió como lienzo colectivo para la diversidad creativa de este medio.

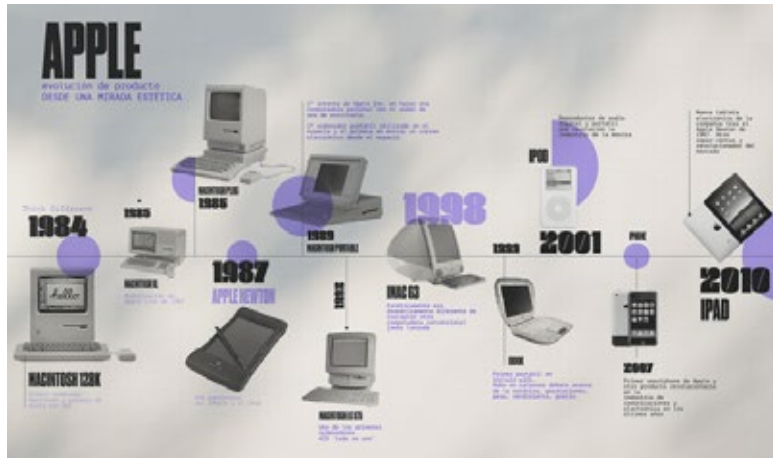




En el proceso de desarrollo de "xxxx", se ha tomado la incorporación de un recurso creativo significativo: una línea de tiempo. Para enriquecer este enfoque, se han explorado exposiciones previas que han empleado con éxito este recurso, y entre ellas, destaca el trabajo del diseñador canadiense Tom Beltrame: la exposición "Legend Timeline". En esta muestra, el diseñador nos guía a través de los hitos más destacados de los 25 años de Legend. Este enfoque temporal no solo ofrece una estructura visualmente atractiva, sino que también proporciona una narrativa coherente y memorable, elementos esenciales para la comprensión y apreciación de la evolución temporal en un contexto creativo.



Otras exposiciones referentes para el proyecto:







OPORTUNIDAD DE DISEÑO

Mientras se exploraba el lugar de la exposición y se examinaban algunos ejemplos anteriores o relevantes para el proyecto, se identificó valiosas observaciones que generaron críticas constructivas las cuales se aplican en el proyecto actual

- Establecer un punto de partida claro en la narración para que el público pueda comenzar su lectura de manera fluida.
- El uso de la paleta de colores e imágenes para mejorar la experiencia del público

- Emplear una línea de tiempo como un recurso adicional para reforzar la narrativa.
- Crear un espacio donde los visitantes puedan escanear código Qr y así puedan tener la lista completa de la exposición en plataformas de reproducción de música. También un espacio en donde se presente 1 a 2 artistas emergentes previamente seleccionados.
- Interacción de diseñadores discográficos del mundo de la música urbana chilena con los participantes (charla).

USUARIOS

El grupo objetivo de este proyecto es una audiencia diversa y apasionada por la música urbana chilena, el diseño gráfico y la cultura visual en general:



- Amantes de la Música Urbana: Personas que disfrutan de la música urbana chilena y desean profundizar en su historia y evolución visual a través de las carátulas de los álbumes.



- Diseñadores Gráficos y Creativos: Profesionales y estudiantes del diseño gráfico interesados en la influencia del diseño en la cultura musical y en el análisis de tendencias estilísticas.



- Historiadores y Académicos de la Música: Aquellos que deseen investigar la relación entre el diseño gráfico y la música urbana en Chile como parte de la cultura contemporánea.



- Artistas y Músicos Urbanos Chilenos: Quienes buscan inspiración visual y desean comprender mejor cómo las carátulas han influido en la percepción de su música.

EL CONTEXTO

El proyecto de exposición sirve como una puerta de entrada para explorar la evolución de la música urbana en Chile a través de las carátulas. Además, destaca el trabajo de los diseñadores gráficos y su influencia en la representación visual de este género musical en constante cambio.

PROCESOS PRODUCTIVOS

Investigación y Selección de Carátulas: Este proceso implica investigar y recopilar una amplia gama de carátulas de álbumes y sencillos de música urbana chilena lanzados entre 2016 y 2023. La selección de carátulas debe basarse en criterios estéticos, conceptuales y de contexto.

Criterios temporales/contexto: seleccionar las obras considerando su importancia en el contexto histórico y evolutivo de la música urbana. Este criterio sirve como base para la construcción de la línea temporal, donde cada carátula, a medida que avanza en los años, representa un hito significativo en la creación y desarrollo del género.

Desde las primeras colaboraciones y artistas en llegar a grandes cifras de reproducción-alcance, las primeras artistas femeninas en aparecer en el género, entre otros. Se aborda el contexto de cada canción siguiendo los años posteriores. De esta forma se ofrece una perspectiva histórica y cronológica que enriquece la comprensión de la audiencia.

Criterios estéticos: Se analizaron las tendencias y estilos presentes en cada carátula seleccionada, se centra en aspectos como las tendencias de diseño, estilos visuales, el uso de tipografías y colores. Además, se profundizó en la interpretación visual de la imagen, más allá de una simple observación de la carátula, considerando lo que representa o comunica.

Este enfoque permite observar la creatividad y coherencia estética de las carátulas en el contexto de las tendencias visuales y la expresión artística asociada con la música urbana.

Criterios conceptuales: Se examinaron las propuestas líricas de cada canción o EP, evaluando cómo estas se reflejan, o no, en el trabajo del diseñador discográfico. Este criterio buscó identificar la coherencia conceptual entre la narrativa de la música y la expresión visual plasmada en la carátula.

Análisis y Categorización: Las carátulas seleccionadas se analizan y categorizan en función de su estilo, temática y

elementos visuales. Como así también se realizarán 3 etapas de tiempo en esta línea, en donde se presentarán por intervalos estas carátulas. Este proceso es esencial para establecer la línea de tiempo visual.

Diseño de la Exposición: Se debe diseñar la disposición de las carátulas en el espacio de la exposición. Esto incluye la disposición física de las carátulas en las paredes o soportes, así como la planificación de elementos audiovisuales, iluminación y señalización.

Producción de Elementos Audiovisuales: La exposición puede incluir elementos audiovisuales, como videos o presentaciones interactivas que amplíen la experiencia visual. La producción de estos elementos es parte integral del proceso. También se propone tener algunos artistas en vivo (urbanos).

Montaje de la exposición: Una vez diseñada la disposición de las carátulas y preparados los elementos audiovisuales, se procede al montaje de la exposición en el lugar seleccionado. Esto requiere la coordinación de equipos y la atención a los detalles.

Comunicación y Promoción: La exposición debe ser comunicada y promocionada de manera efectiva para atraer a la audiencia prevista. Esto puede incluir estrategias de marketing, relaciones públicas y la creación de material promocional.

Interacción con el Público: Durante la exposición, es importante fomentar la interacción del público. Esto puede incluir visitas guiadas, charlas con diseñadores o artistas, y la recopilación de comentarios y opiniones de los visitantes.

