

Proyecto Avanzado De Diseño.

TRILOGIA SENTIMENTAL – SANTI JARA

Natalia Muñoz Ramos.

Asesor:

Manuel Sevilla Peñuela

Pontificia Universidad Javeriana Cali

Facultad de Creación y Hábitat

Diseño de Comunicación Visual

Cali, Colombia

2026



TRILOGÍA: SISTEMA SENTIMENTAL

Este proyecto musical está pensado como una trilogía conceptual que cuenta la evolución emocional de un mismo personaje después de una ruptura amorosa en la era digital. No son tres historias distintas, sino tres etapas del mismo proceso emocional: falla, insistencia y aceptación.

La primera canción, *ERROR 117*, ya fue lanzada y funciona como el punto de partida de todo el universo narrativo y visual.

1. CONCEPTO DE ERROR 117

ERROR 117 representa el fallo emocional provocado por el ghosting.

Es el momento en que el sistema afectivo colapsa: el corazón sabe que algo no está bien, pero la persona igual insiste.

La payasa representa:

- El dolor y duda que queda después de quedarte esperando un por que o adiós.
- El orgullo que se rompe
- La ironía emocional de saber que duele, pero seguir mirando el celular

La portada actual ya comunica:

- Aislamiento → postura encogida
- Dependencia digital → abraza el celular esperando un mensaje
- Vulnerabilidad → cabeza inclinada
- Identidad Santi → corazón que es el logo de el Club.

El concepto no se cambia.

Se mantiene como el Capítulo 1 de la trilogía.

2. ¿QUÉ FALTA DE ERROR 117?

Pendientes:

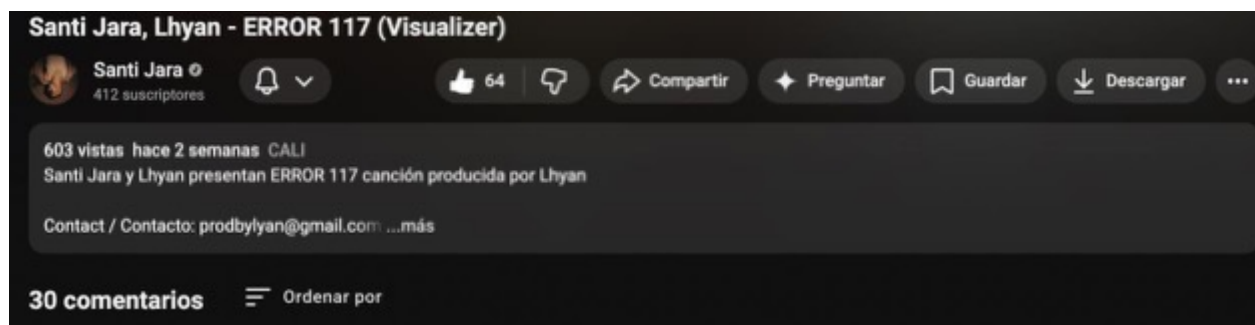


Canva animado para Spotify (4–8 segundos)

- Actualizar el banner de YouTube para que sea más llamativo
- Stickers promocionales de la payasa y el corazón tipo globo

3. VALIDACIÓN DE LA PRIMERA CANCIÓN

Antes de seguir con la trilogía se debe hacer una reunión para validar estadísticas ya que hablo con Santi me confirma que las estadísticas reales salen después de 28 días en youtube.



- Reproducciones: al rededor de 600
- Retención
- Interacciones: 64 likes
- Comentarios: 30 comentarios
- Guardados

También hacer un pequeño sondeo de 15–20 personas (preguntar al profesor si es necesario)

- ¿Qué emoción te transmite la imagen?
- ¿Qué elemento recuerdas más?
- ¿Qué crees que significa “Error 117”?
- ¿Te identificas con la situación?

4. CONCEPTO GENERAL DE LA TRILOGÍA

Nombre conceptual sugerido: **Sistema Sentimental**

La trilogía muestra cómo evoluciona el sistema emocional del personaje.

Etapas:

1. ERROR 117 → Falla
2. Segunda canción → Insistencia / Reintento
3. Bachata final → Aceptación

No son tres amores diferentes.

Es la misma persona atravesando distintas fases del duelo.

5. EVOLUCIÓN DEL PERSONAJE

La payasa no cambia de identidad. Cambia su función narrativa.

ETAPA 1 – ERROR 117

- Es el estado emocional interno
- Está encogida
- Predominan colores fríos en la portada
- Hay glitch
- Hay dependencia del celular

Aquí el dolor está dentro.

