

Subversivo: La apropiación comercial de las contraculturas y su visibilidad a través de la gráfica.



Juan Nicolás Pineda Ayala, David Santiago Ruiz Arias, Angie Silvana Salamanca Hernández

Universidad Santo Tomás

Decanatura de División de Universidad Abierta y a Distancia

Facultad de Ciencias Sociales

Diseño Gráfico

Bogotá D.C - Colombia

Noviembre del 2025

Agradecimientos

Queremos expresar nuestro más sincero agradecimiento a nuestra asesora, Ximena Lagos, por su guía, paciencia y apoyo constante durante todo el proceso del proyecto. Su orientación ha sido fundamental para superar los retos y alcanzar los objetivos propuestos.

También agradecemos profundamente a nuestra profesora Jeice Hernández, cuyo acompañamiento académico y motivación nos impulsaron a dar lo mejor de nosotros en cada etapa de este trabajo.

Por último y no menos importante, extendemos nuestro agradecimiento a nuestras familias por su apoyo incondicional, comprensión y ánimo, que fueron pilares esenciales para la culminación exitosa de este proyecto.

Resumen

El proyecto titulado "Subversivo: La apropiación comercial de las contraculturas y su visibilidad a través de la gráfica" aborda movimientos contraculturales como el punk y el graffiti, cuentan con un epicentro en el corazón histórico de Bogotá, centrados en las localidades de La Candelaria y Santa Fe. Estos movimientos surgieron como expresiones de resistencia y crítica al sistema, han sido apropiados por el capitalismo y convertidos en productos comerciales despojados de su esencia y mensaje original. Este proceso vacía sus contenidos críticos y los reduce a simples modas pasajeras dentro de un mercado globalizado. El objetivo general es visibilizar el mensaje auténtico de las contraculturas a través del diseño gráfico para generar conciencia sobre esta apropiación comercial. Se propone investigar los procesos de mercantilización, analizar los movimientos específicos y desarrollar piezas gráficas críticas que promuevan un consumo cultural más consciente, usando medios digitales y físicos.

La metodología sigue el modelo del doble diamante (descubrir, definir, desarrollar e implementar) para comprender y preservar la identidad visual y política de estos movimientos mediante investigación, talleres de co-creación con miembros de las contraculturas y la difusión de las piezas gráficas creadas. Se espera que el proyecto fomente la reflexión crítica social, el reconocimiento del valor histórico y político de las contraculturas y promueva un consumo cultural ético que resista la mercantilización de la disidencia y la cultura alternativa.

Palabras Clave

Contraculturas, apropiación cultural, visibilización, comercialización, consumo, punk, graffiti.

Abstract

The project entitled “Subversive: The commercial appropriation of countercultures and their visibility through graphic design” addresses countercultural movements such as punk and graffiti, which emerged as expressions of resistance and criticism of the system, but have been appropriated by capitalism and turned into commercial products stripped of their essence and original message. This process empties them of their critical content and reduces them to mere passing fads within a globalized market. The overall objective is to make the authentic message of countercultures visible through graphic design in order to raise awareness about this commercial appropriation. The proposal is to investigate the processes of commodification, analyze specific movements, and develop critical graphic pieces that promote more conscious cultural consumption, using digital and physical media.

The methodology follows the double diamond model (discover, define, develop, and implement) to understand and preserve the visual and political identity of these movements through research, co-creation workshops with members of countercultures, and the dissemination of the graphic pieces created. The project is expected to encourage critical social reflection, recognition of the historical and political value of countercultures, and promote ethical cultural consumption that resists the commodification of dissent and alternative culture.

Keywords

Countercultures, cultural appropriation, visibility, commercialization, consumption.

Contenido

	Pág.
1. Aspectos generales	8
2. Introducción	9
3. Planteamiento del problema	9
3.1 Pregunta de investigación	11
3.2 Objetivos	11
4. Justificación	12
5. Diseño metodológico	13
5.1 Sobre la experiencia a sistematizar	15
5.2 Sobre el plan de sistematización	15
6. Plazos y cronograma de la recopilación de la experiencia a modo de diario de campo ...	17
7. Análisis de la experiencia. Aprendizaje significativo. Propuesta proyectual	22
8. Tema de reflexión y discusiones académicas basado en el análisis de la experiencia y la propuesta que sale de la misma	22
9. Desarrollo de la propuesta de mejora o del prototipo resultado del aprendizaje significativo, (metodología en el desarrollo del prototipo) evidencias del proceso para la generación de la propuesta	23
10. Propuesta que evidencie el análisis y aporte de la experiencia al igual que la relación con los autores y referencias consultadas	26
11. Conclusiones	27
12. Referencias bibliográficas	29

Tabla de imágenes

	Pág.
Figura 1. Recopilación de información. Elaboración propia (2025).....	16
Figura 2. Organización y análisis. Elaboración propia (2025)	16
Figura 3. Producción de resultados gráficos y narrativos. Elaboración propia (2025).....	17
Figura 4. Semana 1 – Descubrir. Elaboración propia (2025).	18
Figura 5. Semana 2 – Descubrir/Definir. Elaboración propia (2025).....	19
Figura 6. Semana 3 – Definir. Elaboración propia (2025).	19
Figura 7. Semana 3 – Definir,2. Elaboración propia (2025).....	20
Figura 8. Semana 4 – Desarrollar. Elaboración propia (2025).....	20
Figura 9. Semana 5 – Desarrollar/Implementar. Elaboración propia (2025)	21
Figura 10. Semana 6 – Implementar. Elaboración propia (2025).....	22

Subversivo: La apropiación comercial de las contraculturas y su visibilidad a través de la gráfica.

