artbank®

MAGAZINE



02 IDENTIDAD TRAZADA

Alina Kiliwa



Licenciamiento Adobe I Creative Cloud I Adobe Firefly AI I Document Cloud
Certificaciones Adobe Certified Profesional (ACP y ACE) I Capacitaciones Adobe a la medida

Partner Adobe Autorizado
truvex.mx comercial@truvex.mx 221 200 0373

TRUVEX Adobe

Lo que se escribe en la calle

ARTBANK® MAGAZINE 2026

VOL.02

QUÉREMOS SABER DE TÍ.
HOLA@ARTBANK.MX

Índice

01 **Antes de empezar**
Portada, créditos, índice, carta editorial y apertura de Identidad trazada.

08 **Gráfica y archivo de lo cotidiano**
Códices, gráfica mexa y fotografía documental de rótulos, comercios y fachadas del Mercado La Dalia.

14 **Alina Kiliwa - The Leader**
La voz del trazo: oficio, entrevista, proceso y obra.

20 **Honor al trazo**
Territorio, gráfica popular y Rey Pincel como memoria viva del rotulismo.

24 **Mapa de hallazgos**
Radar Artbank, María Trinidad, Alma Negra, mercados, artistas y otros espacios y proyectos que orbitan esta edición.

38 **Lenguajes de origen**
Artbank Glocal con Andrés Murillo, Miercoletras y Cultural Pulse.

43 **Prácticas que sostienen**
Watchavato, finanzas para artistas, Resplandor y distintas formas de producir, sostener y preservar cultura visual.

48 **Imágenes de calle**
Mālini Mayī y Sergio Meléndez: paste up, gráfica urbana, fotografía, lucha libre y cultura popular. .

52 **Lo que sigue**
Agenda cultural, territorio con Daniel Cortázar y una sopa de letras para seguir recorriendo la edición.

56 **Para cerrar**
Rey de Reyes, gráfica popular, autoría y cierre editorial de Identidad trazada.

Equipo Editorial

Dirección editorial
Soan Menvi

Asuntos de cosas con mucha importancia
Carlos Arias

Diseño editorial y Dirección de Arte
Samir Razonable

Redacción y estilo
Brian Estrada Alpizar

Media
Hugo Beltrán
Wilma Campos

Finanzas para artistas
Money Carranza

Radar de Artistas / Cultural Pulse
Allison Cerda

Nota especial / Honor a quien honor merece: Rey Pincel
Mariana Peluffo

Apoyo visual
Tony Agüero

MIAMI AD SCHOOL

Lo Que Siempre Estuvo Ahí

México está lleno de letras que nadie encargó pensando en hacer historia.

"SE RENTA" trazado directamente sobre una pared. El nombre de una ferretería con sombra roja y azul. Los precios escritos con plumón en una cartulina que ya perdió el color por el sol. El pollo caricaturizado de una rosticería. La tipografía imposible de un sonidero. Una estética unisex llamada "Yolis" con una mujer pintada en el vidrio. Todo junto, todo distinto y, sí, todo funcionando.

Durante años eso fue simplemente la calle.

Después empezamos a fotografiarlo. A guardar los letreros que desaparecían, a buscar quién los había pintado, a hablar de rotulismo, gráfica popular, archivo e identidad. Y supongo que también hubo algo extraño en descubrir que aquello que parecía tan común estaba cargado de decisiones visuales que jamás habíamos pensado como decisiones.

Esta edición empezó precisamente por ahí.

Nos interesa esa manera de hacer imágenes donde las reglas son otras. El cómo una letra puede ocupar más espacio del que debería, cómo una sombra puede tener tres colores o cómo una palabra puede doblarse porque ya no cabía.

El objetivo nunca fue conseguir una composición impecable; había que hacer que alguien volteara desde la otra banqueta y eso también terminó construyendo una estética única y reconocible (una muy difícil de separar de México, por cierto).

No hablamos de "lo mexicano" como si fuera una colección de símbolos que pudiéramos acomodar sobre una mesa: la lucha, el chile, el rosa mexicano, la calavera y listo. La identidad es bastante más desordenada que eso. Se va haciendo con lo que repetimos, copiamos, modificamos y dejamos atrás. Con formas que pasan de una generación a otra sin que nadie lleve la cuenta.



También con cosas que desaparecen.

Hoy basta caminar unas cuadras para encontrar una fachada recién pintada donde antes había letras hechas a mano. Y no necesariamente es una tragedia ni tampoco queremos caer en la nostalgia de pensar que cualquier tiempo pasado tuvo mejor gráfica. Pero sí vale la pena preguntarse qué se pierde cuando una ciudad empieza a borrar las pequeñas rarezas que la hacían reconocible.

Identidad trazada reúne distintas maneras de acercarse a todo esto. Gente que pinta, fotografía, colecciona, pega, escribe, interviene o simplemente presta atención. No buscamos llegar a una conclusión sobre qué es la identidad mexicana. Bastante complicado sería intentarlo en 48 páginas.

Preferimos mirar sus rastros, los que siguen en la calle, los que terminaron dentro de un archivo y los que hoy alguien está volviendo a dibujar de otra manera.

Al final, puede que llevemos años tratando de encontrar una imagen que explique quiénes somos mientras esa imagen estaba en la fachada de la tienda de la esquina.

– SOAN MENVI / DIRECTORA DE ARTBANK

¿POR QUÉ IDENTIDAD TRAZADA?

Porque hay una parte de la identidad mexicana que no se aprendió en los libros ni se diseñó desde una oficina. Se fue formando en fachadas, mercados, talleres, puestos, ventanas, anuncios, cartulinas, rótulos, nombres de negocios y letras pintadas a mano.

Identidad trazada parte de la gráfica popular como un lenguaje vivo: una forma de comunicar, vender, nombrar, recordar y pertenecer. No hablamos de México desde la postal, sino desde sus rastros visuales más cotidianos. Esos que muchas veces pasan desapercibidos, aunque estén ahí todos los días diciendo algo sobre la manera en que habitamos, consumimos, trabajamos y nos reconocemos.

Esta edición reúne artistas, proyectos y miradas que se acercan al trazo desde distintos lugares: el rotulismo, la fotografía, el paste up, el archivo, la escritura, la cultura popular y el oficio. Cada uno abre una pregunta distinta sobre lo que vemos en la calle y sobre todo aquello que empieza a desaparecer cuando dejamos de prestarle atención.

Más que definir una identidad, esta edición busca seguirle la pista: encontrarla en una letra torcida, en una máscara, en un cartel, en una fachada recién pintada, en una frase pegada al muro o en una imagen que alguien decidió guardar antes de que se borrara.

Porque la gráfica popular no solo anuncia: cuenta quiénes somos.



Códices Prehispánicos:

¿el inicio de la gráfica mexa?

¿Nada quedará en mi nombre?
¿Nada de mi fama aquí en la tierra?
¡Al menos flores, al menos cantos!

—Cantos de Huejotzingo

¿Cuál es el antepasado más lejano de los rótulos y la gráfica mexa? Para mí, sin ser un experto, son los códices prehispánicos. Podría parecer un disparate, pero intentaremos tú y yo ver cómo es eso posible.

Mucho antes de los rótulos de las fondas, de las cartulinas de colores chillones del mercado, de los nombres pintados a mano de "tacos, licuados" y más negocios, en México ha existido una forma única de contar historias y transmitir mensajes con imágenes.

Los códices prehispánicos son el ancestro más antiguo de eso que hoy reconocemos como gráfica mexicana: una manera de comunicar donde imagen, símbolo, color y composición no están separados del mensaje, sino que son el mensaje.

¿Qué son los códices?

No se trata de libros en el sentido occidental, sino que son sistemas visuales creados para registrar genealogías, conquistas, tributos, calendarios, rituales, territorios y acontecimientos.

Sus páginas son de papel amate, sus cubiertas de piel de venado u otros soportes. En esas páginas conviven personajes, animales, plantas, arquitecturas, caminos y signos cargados de significado.

Un cerro identifica un lugar. Unas huellas indican desplazamiento. Una corriente de agua, un camino o una figura humana podían formar parte de una narración que no se construye necesariamente con palabras.

México, antes de conocer el rótulo, ya estaba lleno de signos.



Códice Borgia

De lo sagrado a lo cotidiano

Antes del rótulo que hoy conocemos estaba el símbolo. Los códices prehispánicos ya utilizaban imágenes para comunicar, identificar y contar. Vestimentas, animales, caminos, objetos y colores transmitían información política, religiosa o territorial.
Mirar era y sigue siendo una manera de leer.

Ahora ya no reconocemos fácilmente los símbolos y temas de los códices prehispánicos, pero seguimos con la necesidad, muy humana, de comunicarnos visualmente. Pasamos de representar dioses, rituales y tributos a anunciar productos, precios y negocios.

No existe una relación directa entre códice y rótulo, pero sí una constante: la imagen como una forma poderosa para transmitir un mensaje.

Rótulos: una forma de leer la ciudad

El rótulo y la gráfica mexa están en las calles mezclando letras, colores, sombras e ilustraciones para comunicar con rapidez y llamar la atención de quien va con prisa o del turista que visita la ciudad.

Así como los códices utilizaban códigos reconocibles para su comunidad, hoy entendemos casi automáticamente que una fruta pintada anuncia una juguería o que ciertas letras —tipografías— pueden llevarnos a una taquería, tortería o una arena de lucha libre.

Cambió el lugar donde se plasma el mensaje. Pasamos del papel amate a la lámina, el muro y la lona, pero el fin continúa siendo el mismo: convertir ideas en imágenes reconocibles.

Porque la gráfica mexa quiere y seguirá contando historias siempre.

—Brian Estrada,
Copywriter creativo.

Artbank Magazine

Café
MTS
Mexico in every siiip
MERIDA 151-LOCAL B,
ROMA NTE. CUAUHTÉMOC,
[06700] DISTRITO FEDERAL
2x1 En tu compra presentando este cupón



DORIS TREJO
HABITAR ES MIRAR

Doris Trejo fotografía arquitectura, pero su mirada no se queda únicamente en el edificio limpio, vacío o perfectamente compuesto. Le interesa algo menos quieto: lo que pasa cuando un espacio ya está siendo usado, intervenido, atravesado por la vida diaria.