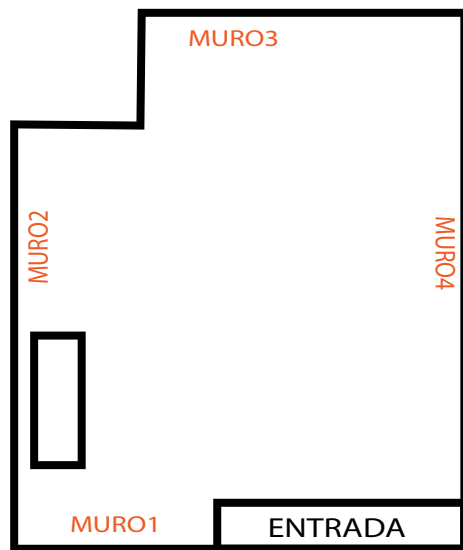
Archivo y Documentación: Es importante archivar y documentar el proyecto en su totalidad, incluyendo la investigación, la selección de carátulas, el diseño de la exposición y la respuesta del público. Esto permite conservar un registro del proyecto y su impacto.

REPRESENTACIÓN DE LA PROPUESTA

Acercamientos gráficos y primeras propuestas de exposición.

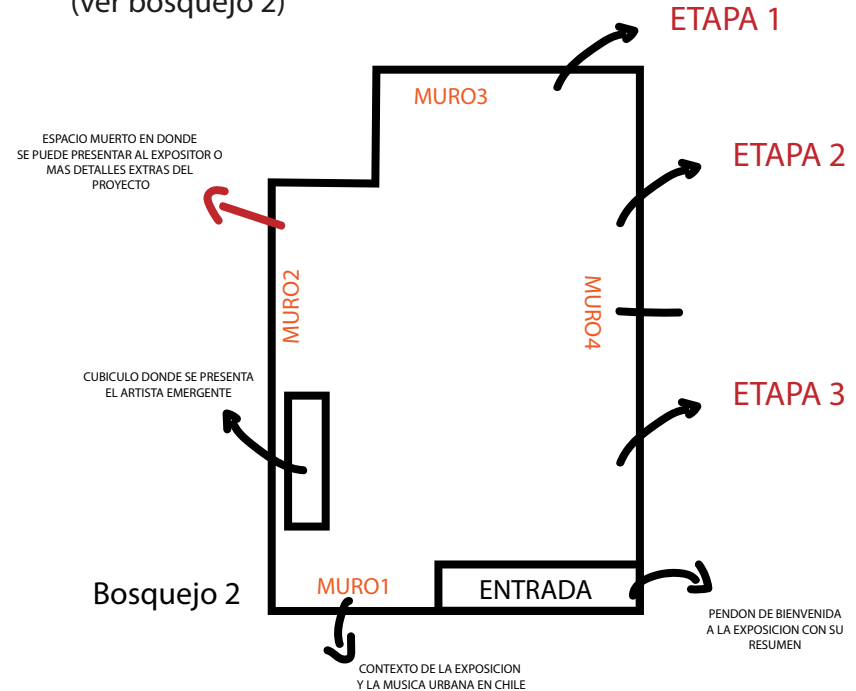
El recorrido

Se comenzó con un bosquejo de una vista superior del espacio de CityLab para así poder tener un orden en la exposición y de esta forma evaluar el recorrido visual.



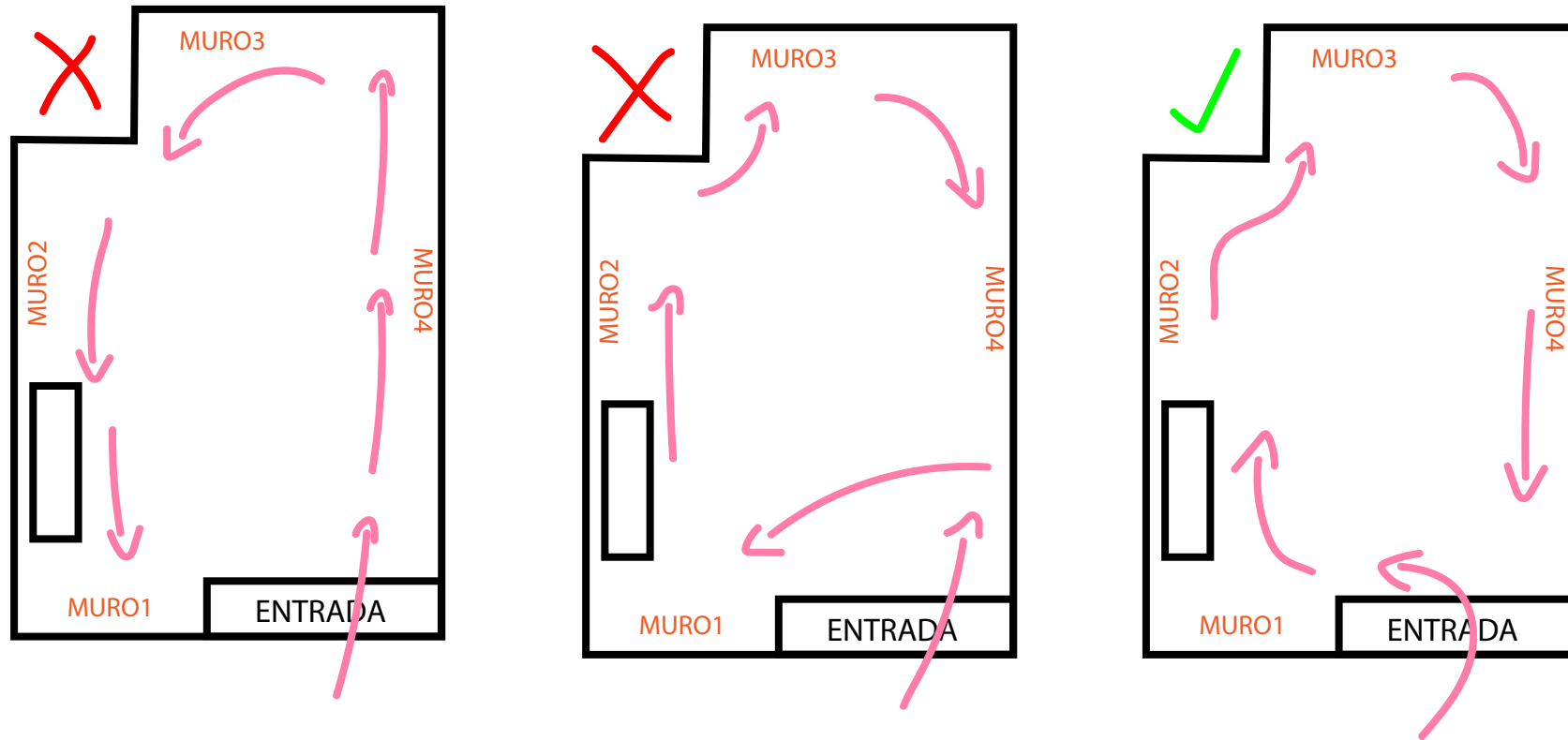
Bosquejo 1

La sala cuenta con 4 muros de los cuales el número 3 y 4 son dispuestos para la exposición con la línea de tiempo. El muro 2 es un ventanal de vidrio en donde no se puede exponer, pero sí se puede utilizar para apoyo. Por otro lado, el muro 1 al ser más pequeño tendrá el contexto de la exposición. (ver bosquejo 2)



Bosquejo 2

Se busca tener un recorrido que no sea tan complejo y no pierda la continuidad. Es por eso que se divide en etapas desde el muro 3 al muro 4 en donde se expone la línea de tiempo.