Juan Nicolás Pineda Ayala, David Santiago Ruiz Arias, Angie Silvana Salamanca Hernández

Dirigido por

Claudia Ximena Lagos Moreno

Universidad Santo Tomás

Decanatura de División de Universidad Abierta y a Distancia

Facultad de Ciencias Sociales

Diseño Gráfico

Bogotá D.C - Colombia

Noviembre del 2025

2. Introducción

Este proyecto tiene como propósito visibilizar el mensaje original de movimientos contraculturales como el punk y el graffiti mediante el diseño de fanzines gráficos y piezas digitales que tienen como fin aportar opciones para fomentar la compra en iniciativas que preservan la esencia genuina de las contraculturas, esto va dirigido principalmente a personas interesadas en formar parte y comprender las contraculturas, generando conciencia sobre la apropiación comercial que han sufrido estas culturas alternativas. Gómez, M. (2009).

Partiendo de la premisa de que la mercantilización ha vaciado el contenido crítico y transformador de estas expresiones, el proyecto se enfoca en rescatar y reinterpretar sus símbolos desde una perspectiva auténtica y crítica. "Se entiende que la apropiación se da por parte de una cultura dominante sobre una minoría u otra cultura oprimida; nunca a la inversa." González, F.J. (2020).

Desarrollado en las localidades de Candelaria y Santa Fe en el centro de Bogotá, A través de un proceso metodológico basado en el modelo del doble diamante, que incluye inmersión, análisis, co-creación con las comunidades involucradas y difusión de piezas gráficas, se busca fortalecer una memoria cultural que resista la homogeneización del mercado y promueva una reflexión visual que cuestione las dinámicas de consumo y restauración de identidades colectivas. Así, el diseño gráfico se convierte en una herramienta para recuperar el carácter subversivo y político de las contraculturas, convirtiéndose en un medio de denuncia y diálogo cultural. "La imitación estilística e iconográfica del pasado ha sido una solución frecuente en el diseño gráfico contemporáneo." Elizalde, L. (2007).

3. Planteamiento del problema

El consumismo y las marcas han desvirtuado el mensaje de las contraculturas, apropiándose de su estética para convertirla en un producto comercial carente de su esencia original. Movimientos como el punk y el graffiti surgieron como respuestas rebeldes contra el

sistema, cuestionando normas sociales, políticas y económicas a través de su estilo, música y filosofía. "Los jóvenes impulsores de estos movimientos desprecian el consumismo irreflexivo; se ven a sí mismos como rebeldes contra un sistema emocionalmente rígido."

Barbas Poéticas, (2025)

El contexto específico en el que nos enfocamos son las localidades de Candelaria y Santa Fe en el centro de Bogotá, donde estas expresiones culturales tienen una presencia significativa. Sin embargo, el capitalismo ha demostrado una habilidad camaleónica para absorber estas expresiones de resistencia y transformarlas en mercancías.

Las marcas identifican el atractivo visual y emocional de estas contraculturas sus símbolos, colores, prendas o actitudes y los despojan de su contexto político o social. Por ejemplo, las camisetas con estampados punk o frases anarquistas se venden en cadenas de ropa rápida, producidas en masa en condiciones que contradicen los valores anticapitalistas que originalmente representaban. Lo mismo ocurre con la estética del graffiti, que de ser una manifestación artística callejera y contestataria se ha transformado en un recurso decorativo para espacios comerciales y marcas de lujo, perdiendo gran parte de su fuerza crítica. "El arte urbano, desde la perspectiva de la cultura del graffiti, es asociado peyorativamente a una estrategia mercantil e institucionalizada y, por lo tanto, los escritores de graffiti consideran que desvirtúa el sentido de su obra." Boivin, L. (2022).

Este proceso de apropiación no sólo diluye el mensaje, sino que lo vacía de sentido. Las contraculturas, que en algún momento representaron auténticas fuerzas de cambio social y cultural al desafiar el statu quo, terminan siendo reducidas a simples modas pasajeras que contribuyen paradójicamente a reforzar el mismo sistema que buscaban cuestionar y transformar. Así, se pierde la voz genuina de estos movimientos y el potencial transformador que alguna vez tuvieron, convirtiéndose en simples productos dentro de un mercado globalizado que consume todo, incluso la resistencia.

En este contexto, el diseño de los fanzines y las piezas gráficas para redes sociales se convierte en una herramienta clave para revertir este fenómeno. Estas formas de comunicación visual no solo posibilitan la reappropriación crítica de los símbolos y mensajes originales de las contraculturas, sino que también amplifican su alcance de manera accesible y diversa en espacios digitales y físicos. A través de un diseño cuidadoso, estas piezas fomentan la reflexión, el diálogo y el fortalecimiento identitario entre quienes forman parte o se sienten atraídos por estas culturas, generando una comunidad activa que desafía la comercialización y reivindica la esencia auténtica del punk y el graffiti. "El diseño gráfico, publicidad, persuasión, decisión y consumo son factores de la vida diaria que el sistema propone y la sociedad asume en un proceso naturalizado." Grijalva Celi, M. E. (2015).