Arquitecta y fotógrafa salvadoreña, Doris vive actualmente en Ciudad de México. Desde hace 11 años dirige Topofilia Studio, un proyecto dedicado a la fotografía de arquitectura en México y Centroamérica. Su trabajo parte de la luz, los materiales, la escala y la relación entre cuerpo y espacio; pero cuando sale a caminar, aparece otra capa: la ciudad como un lugar acelerado donde observar es una forma de hacer una pausa.

Para ella, fotografiar la calle tiene que ver con entender el entorno desde lo que lo mantiene vivo: vecinos, personas que trabajan, animales, fachadas, texturas, sombras, gestos y formas de ocupar un lugar. Ahí aparece la topofilia: ese vínculo afectivo entre las personas y los espacios que habitan. Una fotografía puede revelar cómo alguien se apropia de un lugar sin tener que explicarlo demasiado.

Las imágenes que acompañan esta nota fueron tomadas dentro del Mercado La Dalia, en la colonia Santa María la Ribera. Ahí, Doris encontró locales que construyen su identidad visual desde lo inmediato: rótulos hechos de manera personal, letras pintadas por los propios comerciantes y anuncios encargados en la Central de Abastos para llamar más la atención.

Ese cruce entre arquitectura cotidiana, comercio y gráfica popular conecta directamente con Identidad trazada. Porque el mercado no solo se habita por sus pasillos, puestos o estructuras. Se habita por sus letras: por la forma en que cada local decide nombrarse, anunciarse y distinguirse dentro del ruido visual.

En la mirada de Doris, esos rótulos no aparecen como decoración. Aparecen como parte del espacio. Son señales de pertenencia, estrategias de venta, marcas personales y pequeñas decisiones gráficas que cuentan cómo se vive, se trabaja y se mira un lugar desde adentro.

CRÉDITOS DE FOTO:
DORIS TREJO DE TOPOFILIA STUDIO
WWW.INSTAGRAM.COM/TOPOFILIA.STUDIO/
WWW.TOPOFILIASTUDIO.COM
TODAS LAS FOTOGRAFÍAS FUERON TOMADAS DENTRO DEL MERCADO LA DALIA EN LA COL. SANTA MARÍA LA RIBERA.

Artbank Magazine







Artbank Magazine

Artbank Magazine

THE LEADER:
ALINA KILIWA



Artbank Magazine

LA VOZ DEL TRAZO.

Alina Kiliwa pinta letras como si estuviera metiendo ruido en una ciudad que cada vez quiere verse más limpia.

Su trabajo viene del rotulismo: ese idioma de fachadas, vidrios, mercados, talleres, lonas, puestos y negocios que aprendimos a leer antes de saber que también podía llamarse gráfica. Letras hechas para vender, ubicar, gritar, avisar, adornar o simplemente decir: aquí pasa algo.

Pero lo suyo no va de copiar la estética del barrio para volverla cool. Tampoco de ponerle marco a un oficio para que por fin parezca importante. Alina trabaja desde adentro del lenguaje: desde la brocha, la mano, el encargo, la práctica, el error, la calle y esa precisión rara que no siempre se ve perfecta, pero sí viva.

En un medio donde muchas veces la historia se ha contado desde nombres masculinos, su presencia importa sin tener que volverlo todo una consigna. Importa porque ocupa un lugar, porque lo trabaja, porque lo comparte y porque ha logrado volverse una de las referencias más visibles del rotulismo contemporáneo en México sin desprenderse de la raíz popular del oficio.

Hay algo en su obra que entiende muy bien esta edición: una letra puede ser anuncio, pero también puede ser carácter. Puede ser comercio, pero también memoria. Puede estar hecha para durar un mes sobre una fachada y aun así quedarse años en la cabeza de alguien.

Por eso abre **Identidad trazada**.

Porque esta edición, trata de mirar con más atención todo eso que ya estaba haciendo imagen antes de que alguien lo llamara diseño: el trazo, la sombra, el color, el nombre pintado, la esquina reconocible, la pared que de pronto habla.

Alina Kiliwa no pinta letras para que la calle se vea bonita. Las pinta para que algo de la calle siga teniendo voz.

Fotografías por
Dani Mondino

Conversation

ALINA KILIWA

Artbank. **¿Cómo empezó tu relación con el rotulismo?**

Alina Kiliwa Desde pequeña cuando paseaba por la calle, siempre miraba con admiración los rótulos en los locales de mi colonia, cuando comencé a leer, me gustaba leer en voz alta todos esos anuncios pintados en la calle, después pensé, quiero hacer de grande, cuando me preguntaba que que quería ser de grande decía que pintora pero yo me refería a pintar esos rótulos que siempre veía.

A. **¿Qué fue lo que te hizo entender que la letra también podía ser imagen y lenguaje propio?**

AK. Creo que la letra siempre ha tenido gran importancia en el diseño, como esa frase de una imagen dice más que mil palabras, creo que una palabra puede ser la forma más concreta de comunicación, e imágenes acompañadas con palabras pueden ser un mensaje super potente, creo que en algún punto subestimamos las letras, ya que como las vemos en todos lados, no le damos la importancia necesaria. Aun así, una frase bien diseñada es una forma super eficiente de comunicación.

A. **¿Crees que un rótulo puede cambiar la manera en que una persona se relaciona con un lugar? ¿Por qué?**

AK. La principal función de un rótulo es comunicar que se vende o de que es un lugar, creo que principalmente eso es lo importante, después creo que puede generar un vínculo de recuerdo y cuando ese rótulo lleva mucho tiempo en ese espacio puede generar nostalgia. Pero principalmente el vínculo creo que se general al comunicar algo.

A. **¿Dónde aparece la comunidad dentro de tu práctica?**

AK. Siempre es importante pensar en que un rótulo va a convivir con la comunidad, el cliente final y el contexto, entonces es importante planear ese trabajo pensando en todos los usuarios finales.

A. **¿Qué cosas de México te interesa mirar, rescatar o reinterpretar desde tu trabajo?**

AK. La versatilidad de estilos, el uso del ingenio mexicano en las frases, el ahora llamado mexicanismo y el uso del color para representar la mexicanidad.

A. **¿Qué te gustaría que no se perdiera del rotulismo y de la gráfica popular?**

AK. Creo que lo que más se ha perdido es el conocimiento, ya que muchos maestros rotulistas al no tener aprendices; ya que como es un oficio que se transmitía de generación en generación, muchos de nosotros que estudiamos carreras universitarias, dejamos de lado estos oficios que sabían nuestros abuelos abuelos o padres, creyendo que la estudiar la universidad seria el progreso, pero creo que es necesario voltear a todos esos oficios hechos a mano y recuperar el conocimiento de los maestros que solo se transmiten practicando y teniendo un contacto directo con esas personas que llevan años haciendo.

A. **¿Qué le dirías a alguien que quiere acercarse al rotulismo pero no sabe por dónde empezar?**

AK. Ahora existen muchos espacios como curso, talleres y gente de las nuevas generaciones que quieren compartir el conocimiento, en forma presencial y en linea, también tienen que saber que es una actividad que no se aprende en un día, que es de mucha practica y disciplina, pero que si realmente les gusta es un oficio que se disfruta mucho, creo que es importante tener paciencia y no desesperarse.





Artbank Magazine


ES
todavia
D.F.
·ALINA KILIWA·


VIVAN
LOS
OFICIOS


PUNK
ALASKA Y LOS PEGAMOIDES
Aguante
el VIKINGO
y el AMOR
LOS
OFICIOS



Artbank Magazine

CÓRDOBA & TABASCO

CAFÉ PARA ENCONTRARNOS
ARTE PARA TRANSFORMARNOS
CULTURA PARA CONECTARNOS

BARRA DE CAFÉ Revisión de portafolios de artistas y gestores culturales **Talleres y conversatorios enfocados a las prácticas de las industrias creativas y culturales** Gestión de espacio público en función del libre acceso a la cultura y las artes

Cordoba 93, esq. Tabasco. Roma Norte **cordobaytabasco**



EL HOMBRE QUE CONVIRTIÓ LAS CALLES EN MUSEOS TIPOGRÁFICOS



Cada época tiene sus propias herramientas. Algunas transforman la manera en que trabajamos. Otras, casi sin darse cuenta, desplazan oficios que durante décadas dieron identidad a nuestras ciudades. El rotulismo parecía tener los días contados. Las lonas impresas reemplazaron al pincel y las tipografías digitales ocuparon el lugar de las letras pintadas a mano. Durante años, muchas ciudades comenzaron a parecerse entre sí: los mismos anuncios, las mismas fuentes, los mismos colores.

Pero basta caminar unas cuadras por cualquier mercado mexicano para descubrir que todavía existe una resistencia. Ahí aparecen las letras hechas a pulso. Imperfectas, vibrantes, llenas de personalidad. Letras que no solo anuncian un negocio, sino que cuentan quiénes somos.

Ahí aparece Rey Pincel. Uno de los rotulistas más reconocidos de México y uno de los grandes guardianes de un lenguaje visual que forma parte de la identidad del país desde hace décadas. Porque el rotulismo siempre fue más que diseño gráfico, fue publicidad antes de las agencias, fue branding antes de que existiera esa palabra e identidad antes de que las marcas hablaran de propósito. Cada trazo tiene una intención, cada color busca atraer una mirada, cada sombra, cada serif improvisada y cada composición responden a algo que ningún software puede calcular: la intuición del oficio.

Rey Pincel pertenece a una generación que aprendió pintando sobre madera, lámina y muros. Una generación para la que el pincel era extensión de la mano y la ciudad funcionaba como un enorme lienzo colectivo. Su trabajo puede encontrarse en mercados, taquerías, carnicerías, ferreterías y pequeños comercios. Lugares donde el diseño nunca fue un lujo, sino una necesidad cotidiana. Y ahí radica su mayor valor. Mientras buena parte del diseño contemporáneo busca destacar dentro de una pantalla, el rotulismo sigue dialogando con personas reales, en calles reales, bajo el sol, la lluvia y el paso del tiempo.