ETAPA 2 – SEGUNDA CANCIÓN

Aquí lo que haremos es conectar lo de la primera canción que es un trabajo que ya esta con lo que viene:

La payasa se convierte en un **amigo imaginario**.

Esto significa que:

- Es la representación visible del despecho de Santi
- Solo aparece cuando él está vulnerable

- El público la ve pero dentro de la historia solo Santi puede verla

Ya no es solo emoción interna.

Ahora el dolor toma forma y lo acompaña.

Puede aparecer:

- Entre multitudes
- En reflejos
- Caminando detrás de él
- Sentada a su lado
- Observándolo cuando revisa el celular

Nadie más reacciona.

En esta etapa:

- La paleta puede ser un poco más cálida en la portada
- La payasa representa la insistencia emocional

Es como la voz que dice: “Vuelve, escríbele”.

ETAPA 3 – BACHATA FINAL

Aquí el personaje ya está en aceptación.

Opciones narrativas fuertes:

- La payasa desaparece completamente o aparece por última vez, pero Santi ya no la ve

En esta etapa:

- Colores más cálidos
- Maquillaje más limpio
- El celular deja de ser protagonista
- No hay glitch en la imagen de portada

6. ELEMENTOS QUE DEBEN ESTAR EN TODA LA TRILOGÍA

Para que haya coherencia:

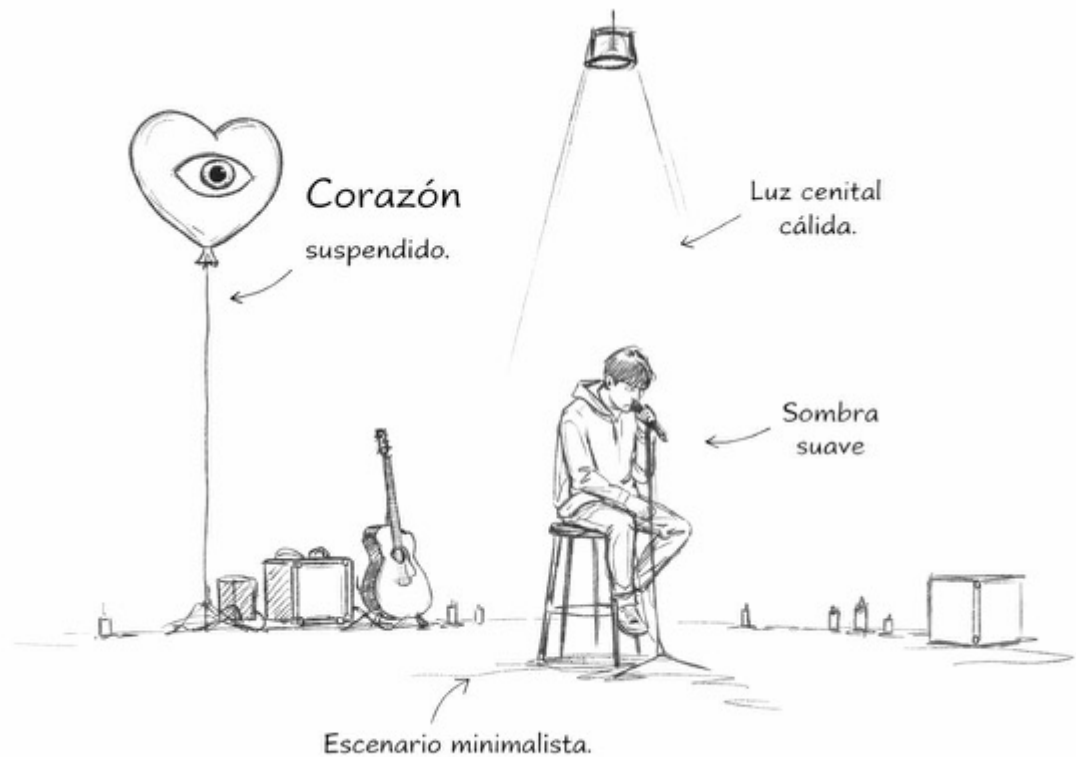
- El corazón como símbolo central
- Evolución progresiva del color
- Cambio en la postura corporal
- Reducción del glitch
- Sistema tipográfico consistente
- Desarrollo psicológico visible

7. PIEZAS POR CANCIÓN (RACIONALIZADO)

No todas las canciones necesitan lo mismo.

