

© 2025 Natalia Muñoz Ramos.
Todos los derechos reservados.

Trilogía sentimental de Santi Jara.
Proyecto de Grado - Diseño de la Comunicación Visual
Pontificia Universidad Javeriana Cali

Investigación, redacción, diagramación e ilustración:
Natalia Muñoz Ramos

Director del proyecto:
Manuel Sevilla

Impreso en Cali Colombia.

“El diseño en la música no solo complementa lo que se escucha, también construye emociones, crea identidad y convierte cada canción en una experiencia visual capaz de conectar y permanecer en la memoria de las personas.”

PROYECTO AVANZADO DE DISEÑO 2026 - 1



AGRADECIMIENTOS:

Quiero agradecer profundamente a **mis padres, Carlos y Martha**, quienes fueron mi mayor apoyo durante todo este proceso académico y personal. Gracias por acompañarme en cada etapa, por escucharme, aconsejarme y darme fuerzas incluso en los momentos de cansancio y frustración. Su amor, paciencia y confianza en mí fueron fundamentales para poder llegar hasta aquí. Cada logro alcanzado también les pertenece a ustedes, porque siempre estuvieron presentes impulsándome a seguir adelante y a creer en mis capacidades.

A mi director de proyecto, **Manuel Sevilla**, quiero agradecerle sinceramente por su guía, dedicación y acompañamiento a lo largo de este trabajo. Gracias por compartir sus conocimientos, por cada corrección, consejo y enseñanza que aportó al desarrollo de este proyecto. Su experiencia y visión fueron clave para darle forma a cada idea.

También quiero expresar un agradecimiento muy especial a **Santi Jara** y a “**el team despechado**”, quienes hicieron posible gran parte de este proyecto desde su disposición, confianza y apoyo constante. Gracias por abrirme las puertas de su proceso artístico y permitirme construir junto a ustedes una propuesta llena de identidad, emoción y significado. Cada conversación, idea y colaboración aportó enormemente al resultado final. Sin su apoyo, compromiso y energía, este proyecto no habría sido posible.

Finalmente, agradezco a todas las personas que, de una u otra manera, hicieron parte de este camino, aportando motivación, aprendizaje y apoyo durante todo el proceso. Este proyecto representa no solo un logro académico, sino también el esfuerzo, la dedicación y el acompañamiento de muchas personas que estuvieron presentes en este recorrido.

Introducción

La música urbana en Cali ha crecido significativamente en los últimos años, generando una nueva escena de artistas emergentes que buscan posicionarse tanto en espacios locales como en plataformas digitales. Sin embargo, muchos de estos artistas presentan dificultades para construir una identidad visual coherente que les permita diferenciarse dentro de una industria altamente competitiva. Aunque existe producción musical constante, en muchos casos **no existe una estrategia gráfica y narrativa sólida** que fortalezca su reconocimiento y conexión emocional con el público.

Este proyecto de grado surge desde el Diseño de Comunicación Visual como una propuesta para **explorar cómo la construcción de sistemas visuales puede potenciar la identidad y visibilidad de artistas emergentes**. El caso de estudio seleccionado es **Santi Jara**, un artista urbano caleño que desarrolla una trilogía conceptual llamada **“Sistema Sentimental”**, donde se narra la evolución emocional de un personaje después de una ruptura amorosa en la era digital.

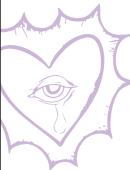
A través de esta propuesta se busca pasar de piezas gráficas aisladas a la construcción de un universo visual coherente, emocional y adaptable a diferentes plataformas digitales.



OBJETIVO GENERAL



Diseñar una estrategia de comunicación visual que fortalezca la identidad gráfica y narrativa de un artista emergente (Santi Jara) de música urbana, mediante la construcción de un sistema visual coherente aplicado a una trilogía conceptual.



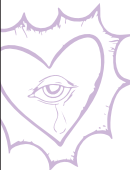
1

Analizar la comunicación visual de artistas emergentes en Cali.

2

Identificar referentes visuales y narrativos en la industria musical.

4



Aplicar el sistema en piezas gráficas y audiovisuales.