Durante mucho tiempo, estos letreros fueron vistos como algo ordinario, demasiado populares para entrar en una galería, demasiado cotidianos para ser considerados arte. Hoy ocurre exactamente lo contrario. Museos, investigadores, diseñadores y fotógrafos han comenzado a mirar nuevamente esos muros vpara entender que ahí también existe patrimonio cultural. Mucho antes de que el rotulismo fuera reconocido como una

expresión artística y cultural, Rey Pincel ya llevaba años manteniendo vivo este oficio, pincelada a pincelada. Su trabajo no intenta convertir el rotulismo en algo sofisticado, sino que busca mantenerlo vivo. Porque entiende que el verdadero valor del oficio está en seguir pintando para la gente que pasa todos los días frente a esos negocios.

En una época dominada por pantallas, algoritmos y plantillas infinitas, cada letra hecha a mano recupera algo que parecía perdido: el tiempo. El tiempo de observar, de mezclar colores, de equivocarse y de volver a empezar.

Quizá por eso sus pinceladas transmiten algo que ninguna tipografía descargada puede ofrecer. Tienen pulso. El pulso de un oficio que ha sobrevivido al tiempo, de una tradición que sigue dando identidad a nuestras calles y de un México que todavía encuentra en lo hecho a mano una de sus expresiones más auténticas.

LO QUE LLAMAS RUIDO ® TAMBIÉN ES IDENTIDAD

® Lo que llamas
ruido también
es identidad ®

Artbank Magazine

® Lo que llamas
ruido también
es identidad ®

Artbank Magazine

LO QUE LLAMO NUESTRA

(Hallazgos de spots y Artistas)



artbank

Artbank Magazine



Radar

UN PEQUENO ARCHIVO DE HALLAZGOS, LUGARES Y ARTISTAS QUE SE CRUZARON EN EL CAMINO DE ESTA EDICION. COSAS QUE NOS HICIERON DETENERNOS. UN SEGUNDO, MIRAR DOS VECES Y PENSAR QUE VALIA LA PENA DEJARLAS REGISTRADAS.



MARÍA TRINIDAD:

LA COCINA MEXICANA NO SE QUEDA QUIETA.

En María Trinidad, la cocina mexicana no se entiende como algo estático. Se transforma, se honra y, sobre todo, se mantiene viva. El proyecto nace desde la memoria familiar y la herencia culinaria de una abuela, pero mira hacia adelante: toma conocimientos, sabores y rituales transmitidos entre generaciones para reinterpretarlos desde una sensibilidad contemporánea.

Su cocina habla de México desde la tierra. La barbacoa es quizá la mejor representación de esta filosofía: un ritual de 24 horas donde fuego, tierra y maguey participan en un proceso cuyo origen se remonta a tiempos mesoamericanos. Hoy, nuevas técnicas y herramientas permiten llevar esa tradición hacia otros territorios sin desprenderla de su esencia.

Lo mismo sucede con el maíz. Más que un ingrediente, es identidad, comunidad y conexión con la tierra; un elemento que ha acompañado el desarrollo cultural y gastronómico de México durante generaciones.

Pero la experiencia no termina en el plato. En María Trinidad, gastronomía, arte, diseño, música y cultura conviven como distintas expresiones de una misma raíz mexicana. La estética no funciona como simple escenografía, sino como una extensión de la cocina. Desde un pequeño cilantro criollo o unas gotas de aceite de chile hasta la elección de piezas de cerámica elaboradas en Santa María Atzompa, cada detalle construye una experiencia coherente.



Dirección: Bucareli 66, Colonia Centro, Centro, Cuauhtémoc, 06020 Ciudad de México, CDMX.
Instagram @maria_trinidad_bucareli

El espacio también funciona como punto de encuentro para nuevas expresiones del mexicanismo. Por ahí han pasado artistas plásticos, gráfica contemporánea, talleres de iconografía mesoamericana, colectivos de cerámica, músicos, coleccionistas e investigadores sonoros. La intención es generar comunidad alrededor de una cultura que reconoce su pasado sin quedarse atrapada en él.

Si pudieran entregar María Trinidad a un artista por una noche, elegirían a Francisco Toledo. Le cederían su altar principal, la mesa central donde suceden degustaciones, catas y celebraciones. Una elección que resume el espíritu del lugar: tradición, experimentación y cultura compartiendo una misma mesa.

Al final, quieren que el comensal recuerde algo incluso después de olvidar qué pidió: la grandeza de la gastronomía mexicana, su vínculo con la tierra y las personas y esa capacidad de conectar raíces, presente, futuro.

Porque en María Trinidad la cocina mexicana no se queda quieta: se transforma, se honra y se mantiene viva.







ALMANEGRA:

CREAR EN BOLA

De la calle al estudio; del estudio de vuelta a la calle: Almanegra ha construido una forma colectiva de entender la creación. Graffiti, diseño, amistad y capacidad de resolver se mezclan en una plataforma viva donde el "Yo" importa menos que todo lo que puede provocar el "nosotros".

Almanegra nació en 2017 alrededor de dos ideas: el negro como el universo, ese lugar donde conviven la nada y el todo; y el alma como esencia. Lo demás apareció de manera orgánica. Cada persona que ha pasado por el proyecto ha dejado algo propio, haciendo que evolucionara de un estudio de arte a una plataforma de creación y comunicación en constante transformación.

En el centro de esa evolución está una palabra: crew. Para Almanegra significa moverse juntos por algo más grande que el ego individual, pero también asumir la responsabilidad de sostener el barco entre todos. "Cuando pasas del 'Yo' al 'nosotros', confías ciegamente en quien tienes al lado. Las ideas se cruzan, los procesos se enriquecen y lo que creas en bola termina teniendo un impacto que jamás lograrías solo".

La calle como escuela

El grafiti atraviesa inevitablemente el lenguaje de las calles. No solo como estética, sino como una forma de entender el mundo. La calle les enseñó al crew de Almanegra a observar, improvisar, administrar recursos y encontrar soluciones. Como dice una rola de Doggie García que ellos citan: "somos puesteros, le vemos el modo".

A ese colmillo sumaron formación en diseño y arte. El resultado es un lenguaje donde intuición y técnica conviven con una obsesión permanente por la ciudad, sus texturas, códigos y accidentes visuales.

Su intención es clara: sacar el arte de los espacios tradicionales y hacerlo parte de la vida cotidiana: que sea público, cercano y capaz de provocar algo.

Crear antes que alimentar el algoritmo

Haber vivido la transición de lo análogo a lo digital también define su postura frente a una cultura donde prácticamente todo termina convertido en contenido.

Almanegra no crea para la métrica.

Primero está el deseo de terminar una obra, juntarse a dibujar y disfrutar el proceso. Después vienen las redes. Cuando las utilizan, buscan conversación, contexto y comunidad antes que llenar un feed.

Esa filosofía encontró uno de sus momentos más importantes en C.E.R.E.S.O. –Centro de Reinserción de Sketchbooks Olvidados–, un proyecto que reunió dirección creativa, gestión y producción de gran formato en un festival para más de mil personas.

C.E.R.E.S.O. confirmó algo importante: Almanegra ya tenía los hombros para construir proyectos de otra escala sin abandonar su esencia.

Lo que viene

Hoy su mirada está puesta en un movimiento que comienza a tomar fuerza fuera de los centros culturales tradicionales. Ven un nuevo impulso gráfico y creativo creciendo en otras ciudades y periferias de México, particularmente dentro del grafiti y el arte urbano del Valle de Toluca.

Su papel también empieza a cambiar: además de crear, quieren abrir camino, compartir herramientas y acompañar a nuevas generaciones.

¿Hacia dónde va Almanegra? No parecen necesitar una respuesta demasiado precisa.

Prefieren otra metáfora: seguir la marea sabiendo que el barco es fuerte y la tripulación está lista. Si algo se rompe, se imprime en 3D, se rediseña o se pinta una nueva vela.





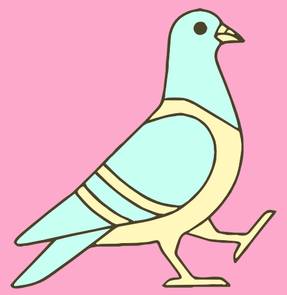
Todo comenzó por amor al dibujo y ese mismo trazo sigue marcando el camino.

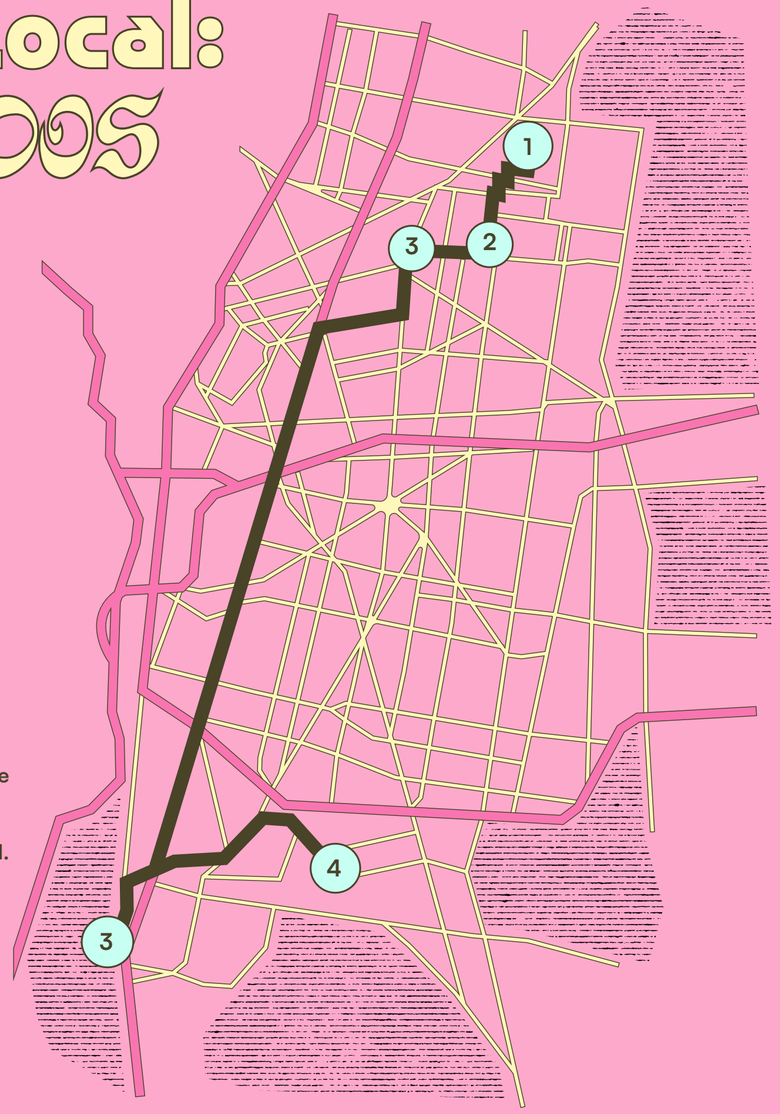
En cinco años quieren tener mayor alcance, convertirse en una plataforma referente y abrir más espacios para la escena independiente. Pero hay algo que esperan no perder nunca: la capacidad de asombro y las ganas de seguir soñando en grande.