ERROR 117 como lanzamiento contextual

- Portada
- Video visualizer
- Lettering
- Fondo pantalla
- Banner actualizado
- Canva Spotify
- Stickers
- Escenografía minimalista



Canción 2 (profundización psicológica)

- Nueva portada
- Canva Spotify
- Video narrativo con amigo imaginario introduciendo al personaje
- Visual corto
- Evento de lanzamiento (preguntar al profesor)

Canción 3 (cierre emocional)

- Portada final
- Visual más íntimo
- Escenografía (considerar)
- Canva Spotify

- Stickers (considerar)

8. CONCLUSIÓN

ERROR 117 se convierte en la base o contexto de todo.

La segunda canción expande el conflicto haciendo visible el dolor como amigo imaginario. La tercera canción cierra el proceso mostrando aceptación.

El personaje ya está para ahora evolucionarlo y finalmente desaparecerlo cuando ya no es necesario.

FECHAS IMPORTANTES:

18 ABRIL: Grabación video oficial tamó' atados

24 ABRIL: Entrega portada

8 MAYO: Lanzamiento tamó' atados

22 JUNIO: Grabación Bachata

19 MAYO: Último lanzamiento Bachata

OBJETIVO GENERAL

Diseñar una estrategia de comunicación visual que fortalezca la identidad gráfica y narrativa de un artista emergente de música urbana, mediante la construcción de un sistema visual coherente aplicado a una trilogía conceptual, con el fin de potenciar su visibilidad y conexión emocional con el público en entornos digitales.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS

1. **Analizar** las dinámicas de comunicación visual y posicionamiento de artistas emergentes de música urbana en Cali, identificando sus principales limitaciones en identidad gráfica y visibilidad.
2. **Explorar** referentes visuales y narrativos del ámbito musical para identificar recursos estéticos, simbólicos y estratégicos aplicables al desarrollo de una identidad artística coherente.
3. **Desarrollar** un sistema de dirección de arte basado en una trilogía conceptual, que integre elementos visuales, narrativos y emocionales (personaje, símbolos, color, composición y storytelling).
4. **Aplicar** la estrategia visual en piezas gráficas y audiovisuales (portadas, visualizers, contenido digital y elementos promocionales) que evidencien la coherencia del sistema propuesto.
5. **Validar** la efectividad de la propuesta mediante pruebas con usuarios, evaluando su impacto en la recordación, identificación emocional y percepción de la identidad del artista.

DIAGNOSTICO DE LA ESCENA CALEÑA

En la ciudad de Cali, los artistas emergentes de música urbana enfrentan dificultades para posicionarse en la escena digital debido a la falta de estrategias de comunicación visual estructuradas Y SOBRE TODO LA FALTA DE DIRECCIÓN. Aunque existe una alta producción musical, gran parte de estos artistas manejan su imagen de manera empírica, lo que genera identidades visuales incoherentes y poco memorables.

