

---

## ANÁLISIS DEL DISEÑO GRÁFICO COMO HERRAMIENTA DE PROMOCIÓN EN LA TRAYECTORIA DE MÚSICOS VENEZOLANOS, PERÍODO 2019-2024

*Analysis of graphic design as a promotional tool in the trajectory of Venezuelan musicians, period 201-2024*

Diana Cañizales <sup>1</sup>

Andrea González <sup>2</sup>

<sup>1</sup> Universidad Arturo Michelena.

<sup>2</sup> Universidad Arturo Michelena.

---

### Resumen

En un entorno musical altamente visual y competitivo, el diseño gráfico se ha convertido en una herramienta esencial para construir la identidad de los artistas y conectar con el público. Esta investigación analizó el papel del diseño gráfico en la promoción de músicos venezolanos entre 2019 y 2024, centrándose en casos como Lasso, Danny Ocean, Elena Rose y Rawayana. El estudio adoptó un enfoque cualitativo con diseño de estudio de caso, aplicando entrevistas semiestructuradas a tres diseñadores gráficos y un publicista del área musical. Se exploraron sus trayectorias, procesos creativos, herramientas utilizadas y decisiones visuales. Los hallazgos evidenciaron que el diseño influye directamente en la percepción de la música, siendo clave en el posicionamiento y la identidad visual del artista. Las piezas analizadas destacaron por el uso estratégico del color, la tipografía y la composición como medios para comunicar conceptos emocionales y culturales, adaptados al entorno. Se concluyó que el diseño gráfico potencia el mensaje musical, refuerza la marca personal del artista y es determinante para su éxito. Asimismo, el estudio resalta la importancia de integrar visión artística y estrategia comunicacional para construir una identidad visual coherente, auténtica y eficaz.

**Palabras claves:** Diseño gráfico, promoción musical, músicos venezolanos.

### Abstract

In a highly visual and competitive musical environment, graphic design has become an essential tool for building artists identities and connecting with audiences. This research analyzed the role of graphic design in the promotion of Venezuelan musicians between 2019 and 2024, focusing on cases such as Lasso, Danny Ocean, Elena Rose, and Rawayana. The study adopted a qualitative approach with a case study design, applying semi-structured interviews to three graphic designers and one music publicist. Their professional paths, creative processes, tools used, and visual decisions were explored. The findings revealed that design directly influences the perception of music, playing a key role in the artist's positioning and visual identity. The analyzed pieces stood out for their strategic use of color, typography, and composition to communicate emotional and cultural concepts adapted to the digital environment. It was concluded that graphic design enhances the musical message, reinforces the artist's personal brand, and is crucial to their success. Furthermore, the study highlights the importance of integrating artistic vision with communication strategy to build a coherent, authentic, and effective visual identity.

**Keywords:** Graphic design, music promotion, Venezuelan musicians.

### Introducción

En un mundo cada vez más globalizado, construir una identidad fuerte y coherente se ha convertido en un pilar esencial para marcas y organizaciones. No obstante, surge una pregunta clave: ¿qué factores determinan el éxito de una identidad visual sólida y cómo influye en el reconocimiento y posicionamiento? Cada individuo se define por características únicas, como su nombre y aspectos de su apariencia que los hacen inconfundibles ante los demás. En este contexto, contar con una imagen visual sólida se posiciona como una herramienta estratégica imprescindible para sobresalir, diferenciarse y consolidarse, ya sea como persona, asociación u organización, siendo una prioridad para quienes aspiren a alcanzar estos objetivos. Al respecto, Rock (2020) considera la identidad visual como: “una construcción de varios elementos gráficos y visuales responsables de crear una

atmósfera sobre quién es el sujeto, la empresa u organización, cuáles son sus valores e incluso cómo se ve el mundo y la sociedad desde su perspectiva” (p. 4).

En síntesis, es el conjunto de elementos gráficos que componen el estilo de una marca, una forma de comunicarle al público sus valores y personalidad. Un claro ejemplo de ello, es el caso de los artistas musicales, para que la marca de un cantante sea reconocida positivamente y, como consecuencia, tenga éxito en su nicho de actuación, es necesario definir y resaltar sus mejores cualidades, logrando así, que sea único e interesante.

Por tal motivo, en el ámbito de la industria musical, la imagen gráfica de un cantante desempeña un papel determinante. No solo facilita su reconocimiento entre el público, sino que también fortalece el vínculo emocional con los seguidores, convirtiéndose en una herramienta clave para diferenciarse de otros artistas. Entre las múltiples ventajas de contar con una representación visual sólida, destacan su capacidad para captar mayor atención, generar conexiones significativas y posicionar al cantante de manera competitiva. Además, una identidad visual coherente y profesional amplifica el impacto tanto en las presentaciones en vivo, al crear una experiencia más inmersiva y memorable, como en la parte discográfica, donde optimiza las estrategias promocionales y contribuye al éxito del artista en plataformas digitales y físicas.

Considerando lo planteado, el diseño gráfico se consolida como una herramienta esencial para dar visibilidad y comunicar mensajes de manera efectiva, captando la atención del público. En el caso de los artistas musicales, sus estilos visuales y elementos gráficos desempeñan un papel fundamental en la construcción de una identidad visual distintiva y perdurable, que resulta clave para impulsar conciertos, álbumes y otros proyectos creativos.

Es por eso que, según Rueda (2020), el diseño gráfico va más allá de la simple creación de imágenes, ya que implica un proceso intelectual, técnico y creativo. Esta disciplina no solo se enfoca en la producción visual, a su vez, también abarca en el análisis, la organización y la estructuración de soluciones efectivas para mejorar la comunicación. En este sentido, el diseñador gráfico tiene la responsabilidad de desarrollar respuestas adecuadas a diversos desafíos comunicacionales, adaptándose a distintos contextos y sectores de la sociedad.