Porque Almanegra nunca ha sido solamente lo que hacen.

Es lo que sucede cuando deciden hacerlo juntos.

Radar Local: MERCADOS





1. Centro Artesanal Garibaldi
2. El Mercado de Artesanías y Curiosidades de San Juan.
3. El Mercado de Artesanías de La Ciudadela.
4. El Jardín del Arte San Ángel.
5. El Mercado Artesanal Mexicano de Coyoacán.

En la Ciudad de México, el arte local no vive en un solo lugar. Para nosotros, la ciudad también es una galería: aquí aparecen los mercados, espacios donde las piezas encuentran nuevos públicos y se mantienen en circulación el comercio, las técnicas, los materiales y las historias.

El recorrido pasa por el Centro Artesanal Garibaldi, el Mercado de Artesanías de La Ciudadela, el Mercado de Artesanías y Curiosidades de San Juan, el Jardín del Arte San Ángel y el Mercado Artesanal Mexicano de Coyoacán. Cada parada muestra una manera distinta de acercarse a lo local: desde la artesanía y la curiosidad hasta la obra artística y su encuentro directo con la ciudad.

Mételo en tu ruta: compra artesanía mexicana, apoya el arte local y elige piezas que puedan entrar a tu vida, no quedarse únicamente como souvenir o recuerdito.



Lo mejor de pedir en Justo, no llega en la bolsa. Justo justo.mx

Radar

Mortlicue

Instagram: @mortlicue

Artista visual de la Ciudad de México, Mortlicue construye un universo donde la anatomía, la naturaleza y los imaginarios ancestrales se transforman mediante colores intensos y figuras simbólicas. En Sin piel, pieza final de su exposición YOPI, representa ese momento de vulnerabilidad en el que, después de sentirlo todo y desprenderse de antiguas capas, la vida vuelve a florecer. Incluso sin piel, todavía queda luz.



SIN PIEL, 2024.

Gouache sobre papel
Fabriano, 50 × 70 cm.



Ary Domínguez / Fresas Sans Crema

Instagram: @fresas_sans_crema

Ilustradora y diseñadora gráfica chihuahuense, Ary Domínguez transforma experiencias personales y colectivas en imágenes de colores eléctricos y atmósferas surrealistas. En Pandemia en caída libre, seleccionada para el programa Artebús del Instituto de Cultura del Municipio de Chihuahua, retrata una ciudad suspendida entre el aislamiento, la incertidumbre y la esperanza, conectando sus símbolos locales con una experiencia que atravesó al mundo entero.

PANDEMIA EN CAÍDA LIBRE.

Ilustración digital para Artebús Chihuahua.

Candela Sonidera / La Lonely Soul

Instagram: @candelasonidera

Candela Sonidera convierte la gráfica popular mexicana en un territorio de mezcla, humor y celebración. Su trabajo cruza códigos sonideros, rotulación, tatuaje, símbolos religiosos y cultura urbana para construir imágenes que parecen hechas para bailar. En Tremendo Mexican Flow, creada para la exposición Demasiado Fino, reúne personajes, corazones, fuego y tipografías en una composición que celebra el exceso visual como parte de nuestra identidad.



TREMENDO MEXICAN FLOW, 2026.

Serigrafía, edición 1 de 10.
Creada para Demasiado Fino.



JAGUAR, 2026.

Ilustración digital y propuesta de paste up.

Julio César Villalobos / Lobos

Instagram: @lobos_ilustracion

Julio César Villalobos, mejor conocido como Lobos, es un ilustrador y diseñador mexicano cuya obra entrelaza gráfica popular, mitología prehispánica, naturaleza, misticismo, horror y cyberpunk. En Jaguar, imagina el retumbar de una criatura que emerge desde lo profundo del bosque. La pieza fue concebida para trasladarse al espacio público mediante el paste up, llevando este animal fantástico de la pantalla a los muros de la ciudad.



LA LIBERTAD DE NO ENCAJAR

LES BÂTARDS

En Les Bâtards entiendes rápido que no estás frente a un restaurante que quiera pertenecer a una categoría. Su identidad nace precisamente de lo contrario: de la libertad de no encajar.

El nombre apareció durante una conversación entre sus fundadores, mientras buscaban una idea capaz de representar sus personalidades. Ambos venían de grandes equipos y cocinas, pero nunca habían sentido que pertenecieran por completo a una sola manera de hacer las cosas. Hasta que apareció la imagen de un extraño pan francés: no era una hogaza ni una baguette. Era un error, una especie de hijo bastardo de una idea.

"Para nosotros, Bâtards es algo que simplemente no encaja, que no tiene un linaje puro."

Esa idea terminó definiendo mucho más que el nombre. Cuando entras a Les Bâtards encuentras un lugar construido a partir de cocinas, personas, recuerdos y experiencias distintas. Lo más cercano sería llamarlo bistró, aunque hacerlo sería volver a intentar meterlo dentro de una caja.

En la mesa encuentras platos y tragos que pueden parecer simples, pero que esconden técnica, producto y una intención mucho más profunda. Hay honestidad, alegría y también cierta rebeldía. Parte del menú, de hecho, nació de ideas que sus fundadores habían intentado desarrollar anteriormente y que fueron rechazadas porque se salían de la línea de otros restaurantes.

La tostada de atún con encacahuatado fue una de ellas: les dijeron que no se entendería. La pasta con emulsión de chorizo tampoco parecía encajar dentro del concepto donde nació. Hoy ambas son favoritas de quienes visitan Les Bâtards. No se trata de provocar porque sí, sino de demostrar que una propuesta puede tener rigor técnico sin perder libertad.

UN RESTAURANTE CON ALGO DE ARTE CALLEJERO

Si tuvieras que convertir Les Bâtards en una obra de arte, probablemente sería un mural. Su espíritu tiene algo de la mirada de artistas urbanos mexicanos como Edgar Flores "Saner" o Carlos Segovia "Seco": una forma independiente, profunda y personal de interpretar México.

La historia que encontrarías pintada ahí sería la de gente trabajadora y llena de sueños. Personas que salen del barrio, rompen esquemas, patean puertas y luchan por construir algo propio.

Esa mezcla también aparece cuando recorres el espacio. La comida y la bebida cuentan los viajes personales de sus creadores, mientras la música habla de la calle, del amor y de las referencias que los formaron. Una noche puedes escuchar C. Tangana, Biggie Smalls o Tupac; durante el brunch del sábado o domingo, Héctor Lavoe y Willie Colón funcionan casi como una religión.

También puedes encontrarte libros de cocina, fotografía y arte mezclados sin demasiada preocupación por seguir una lógica: La guía de fermentación de Noma convive con El extranjero de Camus, Haruki Murakami, David Hockney, Anthony Bourdain, revistas independientes y hasta un inesperado libro de Kamasutra. A eso se suma el merch creado junto a personas que han sido importantes durante el camino.

Nada parece pertenecer exactamente al mismo universo y, sin embargo, cuando estás ahí, todo tiene sentido.





Porque Les Bâtards no intenta construir su identidad alrededor de un solo plato, una estética o una definición gastronómica. Lo hace acumulando recuerdos, amistades, música, libros, fuego, técnica y contradicciones.

"No somos un plato, somos un espacio que escribe una historia."

Y quizá esa sea la mejor manera de entender Les Bâtards: un lugar donde aquello que antes no encajaba finalmente encontró dónde pertenecer.

LES BÂTARDS
Cozumel 11-A, Col. Roma, Cuauhtémoc, CDMX
Instagram: @les__batardsmx

ARTBANK GLOCAL

Andrés Murillo – Tomarse el humor en serio

Andrés Murillo trabaja con imágenes que ya tienen una vida antes de llegar a sus pinturas: memes, escenas cotidianas, referencias populares, cosas encontradas en internet. Imágenes que circulan tanto que terminan cambiando según quién las mira, dónde aparecen y qué se hace con ellas.

Nació en Costa Rica y vive en Ciudad de México desde agosto de 2025. En su trabajo aparecen temas como identidad, alienación, gentrificación, contaminación visual y esa necesidad bastante contemporánea de estar siendo vistos todo el tiempo. El humor atraviesa buena parte de todo eso.

"Trabajo desde la incomodidad utilizando el humor como herramienta para comunicarme", explica.

Andrés piensa mucho en la reacción. En qué pasa cuando una imagen cae frente a alguien y provoca risa, curiosidad, rechazo o conversación. De hecho, dice que muchas veces le interesa más lo que una obra genera en determinado público o espacio que la pieza por sí misma.

Desde que llegó a México, su manera de trabajar también cambió: ahora observa más.

Ciudad de México tiene material de sobra para hacerlo. La información visual aparece prácticamente en cualquier dirección: publicidad, puestos, fachadas, rótulos, imágenes religiosas, marcas, propaganda, museos, pantallas. Para alguien que trabaja precisamente con la circulación y resignificación de imágenes, llegar aquí también significa encontrarse con otro archivo y Andrés todavía está aprendiendo a leerlo.

"Todavía me siento ajeno. Pese a que nos parecemos mucho", dice. Es consciente de que producir desde un territorio nuevo implica tiempo y cierta responsabilidad. Su proceso actual tiene mucho que ver con estudiar referentes, observar la escena y entender desde dónde puede participar. Mientras tanto, Costa Rica sigue apareciendo desde la distancia.

La relación con su país tampoco está atravesada precisamente por nostalgia. Murillo habla de frustración frente al panorama político y cultural costarricense y cuestiona incluso la idea de la pura vida: esa especie de marca nacional que para él hoy se siente cada vez más lejana de la realidad.