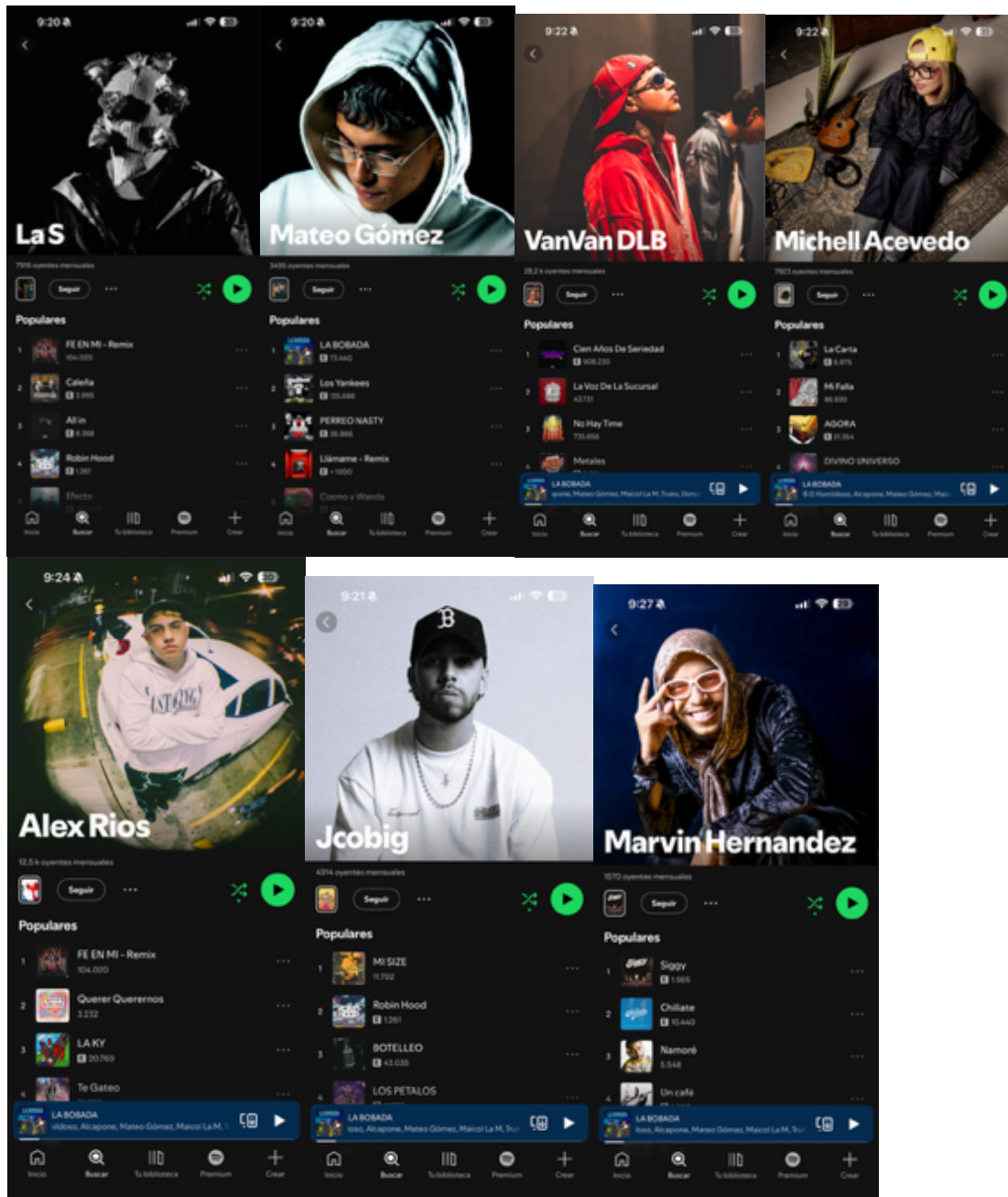
En plataformas como Instagram, Spotify y YouTube, se evidencia una ausencia de narrativa visual consistente, lo que limita la conexión emocional con el público y reduce las posibilidades de diferenciación en un entorno altamente competitivo.

A partir del análisis de referentes visuales en la industria musical, se identificó que los artistas con mayor posicionamiento no solo cuentan con una estética definida, sino con una narrativa visual coherente que se mantiene a lo largo del tiempo.

Estos referentes utilizan:

- Símbolos recurrentes
- Paletas de color consistentes
- Personajes o alter egos
- Narrativas emocionales
- Adaptabilidad a formatos digitales

MAPA DE ARTISTAS EMERGENTES CALEÑOS:



CONCLUSIONES:

1. Identidad urbana / street

Todos tienen elementos muy del streetwear: gorras, hoodies, denim, gafas, cadenas. No es fashion “pulido”, es más crudo y cotidiano.

2. Paleta controlada (pocos colores fuertes)

Cada uno maneja colores pero de forma muy intencional:

- Negro/blanco dominante (LaS, Jcobig)
 - Un color acento fuerte (rojo en VanVan, amarillo en Michell)
- No hay saturación caótica, todo se siente curado.

3. Iluminación dramática

- Sombras marcadas
 - Contrastes fuertes
 - Fondos oscuros o neutros
- Esto les da un mood más serio, introspectivo, hasta un toque “underground”.

4. Enfoque en el personaje (no en el entorno)

Aunque hay props (guitarra, rosas, etc.), el centro siempre es la persona:

- Encuadres cerrados o medios
 - Poca distracción alrededor
- Se siente más como identidad artística que lifestyle.

5. Actitud introspectiva / distante

Casi ninguno está mirando directamente a cámara con energía alta:

- Miradas hacia abajo o de lado
 - Posturas relajadas pero cerradas
- Eso comunica más “mood” que performance.

6. Estética medio DIY / artística

No se ve hiper comercial. Hay una vibra de:

- Proyecto independiente

- Dirección de arte pensada pero no “perfecta”
Como entre lo casero y lo conceptual.