3.1 Pregunta de investigación

¿Cómo visibilizar el mensaje original de las contraculturas a través del diseño, con el fin de generar conciencia en relación con la apropiación comercial de estas culturas alternativas?

3.2 Objetivos

General:

- Visibilizar el mensaje original de las contraculturas a través del diseño, con el fin de generar conciencia en relación con la apropiación comercial de estas culturas alternativas.

Específicos:

- Determinar los procesos de apropiación comercial de las contraculturas por parte de las marcas.
- Analizar las características específicas de los movimientos con los que se busca trabajar.

- Desarrollar fanzines gráficos y piezas digitales en redes sociales que reinterpretan estos símbolos desde una perspectiva crítica y auténtica.

4. Justificación

El proyecto se centra en analizar cómo la apropiación comercial de las contraculturas ha vaciado por completo el contenido de sus mensajes originales, reduciendo expresiones de resistencia y crítica social a simples tendencias superficiales y pasajeras. Movimientos que en su origen representaban rupturas frente al orden establecido y proponían alternativas culturales y políticas, han sido absorbidos por la lógica del mercado, lo que ha diluido su carácter transformador. En este escenario, el diseño gráfico aparece como una herramienta clave, capaz de transmitir ideas, emociones y narrativas de manera directa y simbólica, recuperando la fuerza crítica y el valor histórico de estas manifestaciones culturales.

A través de un análisis de las comunidades vinculadas a las contraculturas, el proyecto busca desarrollar piezas visuales tangibles y digitales que no solo funcionen como representaciones estéticas, sino que también actúen como dispositivos de reflexión y cuestionamiento frente a las dinámicas mercantiles que trivializan la disidencia, esta co-creación será dirigida a personas interesadas en ser parte o conocer más sobre el tema abordado. El objetivo es generar un diálogo visual que confronte al espectador con la pérdida de sentido original y lo invite a reconsiderar el papel de estas expresiones en la construcción de identidades colectivas y en la lucha contra el consumismo.

De esta manera, el diseño gráfico se plantea como un medio para visibilizar el carácter crítico y auténtico de los movimientos contraculturales, rescatando su potencial transformador y devolviéndoles la capacidad de interpelar al sistema que alguna vez cuestionaron. "El graffiti es una corriente subterránea, underground, que manifestaba su apatía con una revolución estético-psicológica-psicodélica de liberación individual y de rechazo a la sociedad." Albarrán Mendiola, M. C. (2005).

No se trata únicamente de reproducir símbolos del pasado, sino de reinterpretarlos y resignificarlos en contextos contemporáneos, fortaleciendo así una memoria cultural que resista a la homogeneización del mercado y promueva una conciencia más crítica frente al consumo.

"Frenar la apropiación cultural en la industria de la moda mediante la propiedad intelectual." OMPI. (2019)

5. Diseño metodológico

La implementación seguirá el modelo del doble diamante, que estructura el proceso creativo en cuatro fases: descubrir, definir, desarrollar e implementar, favoreciendo una exploración amplia antes de enfocar las soluciones y asegurando la pertinencia cultural de los resultados.

En la fase de descubrir, se realizará una inmersión en el contexto de las contraculturas como el punk, graffiti, mediante entrevistas semiestructuradas, observación participante y análisis de material visual obtenido en las localidades de Candelaria y Santa Fe, en el centro de Bogotá. Este trabajo permitirá comprender la estética, los valores y los significados originales de cada movimiento, así como identificar los impactos de la apropiación comercial en sus símbolos y narrativas.

"La caída y desaparición de los valores utópicos habría sucedido, en cierto modo, por la estandarización a la que bien habría contribuido el diseño." Marquina, R. (2019).

En la fase de definir, se procesa y sintetiza la información recolectada para detectar patrones, problemáticas clave y oportunidades de intervención. Se priorizará aquellos elementos gráficos y discursos que requieran ser rescatados o reinterpretados para devolverles su valor crítico y auténtico.

Durante la fase de desarrollo, se generaron propuestas de piezas gráficas y publicaciones digitales que respondan a los hallazgos de las fases anteriores. Este trabajo

colaborativo asegurará que las ideas surjan desde la propia comunidad, conservando su identidad visual y su carga política.

Finalmente, en la fase de implementación, se producirán y difundirán las piezas finales en redes sociales, espacios comunitarios y, eventualmente, en formatos físicos. Se evaluará su recepción e impacto a través de retroalimentación directa de los participantes y observación del diálogo que generen, con el fin de medir su capacidad para visibilizar el mensaje original de las contraculturas y cuestionar su comercio.

El proceso técnico para los fanzines presentados se caracteriza por decisiones visuales coherentes con la estética contracultural del punk y el graffiti:

- **Tipografías empleadas:** Se utilizaron tipografías manuales y de aspecto irregular, como "Barriecito Regular", "Punk Kid" y "Permanent Marker", que remiten a la escritura DIY y espontánea de estos movimientos, reforzando la autenticidad del mensaje gráfico.
- **Retículas y composición:** Las páginas están organizadas en retículas de tres secciones con columnas que favorecen la lectura fragmentada y permiten combinar imágenes, textos y destacados. Las composiciones se alternan entre alineaciones verticales y diagonales, en sintonía con la estética disruptiva del punk y el graffiti.
- **Paleta cromática:** Se emplean paletauna base en blanco y negro, común en el punk y el graffiti, que refuerza el contraste, los contornos duros y la sensación de incomodidad visual. Sobre esa base, el punk se trabaja con un magenta/fucsia saturado, al cual no le da miedo usar su carga social para incomodar, manteniendo su carácter provocador. En el graffiti, el énfasis recae en el contraste con amarillo chillón y negro, que alude al anonimato del autor, pero también a la energía que inyectan estos trazos en el espacio urbano.