En medio de todos estos temas, el humor termina funcionando como una especie de terreno común y lo resume de manera mucho más sencilla: "la risa une a las personas".

También dice algo que explica bastante bien por qué los memes ocupan espacio dentro de su práctica: hoy la gente ve más memes que noticias.

Entonces quizá el absurdo no está tan lejos de la realidad como parece.

A veces solo hace falta mover una imagen de lugar para empezar a verla distinto.





Después de José María Velasco: ¿Quién es ese Pokemón?

Fue la primera pintura que Andrés Murillo realizó después de mudarse a México. La pieza parte de Pórfidos del Tepeyac y cruza una referencia histórica del paisaje mexicano con códigos de la cultura digital. Murillo la considera casi un autorretrato de cómo se sentía al llegar a México: observando un territorio nuevo desde las referencias que ya llevaba consigo.

Miercoletras

La comunidad que se dibuja en vivo

La importancia de seguir jugando
Miercoletras nació para romper la rutina a mitad de semana: un respiro creativo para crear jugando. No somos un pódcast donde solo hablamos ni un taller rígido. Somos un espacio en vivo para compartir procesos, experiencias y ejercicios que despiertan esa parte del cerebro que solemos apagar por buscar la perfección. En el camino se nos olvida lo más importante: jugar.

¿QUIÉNES ESTÁN DETRÁS DE LA MESA?

Detrás de Miercoletras estamos dos apasionados de la gráfica que decidieron sumar sus universos:



* Homar Aparicio: Diseñador y calígrafo galardonado con el Premio a! Diseño 2021. Su maestría en el trazo, la ornamentación y el lettering lo ha llevado a colaborar con marcas globales como Dior, Johnnie Walker o Pelikan y a exponer su trabajo en países como Alemania, Corea del Sur y Australia.
– @homar.aparicio



* Pepue (Josué González): Mercadólogo, artista del lettering, director de arte y creativo con más de 12 años de experiencia. Especializado en identidad visual, dirección de arte y lettering, ha trabajado en campañas para Nike, Cerveza Victoria, Aeroméxico y Ford entre otras. Su mirada mezcla cultura urbana, publicidad y gráfica callejera.
Pepue es el motor dinámico que traduce la estrategia en juego, soltura y expresión pura.
– @pepues

Juntos unimos la precisión del oficio con la soltura de la improvisación para demostrar que dibujar no tiene por qué ser solitario ni aburrido.

EL VALOR DEL TRAZO MANUAL

En una época donde aprendemos a teclear antes que a escribir, reivindicamos crear con nuestras propias manos. Compartir el proceso –con errores, borrones e improvisaciones– le quita el miedo a quien empieza y devuelve a la letra su esencia: un lenguaje humano, libre y al alcance de cualquiera.

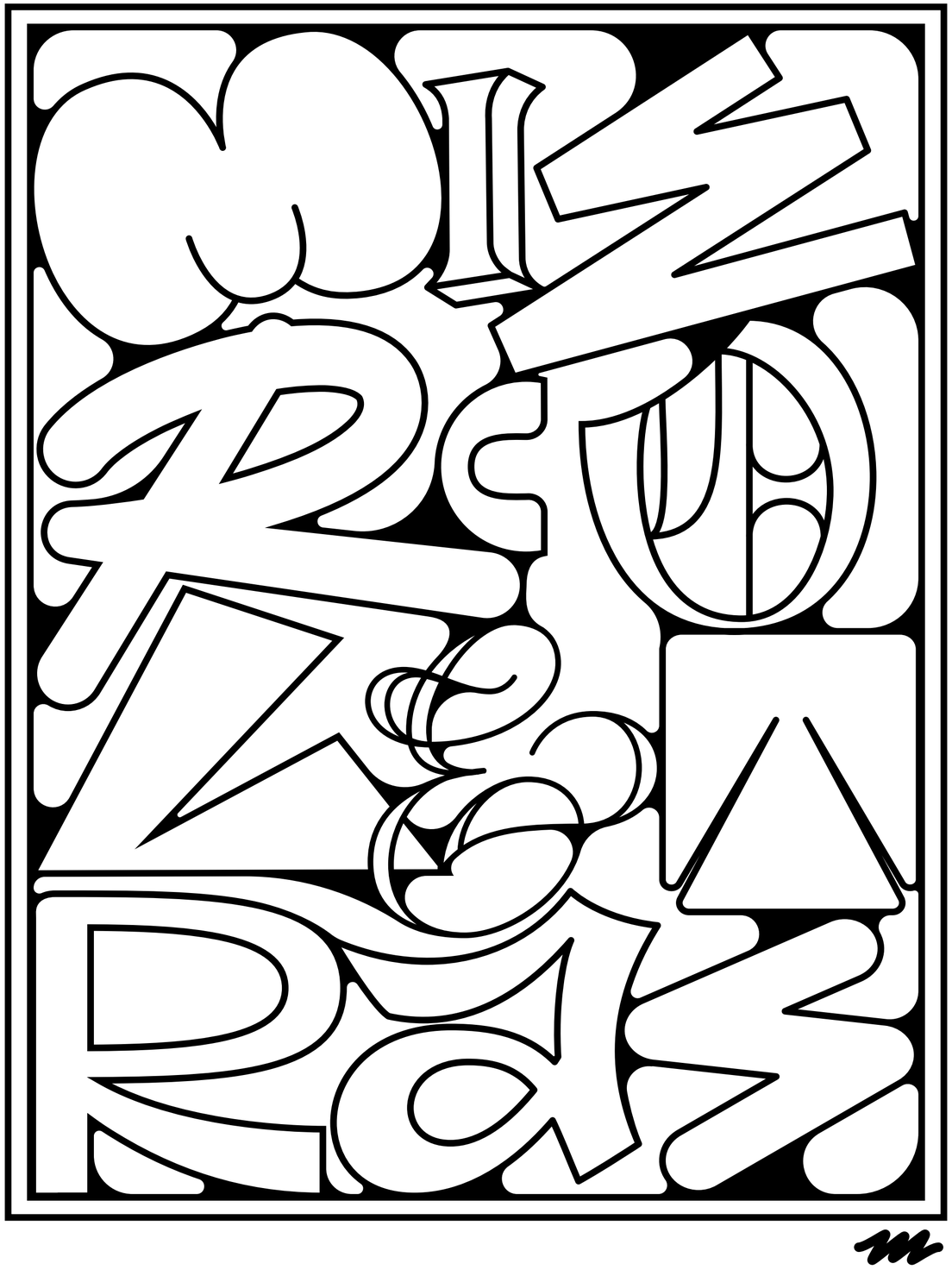
CREATIVIDAD EN ACCIÓN

En Miercoletras no nos quedamos en la teoría: nos vamos directo al papel. Reinterpretamos pancartas de fútbol, rediseñamos monogramas y convertimos manchas en alfabetos. Más que dar cátedra, buscamos contagiar las ganas de agarrar un plumón, perderle el miedo al trazo y hacer el dibujo accesible para todos.

MENOS PERFECCIÓN, MÁS EXPLORACIÓN

Creemos que la creatividad no les pertenece a unos cuantos "genios", sino a cualquiera que quiera experimentar. Nuestro mantra: "Menos perfección, más exploración. ¡Aquí estamos improvisando!" es una invitación a reconectar con la libertad de jugar. Lo que empezó como dos amigos dibujando en una mesa, hoy es una comunidad viva que demuestra cada semana que el arte de trazar letras está más presente que nunca.

COLOREA ESTA PÁGINA



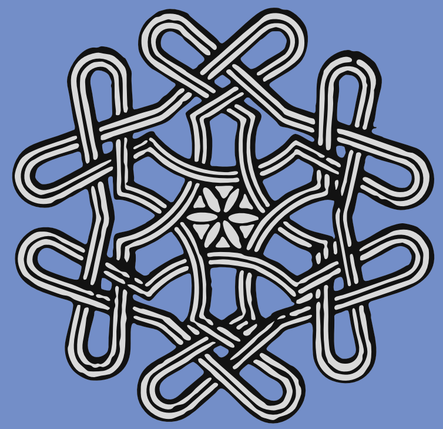
Cultural Pulse

El presente de lo tangible

México como referente latinoamericano de una cultura que sabe conservar.

La cultura no vive únicamente en el recuerdo, sino que forma parte de nuestra cotidianidad. En México, muchas expresiones culturales siguen presentes porque encuentran dónde practicarse, compartirse y transformarse. Su continuidad no depende de repetirlas de forma idéntica, sino de mantener vivo el vínculo entre una comunidad, sus conocimientos y el presente.

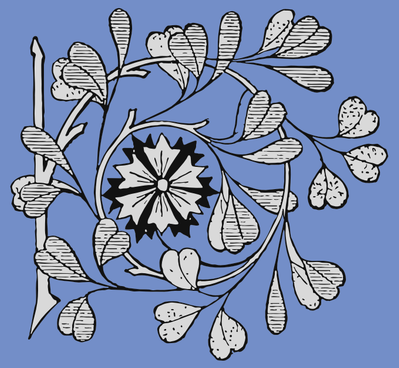
Preservar, entonces, no significa guardar una tradición intacta, sino sostener las condiciones para que conserve uso, reconocimiento y capacidad de cambio. Algunas expresiones sobreviven como registro; otras mantienen una vida activa porque todavía tienen comunidad. El presente de lo tangible aparece justamente en esa diferencia.



Dejar de existir vs. existir transformado

Las expresiones culturales rara vez desaparecen de un día para otro. Primero dejan de formar parte del paisaje cotidiano; después se vuelven recuerdo y, finalmente, necesitan un archivo que las nombre.

La Fonoteca Nacional reúne en Sonidos en peligro de extinción oficios como el afilador, el organillero, la mecanógrafa, el globero y el zapatero. Algunos aún existen, pero ya no forman parte del paisaje urbano con la misma frecuencia. Su Mapa sonoro abre ese archivo mediante grabaciones geolocalizadas aportadas por la institución y la ciudadanía. Así, preservar también es volver a escuchar una forma de reconocer el barrio, la calle, y de compartir el ti.



Herencias artesanales

Hay prácticas que todavía suceden; eso no significa que estén a salvo. También necesitan reconocimiento, condiciones justas y nuevos públicos.