En la industria musical venezolana, han emergido talentos excepcionales como Rawayana, Danny Ocean, Elena Rose y Lasso, quienes han logrado destacarse en rankings internacionales, prestigiosos festivales y reconocidos eventos globales. Más allá de sus habilidades artísticas, un elemento común entre ellos es la implementación estratégica del de su imagen gráfica, utilizada de manera eficaz para generar un impacto significativo en su público. Esto demuestra el valor del lenguaje visual, no solo como un medio para construir una identidad gráfica que sea fácilmente reconocible, sino también como un vehículo para comunicar ideas que trascienden lo puramente verbal.

En función de lo expuesto, el presente trabajo se desarrollará en varias fases. En primer lugar, se realizará un análisis de la investigación, en el que se definirá la problemática, se establecerán los objetivos generales y específicos, se revisarán los antecedentes y las teorías que sustentan el estudio. A continuación, se abordará la metodología, detallando el enfoque, tipo y diseño de la investigación, la población y muestra seleccionadas. Asimismo, se describirán las técnicas e instrumentos de recolección de datos, las estrategias de análisis, y las consideraciones éticas que guían el estudio. Finalmente, se presentará el análisis de los resultados, seguido de las reflexiones finales y recomendaciones derivadas de la investigación.

## Análisis de la Investigación

En la actualidad, vivimos en un mundo saturado de información visual que nos rodea en cada espacio, desde la publicidad en las calles hasta las plataformas digitales que consultamos a diario. Sin darnos cuenta, estas imágenes y composiciones gráficas construyen un lenguaje propio que influye en la manera en que percibimos nuestro entorno. En este contexto, la creatividad visual se posiciona como una herramienta clave para la comunicación, marcando tendencias y estableciendo conexiones con quienes interactúan con ella. Explorar su impacto y evolución permite comprender mejor su papel en la sociedad moderna. En el mismo orden de ideas, López (2023) nos acerca al significado de esta disciplina al manifestar que:

El diseño gráfico, es el arte de comunicación visual a través de texto, imágenes, símbolos o ilustraciones. Sirve tanto para identificar una marca, recordar un mensaje, encontrar una gran oferta de valor o atraer a tu cliente ideal. Su objetivo es crear una representación visual con un sentido de orden y claridad haciendo que las personas entiendan el mensaje (p. 5).

A partir de esta definición, el diseño gráfico se configura como una herramienta fundamental dentro de las estrategias comunicativas de las marcas, permitiendo la construcción de un sistema visual coherente basado en aspectos identificativos como el color, la forma, la retícula y las fotografías. Estos componentes se articulan con la gráfica publicitaria para generar representaciones visuales capaces de transmitir conceptos, ideas o mensajes, ya sea de manera autónoma o en complemento con recursos verbales dentro de un marco estratégico de identidad y promoción.

Ahora bien, cuando estas estrategias comunicativas se dirigen al ámbito musical, el diseño y la música son dos disciplinas muy creativas, y más relacionadas entre sí de lo que parece. En el caso de los artistas musicales, la identidad gráfica es esencial, ya que les permite construir una identidad visual fácilmente reconocible y transmitir mensajes que van más allá de lo verbal. Además, facilita el desarrollo de un concepto creativo coherente, reforzando su diferenciación y posicionamiento en un mercado altamente competitivo.

De la misma forma, Guayabero (2022), considera que: “Un fenómeno musical no se entiende sin las imágenes gráficas que lo acompañan y un estilo gráfico suele estar asociado a una época y a menudo a una música” (p. 3). El diseño gráfico en este caso, trasciende de la tarea de crear la identidad visual de un disco o de una canción debido a que los diseñadores cumplen con el rol de crear la carátula, el arte que irá en libretos y el resto de elementos del disco a partir de la música y de la imagen de los artistas e intérpretes. De hecho, su estilo, letras y melodía son la base de la creación del concepto visual de un álbum, así como también, de todos los elementos gráficos de giras, conciertos o galas en las que participan los músicos y grupos.

En consonancia con lo planteado anteriormente, resulta pertinente destacar la trayectoria de los artistas venezolanos Lasso, Danny Ocean, Elena Rose y Rawayana, seleccionados como referentes de análisis en esta investigación debido a su sostenida presencia en los rankings nacionales e internacionales de Spotify entre los años 2019 y 2024. Esta elección no solo responde a su proyección musical, sino también a la consolidación de una identidad visual coherente y distintiva. A través de una narrativa estética cuidadosamente elaborada, sus imágenes han trascendido las fronteras del ámbito sonoro, posicionándose como parte esencial de su reconocimiento global. De este modo, se evidencia cómo la dimensión visual y el discurso musical se articulan para generar una experiencia emocional integral que supera lo que cada elemento podría alcanzar de manera aislada.

No obstante, a pesar de que la propuesta estética y los recursos visuales que configuran la marca personal de los artistas musicales venezolanos contribuyen no solo a representarlos, sino también a establecer una conexión emocional profunda con el público, lo que a su vez fortalece su permanencia

en los rankings de popularidad, persiste una notoria falta de interés general en indagar quiénes son los creadores detrás de estas identidades visuales. De igual modo, suelen pasar desapercibidos tanto el simbolismo presente en los colores y signos empleados como el proceso creativo que da origen a estas narrativas visuales, esenciales para la construcción del imaginario artístico contemporáneo.