- **Técnica de ilustración:** Las ilustraciones se crean mediante técnicas de alto contraste y siluetas marcadas, texturas desgarradas y figuras emblemáticas. Este recurso gráfico se inspira en el arte callejero y los logos DIY del movimiento punk.
- **Materialidades de impresión y formatos:** Los fanzines se imprimen en papel mate, de gramaje medio, para facilitar la manipulación y mantener la textura tradicional de las publicaciones de bajo costo. Los formatos finales son fanzines, propicios para la circulación manual y exhibición comunitaria.

5.1 Sobre la experiencia a sistematizar

La experiencia a sistematizar corresponde al proceso investigativo y proyectual que busca visibilizar el origen de las contraculturas y denunciar su apropiación comercial mediante recursos gráficos. Se trata de una experiencia colectiva, construida desde la observación participante, entrevistas semiestructuradas y formularios con actores vinculados a los movimientos (punk y graffiti) en Bogotá. La sistematización permitirá documentar cómo, a través del diseño gráfico, se elaboran piezas que no sólo rescatan el valor histórico y crítico de estas expresiones, sino que también generan espacios de reflexión frente al consumo cultural y la pérdida de sentido en los símbolos contraculturales.

5.2 Sobre el plan de sistematización

El plan de sistematización se estructura en tres momentos:

1. **Recopilación de información:** Mediante entrevistas, observación directa y la aplicación de formularios, se reunirán testimonios y material visual relacionados con las contraculturas. Este proceso permitirá recopilar experiencias personales, percepciones y relatos que den cuenta de la forma en que estos movimientos han sido apropiados y transformados por el mercado. Al mismo tiempo, se recogerá evidencia gráfica como símbolos, vestimentas, registros fotográficos y expresiones artísticas que

servirá para analizar tanto el valor original de estas manifestaciones como las distorsiones que han sufrido.



Figura 1. Recopilación de información. Elaboración propia (2025).

2. **Organización y análisis:** Se clasificarán los hallazgos de acuerdo con las fases del doble diamante (descubrir, definir, desarrollar, implementar), a partir de este ordenamiento se señalarán los aprendizajes más relevantes, tanto en el ámbito metodológico como en la reflexión crítica sobre la apropiación comercial de las contraculturas, destacando aquellos elementos que contribuyan a fortalecer el análisis y a sustentar la propuesta gráfica final.

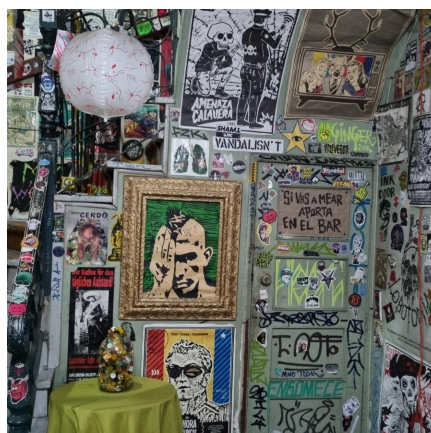


Figura 2. Organización y análisis. Elaboración propia (2025).

Anexo: [Evidencia audiovisual](#)



Figura 4. Semana 1 – Descubrir. Elaboración propia (2025).

- **Semana 2 – Descubrir / Definir:** Las actividades se centrarán en la revisión de material visual histórico de los movimientos (punk y graffiti), complementando las entrevistas ya realizadas. El análisis preliminar permitirá identificar símbolos clave como colores, vestimentas y frases para observar cómo, al ser absorbidos por el mercado, perderán gran parte de su carga crítica. En el diario se consignarán reflexiones sobre la tensión entre memoria cultural y consumo, así como esquemas iniciales de relaciones entre los símbolos y sus significados.



Figura 5. Semana 2 – Descubrir/Definir. Elaboración propia (2025).

- Semana 3 – Definir:** Se buscará establecer los problemas y las oportunidades principales. Con base a los datos adquiridos en los formularios y entrevistas se establecerá una línea gráfica más afín a los símbolos clave de las contraculturas y poder implementar en la producción gráfica. El diario incluirá los primeros bocetos de una línea gráfica coherente con los símbolos clave de cada contracultura, acompañados de comentarios sobre la pertinencia de estas elecciones en el contexto actual.



Figura 6. Semana 3 – Definir. Elaboración propia (2025).



Figura 7. Semana 3 – Definir, 2. Elaboración propia (2025).

- Semana 4 – Desarrollar:** En esta etapa se comenzará la diagramación de piezas gráficas en distintos formatos, tanto digitales como impresos (fanzines y pósters). El proceso se documentará con fotografías, bocetos, notas y fragmentos de diálogos con los participantes, quienes aportarán sugerencias para mantener la autenticidad de los símbolos. El diario reflejará la emoción del paso de la investigación al diseño, así como las dudas sobre el alcance comunicativo de las piezas en sus primeras versiones.