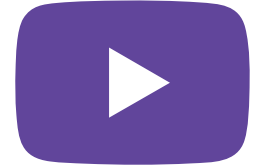
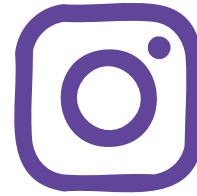
3



Desarrollar un sistema basado en una trilogía conceptual.

Justificación

Plataformas digitales como



exigen no solo música, sino **identidad visual**.



La imagen del artista también **comunica**.

El

47%

de las actividades de artes escénicas en Cali pertenecen al sector musical (Alcaldía de Santiago de Cali, 2021)

ALIADOS EXPERTOS



Carlos Vera dueño de Wind, es un comunicador y productor de eventos culturales con amplia experiencia en fotografía dentro del ámbito cultural, lo que aporta una mirada estética sólida y una capacidad para documentar y narrar visualmente el proyecto.



Por su parte, **Luis Fernando Muñoz** es comunicador y especialista en marketing digital, lo que permite potenciar la visibilidad, el posicionamiento y la estrategia de difusión del proyecto en entornos digitales.



FASE 1

EMPATIZAR:

Diagnóstico del contexto local.



SE LOGRÓ:

- Entrevistas a músicos emergentes.
- Análisis de redes sociales.
- Identificación de necesidades, barreras y oportunidades.

FASE 2

DEFINIR:

Análisis de referentes.



SE LOGRÓ:

- Investigación de referentes nacionales e internacionales.
- Análisis de sistemas visuales, colores, tipografías, narrativas y personajes.

FASE 3

IDEAR:

Desarrollo de la propuesta.



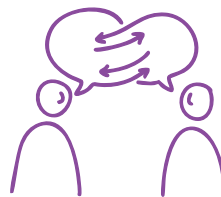
SE LOGRÓ

- Construcción del concepto central y narrativa visual.
- Diseño de identidad gráfica, personaje y universo visual.
- Aplicación en piezas.

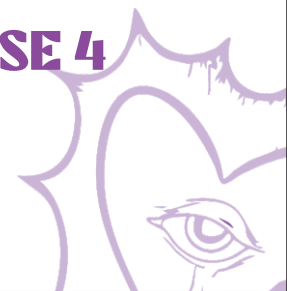


SE LOGRÓ:

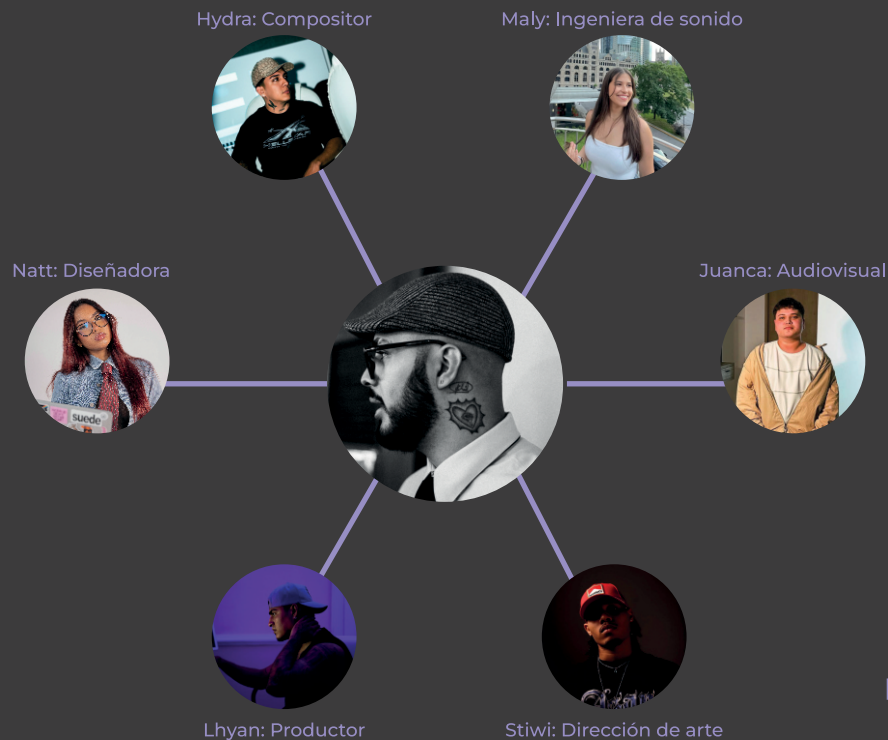
- Testeo del prototipo con músicos y público objetivo.
- Encuestas, entrevistas y observación.
- Evaluación de recordación, identificación emocional y coherencia visual.