Visto así, el diseño gráfico para músicos es un área creativa de gran importancia, por un lado, facilita plasmar en imágenes lo que quieren expresar con sus temas o con un disco en concreto, les permite, además, contar con una identidad visual propia. De la misma forma, un diseñador gráfico puede hacer que cada proyecto de un músico cuente con una imagen única y diferenciada, pero asociada a dicho creador. La relevancia de la comunicación visual en la trayectoria artística de un cantante es tal, que la imagen visual puede fallar por falta de balance y armonía de los elementos gráficos, ya que, su identidad artística se construye a través de una imagen que representa su obra.

En atención a lo antes expuesto, el objetivo principal de la presente investigación, es analizar el diseño gráfico como herramienta de promoción en artistas musicales venezolanos, período 2019 – 2024. Complementariamente, se establecen los siguientes objetivos específicos: Identificar a los diseñadores gráficos que han trabajado en la promoción de artistas musicales venezolanos, e incluir la perspectiva de un publicista para ampliar el análisis del diseño gráfico como herramienta estratégica, explorar los procesos creativos desarrollados por diseñadores gráficos en la elaboración de piezas promocionales y el significado de sus elementos visuales y determinar cómo el diseño gráfico influye en la percepción de la música y la conexión emocional con el público.

De acuerdo con lo previamente señalado, el proyecto en desarrollo adquiere relevancia al considerar que la imagen de marca es uno de los principales medios a través de los cuales, los artistas establecen vínculos con su audiencia. Se observa que, aquellos con una identidad visual cohesionada y atractiva tienen mayores posibilidades de ser reconocidos y recordados. Es por ello que, una representación gráfica bien estructurada puede marcar la diferencia entre ser percibido como un profesional talentoso, o pasar desapercibido dentro del vasto panorama de la industria musical.

Por consiguiente, los diseñadores deben garantizar un equilibrio armónico entre los distintos componentes visuales que contribuyen a la proyección estética de un músico. Como expresa Seos (2022), “Un buen diseño gráfico puede hacer la diferencia en el éxito de un artista al ayudarlo a sobresalir y conectarse con su audiencia” (p. 4). Por ello, quienes buscan destacarse deben evaluar con detenimiento su representación visual, asegurándose de que refleje su esencia y fortalezca su presencia en el ámbito artístico. En resumen, la identidad visual es un aspecto fundamental en la construcción de una marca efectiva para quienes buscan consolidar su carrera en el mercado musical.

Desde esta perspectiva, se abordan los antecedentes de la investigación, integrados por trabajos previos que comparten afinidades temáticas y metodológicas con el trabajo a realizar, según Arias (2012), “se refieren a todos los trabajos de investigación que anteceden al nuestro” (p. 36). Es decir, son investigaciones donde se manejan las mismas variables o se proponen objetivos similares; además sirven de guía al investigador y le permiten hacer comparaciones y tener ideas sobre el cómo se trató el problema en esa oportunidad.

En el contexto internacional, destaca el estudio de Merani, S. (2023) titulado “La importancia del diseño gráfico en la música emergente local: creación de identidad visual para el proyecto musical de Aurian de Lila en el transcurso del año 2022”, de la Universidad Católica de Salta, Argentina, para obtener el título de Licenciada en Diseño Gráfico. Su objetivo principal fue colaborar a un proyecto musical emergente de la Ciudad de Salta con un servicio de desarrollo de identidad visual para ayudarlo a darse a conocer y tener una buena presencia gráfica en la que su público pueda reflejarse

y reconocerle. La investigación se desarrolla en el paradigma cualitativo, con un nivel descriptivo, acompañada por una investigación de campo por medio de entrevistas, cuestionarios y observación documental.

Por otra parte, los aportes que este trabajo otorga es el desarrollo del análisis de la información recabada en este periodo, la cual permite concluir que si bien, la creación de una identidad ayuda mucho a lograr una cercanía con el público desde otro lugar, no depende solo de ella para que esto suceda, el artista logra la conexión con su público a través de un sistema unificado de distintos elementos y factores, el cual uno de ellos es su identidad.

En segundo lugar, se presenta el estudio de Mercado, D. y Farías, J (2023), titulado “Análisis del diseño de portada del disco Cambié de Nombre, ganador del Grammy 2012, realizado por MASA. “, de la Universidad Arturo Michelena, San Diego, estado Carabobo. Sus informantes claves fueron expertos en Diseño Gráfico, así como el propio diseñador de la portada a la que se refiere el proyecto. La investigación se desarrolla con paradigma cualitativo del tipo de investigación documental.

De esta manera, los aportes de esta investigación resultan fundamentales para el presente estudio, ya que proporcionan un marco de referencia sobre la importancia del diseño gráfico en la identidad visual de los productos musicales. A través de la aplicación de tres cuestionarios con preguntas abiertas al diseñador de la portada, junto con el uso de una matriz de análisis para la observación detallada de la pieza, se obtuvo información de alto valor sobre los principios y estrategias utilizadas en el diseño discográfico. Este trabajo no solo facilita la recolección de datos para investigaciones similares, sino que también permite comprender el impacto del diseño visual en la percepción del público y su papel en la diferenciación dentro del mercado musical.

Por último, se encuentra la investigación de Macías, M. (2022), “Intervención del diseño gráfico en la creación de empaques como medio de promoción y venta de un producto”, de la Universidad Arturo Michelena, San Diego, estado Carabobo. Dicho estudio se llevó a cabo bajo el paradigma cualitativo, de enfoque interpretativo puesto que se buscó exponer a través del análisis y la observación, cómo ha intervenido el diseño gráfico en la creación de empaques. Las preguntas realizadas al universo seleccionado fueron abiertas siendo analizadas a través de una matriz de análisis, permitiendo comparar dos (2) productos del mismo sector alimenticio.