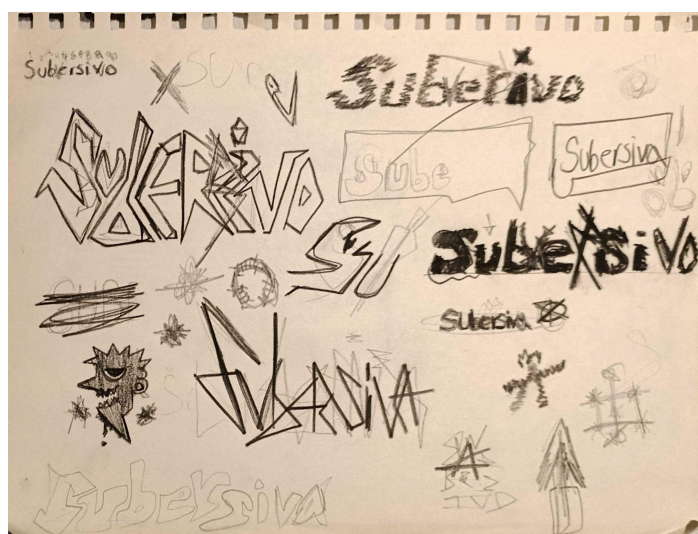


Figura 8. Semana 4 – Desarrollar. Elaboración propia (2025).

- Semana 5 – Desarrollar / Implementar:** Se elaborarán los prototipos de las piezas gráficas finales, que serán presentados a algunos de los participantes para obtener retroalimentación directa. En el diario se registrará la aprobación y crítica, además de los ajustes realizados en color, tipografía y composición para reforzar la carga simbólica de cada pieza. Esta semana se sentirá como un punto de inflexión, pues el diálogo entre diseñadores y participantes consolidará la propuesta.

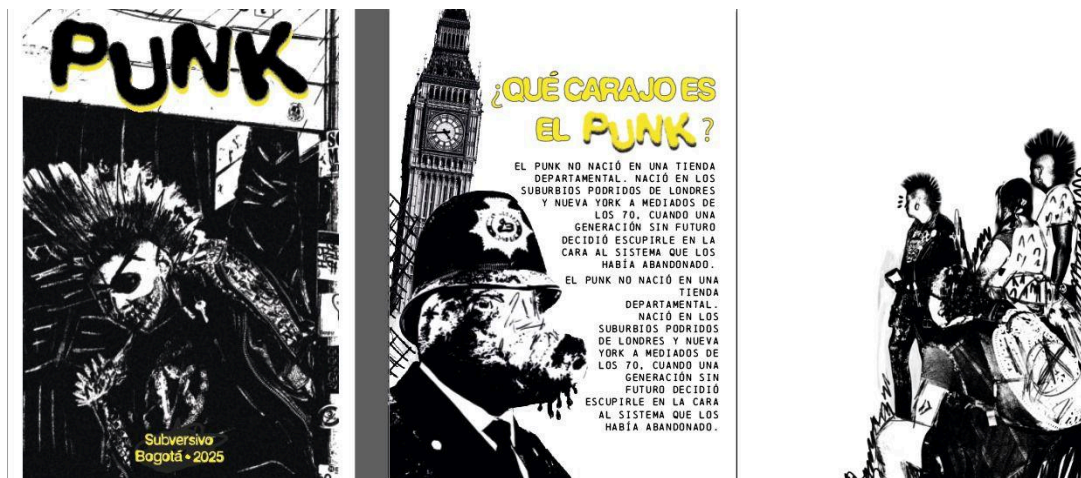


Figura 9. Semana 5 – Desarrollar/Implementar. Elaboración propia (2025).

- Semana 6 – Implementar:** Finalmente, se producirá y se difundirá la serie de piezas gráficas en medios digitales y físicos, se buscará algunos colectivos independientes como apoyo para distribuir las piezas. La experiencia cerrará con un balance de aprendizajes como la importancia de la co-creación, la potencia del diseño gráfico como herramienta crítica y la necesidad de seguir alimentando espacios de reflexión sobre la resistencia cultural.

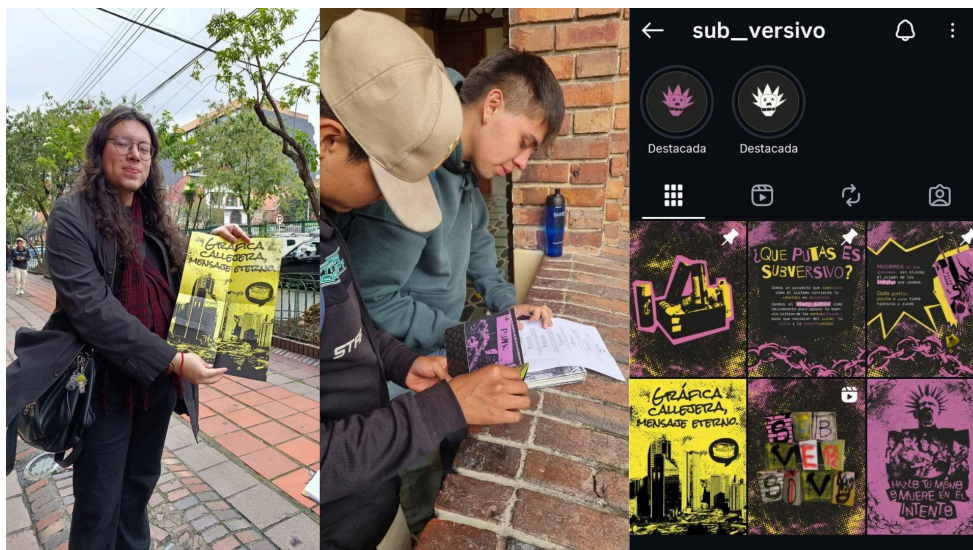


Figura 10. Semana 6 – Implementar. Elaboración propia (2025).