FASE 4



El desarrollo del proyecto contó con un equipo de trabajo donde todos sus integrantes aportaron desde el ámbito audiovisual, musical y creativo, colaborando desde sus áreas de experiencia a la construcción del universo visual de Santi Jara.



TEAM



Las encuestas realizadas permitieron identificar hábitos de consumo musical y la importancia que tiene la comunicación visual dentro de la música urbana actual. Los resultados evidenciaron que la mayoría de los participantes consumen música diariamente y utilizan plataformas digitales como Spotify, TikTok, YouTube e Instagram para descubrir nuevos artistas y canciones.

Percepción visual

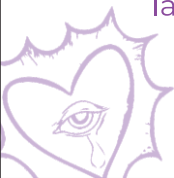
- El **72%** afirmó fijarse primero en la portada o en la estética visual de una canción antes de escucharla.
- El **81%** considera importante que un artista tenga una identidad visual definida.
- El **67%** aseguró haber escuchado una canción únicamente porque la portada o el contenido visual llamó su atención.

Narrativa emocional

- El **74%** de los encuestados muestra interés en conocer la historia detrás de portadas o videos musicales.
- El **86%** considera que la identidad visual potencia la transmisión de emociones en una canción.



ENCUESTAS



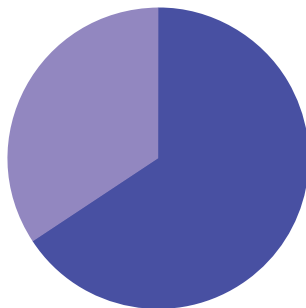
RESULTADOS

No me fijo en las portadas

34,3

Has escuchado alguna vez una canción solo por su portada?

65,7



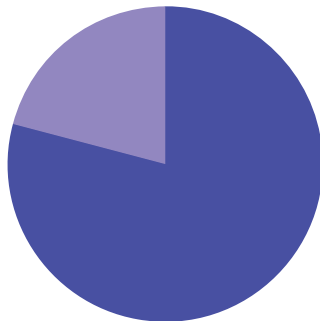
Te fijas en la identidad visual de un artista?

Si

79,1

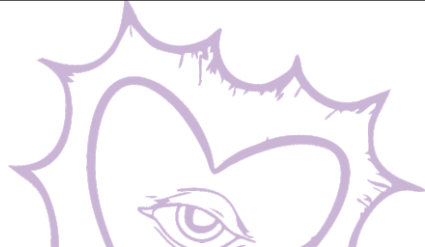
No

20,9



CONCLUSIÓN

La música ya no se consume únicamente desde el sonido, sino también desde lo visual. Este proyecto demuestra que construir una identidad gráfica coherente permite que un artista emergente genere recordación, conexión emocional y diferenciación dentro de una industria saturada.



ENTREVISTAS

Como parte del proceso de investigación, se realizaron entrevistas a artistas emergentes de música urbana en Cali para comprender sus procesos de construcción de identidad visual, promoción digital y posicionamiento artístico.

QUE DESCUBRIMOS?

- Falta de dirección de arte.
- Ausencia de narrativa visual.
- Uso inconsistente de elementos gráficos.
- Baja diferenciación entre artistas.
- Producción de piezas aisladas sin coherencia.

ENTREVISTA SANTI JARA

Se exploraron temas relacionados con su visión artística, influencias musicales, emociones presentes en sus canciones y la intención narrativa detrás de la trilogía “Sistema Sentimental”.

ENTREVISTA SANTI JARA

En la entrevista realizada con Santi Jara, se concluyó que su identidad visual ha sido un elemento clave dentro de su proyecto artístico. Él resaltó cómo esta construcción visual no solo acompaña su música, sino que también refuerza la forma en la que el público percibe y recuerda su trabajo.