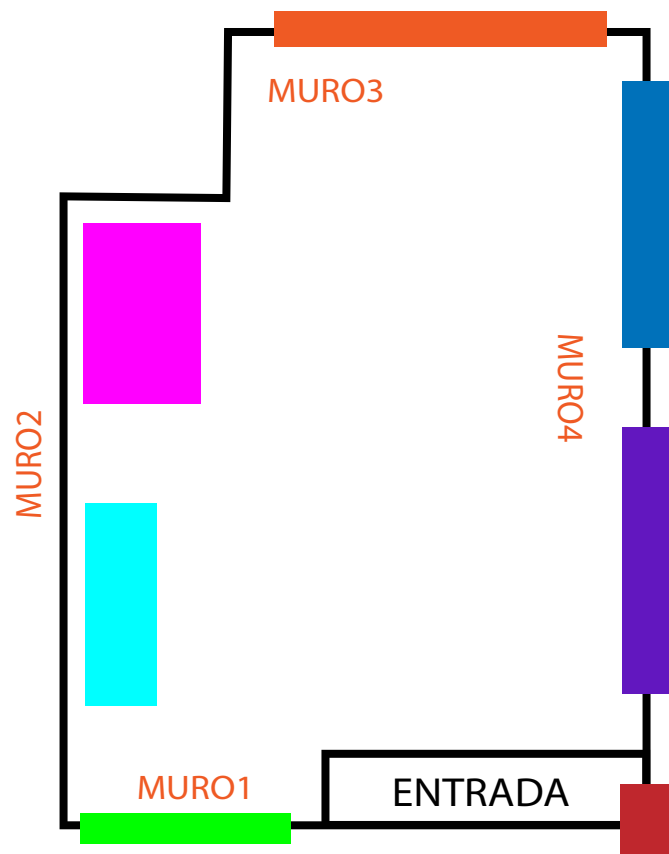


En estos bosquejos se muestran distintos ejemplos de posibles recorridos por los usuarios. El bosquejo 1, es el recorrido que la mayoría de la gente realizaría por inercia, pero no se puede realizar debido a que la lectura sería inversa, de derecha a izquierda, por lo que el público se desorientaría en el orden presentado. En el bosquejo 2, se produce lo mismo de distinta forma. Para un recorrido con una lectura que sea comprensible la mejor opción sería el bosquejo 3, en donde sigue una continuidad por el borde del espacio, recorriendo de izquierda a derecha sin ser interrumpida la línea temporal en ningún momento.

El orden de la exposición.

Para el orden de la exposición se decide segmentar el espacio por etapas y contexto.

Es así como se representa con este bosquejo el orden de la exposición en físico. Al comienzo, al entrar al CityLab se encuentra la introducción al tema abordado junto con un flyer en donde sale el nombre y detalles de la muestra (Color Rojo).



Siguiendo el orden establecido del bosquejo 5, el público se encuentra con el contexto del mundo estudiado (Color Verde). Siguiendo en el muro 2 nos encontramos con un cubículo donde se presentarán artistas emergentes mientras la exposición es presentada (Color Celeste), a su lado podremos presenciar un collage con carátulas gigante, luces y un espacio en donde el público pueda interactuar y sacarse fotos. También un código Qr con toda la información expuesta de forma digital (Color Rosa). Llegando al muro 3 comienza la línea temporal con la primera etapa de la exposición en los años 2016-2018 (Color Naranja). Luego pasamos a la etapa 2 que abarca los años 2019-2021 (Color Azul). Y para finalizar la etapa 3 desde el año 2022 al presente 2023 (Color Morado).

Paleta de colores y estética de la exposición.

Los colores más utilizados en las carátulas de la música urbana según el estudio realizado son el rojo, blanco y negro. Por lo cual se tomará en cuenta esto al momento de la exposición. La paleta de colores seleccionada es la siguiente:



bd1622



ffffff





3c3c3b



000000

En forma digital podemos observar cómo se utilizarían estos colores en la exposición. El color rojo para destacar las obras y también utilizado en los detalles al igual que el gris. El color negro se utiliza en la lectura al igual que el blanco en diferentes fondos.

 <ol style="list-style-type: none">Nombre del EP o disco: BailandoArtista: El Jordan 23, StandlyAño: 2022Diseñada por: Sabini.vrts	<p>Contexto: En esta canción se juntan 2 de los más "pegados" en este año. En la canción los cantantes expresan su interés por la persona con la que está bailando, resaltando que desde hace tiempo la ha estado observando.</p> <p>La letra también hace referencia a la forma en que el cantante se presenta a sí mismo, destacando su procedencia de un entorno más humilde y su estilo de vida "flaite". Hablando constantemente de dinero, baile y seducción. "De ese tofo fui el primero, corte Cristóbal Colón, Del oriente bajando con la baby a la población" (El Jordan 23, 2022).</p> <p>Fotomontaje: Esta composición está constituida por las fotografías de los artistas, que están superpuestas en un fondo blanco y negro, el cual se presenta con forma de mujer en cada uno de los lados de la carátula. También frente a los artistas está incorporada la figura de una mujer bailando.</p> <p>Tipografía: Una tipografía urbana, pero a la vez elegante que juega con la composición siendo blanca en donde el fondo negro, y negra en el fondo blanco.</p> <p>Color: Predomina el color negro sobre el blanco.</p> <p>Imagen: Se muestra una mujer en el centro bailando un "Stripdance". Los 2 protagonistas con colores opuestos de vestimenta como de fondo. Podemos ver también las siluetas de 2 mujeres detrás de cada uno. Para finalizar la composición, podemos ver en las esquinas inferiores texturas de vidrio roto.</p>
 <ol style="list-style-type: none">Nombre del EP o disco: AndoArtista: El JordanAño: 2022Diseñada por: Sabini.vrts	<p>Contexto: Este año sin dudas fue donde más Rieggaiton saltó de Chile, sobre todo de nuestro exponente del maleanteo "El Jordan 23", quien desde que comenzó su carrera lleva sacando música todos los 23 de cada mes.</p> <p>La canción habla de poder y superioridad dentro del contexto del mundo callejero. La letra hace referencia a elementos de lujo y marcas caras. El cantante expresa que está armado y preparado para enfrentar problemas, y que tiene el control de la situación. Se enorgullece de su estilo de vida y menciona que está en camino de hacerse rico. "Yo soy flaite y así duele, que me voy a hacerme millon en breves. El corte que le doy no es no" por la TV. Yo lo que canto es base, Con lo "gale" medio clase, De lezo me di un pose, Flaite y famoso y seguro en el case" (El Jordan 23, 2022).</p> <p>Fotomontaje: Se puede observar el fondo de la composición el cual es un billete americano, detrás del personaje tenemos 2 pistolas reflejadas en el centro. La fotografía del artista en frente dando importancia a este.</p> <p>Gótico: La textura que está sobre toda la composición, simula una hoja, esta también le da un toque de suciedad a la carátula y grano.</p> <p>Tipografía: No incluye.</p> <p>Color: Predomina el color negro en la composición.</p> <p>Imagen: El cover art muestra a un Jordan con una actitud y mirada decidida y segura. Con sus manos hace gestos de pistolas.</p>

CONCLUSIÓN

Capítulo 6

Este proyecto ha llevado a cabo un proceso de curaduría de carátulas en la industria de la música urbana chilena, con el propósito de crear una exposición que destaque la diversidad de estilos, la creatividad y la influencia cultural del diseño gráfico en este género musical. La selección ha brindado la oportunidad de explorar y apreciar la riqueza visual y narrativa de estas carátulas, generando un espacio de apreciación artística y promoviendo el reconocimiento de los diseñadores involucrados en la industria de la música urbana en Chile.