7. Análisis de la experiencia. Aprendizaje significativo. Propuesta proyectual

El análisis de la experiencia permitió identificar que la mercantilización ha diluido el mensaje crítico y auténtico de las contraculturas, convirtiéndolas en modas pasajeras que refuerzan el sistema capitalista. "El punk es un sentimiento, una expresión universal que responde al caos urbano." Cardona G. F. (2005).

El aprendizaje significativo radica en la importancia de recuperar el valor histórico y político de estas expresiones mediante la reinterpretación gráfica desde una perspectiva crítica. La propuesta proyectual consiste en desarrollar piezas visuales que no solo representan estéticamente estos movimientos, sino que también funcionen como dispositivos de reflexión y cuestionamiento. Se busca generar un diálogo visual que resista la homogeneización del mercado, promueva una conciencia crítica sobre el consumo y fortalezca la memoria cultural.

8. Tema de reflexión y discusiones académicas basado en el análisis de la experiencia y la propuesta que sale de la misma.

La propuesta proyectual surge directamente del análisis de la experiencia, el cual identificó que se ha eliminado en gran parte el mensaje crítico y auténtico de las contraculturas, convirtiéndolas en modas pasajeras que refuerzan el sistema capitalista.

El aprendizaje significativo se centra en la importancia de recuperar el valor histórico y político de estas expresiones mediante la reinterpretación gráfica desde una perspectiva crítica sin juzgar a quienes desconocen el verdadero trasfondo de la estética en estas contraculturas. La propuesta busca generar un diálogo visual que resista su comercialización en el mercado, y se promueva una conciencia crítica sobre el consumo y fortalezca la memoria cultural.

9. Desarrollo de la propuesta de mejora o del prototipo resultado del aprendizaje significativo, (metodología en el desarrollo del prototipo) evidencias del proceso para la generación de la propuesta.

La propuesta se implementa a través de las siguientes fases que se centran en el proceso de diseño y producción:

Fase 1: Descubrir e Investigar

- **Acción:** Mediante entrevistas, observación directa y la aplicación de formularios, se reunirán testimonios y material visual relacionados con las contraculturas, este proceso permitirá recopilar experiencias personales, percepciones y relatos que den cuenta de la forma en que estos movimientos han sido apropiados y transformados por el mercado. Al mismo tiempo, se recogerá evidencia gráfica como símbolos, vestimentas, registros fotográficos y expresiones artísticas.
- **Relación con Referencias:** El material recolectado servirá para analizar tanto el valor original de estas manifestaciones como las distorsiones que han sufrido. El estudio de

los testimonios y material gráfico se enfocará en contrastar la esencia inicial de las contraculturas con su posterior “distribución”.

"El proceso de investigación debe centrarse en documentar cómo las imágenes de la contracultura y su apropiación neocapitalista convierten la rebeldía como valor de consumo, permitiendo contrastar la autenticidad inicial de los movimientos con la apariencia mercantil." Gómez, M. (2009).

Fase 2: Definir y Conceptualizar

Acción: Definición del concepto gráfico principal para cada fanzine (Punk y Graffiti), la línea gráfica, el formato y la estructura. Se decide cómo resignificar los códigos estéticos para recalcar su carga política.

- **Relación con Referencias:** Se define el tono subversivo y se rechaza la estética comercial vacía, basándose en la necesidad de generar una "ruptura" con la cultura dominante que Hebdige identificaba en el estilo subcultural.

"El estilo subcultural busca una negación de la ideología dominante, forjando una ruptura a través de la incorporación de signos prohibidos, lo que es fundamental para definir un tono subversivo y un lenguaje visual de oposición." Hebdige, D. (1979).

Fase 3: Desarrollar (Diseño y Producción del Prototipo)

- **Acción:** Desarrollo del contenido textual y diseño gráfico detallado de los dos fanzines. Esto incluye ilustración, tipografía, maquetación y producción de piezas gráficas basadas en la investigación previa.

- **Relación con Referencias:** El diseño gráfico se utiliza como la herramienta principal para devolver la fuerza crítica a los movimientos, funcionando como el "dispositivo de reflexión" que se propone para desafiar la comercialización.

"Frente a la transformación de la contracultura como mercancía, el diseño debe operar como un dispositivo de reflexión capaz de desarticular la absorción de la identidad subversiva en el sistema de consumo, devolviendo la fuerza crítica a los movimientos." Morales Tirado, VG. (2013).