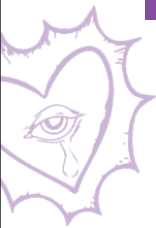


mencionó que elementos como el uso del color, el concepto general de su propuesta y la identidad asociada a su club de fans han sido fundamentales para generar recordación. Estos recursos visuales han permitido que su proyecto tenga una personalidad clara y fácilmente reconocible.



MOODBOARD DEL ARTISTA

IDENTIDAD DEL ARTISTA



CMYK:
HEX:
RGB:

CMYK:
HEX:
RGB:

CMYK:
HEX:
RGB:

SANTI
JARA



PERANDORY

ABCDEFGHIJKLM
NOPQRSTUVWXYZ

0123456789

.,:;...!/?&()[]{}""'
---/\

Aston

*ABCDEFGHIJKLMN
OPQRSTUVWXYZ*

*abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
.,:;...!/?&()[]{}""'*

ESTRATEGIA

La estrategia del proyecto con Santi Jara se desarrolló con el objetivo de construir una identidad visual sólida y una narrativa coherente que permitiera generar recordación y conexión emocional con el público. Más allá de promocionar canciones individuales, la propuesta buscó crear un universo visual completo alrededor de la trilogía musical, manteniendo coherencia en portadas, colores, visualizers y contenido para redes sociales.

1

ERROR 117

Para la primera canción, Error 117, se creó el personaje de una payasa que simboliza visualmente la tristeza, la negación y la vulnerabilidad emocional que siente una persona al no poder aceptar el final de la relación.

2

SIGNO DE INTERROGACIÓN

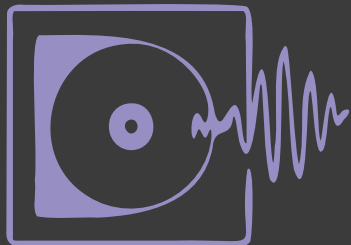
En la segunda canción, Signo de Interrogación, la narrativa se enfoca en la incertidumbre y la impotencia que queda entre la pareja al no saber realmente quién fue el culpable de que todo terminara. Visualmente, esta etapa utiliza elementos más melancólicos y tensos para representar la confusión emocional y la distancia.

3

APARENTAS

Representa la aceptación y la rabia que surge después de entender todo lo ocurrido. El personaje reconoce que entregó todo por la relación y comprende que gran parte del daño vino de la otra persona, mostrando así el cierre emocional de la trilogía.

La propuesta visual incluye el desarrollo de diferentes piezas gráficas y audiovisuales aplicadas a plataformas digitales y promocionales.



PORTADAS
MUSICALES



VISUALIZERS



LETTERING



STICKERS
PROMOCIONALES



MERCH Y MATERIAL
PROMOCIONAL

COMPONENTES

PROCESO CREATIVO

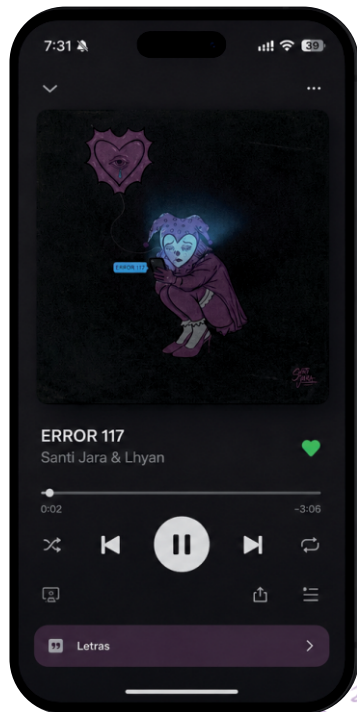
MOODBOARD ERROR 117



La portada busca transmitir la **tristeza** y el **vacío emocional** que deja alguien al desaparecer sin decir adiós. El moodboard también utiliza una estética vintage con **colores cálidos poco saturados** para crear una sensación nostálgica y apagada para el visualizer. La postura del personaje y los elementos visuales reflejan vulnerabilidad, soledad y desconexión emocional.