Durante el desarrollo del proyecto, se ha logrado alcanzar los objetivos planteados.

En primer lugar, se realizó una gran investigación sobre la evolución del diseño discográfico en la música urbana chilena desde el año 2016 hasta el 2023. Este análisis ha permitido identificar tendencias, estilos y cambios significativos en el diseño de carátulas, así como comprender la influencia de los diseñadores en la promoción y proyección de los artistas de la música urbana chilena.

Asimismo, se examinaron casos destacados y trayectorias de diseñadores que han dejado su huella en la industria de la música urbana en Chile. Esta investigación ha contribuido a

comprender el impacto que los diseñadores gráficos tienen en la construcción de la imagen y la identidad visual de los artistas, así como en la conexión emocional y estética que se establece con el público.

Se recopiló una amplia muestra de carátulas de álbumes y sencillos lanzados por artistas de la música urbana chilena en el período establecido. Estas carátulas han sido seleccionadas cuidadosamente, considerando elementos estéticos, culturales y conceptuales en relación a las canciones presentes en cada diseño. A través de esta selección, se ha podido apreciar la diversidad de estilos, enfoques creativos y la capacidad de transmitir mensajes a través de las carátulas en la música urbana chilena.

Además, se estableció una clasificación y orden cronológico de las carátulas seleccionadas, destacando la evolución del diseño discográfico en la música urbana chilena a lo largo del tiempo. Esta clasificación ha permitido visualizar la transformación estilística y los cambios temáticos que han ocurrido en la industria de la música urbana en Chile, proporcionando una perspectiva histórica y contextualizada de este género musical.



PRIMERAS PROPUESTAS

2016



Nombre del EP o disco: Antijiles
Artista: Pablo Chill-e
Año: 2016
Diseñada por: No acreditado



Nombre del EP o disco: Le' Trap Part.1
Artista: Marlon Breeze
Año: 2016
Diseñada por: Marlon Breeze



2017

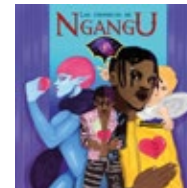


Nombre del EP o disco : Lover
Artista: Young Cister
Año: 2017
Diseñada por: SharkReality



Nombre del EP o disco: No te quieren ver ganar
Artista: Pablo Chill-e, Delirious
Año: 2017
Diseñada por: Shishiboy

2018



PROPUESTA FINAL

COVERART

EL MUNDO DEL DISEÑO DISCOGRÁFICO EN LA INDUSTRIA DE LA MÚSICA URBANA CHILENA

En esta propuesta, se busca a través de un proceso de curaduría, de carácter en la industria de la música urbana chilena entre los años 2014 a 2023, con el propósito de crear una exposición que destaque la diversidad de estilos, creatividad e influencia cultural del diseño gráfico en este género musical. La investigación se basará en la recopilación de imágenes y documentos que permitan visualizar el proceso de creación de portadas de álbumes y sencillos, así como el rol del diseñador gráfico en el mundo del diseño discográfico y la industria de la música urbana en Chile.

El presente trabajo busca explorar la historia de la música urbana en Chile a través de la curaduría. A medida que se exploran los estilos, se presentará una línea de tiempo que destaque hitos y momentos importantes en la evolución del trap en Chile, lo que permitirá a los visitantes comprender la evolución del género y los cambios estilísticos que han ocurrido a lo largo del tiempo en este género musical. Asimismo, esta línea de tiempo servirá como un diseño gráfico que refleje y promueva la identidad de la cultura de la música urbana chilena. Desde los primeros días del género hasta la actualidad, se explorará el diseño y estilos, desde la estética de trap hasta el desarrollo de nuevos estilos que se han desarrollado en la música urbana en Chile.



LA MUSICA URBANA POESÍA POPULAR

La música urbana en el mundo: poesía popular

En su inicio, estas expresiones musicales surgieron en el entorno de la cultura callejera, y con frecuencia se gestaron como movimientos subterráneos y de crítica dentro de colectivos marginados. Una de las particularidades más destacadas de las corrientes musicales urbanas; a diferencia de otros estilos musicales, radica en su enfoque lírico, ya que las canciones suelen transmitir mensajes con un carácter crítico, provocador y con un claro propósito de denuncia. Según Vives Barcelona, J (2020).

El padre de las músicas urbanas es el hip-hop, que surgió a finales de los años 70 como una respuesta reivindicativa de los afroamericanos de barrios pobres de Nueva York que no podían asistir a las discotecas de moda en la época, como Studio 54.

CULTURA CALLEJERA CULTURA CALLEJERA CULTURA CALLEJERA

Música urbana en Chile

El origen del trap en Chile, se sitúa en el difuso límite de Puente Alto y La Florida, al respecto Molina, I. (2020) en "La historia del Trap en Chile", plantea que "De allí irrumpen, cerca del 2005, artistas como Marlon Breeze, DineroZucio (actualmente llamado Alucinati), C.A.S.O y Criz Gómez, por nombrar algunos, que empezaron a colaborar entre sí y a la vez armar sus propias propuestas, tanto de música como videos"; estas figuras del underground dieron espacio al género ante un público masivo adverso que los miraba y simplemente no entendía la propuesta entre los años 2005-2007. En ese tiempo estaba de moda el rap y la escena hip-hop, los raperos veían y se llevaban mal con los nuevos artistas de Trap hablando de dinero, drogas y armas, es por esto que el trapero como Young J Star en Molina, (2020) plantea que "El trap no es un género, es un estilo de vida. El estilo de vida del trap es hazlo, toma riesgo y prospera".

Diseño discográfico: del vinilo al Streaming

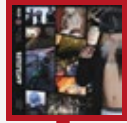
Para introducirnos en el tema principal, debemos tener claro el concepto de diseño discográfico y el rol del diseñador gráfico en él.

En primer lugar, encontramos definiciones para diseñador discográfico como la de López, I. (2009), quien, lo define como un cargo de la creación de material gráfico para la industria discográfica, es un área del diseño gráfico con un largo recorrido histórico. Así también Cook (2013), expresa que el diseño de una portada de un álbum discográfico es una forma de expresión que representa al artista, que cuenta con simbolismos y colores que se pueden identificar en cada uno de manera individual.