Siguiendo esta línea, los aportes de esta investigación resultan significativos para el presente estudio, ya que destacan la importancia de los elementos gráficos en la percepción y preferencia del consumidor. En particular, permite comprender cuáles son los aspectos del diseño que contribuyen a resaltar las propiedades de un producto, generando una ventaja competitiva en el mercado. Asimismo, proporciona una base teórica relevante sobre el papel del diseño gráfico en la comunicación visual y su influencia en las decisiones de compra, lo que refuerza la fundamentación del presente estudio.

Por otra parte, el presente estudio se sustenta en un conjunto de teorías que conforman las bases teóricas, el cual contiene la descripción para abarcar la índole de la postura de la investigación, es decir, sostener y defender las presunciones del estudio. Para Palella y Martins (2012), se pueden definir como “el soporte principal del estudio; en él se amplía la descripción del problema, pues permite integrar la teoría con la investigación y establecer sus interrelaciones”.

En relación con este tema, la Identidad Visual, refiere Costa (1994) al señalar la diferencia de marca e identidad visual refiriendo que “La marca es aquello que brinda identidad, transmite los valores que representan la firma, mientras que la identidad de marca es aquel conjunto de particularidades que definen los objetos o los seres, logrando individualizarse” (p. 35), mencionando además los elementos principales de la identidad visual.

Por otro lado, otro componente esencial de la identidad visual es la tipografía. Según Gordo (2007) “implica la selección y disposición de letras, números y símbolos con el fin de comunicar mensajes de manera efectiva y atractiva” (p. 7). Las tipografías suelen clasificarse según su estilo y la época de su creación, reflejando tendencias históricas y estéticas particulares, además de mejorar la legibilidad y captar la atención, transmite emociones y establece el tono del mensaje, influyendo en la percepción del público. La ubicación de la tipografía en elementos como la portada de un álbum añade capas de significado, y su interacción con imágenes puede reforzar la comunicación del concepto creativo y la estrategia de diferenciación respecto a la competencia.

Es preciso señalar que, el color también desempeña un papel fundamental. Para Rock (2020), “El color es producto de los fenómenos de la luz., y uno de los elementos de mayor influencia en el campo visual. Actúa como un factor de distinción, atracción, transmisión y jerarquización de información (p. 5). También el color ha sido un elemento fundamental en el diseño discográfico, el cual se ha ido adaptando a las distintas décadas y corrientes estéticas. Ha sido utilizado para comunicar, transmitir sentimientos y conceptos de la música.

Dentro de este orden de ideas, los nuevos medios digitales han ayudado mucho para la promoción de la música contemporánea, sin embargo, señala Cooldis (2018) esto no es suficiente, el que se tenga la última tecnología al alcance, para producir un álbum de música, no quiere decir que obtendremos un producto final diferente y que va a ser totalmente valorado o considerado por el público. Se necesita entonces elaborar una imagen gráfica que identifique plenamente a la banda y en base a esto diseñar el resto de aspectos visuales que requiere la banda para su producción, utilizando creativamente todas las posibilidades y herramientas que ofrece el mundo del diseño.

En el contexto del diseño gráfico, la semiótica se ha convertido en unos de los principales referentes teóricos del diseño. La semiótica es una disciplina destinada a comprender cómo se articulan los procesos de significación, lo cual conduce hacia dos campos del saber, la lingüística y la teoría del conocimiento. En estos dos ámbitos tienen, efectivamente, origen las dos grandes corrientes abocadas al estudio de los signos. La llamada semiología nace de la propuesta del filólogo suizo Ferdinand de Saussure (1857-1913) y la semiótica surge en el seno de la corriente filosófica norteamericana llamada pragmatismo donde el filósofo Charles Sanders Peirce (1839-1914) desarrolla su teoría semiótica.

En relación con lo expuesto, la Teoría Semiológica de Saussure (1982) abordó diversos problemas relacionados con el lenguaje como un sistema en sí mismo. Desde un enfoque epistemológico, concibió la lengua como un sistema en el que las palabras interactúan de manera unificada. Saussure resaltó la importancia de integrar el estudio del lenguaje en una ciencia general de los signos, lo que más tarde dio origen a la semiología. Además, planteó que la lengua es un conjunto estructurado de signos cuyo propósito es la expresión de ideas. Cada signo consta de dos elementos: el significado, que representa el concepto asociado, y el significante, que corresponde a su representación sensorial o imagen acústica. Esta dualidad es esencial para comprender cómo se construye el sentido en la comunicación humana.

En contraste con ello, Charles Sanders Peirce (1896) desarrolló una teoría semiótica centrada en la creación de la realidad a partir de los signos. Definió la semiótica como el estudio de la semiosis, un proceso basado en la relación triádica entre un signo (representamen), un objeto y un interpretante. En este modelo, el representamen es aquello que simboliza algo más, el objeto es la entidad que se alude y el interpretante es la comprensión que se genera a partir del signo. Esta relación triádica permite entender cómo los signos adquieren significado en distintos contextos y es un principio fundamental en su teoría de los signos. Es en este punto, donde se presenta la relación de la música y el diseño gráfico, tal como lo expresa Ryan Dean Sprague (2021) :

Una de las razones por las que esta fusión es tan poderosa es su capacidad para evocar emociones. La música tiene la capacidad innata de transmitir sentimientos y crear profundas conexiones emocionales. Al incorporar estos elementos al diseño de las identidades visuales, podemos hacer que el público conecte más profundamente con la marca (p. 2).

Desde tiempos remotos, incluso antes del surgimiento de la industria musical y todo lo que esta conlleva, se ha reconocido la importancia del lenguaje visual como medio para transmitir mensajes. Es por ello que, en proyectos musicales, la intervención de un diseñador gráfico es indispensable, especialmente en esta era tecnológica, donde las posibilidades en cuanto a materiales y estilos son sumamente diversas. Esto refleja que, cada color, cada línea y cada forma se convierten en notas de una partitura visual. De esta manera, le permite al público percibir la esencia de la música en el diseño, experimentando una conexión emocional con la marca que trasciende lo superficial, dejando una impresión duradera y fortaleciendo la relación entre esta y su audiencia.