Todos estos artistas **sí tienen la idea**, pero gráficamente todavía están en una etapa muy básica. Lo que les falta no es talento visual, es **sistema**.

Análisis de Falencias en la Comunicación Visual de Artistas Emergentes

A partir del análisis visual de distintos artistas emergentes, se identifican similitudes en su estética, principalmente asociadas a una identidad urbana, minimalista y emocional. Sin embargo, aunque existe una intención visual clara, también se evidencian múltiples falencias en la construcción de una comunicación gráfica sólida y diferenciada.

1. Ausencia de un lenguaje gráfico propio

Uno de los principales problemas es la falta de un lenguaje visual distintivo. Aunque cada artista presenta elementos estéticos particulares (colores, accesorios, iluminación), estos no se consolidan como un sistema reconocible.

No existen símbolos, recursos gráficos o códigos visuales que se repitan de manera intencional y que permitan identificar al artista de forma inmediata. Esto genera una estética intercambiable entre propuestas similares.

2. Falta de un sistema de piezas gráficas

Se evidencia una producción visual fragmentada, compuesta por portadas, fotografías y publicaciones que funcionan de manera independiente, pero sin cohesión entre sí.

No hay una estructura definida sobre cómo deben adaptarse los elementos visuales a diferentes formatos (portadas, redes sociales, contenido audiovisual), lo que impide construir una identidad consistente en todos los puntos de contacto.

3. Uso débil o inexistente de tipografía

La tipografía no está siendo utilizada como un elemento de identidad, sino únicamente como un complemento funcional.

No se identifican decisiones claras en cuanto a selección tipográfica, jerarquías visuales o estilos de composición. Esto reduce significativamente la capacidad de generar recordación de marca, ya que el componente textual no aporta valor diferencial.

4. Predominio del “mood” sobre el concepto

Aunque los artistas logran transmitir una atmósfera (melancolía, introspección, estética urbana), esta se queda en un nivel superficial.

No se desarrolla un concepto sólido que sustente las decisiones visuales. Es decir, las piezas funcionan desde lo estético, pero carecen de una narrativa o significado más profundo que conecte los elementos entre sí.

5. Ausencia de narrativa visual continua

Las piezas gráficas no construyen una historia en conjunto. Cada imagen o publicación opera de forma aislada, sin contribuir a una evolución visual del artista.

No se identifican etapas, “eras” o transformaciones estéticas que acompañen el desarrollo musical, lo que limita la construcción de una identidad a largo plazo.

6. Limitada exploración gráfica

La propuesta visual se mantiene dentro de recursos seguros, como fotografía directa, manejo de color e indumentaria.

Se evidencia una baja exploración en el uso de herramientas gráficas como:

- Intervención tipográfica
- Collage digital
- Texturas
- Motion graphics
- Elementos experimentales (glitch, interfaces digitales, etc.)

Esto reduce el potencial expresivo y la diferenciación frente a otros artistas.

7. Falta de una “firma visual”

Finalmente, no se identifica una marca visual clara que permita reconocer al artista sin necesidad de ver su rostro.

Una identidad sólida debería poder ser identificada a partir de elementos gráficos, cromáticos o compositivos. En los casos analizados, esta “firma visual” aún no está desarrollada.

Conclusión

En general, los artistas analizados presentan una base estética atractiva, pero carecen de una construcción estratégica de marca.

Se puede concluir que:

- Existe estética, pero no identidad
- Existe intención visual, pero no sistema
- Existe contenido, pero no comunicación estructurada

RESUMEN DE ANALISIS REFERENTES MUNDIALES

Artista	Color	Tipografía	Narrativa	Redes
Rosalía	Contraste fuerte	Elegante/minimal	Conceptual	Muy coherente
Billie Eilish	Oscuro/verde	Simple + símbolo	Vulnerabilidad	Muy consistente
Travis Scott	Psicodélico	Experimental	Mundo visual	Expandido
Feid	Verde dominante	Urbana simple	Identidad callejera	Repetición fuerte
Karol G	Cambiante	Pop	Evolución emocional	Por etapas

RESUMEN DE ANALISIS REFERENTES AL ESTILO DE SANTI JARA (ROMANTICO, URBANO, DESPECHO)

Artista	Color	Narrativa	Clave
Rauw Alejandro	Neón nocturno	Romance moderno	Digital + sensual
Sebastián Yatra	Pasteles	Amor vulnerable	Emoción limpia
Mora	Oscuro	Soledad	Minimal emocional

Manuel Turizo	Cálido	Romance	Cercanía
Jey Wheeler	Melancólico	Despecho	Dolor directo

¿QUÉ HACEN BIEN?