BIEN
VE
NI
DOS

2016



Nombre del EP o disco: Antillas
Artista: Pablo Chill-e
Año: 2016
Diseñada por: No acreditado

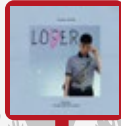
LOS INICIOS DEL GÉNERO URBANO



Nombre del EP o disco: Le Trap Part.1
Artista: Marlon Breeze
Año: 2016
Diseñada por: Marlon Breeze

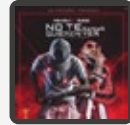


2017

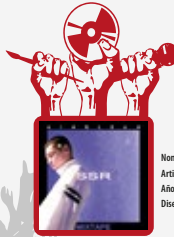


Nombre del EP o disco: Lover
Artista: Young Cister
Año: 2017
Diseñada por: SharkReality

EL DESPERTAR DE LA NUEVA GENERACIÓN



Nombre del EP o disco: No te quieren ver ganar
Artista: Pablo Chill-e, Delirious
Año: 2017
Diseñada por: Shishiboy

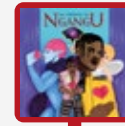


Nombre del EP o disco: SSR
Artista: Gianluca
Año: 2017
Diseñada por: No acreditado



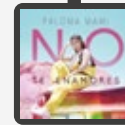
Nombre del EP o disco: Me encantas
Artista: Kevin Martes 13
Año: 2017
Diseñada por: Equipo Desafío Music

2018

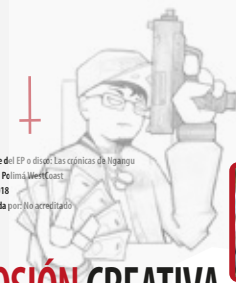


Nombre del EP o disco: Las cónicas de Noangu
Artista: Polimá WestCoast
Año: 2018
Diseñada por: No acreditado

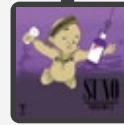
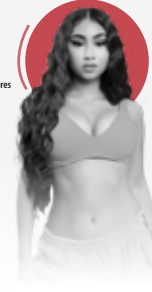
EXPLOSIÓN CREATIVA



Nombre del EP o disco: No te enamores
Artista: Palema Mami
Año: 2018
Diseñada por: No acreditado



Nombre del EP o disco: Please
Artista: Kid Lucifer
Año: 2018
Diseñada por: Esmart



Nombre del EP o disco: S.U.N.O
Artista: Pablo Chill-e
Año: 2018
Diseñada por: No acreditado

2019



Nombre del EP o disco: My Blood
Artista: Polimá WestCoast, Pablo Chill-e
Año: 2019
Diseñada por: Bryartz & Shark Reality

EL AUGE DE LA MÚSICA URBANA



Nombre del EP o disco: TrapLife2
Artista: Ben Weapons, Pablo Chill-e, Jay Ferragamo, Young Cister
Año: 2019
Diseñada por: Esmart



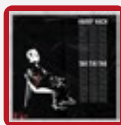
Nombre del EP o disco: Esto no es una canción de amor
Artista: Polimá WestCoast, Young Cister, Gianluca
Año: 2019
Diseñada por: Bryartz



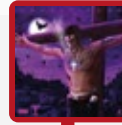
2020



Nombre del EP o disco: Equilibrio
Artista: Polimá WestCoast, Young Cister
Año: 2020
Diseñada por: Bryartz



Nombre del EP o disco: Tak Tiki Tak
Artista: Harry Nach
Año: 2020
Diseñada por: No acreditado

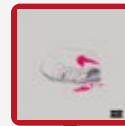


Nombre del EP o disco: Cruzifikado
Artista: Pablo Chill-e
Año: 2020
Diseñada por: Bryartz

LA EXPANSIÓN DE LA MÚSICA URBANA EN TIEMPOS DE PANDEMIA



2021

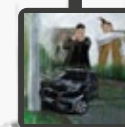


Nombre del EP o disco: Las Naik
Artista: Marcianeke, Ithan Ny
Año: 2021
Diseñada por: KashTheMoney

DIVERSIDAD Y COLABORACIÓN



Nombre del EP o disco: Porque te Enojé?
Artista: Marcianeke, Harry Nach
Año: 2021
Diseñada por: Sativo Colors



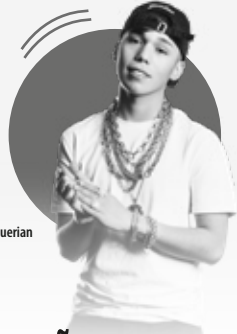
Nombre del EP o disco: Jaguar
Artista: Pablo Chill-e, Ithan Ny
Año: 2021
Diseñada por: Noah Bilbao



2022



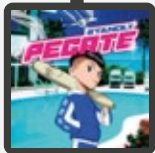
Nombre del EP o disco: Querian Perreo?
Artista: Julianno Sosa
Año: 2022
Diseñada por: lamDidd



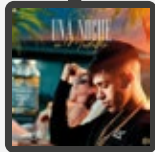
EL AÑO DEL PERREO



Nombre del EP o disco: Ultra Solo
Artista: Polima WestCoast, Pailita
Año: 2022
Diseñada por: lamDidd

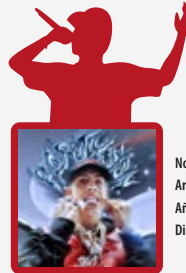


Nombre del EP o disco: Pegate
Artista: Standly
Año: 2022
Diseñada por: ShaggyArtz

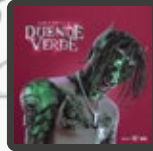


Nombre del EP o disco: Una Noche en Medellín
Artista: Cris Mj
Año: 2022
Diseñada por: Geer_artt

2023



Nombre del EP o disco: Partyson
Artista: Cris Mj
Año: 2023
Diseñada por: No acredita



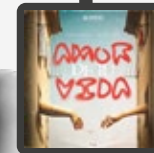
Nombre del EP o disco: Duende Verde
Artista: Pablo Chill-e
Año: 2023
Diseñada por: No acreditado



PROYECCIÓN INTERNACIONAL



Nombre del EP o disco: X Eso BB
Artista: Jere Klein, Nicki Nicole
Año: 2023
Diseñada por: No Acredita



Nombre del EP o disco: El Amor De Tu Vida
Artista: Gino Mella
Año: 2023
Diseñada por: Sabini.vrts