Fase 4: Implementar y Difundir

- **Acción:** Producción final de los dos fanzines (impresión en formato apropiado) y la creación de piezas digitales y una estrategia de difusión para redes sociales.
- **Relación con Referencias:** La difusión tiene como objetivo visibilizar el mensaje auténtico de las contraculturas, cumpliendo el propósito de generar la conciencia crítica sobre el consumo, tal como lo demandan los análisis académicos sobre la contracultura como mercancía.

"La difusión en los medios de comunicación y nuevas plataformas es clave, no para ser absorbida, sino para 'visibilizar un mensaje que contraponga el consumo' y reactive el debate sobre el papel crítico de la contracultura juvenil, cumpliendo así el objetivo de generar conciencia." Rodríguez González F. (2006).

Evidencia de las fases:

app.milanote.com/1UZNUE1zpwWC7M?p=Awe9jhka2QU

Anexo: [Evidencias de la propuesta](#)

10. Propuesta que evidencie el análisis y aporte de la experiencia al igual que la relación con los autores y referencias consultadas.

El prototipo de la propuesta se configura como un conjunto estratégico de medios gráficos y digitales que actúan no sólo como formas expresivas, sino como mecanismos críticos de reflexión sobre las contraculturas del Punk y el Graffiti. Al desarrollar dos fanzines impresos y diversas piezas digitales, el proyecto trasciende de la comunicación estética para posicionar el diseño gráfico como un instrumento político y ético, capaz de rescatar y reafirmar el significado auténtico de estos movimientos subculturales frente a su comercio.

Este enfoque se sostiene en la idea del diseño gráfico como mediador entre la contracultura original y el consumidor actual, restableciendo un diálogo crítico que confronta la apropiación neocapitalista identificada por Gómez (2009) y Morales Tirado (2013). La reinterpretación crítica de símbolos visuales de estas contraculturas, manifestada en la disposición gráfica y en los formatos seleccionados (fanzines como objetos físicos y piezas digitales para redes), promueve un consumo cultural consciente e informado, que se aparta de una simple adhesión superficial a estilos visuales.

El proceso de implementación y testeo revela además la capacidad del formato fanzine genera una experiencia estética y cognitiva que atrae a los usuarios no solo por su valor visual sino por su contenido histórico y local, como en el interés manifestado hacia el graffiti y punk en Bogotá. Esto indica que el proyecto fomenta una conciencia colectiva crítica que va más allá de la superficie estética. Así, el diseño gráfico no solo recupera un significado perdido sino que también impulsa la reflexión sobre la dinámica entre cultura, resistencia y mercado.

Véanse los resultados del testeo en el anexo: [Evidencias del testeo](#)

La propuesta es la solución aplicada a los problemas teóricos planteados por los autores consultados:

- Dick Hebdige (1979) en Subcultura: El significado del estilo: La propuesta se alinea con la idea de que la subcultura es una forma de comunicación y resistencia, utilizando el diseño para restituir el "significado del estilo" que el mercado se ha apropiado.
- Gómez (2009) y Morales Tirado (2013): Estos autores discuten la apropiación neocapitalista y la transformación de la contracultura en mercancía. La propuesta de diseño busca justamente contrarrestar este proceso, creando piezas que funcionan como dispositivos de reflexión y cuestionamiento en lugar de simples artículos de consumo.

11. Conclusiones.

El proyecto Subversivo concluye que la mercantilización ha vaciado el mensaje crítico y auténtico de movimientos contraculturales como el punk y el graffiti, transformando expresiones de resistencia en simples modas pasajeras que, paradójicamente, refuerzan el sistema capitalista que buscaban cuestionar. Este análisis coincide con la perspectiva que plantea la pérdida de autenticidad de estos movimientos, sugiriendo que la “rebeldía estética” ha derivado en la “desaparición de la contracultura” genuina bajo el peso de la apropiación comercial (Mups97, 2025).

El aprendizaje del proyecto radica en la importancia de recuperar el valor histórico y político de estas contraculturas mediante la reinterpretación gráfica desde una perspectiva crítica además de una comprensión en como marcas locales luchan contra las grandes marcas

y su venta sin conciencia cultural. La propuesta proyectual se enfoca en el desarrollo de fanzines y publicaciones en redes que funcionan como dispositivos de reflexión y cuestionamiento, y no como simples artículos de consumo. Este enfoque tiene como objetivo visibilizar el mensaje auténtico de las contraculturas y generar conciencia sobre su apropiación comercial.

La metodología implementada siguió el modelo del doble diamante (descubrir, definir, desarrollar e implementar), incluyendo investigación, entrevistas, análisis visual con miembros de las contraculturas. Este proceso aseguró que el diseño gráfico fuera una herramienta para rescatar y resignificar los símbolos, manteniendo su identidad visual y su carga política original.

La propuesta se fundamenta en marcos teóricos como la idea de Dick Hebdige sobre la subcultura como forma de resistencia y el debate de Gómez y Morales Tirado sobre la contracultura como valor de consumo. En último, el proyecto demostró que el diseño gráfico puede ser un medio efectivo para fomentar una reflexión social crítica, promover un consumo cultural ético y fortalecer una memoria que resista la comercialización de la disidencia.