PROCESO CREATIVO

RESULTADO ERROR 117

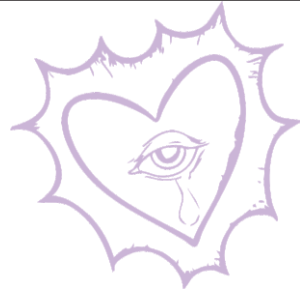


Piezas:

- Portada.
- Banner.
- Visualizer.
- Lettering.

PROCESO CREATIVO

MOODBOARD SIGNO DE INTERROGACIÓN



El moodboard busca transmitir la **impotencia** de dos personas que, aunque intentaron estar juntas, no lograron hacerlo funcionar. La distancia **termina separándolos**, dejando una sensación de duda y vacío donde nunca podrán saber quién tuvo la culpa. La estética utiliza tonos apagados y **una atmósfera melancólica** para reforzar emocionalmente la narrativa.

PROCESO CREATIVO

RESULTADO SIGNO DE INTERROGACIÓN



CLUB DE DESPECHADOS ANÓNIMOS

★★★★★

PRESENTA

SANTI JARA

SIGNO DE INTERROGACIÓN

DIRIGIDO POR
JUANCA BUITRAGO

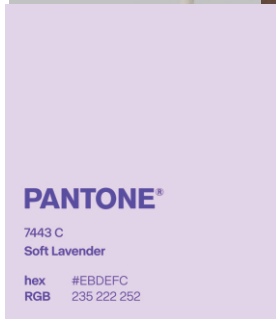
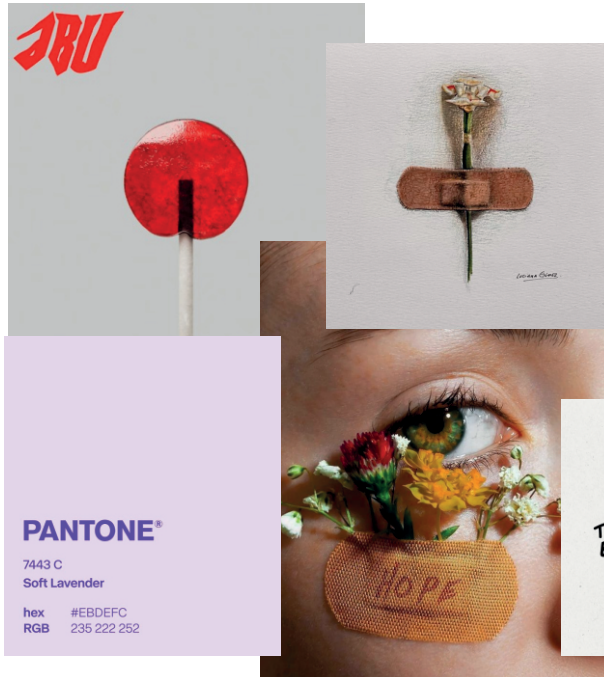
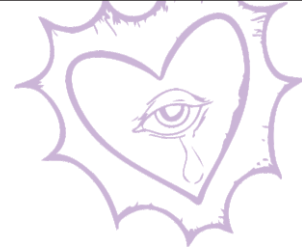
PRODUCIDO POR
LHYAN & KAVY KALI

Piezas:

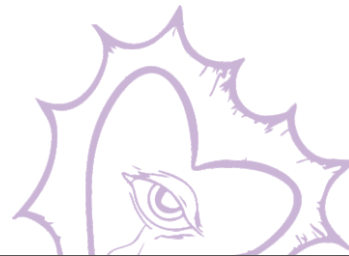
- Portada.
- Visualizer.
- Lettering.

PROCESO CREATIVO

MOODBOARD APARENTAS



El moodboard busca representar la **sanación** y el cierre de una historia emocional. A través de una propuesta visual minimalista, se transmite una sensación de **tranquilidad y calma**, dejando atrás el caos presente en etapas anteriores. La paleta de colores suaves y los elementos visuales limpios reflejan ese proceso de sanar, mostrando una **evolución emocional** más estable, introspectiva y serena dentro del concepto desarrollado para Santi Jara.