El arte textil mexicano vive en esa zona. ORIGINAL promueve el trabajo directo con las personas artesanas, el reconocimiento de sus pueblos y técnicas, además del respeto a la propiedad intelectual colectiva. Una práctica se vuelve contemporánea cuando puede circular sin perder el nombre de quien la hizo ni el conocimiento que contiene.

Con la cartonería ocurre algo parecido. Piñatas, máscaras y mojigangas se activan cuando salen del taller y entran en celebraciones que recuerdan, rinden homenaje y fortalecen símbolos de identidad. La Talavera ofrece otra pista: aunque sus herramientas han evolucionado, la fabricación, el esmaltado y la decoración continúan siendo artesanales, y sus conocimientos se transmiten entre generaciones.

La herramienta cambia; el proceso conserva su sentido. Ahí puede leerse México como referente latinoamericano: en su capacidad de mantener abiertas las rutas entre memoria, materia y presente. La preservación que importa ocurre en movimiento, cuando una práctica todavía tiene quién la haga, quién la escuche y quién la reconozca.

WATCHAVATO

EL NORTE NO SE QUITA



Treinta años antes de los likes, los comments y los followers, Watchavato ya estaba en la calle.

Puedes salir de Culiacán. Lo difícil es que Culiacán salga de ti.

En 2026, Watchavato cumple 30 años. Tres décadas construyendo un universo que nació de la nostalgia y terminó convirtiéndose en una identidad gráfica reconocible, incluso más allá de la persona detrás de ella.

Todo comenzó cuando Luis Romero dejó Sinaloa para estudiar en Ciudad de México. Con sus nuevos amigos terminaba hablando, una y otra vez, de lo mismo: sus vecinos, el calor, la calle, la música, la narcocultura y una iconografía que había formado parte de su vida desde niño.

"WATCHAVATO ES UN PROYECTO DE NOSTALGIA. SIEMPRE LO HE DICHO."

No tuvo que ir demasiado lejos para encontrar un lenguaje propio. Ya lo traía puesto.

En 1996 comenzó a llevar esas historias a la calle a través de grabados, stickers, esténciles y carteles, incluso antes de saber que existía una etiqueta para eso: street art.

Primero estuvo la historia. Después vino el formato.

Jesús Malverde y Chalino Sánchez aparecieron una y otra vez en su trabajo. No como referencias recuperadas para construir una estética, sino como parte del paisaje cultural en el que creció. Mucho antes de que ciertos códigos ligados al norte y a la narcocultura circularan entre la moda, la música y la gráfica, Romero ya había convivido con ellos.

Con los años, el universo también cambió. Surgieron personajes como Paper Boy, más amable y casi infantil, pero la raíz permaneció intacta.

Y después de repetir una firma durante tres décadas sucede algo extraño: la firma empieza a convertirse en persona.

"Llegó un momento donde el personaje te gana", reconoce Romero. Hay quienes llevan años llamándolo Guacha o Watchavato sin saber que detrás está Luis Romero. Con el tiempo tuvo que aprender a separar ambos mundos: de un lado, la gráfica, los muros y las exposiciones; del otro, una vida que no necesariamente necesita convertirse en contenido.

Watchavato pertenece, además, a una generación que construyó una carrera cuando estar presente significaba literalmente estar presente. Antes del feed, su trabajo viajaba pegado a las paredes, aparecía en exposiciones y circulaba de boca en boca.

"HICIMOS LO QUE QUISIMOS. ABRIMOS ESTA BRECHA SIN TENER LIKES NI COMMENTS NI BUSCAR APLAUSOS."

Este 19 de noviembre de 2026 celebrará tres décadas de trabajo con una exposición en Foro Tonalá, en Ciudad de México.

Mucho ha cambiado desde 1996. La calle también se convirtió en pantalla, el street art entró a galerías, marcas y algoritmos, y la visibilidad comenzó a medirse.

Watchavato siguió haciendo imágenes.

EL NORTE NO SE QUITA.



El Arte se Piensa, se Hace y se Sostiene.

Crédito: ¿amigo o enemigo?

Money Carranza
Finance Geek

Cuando necesitas dinero para crear antes de poder cobrar por tu trabajo.

Los créditos son temidos por muchos, pero si los sabes usar se convierten en una gran herramienta. Todos hemos escuchado esas historias de terror en las que algunos están con un mal historial en Buró de Crédito por no haber pagado un outfit increíble y las papas locas que compraron en su juventud.

Pero ¿qué pasa cuando queremos usar la tarjeta de crédito para impulsar nuestro negocio? ¿Será buena idea?

Para muchos creativos y artistas, el crédito no aparece porque quieran "comprar algo que no pueden pagar", sino porque necesitan financiar la producción de su propio trabajo.

Supongamos que te piden producir 100 playeras serigrafiadas para una colaboración. Es un buen proyecto y puede dejarte una ganancia interesante, pero antes necesitas comprar las playeras, tintas y demás insumos. El cliente te pagará cuando entregues.

¿Tienes una tarjeta de crédito? ¿La usas? Si me dices que sí, tienes que leer "Cómo cotizar una intervención artística sin morir en el intento", del Volumen 1. Antes de que saques la tarjeta de crédito, es importante siempre poner un límite en esas colaboraciones y pedir un anticipo.

Ahora sí nos vamos con lo que nos importa: ¿te toca usar la tarjeta? ¿Sí o no?

La respuesta es sí, pero de manera estratégica. Si conoces bien tus fechas de corte y pago, una tarjeta puede darte varias semanas para financiar una compra sin generar intereses.

Acá te explico:

- Primero revisa cuánto dinero tienes disponible y trata de usar esa lana lo mejor que puedas. Ojo, sin quedarte sin liquidez.
- Una vez que ya viste qué cantidad te hace falta, ahora sí revisa cuándo es la fecha de corte de tu tarjeta de crédito. Esto es la clave de todo.

Ya que tienes entre la fecha de corte inicial y final aproximadamente 28 a 30 días, más los 20 días que te dan para que pagues tu tarjeta. Eso quiere decir que tienes 50 días. Si pagas el saldo completo de lo que gastaste antes de la fecha de pago, no pagas interés, pero si fallas por un solo día, ahí ya inician las broncas y cobros.

Vamos a aterrizarlo:

Si la fecha de corte es aproximadamente el día 19 de cada mes, supongamos que estamos en el día 21 de agosto, es perfecto para que hagas esa compra. Pero si estás a 17 de septiembre, eso quiere decir que tu fecha de corte está próxima, (19) por lo tanto, tendrías muy poco tiempo para pagar ese dinero. Pero si haces tu compra los primeros días de la fecha de corte, te vas rayado porque tienes más tiempo para saldar esa deuda.

De esta manera, el crédito no se vuelve un enemigo. Ahora que sí ya estás pensando en algo más grande, hay de créditos a créditos: están las tarjetas de crédito para compras pequeñas o meses sin interés, los créditos personales y los créditos para negocios. Cada uno tiene una naturaleza diferente y conocerlos te ayuda a saber qué crédito va contigo.

Porque muchas veces la actividad creativa empieza como un proyecto personal, freelance o ingreso adicional y poco a poco se convirtió en negocio. Cuando esto evoluciona, también evoluciona la forma de financiarte. Así tu tarjeta personal se convierte, sin querer, en la primera fuente de financiamiento de tu proyecto creativo.

RESPLANDOR
ALMACÉN·FOTOGRÁFICO



En México, comprar fotografía sigue siendo un gesto poco común. Hay galerías, ferias, coleccionistas, pero falta el paso intermedio: un lugar donde cualquier persona pueda entrar, tocar, hojear y llevarse una pieza de fotografía sin necesitar una cita ni un catálogo de precios en dólares. Ese vacío es exactamente el que Resplandor decidió ocupar.

Resplandor es un almacén con venta al público de productos realizados por creadores de fotografía radicados en México. No es una galería en el sentido clásico, sino una tienda con todo lo que eso implica: accesibilidad, rotación y cercanía. Su propósito es simple: enunciar y difícil de sostener en un mercado como el mexicano. Sí, construir un puente real entre quienes hacen fotografía y quienes quieren vivir con ella todos los días.

En su espacio físico, ubicado en la colonia Roma, conviven obra en formatos pequeños, prints, publicaciones editoriales, fotos de archivo, objetos intervenidos, piezas vintage y una selección de mercancía –playeras y tote bags– que parte de la imagen fotográfica como lenguaje. También funciona como un espacio en donde se realizan exposiciones, conferencias, presentaciones de proyectos y charlas sobre fotografía y más.

Son un espacio independiente coordinado por Livia Animas, José Luis Cuevas (Gimnasio de Arte y Cultura) y Alan Carranza (Bazar Espacio Fotográfico). Los tres comparten una convicción: en México no existe todavía un ecosistema sólido de compra y venta de fotografía, comparado con el que sí tienen otras disciplinas artísticas. Resplandor es una apuesta activa por construir ese ecosistema desde abajo, invitando personalmente a distintos creadores de imágenes a exhibir y vender su trabajo en el almacén –fotógrafos consagrados junto a otros que venden su primera pieza–.

Resplandor está abierto para quien quiera entrar a ver qué se está haciendo en fotografía mexicana hoy, para quien busca un regalo distinto y para quien lleva tiempo queriendo empezar a coleccionar y no sabía por dónde empezar. Cada visita, cada pieza que sale del almacén, es una forma de sostener directamente el trabajo de quienes hacen imágenes en este país.



Resplandor Almacén Fotográfico.
Álvaro Obregón 185, piso 1, Colonia Roma, Ciudad de México. Martes a sábado de 11 a 19 h.



Artbank Magazine





Artbank Magazine

Mālini Mayî: la ciudad también te está mirando

Una pared nunca está realmente vacía. Tiene anuncios viejos, pintura encima de pintura, firmas, manchas, cinta, carteles arrancados y mensajes que alguien dejó antes. Mālini Mayî trabaja justo ahí, en ese ruido callejero.

Su práctica parte de observar lo cotidiano y convertir experiencias personales en imágenes y palabras que después salen a encontrarse con otras personas. El paste-up apareció como una forma directa de sacar esos mensajes de su mundo personal y ponerlos a circular por la ciudad. Y en cuanto una pieza llega a la calle, algo cambia.