### **Metodología**

En este contexto metodológico, el presente estudio se desarrolla bajo un enfoque cualitativo, en concordancia con lo señalado por Gallardo, E. (2017), quien afirma que “la investigación cualitativa no estudia la realidad en sí, sino cómo se construye la realidad. Esto implica estudiarlo desde el punto de vista de las personas y enfatizar el proceso de comprensión” (p. 22). En este sentido, la investigación describe los hechos y busca comprender su evolución, impacto y significado, permitiendo un análisis más profundo de los fenómenos estudiados. Este enfoque es pertinente, ya que facilita la exploración detallada de la relación entre el diseño gráfico y la identidad visual en el ámbito musical, contribuyendo al cumplimiento de los objetivos planteados.

Acercas de lo indicado, este trabajo de investigación se enmarca dentro del diseño de investigación de estudio de caso, ya que permite un análisis detallado de cuatro artistas en específico cuya identidad visual ha sido clave en su posicionamiento dentro de la industria musical. Con respecto a su teoría, Arias, F. (2012), define el estudio de caso como “cualquier objeto que se considera como una totalidad para ser estudiado intensivamente” (p. 33). Esto implica un análisis detallado de las identidades visuales seleccionadas para desglosar los elementos gráficos que han contribuido a su reconocimiento y éxito. De esta manera, la investigación permitirá identificar estrategias de diseño efectivas y su impacto en la percepción y diferenciación de los artistas dentro del mercado.

De acuerdo con lo planteado, Hernández, R., Fernández, C. y Baptista, P. (2014) definen la población como “el conjunto de todos los casos que concuerdan con determinadas especificaciones” (p. 174). En este estudio, la población está conformada por diseñadores y publicistas especializados en branding, identidades visuales, piezas gráficas, promoción y publicidad en la industria musical. Según Arias, F. (2012), la muestra es un “subconjunto representativo y finito que se extrae de la población accesible” (p. 83). Por consiguiente, se optó por un muestreo por conveniencia, seleccionando específicamente a diseñadores vinculados a los artistas mencionados, lo que garantiza la pertinencia de los datos, junto con publicistas con experiencia en campañas publicitarias dentro del ámbito musical, cuya visión estratégica complementa el análisis visual desde una perspectiva comunicacional. En este caso, se entrevistó a tres diseñadores y un publicista, quienes aportaron sus experiencias y percepciones a esta investigación.

Sumado a ello, para la recolección de datos, se emplea la técnica de entrevistas en profundidad, definida por Hernández, R., Fernández, C. y Baptista, P. (2014), como “una guía de asuntos o preguntas y el entrevistador tiene la libertad de introducir preguntas adicionales para precisar conceptos u obtener mayor información” (p. 403). Esta metodología es idónea para analizar el

proceso creativo en la producción de piezas gráficas y su función dentro de la identidad visual del artista.

Asimismo, se utilizará un cuestionario de preguntas semiestructuradas, el cual, según Arias, F. (2012), “Aun cuando existe una guía de preguntas, el entrevistador puede realizar otras no contempladas inicialmente. Esto se debe a que una respuesta puede dar origen a una pregunta adicional o extraordinaria. Esta técnica se caracteriza por su flexibilidad” (p. 74). Gracias a esta metodología, la recopilación de datos permitirá identificar patrones y características distintivas que no enriquecen el análisis y revelan los factores clave que han favorecido el posicionamiento visual y conceptual de los artistas en la industria musical.

Por consiguiente, una vez seleccionados los instrumentos de recolección de datos, se procederá a validar su eficacia con el fin de asegurar que sean los más adecuados para medir las variables del estudio. Según Doria, D. (2020), “la validez de contenido se refiere al grado en que un instrumento refleja un dominio específico de contenido de lo que se mide” (p. 65). En otras palabras, para que una investigación sea considerada confiable, debe sustentarse en técnicas e instrumentos pertinentes que respondan a los objetivos planteados. Estos serán evaluados por un experto metodológico y dos especialistas en el área de estudio, lo que permitirá obtener resultados precisos y conclusiones fundamentadas.

Es importante resaltar que, este proceso se llevará a cabo respetando principios éticos fundamentales como el consentimiento informado, la confidencialidad de los participantes y la integridad en el manejo de la información. Finalmente, conforme a los lineamientos metodológicos, los datos recolectados serán analizados para extraer información significativa que sustente los hallazgos de la investigación.

## Resultados

Seguidamente, se lleva a cabo el análisis de los resultados obtenidos tras la aplicación de los instrumentos a la muestra seleccionada. En cuanto a su definición, Ulate, I. y Vargas, E. (2016), citados por Zamora, K. (2021), afirman que “el análisis de los datos propone respuestas concretas a los objetivos, los problemas y las hipótesis planteadas” (p. 3). Esto significa que, a través de este proceso, es posible identificar patrones, optimizar enfoques y obtener información clave para la interpretación del estudio. Con base en ello, se formularon diez preguntas dirigidas a profesionales del diseño gráfico especializados en branding, portadas y piezas visuales dentro de la industria musical.