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Bibliografía

- 1- Arenas, I. I. C. (2019). El diseño gráfico y su labor en la música discográfica: Aplicación de imagen creativa para el cuarteto clásico de Ciudad Juárez [Tesis de licenciatura, Universidad Autónoma de Ciudad Juárez].
- 2- Capriotti, P. (1992). La imagen de empresa: Estrategia para una comunicación integrada. El Ateneo.
- 3- Costa, J. (2003). Diseñar para los ojos. Grupo Editorial Design.
- 4- Díez, S. N. (2020). SOBRE RAP, TRAP Y CALLE: IMÁGENES Y FENÓMENOS. Kamchatka.
- 5- Escudero, J. (2013). El hombre y la portada de disco. Pontificia universidad católica de Valparaíso
- 6- Kevin, R. (2009). Alex Steinweiss: The Inventor of the Modern Album Cover. Taschen
- 7- Lenis, A. (2021). Tipografías en diseño gráfico: importancia, tipos y fuentes más usadas.
- 8- López Medel, I. (2009). El packaging de la música. Buenos Aires: La Crujía diseño.
- 9- Lopez Medel, I. (2014). La muerte y resurrección de la portada de discos.
- 10- Marcote Blanco, C. (s. f.). (2020). La nueva era visual de Hipgnosis. Galgo
- 11- Mejía, F. J. R. (2017). Análisis del diseño gráfico en las portadas de los álbumes del género rock guatemalteco. Universidad Rafael Landivár.
- 12- Molina, I. (2020). La historia del trap en Chile. Alquimia Ediciones.
- 13- Munari, B. (1979). Diseño y Comunicación Visual. Barcelona: Gustavo Gili.
- 14- Sediles, D. (2017). Una historia del trap: Del rap de Atlanta al parasitismo español.
- 15- Thorgerson y Roger Dean, S. (1977). Album Cover Album. Limpsfield, Surrey, Dragon's World.

Fuentes Web y Digitales

1- BBC Mundo. (2014). Reggaetón: El último ritmo latino. https://www.bbc.com/mundo/cultura_sociedad/2009/11/09_1028_reggaeton_historia_rg#:~:text=El%20reggaet%C3%B3n%20naci%C3%B3%20como%20un,o%C3%ADdos%20y%20taladrando%20otros%20tantos

2- Billboard Staff. (2019). The 50 Greatest Album Covers of All Time. Billboard. <https://www.billboard.com/photos/best-album-covers-of-all-time-6715351/>

3- Calypso Room Editorial Team. (2023). The importance of album artwork in the digital age for musicians. Calypso Room. <https://www.calypsoroom.com/importance-of-album-artwork.html>

4- Cediles, D. (2017). Una historia del trap: del rap de Atlanta al parasitismo español. Xataka. <https://www.xataka.com/magnet/una-historia-del-trap-del-rap-de-atlanta-al-parasitismo-espanol>

5- Contreras, E. (2020). «Aburrido»: la canción de pandemia que unió a Pablo Chill-E con Quilapayún e Inti Illimani Histórico. Bio Bio Chile. <https://www.biobiochile.cl/noticias/artes-y-cultura/musica/2020/11/07/aburrido-la-cancion-de-pandemia-que-unio-a-pablo-chill-e-con-quilapayun-e-inti-illimani-historico.shtml>

6- Contreras, E. (2023). «El Duende Verde»: las claves del crudo mixtape de Pablo Chill-E que lo llevó a las cavidades del trap. Bio Bio Chile.

<https://www.biobiochile.cl/noticias/artes-y-cultura/musica/2023/04/03/el-duende-verde-las-claves-del-crudo-mixtape-de-pablo-chill-e-que-lo-llevo-a-las-cavidades-del-trap.shtml>

7- El Mostrador Cultura. (2023). Nuevo hito de “Ultra Solo”: Fue la canción chilena más tocada en radios durante 2022. El Mostrador.

<https://www.elmostrador.cl/cultura/2023/02/13/nuevo-hito-de-ultra-solo-fue-la-cancion-chilena-mas-tocada-en-radios-durante-2022/>

8- Fernandez, N. (2019). ¿Cómo se creo el Trap? Los 40. https://los40.com/los40/2019/01/31/musica/1548949106_293730.html

9- Hubspot. <https://blog.hubspot.es/marketing/tipografia-diseno-grafico#:~:text=La%20palabra%20tipograf%C3%ADa%20proviene%20del,y%20el%20prop%C3%B3sito%20del%20material>

10- Lenis, A. (2022). Qué es la psicología del color, cómo implementarla y ejemplos. Hubspot.

<https://blog.hubspot.es/marketing/psicologia-del-color>

11- Magazine. <https://galgomagazine.com/la-nueva-era-visual-de-hipgnosis>

McLaughlin, M. (2023). 20 All Time Best Album Covers. One37pm.
<https://www.one37pm.com/music/all-time-best-album-covers>

12- Meier, S. (2022). Evolución musical: El boom de la música urbana. La Tribuna.
<https://www.latribuna.cl/tiempo-libre/2022/12/06/evolucion-musical-el-boom-de-la-musica-urbana.html>

13- Puro Periodismo. (2022). Escena urbana en Chile: El impacto que ha provocado el género más escuchado del país.
<http://www.puroperiodismo.cl/escena-urbana-en-chile-el-impacto-que-ha-provocado-el-genero-mas-escuchado-del-pais/>

14- REAL ACADEMIA ESPAÑOLA: Diccionario de la lengua española, 23.ª ed., [versión 23.6 en línea].
<https://dle.rae.es/car%C3%A1tula>.

15- THE BEST ALBUM COVERS OF ALL TIME. (2023). Erin Sweeney Design.
<https://erinsweeneydesign.com/top-articles/best-album-covers-of-all-time/>

16- The Clinic. (2018). Young Cister dejó a todos Plop! con el lanzamiento de XTACISS.
<https://www.theclinic.cl/2018/12/07/young-cister-lanzamiento>

o-xtaciss/
17- Vives Barcelona, J. (2020). ¿Qué son las músicas urbanas? La Vanguardia.
<https://www.lavanguardia.com/vida/junior-report/20201126/49726288816/que-son-musicas-urbanas.html#:~:text=La%20cultura%20hiphop&text=El%20padre%20de%20las%20m%C3%BAscas,la%20%C3%A9poca%20como%20Studio%2054>

18- ICONIC RECORD SLEEVES. Dig.
<https://www.thisisdig.com/feature/best-album-covers-iconic-record-sleeves/>

19- Zazzini, R. (2023). THE BEST ALBUM COVERS OF ALL TIME EVERY HIGHSNOBIETY READER SHOULD KNOW. Highsnobiety.
<https://www.highsnobiety.com/p/best-album-covers-time/>

- **Anexo 1 Entrevista a ShaggyArtz, por redes sociales realizada el 2023:**

Nombre y apodo:

Soy Paulo Jaure, en la industria creativa conocido como "Shaggyartz"

¿Cuánto llevas trabajando en el área del diseño dentro de la música urbana?

En esto del diseño para el género urbano llevo desde el 2011 trabajando para exponentes chilenos y extranjeros. En esos años que comencé en este mundo el género urbano Chileno no estaba tan desarrollado como ahora, era muy difícil que un cantante valorará el trabajo que uno hace en cuanto a crear una carátula, y muchos regateaban el pago e incluso ni siquiera tenían en mente gastar dinero en su imagen, sin apreciar todo el trabajo y todo el proceso que lleva crear una buena caratula que atrape visualmente a sus fanáticos y nuevos oyentes, ya que como muchos dicen, una buena caratula puede hacer que lleguen nuevas personas a escuchar tu música, una buena imagen relacionada al concepto que quieres entregar en una canción puede hacer la diferencia.