Ya no hay una sala blanca alrededor ni una explicación junto a la obra. Hay tráfico, gente llegando tarde, alguien fumando afuera de un local, otra persona pegando algo encima. La imagen entra a la ciudad y empieza a tener una vida que no estaba planeada. Para Mālini Mayî, ahí aparece buena parte del sentido: la obra comienza a mezclarse con otras personas, otros momentos y otras historias.

Cuando le preguntamos qué le interesa que suceda cuando alguien se encuentra una pieza suya en la calle, nos respondió así:

"**Que algo se mueva. Puede ser una pregunta, un recuerdo, una identificación o simplemente una pausa.**"

En sus piezas aparecen rostros una y otra vez. Para ella, son una forma de representar al ser humano en ese proceso constante de conocerse y expandir su conciencia. En la calle, además, adquieren otra presencia: mientras uno los observa... pareciera que devuelven la mirada.

Una persona puede pasar de largo. Otra puede tomarles una foto. Alguien puede encontrarlos justo en un momento en el que esas palabras significan algo distinto. Mālini Mayî incluso ha visto cómo sus imágenes y frases terminan incorporándose a procesos personales de personas que no conoce.

Ahí el paste-up deja de ser únicamente una pieza pegada sobre un muro y empieza a funcionar como conversación.

Su trabajo convive con esa gráfica que encontramos todos los días: carteles, rótulos, anuncios, letras pintadas y capas de información que terminan construyendo visualmente una ciudad.

Le interesa precisamente eso, que la obra aparezca en medio de la vida diaria y termine formando parte del paisaje.

En ese cruce entre lo íntimo y lo público está buena parte de su lenguaje. Algo que comenzó como una experiencia personal termina pegado en una pared, expuesto a cientos de lecturas posibles. La ciudad hace el resto: lo mezcla con sus propios códigos, lo desgasta, lo tapa, lo fotografía, lo vuelve referencia.

Y entonces la pieza ya no habla solamente de Mālini Mayî, sino también de quien se encontró con ella, de quien vio su arte y sintió como este mismo le regreso la mirada.



SERGIO MELÉNDEZ

LO QUE PASA ALREDEDOR DEL RING.



La lucha libre mexicana ya tiene máscara, color, tipografía, personajes y drama. Sergio Meléndez lleva más de veinte años fotografiando todo lo que ocurre alrededor.

"La luchas" no necesita demasiado esfuerzo para ser fotogénicas.

Hay máscaras imposibles, cuerpos volando, capas, lentejuelas, luces duras, colores que compiten entre sí y personajes construidos para reconocerse desde la última fila. Pero cuando Sergio Meléndez entra a una arena con una cámara, no está buscando solamente la imagen obvia del luchador en el aire.

También mira hacia las gradas.

Una señora gritándole al rudo, un niño completamente hipnotizado, las familias que llegan cada semana, los gestos que suceden entre una llave y otra. El tipo de escenas que no aparecen en el cartel de la función, pero sin las cuales la lucha libre tampoco sería lo que es.

Ahí es donde su fotografía empieza a hablar de cultura popular.

Sergio comenzó a acercarse fotográficamente a este universo en 2004, en la Arena Isabel de Cuernavaca. El lugar ya fue demolido. Diez años después fotografió por primera vez la Arena México y comenzó a construir lo que eventualmente se convirtió en Queremos ver sangre, una serie que hoy conecta más de dos décadas de imágenes alrededor de la lucha libre mexicana. Más que documentar un deporte, su archivo registra un lenguaje.

Porque alrededor del ring existe un sistema visual que reconocemos casi de inmediato: la máscara, el nombre del personaje, los colores, los anuncios, la arquitectura de la arena, la ropa del público, los gestos exagerados y esa frontera bastante rara entre espectáculo y vida cotidiana. Y justamente ahí está lo interesante.

En las fotografías de Sergio, la cultura popular no aparece acomodada para explicar "lo mexicano". Está ocurriendo, sobre todo, en las arenas pequeñas que continúa fotografiando, donde los códigos visuales de la lucha conviven con familias, barrios y personajes que llevan generaciones formando parte de ella.

Una de sus imágenes más conocidas, La Señora, nació así. En una arena local de Cuernavaca fotografió a una mujer mayor completamente entregada al combate desde su asiento. La foto circuló frente a millones de personas en redes, pero la historia no terminó ahí, tiempo después, Sergio logró contactar a la familia de la mujer retratada y regresó a la arena para entregarle una copia de la fotografía a su hija.

La fotografía terminó haciendo exactamente lo que su trabajo busca hacer: registrar una escena, conservarla y conectarla con alguien más.
Por eso, aunque la máscara sea quizá el símbolo más evidente de la lucha libre mexicana, el archivo de Sergio Meléndez propone mirar un poco más alrededor.

A veces la cultura popular está en el personaje y otras veces está sentada en primera fila.

CRÉDITOS DE FOTOS: Jorge Becerra

www.sergiomelendez.com.mx
@sergio.melendez



WHAT'S ON

AGENDA CULTURAL.

Una selección de cosas que dialogan con esta edición para seguir buscando cultura después de cerrar la revista.



ANTE EL ECLIPSE. ARQUEOLOGÍAS DEL ARTE EN MÉXICO

Museo Tamayo
Hasta el 18 de octubre

Una exposición para quienes todavía no se cansan de preguntarse qué demonios significa hablar de arte en México desde capas más raras: archivo, mito, territorio, ruina, modernidad y símbolos que siguen apareciendo, aunque nadie los haya invitado.

TEPITO EN LA CANCHA + DINASTÍA DUENDE. 50 AÑOS

Galería José María Velasco
Hasta el 25 de octubre

Tepito, futbol, cultura sonidera y orgullo LGBT+ sin filtro de museo fino. Dos exposiciones que leen el barrio desde sus propias imágenes: cancha, calle, música, cuerpo, archivo y códigos populares que no necesitan traducción para existir.





CON TODO Y MI TRISTEZA

Museo Tamayo
Hasta el 27 septiembre 2026

Una instalación que toma la escenografía de los grandes programas musicales latinoamericanos y la vuelve escenario, archivo y memoria sentimental. Va de televisión, espectáculo, público, música y de todo eso que también educó nuestra manera de mirar.

PENTIMENTO / ESTADO SUSPENDIDO / FÁBULAS PARA DORMIR

Laboratorio Arte Alameda
Hasta el 18 de octubre

Tres exposiciones sobre memoria, residuo, archivo y materia. No van de nostalgia limpia, sino de objetos, restos e imágenes que siguen cargando información, aunque parezcan abandonados. Buena opción si quieres algo que dialogue con identidad visual sin caer en lo obvio.



RECONOCEMOS
el gran esfuerzo de nuestra gente



El banco aliado de tu esfuerzo.

bankaool

Bankaool S.A., Institución de Banca Múltiple. Consulta Términos y condiciones y políticas de privacidad aplicables en tu sucursal más cercana, en la aplicación móvil y/o en www.bankaool.com

BLOG CIBERPIRATAS

¿DEMOCRATIZACIÓN O ACAPARACIÓN? EL ALGORITMO COMO VENTANA DE LA GLOBALIZACIÓN DIGITAL

Como solución al fin del mundo en el Y2K —el fin del siglo XX—, nos vendieron una ventana que más bien funciona como espejo. A comienzos de los dos miles la digitalización comenzó su crecimiento exponencial y se nos prometió que cualquier artista iba a lograr llegar a cualquier audiencia y encontrar un público global sin intermediarios. Lejos estábamos de esa afirmación.

La ventana aún existe y se vende disfrazada del mito de la "accesibilidad". Pero la realidad es que la globalización digital prioriza la producción realizada por grandes corporativos, que mantienen la ilusión de atravesar el espejo hacia un pasillo repleto de contenidos democratizados, pero las paredes acaparan nuestra atención con lo que ellos quieren que consumamos.

Su capacidad casi ilimitada para invertir en plataformas, producir contenido, comprar publicidad y controlar el algoritmo sostienen a la audiencia enganchada a las pantallas con su reducido catálogo. En este contexto irónico e ingenuo, ¿cómo podemos construir nuestra identidad cuando lo que gana más relevancia es el contenido homogeneizado?

La promesa de la ventana no se cumplió. El sueño de hacernos famosos en MySpace se disolvió rápido. En aquel momento, artistas como Enjambre, Austin TV, Porter o el propio Zoé alcanzaron audiencias globales casi sin permiso. Pero el ímpetu duró poco: apenas los corporativos aprendieron a controlar la distribución, la ventana se volvió una vitrina con un vidrio sin antireflejo que nos hace sentir que lo que vemos nos está hablando directamente: el reflejo tenue de nuestras caras en ese vidrio barato nos hace sentir identificación.

La batalla entre las grandes disqueras y Napster, tan épica en su momento, fue muy corta. iTunes les ofreció la salida fácil y se apropiaron de la venta por clics. Las redes sociales heredaron esa misma ilusión y todavía hoy sobrevive el mito: "cualquiera podría ver lo que hago y descubrir lo bueno que es". Este mito nos mantiene conectados sin descanso, publicando y consumiendo. Pasamos más horas deep scrolleando que produciendo obra. Pasamos más tiempo grabando al gato en la sala. Pasamos más tiempo registrando cómo hacemos nuestro proyecto que realmente haciéndolo.

El resultado es lo que se conoce como ansiedad digital, una afectación emocional que engloba dificultades como la incapacidad de desconectarse, el miedo a perderse algo, la sobrecarga mental y la comparación constante.

En el arte se puede ver de muchas formas: necesidad de estar revisando el celular para responder un mensaje de algún fan; miedo a perderse algún mensaje que remotamente pueda ser una próxima oportunidad; sobrecarga de mensajes que consideras podrían aportarle a tu producción creativa; o comparación con otros proyectos pensando que todos pueden ser mejores que el tuyo.

Mientras tanto, la homogeneización se refuerza por diseño. El algoritmo recomienda el contenido más afín a lo último que consumiste. Es matemática pura y un lenguaje de predicción. Solamente podrás ver algo nuevo si alguien interviene el sistema e inserta una nueva recomendación.