- Construyen **universos visuales**, no piezas sueltas
- Mantienen **coherencia en todas las plataformas**
- Usan **símbolos repetitivos** (color, personaje, estética)
- Integran **narrativa emocional + visual**
- Piensan en el artista como **marca completa**

¿QUÉ NO SE ESTÁ HACIENDO EN CALI? (DIFERENCIAL)

- No hay sistemas visuales (solo piezas sueltas)
- No hay narrativa entre canciones
- No hay personajes o símbolos fuertes
- No hay coherencia entre plataformas
- No se construyen “eras” visuales

CONCLUSIÓN

En la música urbana actual, el éxito visual no depende únicamente de la estética, sino de la construcción de sistemas coherentes que integren narrativa, identidad y emoción. Los artistas que logran posicionarse desarrollan universos visuales consistentes que se mantienen a lo largo del tiempo y se adaptan a múltiples plataformas.

En contraste, en el contexto local de Cali, se evidencia una falta de estrategias visuales estructuradas, lo que representa una oportunidad para proponer sistemas de comunicación visual que fortalezcan la identidad y conexión emocional de los artistas emergentes.

PROPUESTA SANTI JARA:



REFERENTES

MANUEL TURIZO
Y JEY WHEELER

- ROMANTICO
- CREACIÓN DE PERSONAJE
- JUVENIL

Personaje

La payasa funciona como un recurso simbólico que representa el estado emocional del personaje principal.

- En la primera etapa → emoción interna
- En la segunda → presencia externa (amigo imaginario)
- En la tercera → desaparición

Esto permite materializar el despecho como una entidad visible.

Sistema visual

El sistema visual se construye a partir de elementos que evolucionan a lo largo de la trilogía:

- **Color:**
Fríos → transición → cálidos
- **Celular:**
Dependencia → interacción → ausencia
- **Postura corporal:**
Encogido → acompañado → erguido
- **Composición:**
Aislamiento → tensión → equilibrio

Metodología de validación

La propuesta será evaluada mediante pruebas con usuarios, con el fin de analizar su impacto en la percepción y recordación del artista.

Se utilizarán:

- Encuestas
- Entrevistas
- Observación de interacción

Variables a medir

- Recordación visual
- Identificación emocional

- Comprensión del concepto
- Coherencia percibida

Objetivo de validación

Determinar si la propuesta visual logra fortalecer la identidad del artista y generar una conexión emocional con el público.

PENDIENTES:

- **Entrevistas (mínimo 10–12 artistas)**
 - Insights reales (no solo respuestas sueltas)
- **Encuesta (aprox. 50–80 personas)**
 - percepción sobre imagen de artistas
 - qué conecta emocionalmente

ENCUESTAS:

Con el objetivo de validar la importancia de la identidad visual dentro de la industria musical y analizar la percepción del público frente a los elementos gráficos desarrollados para Santi Jara, se realizó una encuesta dirigida a consumidores habituales de música urbana.

La encuesta contó con la participación de 50 personas entre los 18 y 30 años, público objetivo alineado con el perfil de audiencia del artista.

Las preguntas estuvieron orientadas a identificar los factores visuales que generan recordación en un artista, la importancia de las portadas musicales y la percepción emocional generada por las piezas desarrolladas dentro del proyecto.

Los resultados obtenidos permitieron comprender que la identidad visual tiene una influencia significativa en la manera en que el público reconoce, recuerda y conecta emocionalmente con un artista.

¿Con qué frecuencia escucha música?

- Todos los días: 82%
- Varias veces por semana: 14%
- Ocasionalmente: 4%

Conclusión: La totalidad de los participantes consume música de forma constante, demostrando que la muestra corresponde a usuarios activos dentro de plataformas digitales.

¿Qué es lo primero que llama su atención de un lanzamiento musical?

- Portada: 48%
- Nombre de la canción: 27%
- Nombre del artista: 18%
- Otros elementos: 7%

Conclusión: La portada se posiciona como el principal punto de contacto visual entre el usuario y la canción.

¿Considera importante que un artista tenga una identidad visual definida?

- Sí: 90%
- No: 10%

Conclusión: La mayoría de los encuestados considera que la identidad visual aporta reconocimiento y diferenciación dentro de la industria musical.

¿Qué elemento ayuda más a recordar a un artista?