### Cuadro Comparativo

Artista	Elementos Visuales Distintivos	Estilo Gráfico y Construcción de Identidad	Impacto en la Promoción Musical y el Reconocimiento Público
Lasso	-Uso de colores sobrios y contrastantes, como tonos oscuros, pasteles y neones suaves. -Empleo de ilustraciones conceptuales, se utilizan siluetas, objetos simbólicos (como flores, espejos, estaciones del año) o composiciones abstractas.	Lasso construye una narrativa visual coherente con su propuesta sonora: romántica, sensible y reflexiva. Trabajó con una artista plástica para desarrollar la portada del álbum “Eva” (2023), recurriendo a una estética surrealista. Cada sencillo	El diseño gráfico ha sido clave para proyectar a Lasso como un artista pop sofisticado. “Eva” fue un éxito a nivel latinoamericano, con múltiples nominaciones, incluyendo los Premios Pepsi y los Latin Grammy. La cohesión entre imagen y

Artista	Elementos Visuales Distintivos	Estilo Gráfico y Construcción de Identidad	Impacto en la Promoción Musical y el Reconocimiento Público
	<ul style="list-style-type: none"> <li>-Inspiración en el arte surrealista (René Magritte).</li> <li>-Elementos como flores, estaciones del año, espejos o paisajes abstractos aparecen recurrentemente como símbolos visuales de sus temas líricos.</li> <li>-Tipografías editoriales clásicas.</li> <li>-Códigos visuales coherentes entre portadas, videoclips y redes sociales.</li> </ul>	<p>del álbum cuenta con su propia portada ilustrada, conectada temáticamente con el contenido musical. La portada del disco evoca el imaginario del subconsciente con íconos simbólicos y minimalismo poético.</p>	<p>sonido ha generado una identidad reconocible que conecta con públicos jóvenes en plataformas como Spotify y YouTube. Además, sus visuales han sido utilizados en campañas y giras, fortaleciendo su imagen de marca artística.</p>
<b>Danny Ocean</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>-Portadas minimalistas.</li> <li>-Uso de siluetas, formas geométricas y espacio negativo.</li> <li>-Colores neutros y combinaciones monocromáticas.</li> <li>-Enfoque visual sobrio, limpio, universal y atemporal.</li> <li>-Tipografías personalizadas, muchas veces en minúsculas, con un estilo sobrio.</li> <li>-Juega con la ubicación del texto o las imágenes, lo que le da un carácter más artístico y menos comercial.</li> <li>-Su gráfica evita lo estridente o sobrecargado.</li> <li>-Portadas con mucho aire visual.</li> </ul>	<p>Danny Ocean, diseñador gráfico de profesión, ha construido su identidad visual desde un enfoque moderno y globalizado. Su primer álbum "54+1" fue diseñado por él mismo, con un estilo limpio y minimalista. Este trabajo gráfico emplea geometría, tonos oscuros y la silueta del artista como recurso narrativo. Su imagen evita los excesos visuales, reforzando la accesibilidad de su música para audiencias diversas y multiculturales.</p>	<p>La claridad visual ha sido esencial para posicionarlo en mercados internacionales. "Me Rehúso" fue el tema latino más escuchado en Spotify en 2017 y ha superado los mil millones de reproducciones. Su imagen coherente ha facilitado su inclusión en playlists globales y festivales internacionales. La portada de su álbum REFLEXA (2023) mantiene esa línea gráfica, reforzando su branding profesional.</p>
<b>Elena Rose</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>-Gráfica espiritual y simbólica.</li> <li>-Paletas de colores celestes, blancos y dorados.</li> <li>-Íconos angelicales (nubes, cielo, alas, arcoíris).</li> <li>-Tipografías manuscritas diseñadas desde cero.</li> <li>-Su imagen mezcla lo sofisticado con lo callejero.</li> </ul>	<p>Elena Rose ha definido una estética visual única, alineada a su seudónimo "Guerrera de la luz". Su diseñadora creó composiciones inspiradas en el cielo, la espiritualidad y lo femenino, resaltando suavidad y pureza. Las portadas de su álbum "En las Nubes" y su sencillo</p>	<p>Esta identidad visual ha sido fundamental en su posicionamiento emergente como artista latina alternativa. La portada de "Caracas en el 2000 Remix" se viralizó en redes incluso antes de oficializarse. Su narrativa visual ha sido clave para crear un imaginario coherente, que</p>

Artista	Elementos Visuales Distintivos	Estilo Gráfico y Construcción de Identidad	Impacto en la Promoción Musical y el Reconocimiento Público
	-Flores, frutas, espejos, agua, fuego y otros elementos naturales aparecen con frecuencia, reforzando su identidad como artista latina conectada con lo sensorial y lo emocional. -Referencias visuales tomadas del arte urbano y la aerografía.	“Caracas en el 2000 (Remix)” reflejan esta narrativa visual, utilizando aerografía digital y tipografía ilustrada para transmitir emotividad. Se evita el negro, reforzando el mensaje de luz y claridad.	conecta con su público objetivo. Las visuales de sus conciertos proyectan el mismo estilo, fortaleciendo su imagen en escenarios internacionales como el Latin American Music Awards.
<b>Rawayana</b>	-Sus portadas y videoclips suelen incluir paisajes oníricos, colores saturados, texturas psicodélicas y elementos visuales que evocan tanto la naturaleza como la distorsión digital. -Diseño gráfico con narrativa política y social. -Usan collages. -Íconos culturales venezolanos (guacamaya, Ávila, mototaxi). -Tipografía retro, burbuja y graffiti. -Texturas análogas (rayones, grano fotográfico). -Uso de estética noventera para flyers y visuales.	Rawayana apuesta por una gráfica que mezcla lo cultural con lo psicodélico. En “¿Quién trae las cornetas?” (2022) se integran elementos de la cultura venezolana (CDs, raves, grafitis) con una mirada contemporánea. El diseñador de la banda investigó visuales noventeras y reinterpretó estas referencias para crear la portada, los visuales del tour y el fanzine. Este diseño no solo acompaña la música, sino que crea un universo inmersivo de identidad caribeña y nostálgica.	El impacto ha sido notable: ganadores del Latin Grammy 2024 por “Feriado” y nominados al Grammy anglosajón por mejor álbum rock/alternativo latino. La imagen del brócoli (ícono visual recurrente) ha trascendido como símbolo identitario. La portada del álbum y los visuales del tour lograron viralización en plataformas como TikTok, YouTube y merchandising oficial, aumentando su alcance en EE. UU, México y Colombia.