PROCESO CREATIVO

RESULTADO APARENTAS



Piezas:

- Portada.
- Visualizer.
- Escenografía.
- Canva Spotify.
- Stickers.
- Banner "ya disponible".



YA DISPONIBLE

Spotify • Apple MUSIC • YouTube
deezer • amazon music • TIDAL

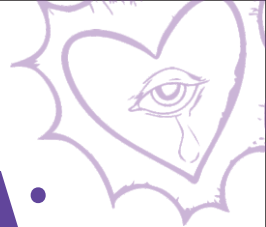
EN TODAS LAS PLATAFORMAS DIGITALES



Se realizó un boceto de escenografía para el evento de lanzamiento de la nueva canción de Santi Jara. Aunque el tema aún no se encuentra disponible, el lanzamiento oficial se llevará a cabo el 10 de junio mediante un evento en vivo en el que el artista se presentará ante su público. Este boceto busca plantear una propuesta visual coherente con la identidad gráfica desarrollada para el artista, generando una experiencia más inmersiva y fortaleciendo la conexión entre la música, el concepto visual y la puesta en escena.



CONCEPTO DE LA TRILOGIA:



En la trilogía se muestra una evolución emocional y visual del personaje que representa a Santi Jara. En la primera canción, la portada busca transmitir tristeza y soledad mediante colores oscuros, iluminación fría desde el celular y una postura corporal cerrada. El estilo ilustrado y manual representa emociones internas y pensamientos que aún no logran salir a la realidad.

En la segunda canción se mantiene el globo como elemento principal de conexión, pero ahora simbolizando la distancia entre dos personas. Aunque siguen presentes los colores oscuros y las texturas que representan caos emocional, la imagen comienza a sentirse más abierta. La portada mezcla ilustración y elementos más realistas para mostrar cómo el personaje empieza a enfrentar sus emociones.

Finalmente, en la tercera canción se representa la sanación y el cierre emocional. La composición es más limpia, con colores claros y pocas texturas, transmitiendo tranquilidad y calma. La portada pasa a ser completamente en 3D para simbolizar la evolución del personaje, mostrando cómo sus emociones dejan de ser pensamientos internos y se convierten en algo real, aceptado y superado.



REFERENTES

Residente – Identidad visual (Hello Monday)

Referencia de sistema de identidad visual musical coherente, donde se construye un universo gráfico alrededor del artista mediante símbolos, narrativa y adaptabilidad en múltiples formatos como portadas, redes sociales y merchandising.

<https://www.hellomonday.com/work/residente-branding>

Chance the Rapper – Dirección artística de Brandon Breaux

Caso de estudio sobre cómo la identidad visual constante, el uso del color y la ilustración fortalecen la recordación del artista y construyen una marca reconocible a lo largo del tiempo.

<https://thehundreds.com/blogs/content/talking-visual-branding-design-consistency-brandon-breaux-artist-behind-chance-rapper-album-art-interview>.

Gustavo Cerati – Exploraciones visuales de portadas conceptuales

Referencia de construcción de atmósferas visuales a partir de conceptos musicales, donde el diseño transmite emociones y narrativa artística.

<https://www.behance.net/gallery/118209477/Cerati-Inspired-Album-Covers>

The Outlouders – Identidad visual musical urbana

Proyecto que explora el uso de collage, texturas urbanas y elementos gráficos dinámicos para construir una identidad musical alternativa adaptable a diferentes soportes.

<https://www.mayavisualstudio.com/portfolio/lorem-ornare>

MAIKCEL – Ambrustic Boy (Álbum visual)

Referencia de estilo ilustrado con personajes, estética urbana y narrativa visual coherente aplicada a portadas y piezas promocionales musicales.

<https://www.behance.net/gallery/9700155/MAIKCEL-Ambrustic-Boy-album>

El diseño gráfico en las portadas de álbumes (Revista Orbit)

Artículo que explica la importancia del diseño en portadas musicales como herramienta de comunicación emocional, identidad y diferenciación en la industria musical.

<https://revistaorbit.com/2023/02/13/el-diseno-grafico-en-las-portadas-de-albumes/>