- Colores característicos: 34%
- Logo o símbolo: 29%
- Estilo gráfico: 25%
- Vestuario: 12%

Conclusión: Los recursos visuales consistentes generan mayor recordación en el público.

Después de observar la portada de ERROR 117, ¿qué emoción percibe?

- Tristeza: 46%
- Nostalgia: 28%
- Soledad: 17%
- Ansiedad: 9%

Conclusión: Las emociones percibidas coinciden con la intención comunicativa del proyecto, validando la efectividad de la propuesta visual.

¿Qué elemento recuerda más de la portada?

- La payasa: 57%
- El celular: 21%
- El corazón: 14%
- El efecto glitch: 8%

Conclusión: El personaje principal funciona como un elemento diferenciador y altamente memorable dentro del sistema visual.

ENTREVISTA AL ARTISTA

Como parte del proceso de investigación se realizó una entrevista con Santi Jara, artista principal del proyecto. Durante la conversación se abordaron temas relacionados con su crecimiento artístico, la construcción de comunidad y la importancia de la identidad visual dentro de su carrera.

El artista manifestó que la construcción de una identidad visual sólida le ha permitido generar mayor reconocimiento entre su audiencia, fortalecer la imagen de su proyecto musical y diferenciarse dentro de un mercado altamente competitivo.

Asimismo, destacó que elementos como los colores, símbolos y conceptos recurrentes han contribuido a que su comunidad identifique rápidamente sus lanzamientos y relacione cada pieza gráfica con su propuesta artística.

Los hallazgos obtenidos en la entrevista reforzaron la necesidad de desarrollar un sistema visual coherente que acompañe el crecimiento del artista y permita construir una narrativa visual consistente a largo plazo.

RESULTADOS DEL PROYECTO

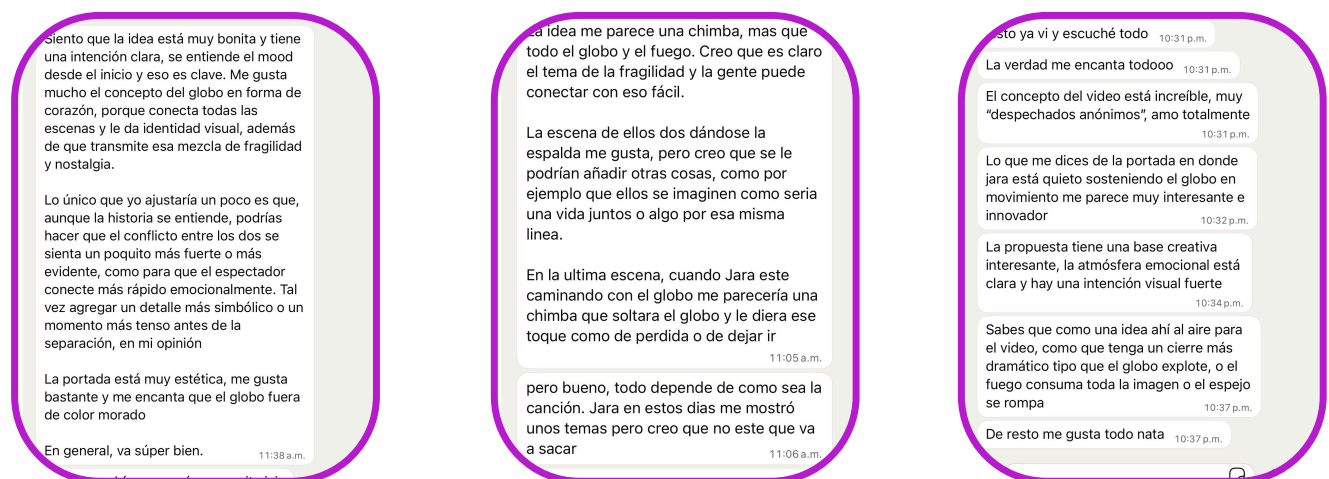
A partir del desarrollo de la identidad visual de la trilogía se logró construir un sistema gráfico capaz de conectar emocionalmente con la narrativa de las canciones y fortalecer el posicionamiento visual de Santi Jara.

La implementación de símbolos recurrentes como el corazón, la evolución cromática y el personaje de la payasa permitió establecer una relación narrativa entre los distintos lanzamientos, generando coherencia dentro del universo visual planteado.

Los procesos de validación demostraron que los usuarios identifican fácilmente las emociones representadas en las piezas gráficas, especialmente sentimientos relacionados con la tristeza, la nostalgia y la vulnerabilidad emocional.