**Fuente:** Cañizales, D. Gonzalez, A. (2025)

### Discusión y Conclusiones

Los resultados obtenidos tras la aplicación de los instrumentos de entrevistas semi estructuradas permiten construir una visión integral sobre el papel que desempeña el diseño gráfico como herramienta promocional en la industria musical venezolana entre 2019 y 2024. A partir de los testimonios de diseñadores gráficos y de un publicista especializado, se consolida la idea de que lo visual no actúa como un recurso estético auxiliar, sino como un lenguaje simbólico y estratégico que articula identidad, emoción y posicionamiento cultural.

En primer lugar, al identificar a los principales creadores visuales que han trabajado directamente con figuras destacadas como Lasso, Danny Ocean, Elena Rose y Rawayana, se logró visibilizar una generación de profesionales que más allá de ejecutar piezas gráficas, operan como estrategias visuales capaces de moldear el imaginario del artista. Provenientes de trayectorias diversas, que van

desde el diseño publicitario, la ilustración digital hasta el arte urbano, estos diseñadores aportan una riqueza estilística que ha revitalizado la escena musical nacional.

Gracias a su labor, artistas como Lasso han consolidado una estética depurada y romántica que fortalece su identidad dentro del pop latino, mientras que Danny Ocean proyecta una visualidad sobria y cosmopolita, lo que facilita su proyección hacia audiencias internacionales. Elena Rose, por otro lado, ha logrado comunicar un universo simbólico de carácter espiritual y contemporáneo, y Rawayana sostiene una imagen colorida y caribeña, plenamente alineada con su propuesta alternativa. En conjunto, estos casos permiten afirmar que el diseño gráfico constituye un recurso estratégico fundamental para el posicionamiento de músicos venezolanos en un entorno altamente competitivo y saturado de estímulos visuales.

En este sentido, el análisis de los procesos creativos involucrados en la elaboración de piezas promocionales permitió identificar una metodología caracterizada por su flexibilidad, profundidad reflexiva y capacidad de adaptación. A partir de estímulos sonoros, percepciones emocionales y conceptos abstractos, los diseñadores traducen lo intangible en representaciones gráficas con significado, integrando técnicas manuales y digitales. Estas ideas suelen plasmarse inicialmente a través de bocetos en papel, para luego desarrollarse en plataformas como Photoshop, Illustrator o Procreate. Asimismo, los entrevistados subrayaron la importancia de realizar una investigación contextual, tanto sobre la trayectoria del artista como sobre su entorno cultural y las tendencias estéticas contemporáneas, con el objetivo de lograr composiciones dotadas de coherencia narrativa y sensibilidad expresiva.

Al examinar casos específicos, se reafirma la estrecha vinculación entre lo sonoro y lo visual. En las propuestas gráficas desarrolladas para Elena Rose, por ejemplo, se privilegia la configuración de un lenguaje simbólico impregnado de espiritualidad y evocación afectiva. Una manifestación clara de ello es su sencillo *“Caracas en el 2000”*, que marcó un punto de inflexión en su carrera y fue acompañado por una carátula en la que convergen tipografías de estética retro, fotografía urbana e ilustración digital de estilo tradicional, con el propósito de evocar la memoria caraqueña desde una perspectiva actual. Este tratamiento visual, representativo de la artista, ha fortalecido su identidad como *“Guerrera de la luz”*, denominación que sustenta una narrativa gráfica compuesta por imágenes que expresan serenidad, esperanza, armonía y profundidad emotiva, mediante el uso de símbolos vinculados al cielo, el color blanco y composiciones fotográficas pulcras.

Por otro lado, en el desarrollo artístico de Lasso, la consistencia estética entre portadas, videoclips y piezas promocionales ha sido determinante para consolidar su identidad como referente del pop romántico latino. En particular, su álbum *Eva*, lanzado en 2023, constituye un ejemplo destacado de diseño editorial aplicado a la música. En este proyecto, colaboró con una artista plástica para elaborar la carátula del disco y una serie de composiciones visuales (una para cada sencillo) inspiradas en el estilo surrealista de René Magritte. Esta propuesta permitió ampliar el relato emocional del álbum más allá del sonido, transformando cada tema en una unidad gráfica integrada al universo conceptual de la obra.

Asimismo, la propuesta estética de Rawayana evidencia cómo el diseño gráfico puede funcionar como un canal de expresión identitaria y de afirmación cultural. La línea visual concebida para su gira homónima *¿Quién trae las cornetas?* incorporó escenografías gráficas con elementos evocativos de la cultura venezolana, reinterpretados mediante códigos psicodélicos, lo cual fortaleció tanto su carácter visual como su dimensión sonora. Este enfoque no solo acompaña su propuesta musical alternativa, sino que también ha impulsado su alcance fuera del país. Prueba de ello son los reconocimientos obtenidos en 2024: el Latin Grammy en la categoría *“Mejor Canción Pop”* por *Feriado* y la nominación al Grammy anglosajón como *“Mejor Álbum de Rock Latino”*. Ambos logros

contribuyeron a consolidar su proyección internacional y a reforzar su visibilidad en la escena musical contemporánea.