12. Referencias bibliográficas

- Albarrán Mendiola, M. C. (2005). *El graffiti: Expresión identitaria y cultural [Tesis de Licenciatura]*. Universidad Nacional Autónoma de México.
<https://tesiunamdocumentos.dgb.unam.mx/pd2005/0601969/0601969.pdf>
- Barbas Poéticas. (2025). *Cómo la publicidad consumió la contracultura*.
<https://barbaspoeticas.com/2025/08/12/como-la-publicidad-consumio-la-contracultura/>
- Bernal-Sandoval, HA y Bernal-Sandoval, FA (2024). *Categorización iconográfica de las portadas de discos de agrupaciones de rock, punk y metal de la ciudad de Bogotá entre los años 1985 y 1995*. *Kepes*, 21 (29), 107-142.
<https://revistasojis.ucaldas.edu.co/index.php/kepes/article/view/9046>
- Cardona G. F. (2005). *Una lectura de lo real a través del punk*. *Revista Latinoamericana de Ciencias Sociales, Niñez y Juventud*.
http://www.scielo.org.co/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0121-16172005000100002
- Cártel Urbano. (2025). *Contracultura en Bogotá de los años 70: Influencias y legado en la cultura gráfica y visual contemporánea*. Recuperado de
<https://cartelurbano.com/historias/aquella-utopica-bogota-una-mirada-la-contracultura-de-los-anos-setenta>
- Dezcallar, R. (1984). *Contracultura y tradición cultural*. *Revista de estudios políticos*.
<https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=26765>
- Elizalde, L. (2007). *Apropiación y significación en diseño gráfico*. *FOROALFA*.
<https://foroalfa.org/articulos/apropiacion-y-significacion>
- Gaviria-Puerta, N. & Arango, J. (Eds.). (2017). *Grafías en la piel de la ciudad. Graffiti y pintadas comerciales como artífices de conflictos en la apropiación del espacio público de la calle Ayacucho en Medellín*. *Investigación en arquitectura*. Universidad politécnica de Madrid. Escuela técnica superior de Arquitectura.
https://oa.upm.es/40330/1/NINO_ANDREY_GAVIRIA_PUERTA.pdf

- Gómez, M. (2009). *Las imágenes de la contracultura y su apropiación neocapitalista como apariencia: La rebeldía como valor de consumo*. En M. C. de la Peña Velasco et al. (Dirs.), *Congreso Internacional Imagen y Apariencia: Universidad de Murcia*. Recuperado de: [https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=2930342#:~:text=Las%20im%C3%A1genes%20de%20la%20contracultura%20y%20su,Concepci%C3%B3n%20de%20la%20Pe%C3%B1a%20Velasco%20\(%20dir](https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=2930342#:~:text=Las%20im%C3%A1genes%20de%20la%20contracultura%20y%20su,Concepci%C3%B3n%20de%20la%20Pe%C3%B1a%20Velasco%20(%20dir)
- González, F. J. (2020). *Sobre el dilema de la apropiación cultural: arte, diseño y sociedad*. *Estudios Sobre Arte Actual*, 24. <https://estudiosobrearteactual.com/wp-content/uploads/2020/10/24.-Francisco-Javier-Gonzalez.pdf>
- Grijalva Celi, M. E. (2015). *El diseño gráfico: ¿contribución al consumismo?* *Revista Legado de Arquitectura y Diseña*. <https://www.redalyc.org/pdf/4779/477947373003.pdf>
- Hebdige, D. (1979). *Subcultura: El significado del estilo*. Paidós. https://pubhtml5.com/bzhk/isxx/Subcultura%3AEI_Significado_del_estilo%2C_de_Dick_Hebdige
- Martínez López, A. A. (2011). *El postgraffiti, su escenario y sus raíces: graffiti, punk, skate y contrapublicidad*. [Tesis doctoral]. Universidad Complutense de Madrid. <https://eprints.ucm.es/id/eprint/11419/>
- Morales Tirado, VG (2013). *La contracultura como mercancía: Una identidad al margen*. *Academia.edu*. Recuperado de: https://www.academia.edu/10152818/La_contracultura_como_mercanc%C3%ADa
- Mups 97. (2025, 27 de julio). *Rebeldía estética: La desaparición de la contracultura*. [Video]. YouTube. <https://youtu.be/24Lo0CtRKTY>
- Organización Mundial de la Propiedad Intelectual (OMPI). (2019). *Frenar la apropiación cultural en la industria de la moda mediante la propiedad intelectual*. *OMPI Revista*, (4). https://www.wipo.int/edocs/pubdocs/es/wipo_pub_121_2019_04.pdf

- Pardo Pardo, C. E. (2017). *De la identidad social a la representación visual, estrategias de intervención desde el diseño responsable*. Kepes.
<https://revistasoj.s.ucaldas.edu.co/index.php/kepes/article/download/530/455>
- Quitián Benavides, EA (sf). *Construcción de identidad en el Punk: entre la expresión estética y el caos del pogo*. Universidad Distrital Francisco José de Caldas.
<https://repository.udistrital.edu.co/items/ad82cda9-68ee-466e-8c23-849653397729>
- Rodríguez González, F. (2006). *Medios de comunicación y contracultura juvenil*. *Círculo de lingüística aplicada a la comunicación*.
<https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=1976090>
- Vázquez, EI (2023). *De lo punk a lo comercial*. En *Imaginarios, representaciones e identidades sociales en América Latina*. Editorial Universidad Santiago de Cali. Recuperado de: <https://share.google/H8bZow50PNjPVnKqv>