Además, la propuesta permitió transformar una canción individual en una experiencia narrativa más amplia, donde cada lanzamiento cumple una función específica dentro de una historia visual continua.

VALIDACIÓN



CONCLUSIÓN:

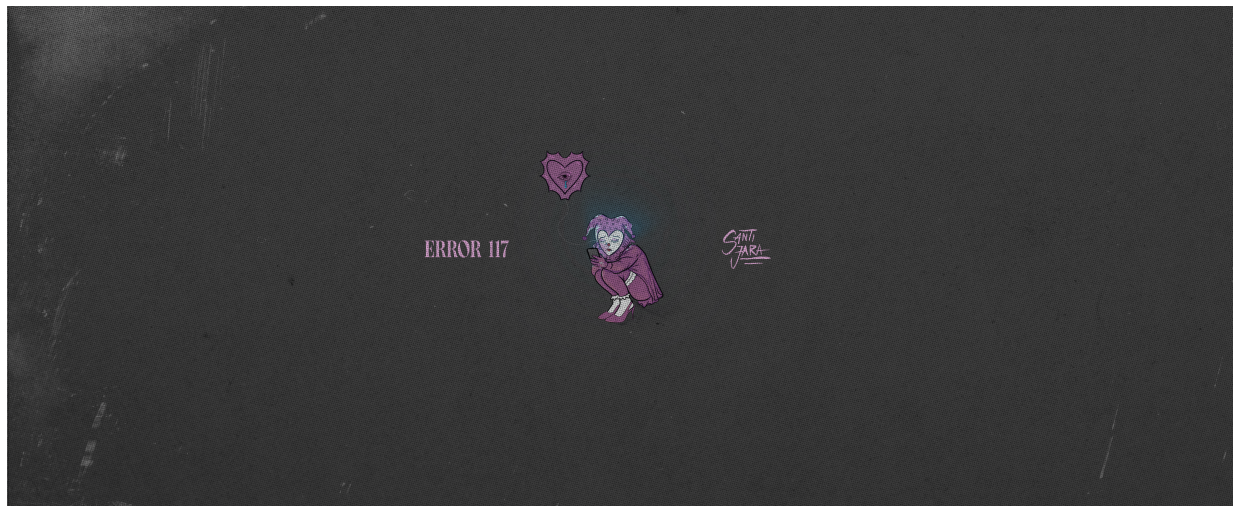
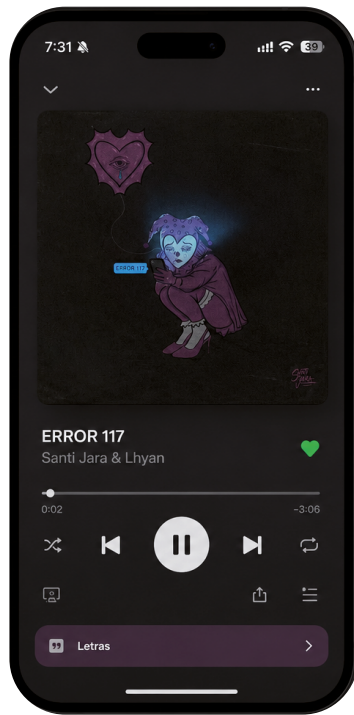
Este proyecto demuestra que la identidad visual constituye una herramienta estratégica para la construcción de marca dentro de la industria musical contemporánea.

A través del desarrollo de la trilogía “Sistema Sentimental” se logró diseñar un sistema visual coherente que acompaña la evolución emocional del personaje y fortalece el reconocimiento de Santi Jara como artista.

La investigación realizada evidenció que los elementos visuales influyen directamente en la recordación, el reconocimiento y la conexión emocional que el público establece con una propuesta musical. Asimismo, los resultados obtenidos permitieron validar que la narrativa visual desarrollada comunica de manera efectiva los conceptos planteados para cada etapa de la trilogía.

Finalmente, el proyecto confirma que el diseño gráfico no solo cumple una función estética dentro de la música, sino que se convierte en un recurso capaz de construir significado, generar identidad y fortalecer la relación entre el artista y su audiencia.

ERROR 117



Se presentó portada, visualizer y banner para youtube ademas de que fue validado por oyentes.

SIGNO DE INTERROGACIÓN



Se presentó portada, video oficial y lettering para youtube.

APARENTAS:





Se presentó portada, stickers, contenido para redes("ya disponible"), canva spotify y escenografia.