¿Crees que hoy en día es más fácil trabajar en la escena de la música urbana?

Hace unos años en Chile era más fácil trabajar con artistas extranjeros, ya que las RRSS ayudaban mucho a conectar con géneros urbanos más desarrollados como era la industria Puertorriqueña, Colombiana, Dominicana entre otras. Así es como muchos de los que hoy estamos en este rubro, logramos primero conexiones fuera de Chile antes de trabajar con algún artista nacional emergente. Hoy en día la industria urbana chilena está cada día más profesional y se está generando un ambiente optimista en cuanto a todo el trabajo audiovisual que conlleva cada pieza musical de los artistas, muchos artistas saben que su imagen es primordial para seguir creciendo dentro de esto, por lo cual, están invirtiendo más tiempo y dinero en sus carátulas, videos, stylist, entre otras áreas que van unidas en todo esto. Esto se ve demostrado día a día en Carátulas de calidad, acorde al mensaje o concepto que quiere entregar el artista y su equipo.

¿Qué has notado respecto al avance de la música urbana en el área del diseño gráfico?

En estos momentos muchos jóvenes ya no tienen el sueño de

ser "futbolista" como muchos en otras épocas , hoy en día los jóvenes de poblaciones quieren ser artistas , quieren trabajar con sus artistas favoritos, y la industria del Arte urbano está cada día creciendo.

¿Algún tip o comentario que quieras dejar en visto del proyecto de título "cover art, el mundo del diseño discográfico dentro de la industria de la música urbana" realizado por Bastián Moncada?

La verdad es que esta investigación ayuda mucho a visibilizar todo esto, con relatos de gente que está dentro de la industria, que ha visto el cambio de mentalidad del artista chileno y como crece la valoración a nuestro trabajo.

- **Anexo 2: Encuesta dirigida a diseñadores gráficos dentro de la industria musical en Chile.**

Encuesta realizada para Seminario Universitario 2022.
(Encuesta Google en Diseñadores Gráficos del género urbano chileno).

Esta encuesta fue realizada por Google y enviada a través de la plataforma de Instagram a algunos diseñadores que se mueven dentro del género urbano con el fin de conocer su pensamiento respecto a la valorización del arte y cómo

implementan sus ideas en el momento de realizar un trabajo, de esta forma también, conocer un poco más como trabajan los artistas.

Nombre:

Nombre artístico:

Edad:

¿Por qué crees que es necesario el diseño gráfico en la música?

¿En qué te inspiras al momento de hacer un cover art?

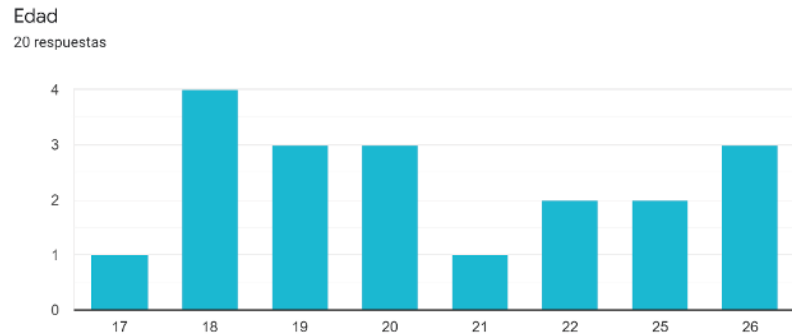
¿Cómo es tu método de trabajo para iniciar el arte de una carátula?

¿Qué hace diferente una canción con una carátula bien elaborada a otra que no lo está?

¿Cuál es la primera carátula que se te viene a la mente de la música urbana chilena?

Nombres:

Dyno Artes, Nikynada, Whvtmemoe, nnizze, Drawglas21, esekidd, Kashthemoney, Jclxan-Jclxart, azluhh, G7.gfx, imno-tapan, Shaggyartz, Keino castillo, Chill art, Ogmartt, EXSTRY, ziveartz, SKARR, Alpy Tommy.sein



Se realizó esta pregunta para saber el rango de edad de los diseñadores del género urbano. Entre las 20 personas que contestaron la encuesta, podemos ver edades desde los 17 a los 26 años, mostrando así, como los diseñadores que hoy en día están trabajando a nivel profesional dentro y fuera del país son jóvenes que no pasan más de los 30.

¿Por qué crees que es necesario el diseño gráfico en la música?

Esta pregunta se hizo con la intención de saber que opina un diseñador detrás de la pantalla frente al arte de una canción y como esta se valoriza. Las respuestas fueron variadas, lo que más se repite es que un cover art es la primera impresión de una canción, la parte no hablada.

Destaco las siguientes respuestas:

- Persona N1: "Por qué es la cara visible de la canción y donde se puede contar un poco el contexto de la canción."
- Persona N2: "Porque lo visual te ayuda a entender mejor la historia o simplemente te mantiene entretenido analizando el video."
- Persona N3: "Por qué el arte se complementa muy bien con la música, dándole un valor agregado a cada proyecto, entregando personalidad y distinción a cada álbum / single / Ep."
- Persona N4: "El ser humano entiende más rápido imágenes que audio, por lo que lo primero que les llama la atención es el cover art."
- Persona N5: "Es otro medio de expresión que complementa a la música es el primer paso para recién escuchar el tema o el álbum es una herramienta visual y atrae a un público con gustos en común."
- Persona N6: "Es lo primero que se ve de un tema"

aparte del nombre, si una portada es llamativa, la gente va a entrar solo por curiosidad sin siquiera saber de quién o de que es el tema.”

- Persona N7: “Porque muchas veces es lo primero que ves, antes de escuchar una canción, un proyecto, y como dicen, todo entra por los ojos...”
- Persona N8: “Es la cara al mundo, si búscanos una canción antes que escucharla vemos primero una imagen plana como portada, después está el vídeo y la canción.”
- Persona N9: “Porque le da una imagen a una canción, una forma de relacionarla y al mismo tiempo una forma gráfica de que esta llegue a ti, no sólo auditivamente porque sin los videos o cover arts la música no tendría el mismo impacto.”
- Persona N10: “El arte en la música es importante porque logra mezclar el sentido auditivo de la canción con lo visual que puede entregar un cover art, un video musical o cualquier tipo de creación artística. Al complementarse con la música se crea una pieza audiovisual que divide la atención del oyente entre lo auditivo y visual provocando una expe-

riencia más llamativa.”

La música se basa en trabajar los sentimientos y emociones de las personas que la escuchan, el arte, en parte funciona de la misma manera, y si estos 2 están conectados de alguna forma, pueden hacer una obra de arte completa en la que el espectador/oyente logra sentir lo que se está tratando de dar a conocer como artista.

¿En qué te inspiras al momento de hacer un cover art?

Se realizó esta pregunta con el fin de saber cómo es el proceso inicial de un creativo. Obteniendo resultados variados, de esta forma podemos demostrar que todo artista tiene su propia inspiración y forma de trabajar el arte para una canción.

2 personas respondieron que se inspiran con música (no la canción a realizar).

9 personas respondieron que se inspiran respecto a la letra e interpretación que la canción hable.

2 personas respondieron que se inspiran con el título de la canción.