Ese alguien, es quien puede pagar este nuevo tipo de publicidad sutil, camuflada de autodescubrimiento. Se pretende eliminar el error, el hallazgo azaroso, se extingue la recomendación inesperada de un vendedor, de un amigo, de un locutor de radio que no tenía ninguna relación con lo que habrías buscado.

¿QUÉ NOS QUEDA?

¡MÁSCARAS!

Los artistas aprendemos a jugar con ellas para movernos en diferentes canales, plataformas y formas de negociación. Son un gesto que atraviesa la conexión digital con la construcción de comunidad. Productos como los fanzines, los eventos locales, los rótulos o el trueque se expresan como bisagras que intentan convertir ese espejo en una puerta que combate la acaparación con la creación de redes.

Blog Ciberpiratas es un proyecto que hace parte de Máscaras Ciberpiratas, un proyecto de investigación de El Chorro Producciones en donde investigamos la identidad de las y los artistas frente a las dificultades de la globalización digital.

Conoce todo el proyecto en www.ciberpiratas.com donde podrás ver el mapeo de artistas latinos, el libro, la serie web, y la feria de arte.





PALABRAS QUE APARECIERON UNA Y OTRA VEZ MIENTRAS ARMÁBAMOS ESTA EDICIÓN.

UNA EDICIÓN SOBRE LETRAS TENÍA QUE TERMINAR CON LETRAS HACIENDO LO SUYO: ESCONDERSE, CRUZARSE, REPETIRSE, FORMAR PALABRAS Y OBLIGARNOS A MIRAR UN POCO MÁS DE CERCA.

PALABRAS:

TRAZO	MÁSCARA	POPULAR	FACHADA	BARRIO
RÓTULO	LUCHA	IDENTIDAD	SOMBRA	LETRA
OFICIO	FANZINE	BROCHA	COLOR	MEMORIA
CALLE	FERIA	TINTA	PAPEL	COMERCIO
ARCHIVO	GRÁFICA	CARTEL	IMAGEN	

¿QUIÉN FIRMA LA GRÁFICA POPULAR?

La gráfica popular se reconoce rápido: letras con sombra, colores que pelean entre sí, carteles de lucha libre, anuncios de pan de feria, precios escritos con urgencia, vidrios pintados, fachadas que compiten por atención y palabras acomodadas como se pudo.

Todo eso tiene una ventaja sobre el diseño demasiado correcto: funciona.

Durante años estuvo ahí, resolviendo cosas concretas: vender, avisar, nombrar, diferenciar un negocio del de a lado, llenar una pared, hacer que alguien cruzara la calle. La gráfica popular no nació esperando lectura crítica; nació del encargo, la prisa, la herramienta disponible y la mano de quien sabía resolver.

Hoy esa misma estética circula en otros espacios. Aparece en libros, exposiciones, marcas, restaurantes, portadas, archivos, campañas, ferias y referencias de diseño. El movimiento puede ser interesante, pero también abre una pregunta difícil de esquivar: cuando una estética popular entra al circuito cultural, ¿entra también la gente que la hizo posible?

Esa pregunta atraviesa el material compartido por Rey de Reyes para esta edición. Su recorrido sirve como punto de partida para pensar algo más amplio: la diferencia entre mirar un oficio y usarlo como recurso visual.

Su primer contacto con los rótulos viene de la Central de Abasto de la Ciudad de México, donde su abuelo tenía una bodega. Ahí convivían frutas, verduras, anuncios pintados a mano, cumbias, albures, empaques y toda clase de gráfica cotidiana que se le quedó guardada sin pasar todavía por el filtro del diseño o la investigación.

Más tarde, ya desde el diseño gráfico, esa memoria tomó otra forma. En su texto aparece una comparación interesante: si el rock mexicano pudo construir una voz propia al mezclar son jarocho, cumbia, música norteña y otros ritmos populares, ¿por qué el diseño tenía que seguir buscando sus referentes fuera de la cultura visual que tenía enfrente?

La pregunta importa porque durante mucho tiempo lo popular fue tratado como material disponible. Se miraba, se copiaba, se celebraba de lejos, se usaba para "darle sabor" a una imagen. El problema aparece cuando la forma viaja más fácil que el crédito. Cuando la sombra, el color, la letra torcida o el humor llegan a un moodboard, pero el rotulista, el impresor o el taller quedan fuera de cuadro.

A finales de los noventa, Rey de Reyes participó junto a Juan Carlos Mena y Déborah Holtz en una investigación sobre gráfica popular que dio origen a Sensacional de Diseño Mexicano. Ese tipo de archivo ayudó a poner atención sobre un lenguaje que siempre estuvo visible, aunque pocas veces ocupaba el centro de la conversación formal del diseño.

Pero archivar una imagen no resuelve todo.

Un letrero guardado en una foto dice una parte de la historia. El resto está en el taller, en la técnica, en el encargo, en la persona que lo hizo, en el precio que cobró, en las herramientas que usó, en las veces que repitió una letra hasta dominarla. La gráfica popular pierde filo cuando se vuelve pura estética, cuando se le quita el contexto que la hizo necesaria.

Las imprentas de lucha libre son un buen ejemplo. En 1998, todavía sobrevivían tipos móviles de madera usados durante décadas para imprimir carteles de la Arena México y la Arena Coliseo. Lo que inició como una invitación experimental para una exposición se convirtió en una colaboración constante con Imprenta Payol e Imprenta Flores.

Ahí cambia la conversación. Usar una textura de cartel antiguo desde la computadora es una cosa. Trabajar con una imprenta que conserva una técnica, una tipografía, una memoria material y una forma específica de producir es otra cosa. Con los rotulistas pasa igual.

Carlos Andrade, "Rey Pincel", heredó el oficio de su padre y dedicó su vida a pintar fachadas, vehículos y comercios con brocha y pincel. Su colaboración con Rey de Reyes lleva más de 25 años y ha llevado ese trabajo a museos, exposiciones y proyectos con marcas. El punto delicado está justo ahí: si el rótulo llega a nuevos espacios, también deberían llegar el nombre, la mano, el criterio y el lugar de quien lo pintó.

Melquiades García aparece desde otra técnica: letras de papel estaño, brillantes y llamativas, asociadas durante décadas con neverías y marisquerías. Esa técnica casi



desaparecida encontró otros soportes a partir de una colaboración para una portada de disco y después en cuadros tipográficos con palabras como "chale", "chingón" y "chido".

Rótulos con Tino lleva el exceso a otro lugar: pan de feria, letras voluminosas, colores fluorescentes, sombras exageradas y destellos hechos para competir con el ruido de las fiestas patronales. Esa gráfica está pensada para aparecer entre puestos temporales, música, luces, azúcar, grasa, santos y gente pasando. Su trabajo no busca discreción; necesita ganar miradas con rapidez.

Manuel Buentello, desde un pequeño local en Calzada Taxqueña, suma otra capa: humor, carisma y una riqueza tipográfica que recuerda a los carteles del cine de oro mexicano. Ahí el estilo no aparece como decisión decorativa, sino como resultado de años de encargos, repetición, oficio y personalidad gráfica.

Todo esto conecta con Identidad trazada porque una identidad visual no se construye únicamente con formas reconocibles. Se construye con autorías, técnicas, relaciones de trabajo y contextos que muchas veces desaparecen cuando la imagen entra a una página bonita.

La gráfica popular puede circular. De hecho, siempre ha circulado: en paredes, mercados, ferias, arenas, negocios, impresos, calles y, ahora, también en revistas, exposiciones y marcas. El problema no es que se mueva, sino que se vuelva más visible que quienes la sostuvieron.

Hablar hoy de gráfica popular exige menos romanticismo y más precisión. Menos "inspiración de barrio" y más responsabilidad sobre lo que se está tomando prestado.

La calle no es una carpeta de referencias y los talleres tampoco.

Detrás de cada trazo hay una imagen, pero también hay una mano que lo hizo. Y esa mano firma, aunque durante mucho tiempo nadie le haya preguntado su nombre.



Texto desarrollado por Artbank a partir del material compartido por Rey de Reyes
— Óscar Reyes / Rey de Reyes / @reydereyes





artbank®

Lo más fácil sería cerrar diciendo que ahora miramos distinto la calle.

Pero no, la calle no necesita que la miremos distinto para seguir haciendo lo suyo.

Los rótulos se borran, los negocios cambian de nombre, las fachadas se repintan por encima, las fotos se pierden en carpetas, las publicaciones se acaban, las ferias se desmontan y alguien vuelve a pegar otra imagen sobre la anterior.

Nada se queda demasiado quieto.

Quizá por eso esta edición no termina con una conclusión, sino una especie de pendiente: seguir viendo qué imágenes circulan, quién las hace, quién las usa y qué pasa cuando entran a otros espacios.

La gráfica popular no se acaba cuando se abre o se cierra una revista y tampoco se vuelve más importante por estar aquí.

Solo queda registrada por un momento, antes de seguir moviéndose.
A todas las personas, artistas, espacios, proyectos y oficios que hicieron posible Identidad trazada.

A Alina Kiliwa, por abrir esta edición desde el trazo, la calle y la fuerza de una letra hecha a mano.

A quienes compartieron archivo, obra, imágenes, palabras, tiempo y confianza.

Y a quienes le tuvieron paciencia al equipo de Artbank entre mensajes tarde, dudas extra, cambios de último minuto y el caos natural de hacer una revista con mucha emoción.

Gracias por ayudarnos a trazar esta edición.

— Artbank

THE PRIME

www.theprimemx.com



MEX MEXICANOS, AL GRITO DE GUERRA, EL ACERO APRESTAD Y EL BRIDÓN, Y RETIEMBLE EN SUS CENTROS LA TIERRA. 1810

AL SONORO RUGIR DEL CAÑÓN.

www.theprimemx.com

Artbank Magazine


-18°C DE TEMPERATURA • -18°C DE TEMPERATURA • -18°C DE TEMPERATURA • -18°C DE TEMPERATURA
Jägermeister
LA NOCHE ES NUESTRA
JAGERMEISTERMX | WWW.JAGERMEISTER.COM
Jägermeister
SELECTED 56 BOTANICALS
SINCE 1878
CONOCER ES NO EXCEDERSE | WWW.ALCOHOLINFORMATE.ORG.MX | EVITA EL EXCESO | 233300201A0494