2 personas respondieron que se inspiran por el video de la canción, tomando de acá referencias gráficas para el arte.

2 personas respondieron que se inspiran según el estado de ánimo que represente la canción.

2 personas respondieron que se inspiran según el artista que sea y como este se muestra frente a la gente.

Destaco algunas respuestas de esta pregunta a continuación:

Persona N1: "En los mismos artistas, en la canción, en el proyecto; muchas veces el cover art tiene que envolver de manera visual al oyente / espectador, es un trabajo de 50 y 50, un buen cover art, se robará las miradas de las personas, inspirarse en otros artistas y en otras áreas es de mucha ayuda para tener un cover art llamativo"

Persona N2: "Al momento de hacer un cover art me inspiro en la vibra que muestra el artista y la visión que tiene en mente sobre el trabajo que está solicitando. Una vez la visión entregada por el cliente puede comenzar a generar ideas de como ilustrar lo solicitado en el lienzo."

¿Cómo es tu método de trabajo para iniciar el arte de una carátula?

Sabemos que cada artista tiene distintos métodos de traba-

jos. Se realizó esta pregunta para saber como es que comienzan a trabajar sus artes, con que parten, si es que hablan con los artistas de la idea o solo fluyen.

6 personas contestaron que se dejan llevar por el concepto de la canción, sacando de acá objetos para luego diagramarlos y ordenarlos en la composición.

2 personas contestaron que comienzan buscando el fondo de la composición para luego seguir con el resto.

6 personas contestaron que hablan con el artista acerca del proyecto, sacando ideas en conjunto para comenzar la composición.

3 personas contestaron que buscan referencias en diferentes páginas de internet como Pinterest, behance, Instagram, etc.

2 personas contestaron que ponen música y comienzan a trabajar.

Destaco un par de respuestas que me parecieron interesantes:

Persona N1: "Por lo general el cantante ya viene con una idea o concepto, le hago un par de preguntas y pido info de la canción, también antes de empezar cualquier diseño pido escuchar la música y voy anotando cosas q se me vayan

ocurriendo a mí, esa es la parte inicial, ya después es bajar todos esos conceptos en un boceto.”

Persona N2: El método que utilizó para iniciar la creación de un cover art es acoplar todas las ideas proporcionadas por el cliente y buscar referencias en base a las características solicitadas. En este proceso ya tengo una idea y composición creada en la mente y se comienza a dar forma al cover. Al principio hago un boceto con distintos colores para identificar personajes, objetos y el entorno.

Una vez el boceto cumpla con la estructura que necesito procedo a entintar y agregar color, sombra y luces para generar volumen.”

¿Qué hace diferente una canción con una carátula bien elaborada a otra que no lo está?

Se realizó esta pregunta para saber que opinan los diseñadores frente al valor de una canción con un buen cover art. Y si es que se nota el trabajo profesional en diferencia a un aficionado.

Dejo las respuestas más significativas frente a esta pregunta:

- Persona N1 dijo que el cover art que tenga una buena

elaboración siempre se robará las miradas del oyente/espectador haciendo que el proyecto musical tenga un apoyo visual sólido, dando la sensación de personalidad al tema como también la sensación de que es un proyecto completo del cual se preocuparon de todos los detalles del proyecto en cuestión.

- Persona N2 dijo que la atención que genera en el espectador es como los videos oficiales, suelen atraer más a la gente, sin embargo, muchos visualizer muestran un mejor arte que un video oficial.

- Persona N3 dijo que un talento nuevo si tiene una buena imagen puede generar más views por el simple hecho de que algo esté bien trabajado desde su imagen hasta su música, hay muchos talentos con temas excelentes, pero que su arte no va con la calidad de su música y el público nuevo no se logra cautivar con el arte y por ende no escucha el tema”

- Persona N4 dijo que las diferencias que existen son bastantes, pero mi opinión es que todo depende de la canción. Crear un cover art es un proceso que requiere bastante concentración y creatividad, tiempo y esfuerzo, pero

aun así es solo un complemento para la canción, que es lo principal para el artista. Debido a esto se puede dar el caso que una canción de baja calidad tenga un cover art de otro mundo, pero aun así la gente preferirá una canción de buena calidad con un cover común. El cover art brinda a la canción calidad visual y demuestra que el artista está comprometido en que su lanzamiento cuente con todas las características para que la pieza sea especial.

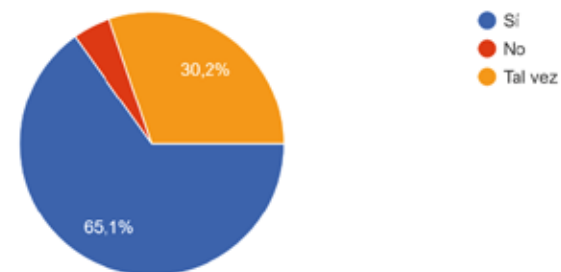
¿Cuál es la primera carátula que se te viene a la mente de la música urbana chilena?

5 personas votaron por Ultra solo, lamdidd
2 personas votaron por ultra solo remix, Esekidd
3 personas votaron por pégate, Shaggyartz
5 personas votaron por S.U.N.O, ShishiGangRecords
2 personas votaron por Me Arrepentí, Shaggyartz

- Anexo 3: Preguntas realizadas al público oyente de la música urbana. Encuesta realizada para Seminario Universitario 2022

Las portadas de una canción es la portada, es lo primero que ves en las plataformas como Spotify, Apple Music, Sound-Cloud entre otras. Muchas veces una buena carátula son

¿El ver la caratula , te estimula a escuchar la canción?
43 respuestas



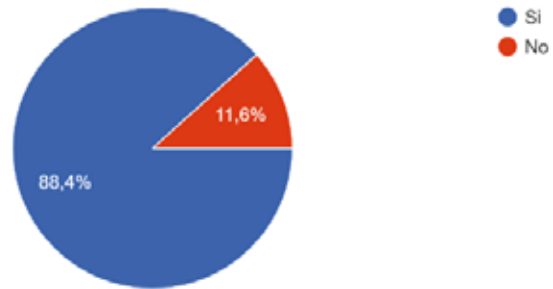
reflejo de un artista que invirtió en su producción de forma profesional por lo cual puede tener un mejor sonido, imagen o video.

Un 65% de las personas encuestadas respondió que si le estimula escuchar la canción por ver la carátula, mientras que un 30% respondió tal vez.

La idea de un cover art, es hacer algo icónico, algo que marque y quede en los recuerdos del oyente, así a su vez, pasar de ser una pieza a algo memorable por todo el mundo. Se realizó esta pregunta para saber si la gente recuerda las canciones solamente con la carátula.

¿Recuerdas una canción por su caratula?

43 respuestas



Se obtiene un 88,4% de Respuestas "Si" lo cual demuestra como el arte discográfico se está haciendo cada vez más icónico e importante en el artista como tal, esto es lo que se tiene que lograr al momento de realizar una obra de arte, poder ser reconocible y memorable simplemente con una imagen.
No hay nada mejor que reconozcan tu trabajo a primera vista.

MUCHAS GRACIAS