Del mismo modo, Danny Ocean ha apostado por una estética visual minimalista y de alcance global, en consonancia con su formación como diseñador gráfico. La portada de su primer álbum, "54+1", concebida y diseñada por el propio artista, se distingue por una composición sobria y un lenguaje simbólico introspectivo. A través de la incorporación de su silueta y de elementos geométricos como focos compositivos, logra representar el cierre de una etapa creativa. De este modo, proyecta una imagen depurada y universal que ha facilitado su posicionamiento en escenarios internacionales. Estos elementos permiten afirmar que el proceso de diseño aplicado a la música responde a una lógica automatizada y se configura como un ejercicio profundamente reflexivo y contextualizado, en el cual cada recurso gráfico (ya sea cromático, tipográfico o icónico) es cuidadosamente seleccionado para generar resonancia emocional con la audiencia y servir como instrumento eficaz de autorrepresentación.

A partir del análisis de los testimonios recabados, se reafirma que el diseño gráfico desempeña un papel fundamental en la forma en que la música es percibida y emocionalmente asimilada por el público. Los recursos visuales empleados en portadas, videoclips, piezas promocionales y redes sociales no solo acompañan la obra musical, sino que la expanden, transformándola en una experiencia sensorial integral. Estos componentes operan como puntos de contacto inicial que comunican atmósferas, valores y narrativas, consolidando así la marca del artista y facilitando su recordación en contextos altamente visuales.

En paralelo, la mirada del publicista entrevistado aporta una comprensión complementaria al situar la imagen como una dimensión narrativa integrada al ecosistema promocional. Desde su enfoque interdisciplinario, herramientas como moodboards, referencias cinematográficas, paletas cromáticas o estructuras visuales evolutivas no constituyen meros adornos, sino vehículos expresivos que traducen la música en símbolos capaces de generar conexión, coherencia discursiva y posicionamiento sostenido. En este sentido, el diseño gráfico se consolida como un instrumento clave para articular identidad y emoción dentro de la estrategia comunicacional de los músicos venezolanos.

Del análisis realizado se desprende que la dimensión visual representa un componente esencial en la estrategia de promoción de los músicos venezolanos. Su capacidad para traducir lo sonoro en imágenes significativas, construir relatos simbólicos y generar recordación ha demostrado ser clave en la consolidación de identidades artísticas sólidas. En un entorno digital saturado de estímulos, donde captar la atención y sostener vínculos emocionales resulta cada vez más desafiante, la imagen adquiere un protagonismo incuestionable, ya que comunica, posiciona y permanece.

Durante el período comprendido entre 2019 y 2024, este lenguaje visual ha trascendido su función promocional para convertirse en una vía sensible y estratégica de conexión con el público. Gracias a procesos creativos situados, conceptualmente anclados y emocionalmente resonantes, los creadores visuales lograron transformar lo musical en experiencias gráficas memorables. Portadas, campañas digitales, piezas editoriales y audiovisuales dejaron de ser recursos complementarios para actuar como vehículos simbólicos que amplifican el mensaje artístico y fortalecen la relación con la audiencia.

Así, el universo estético que rodea a cada propuesta no solo refleja la esencia del intérprete, sino que proyecta su narrativa más allá de las fronteras geográficas y culturales. En efecto, en la escena musical venezolana contemporánea, el componente visual es tan determinante como la música misma para alcanzar autenticidad, reconocimiento y permanencia en la memoria colectiva.

## Recomendaciones

El diseño gráfico en la industria musical venezolana constituye un elemento estratégico que trasciende lo meramente estético, contribuyendo a la consolidación de la identidad de los artistas y al fortalecimiento de su impacto en el público. Sin embargo, aún requiere mayor reconocimiento y profundización como campo de estudio. Para optimizar su aplicación, resulta indispensable que tanto diseñadores como la comunidad artística adopten enfoques que favorezcan su desarrollo.

Los profesionales del diseño deben procurar que la representación visual de un álbum o sencillo traduzca con precisión el concepto del artista, asegurando coherencia en las piezas gráficas que lo acompañan. La integración de una estética homogénea en portadas, videoclips y material promocional facilita el reconocimiento del intérprete y potencia su posicionamiento. Igualmente, impulsar investigaciones sobre la influencia de la imagen en la percepción musical contribuiría a la valoración de este ámbito dentro de la producción artística.

Asimismo, la comunidad artística debe valorar el diseño como un recurso fundamental, capaz de fortalecer el mensaje de una obra y profundizar la relación con el público. La incorporación de referencias culturales y elementos gráficos representativos de Venezuela ayudan a generar identidad, y permite diferenciar a los músicos en escenarios nacionales e internacionales. Por otra parte, promover el trabajo colaborativo entre diseñadores, intérpretes y expertos en marketing resulta esencial para garantizar que cada elemento visual responda a objetivos concretos dentro de la producción musical. Esta interacción facilita la coherencia en la comunicación artística y refuerza la presencia del músico en la industria musical.

Finalmente, difundir la relevancia del diseño gráfico musical mediante espacios de discusión, exposiciones y publicaciones especializadas contribuirá a su consolidación como un área de estudio reconocida en el país. La música no solo se escucha, también se percibe visualmente, y su integración adecuada permitirá a los artistas venezolanos ampliar su impacto y fortalecer su trayectoria dentro del mercado global.

## Referencias Consultadas

- Arias, F. (2012). *El Proyecto de Investigación: Introducción a la metodología científica*. Venezuela: Editorial Episteme.
- Berelson, B. (1952). *Content Analysis in Communication Researches*. Glencoe III: Free Press.
- Cooldis, C. (2018). *Diseño Gráfico en la Música: desarrollo completo*. Disponible en: <http://miarndoalacultura.blogspot.com/2018/01/disenio-grafico-en-la-musica-desarrollo.html> [Consultado: 11, marzo, 2024]
- De Cataldo, S. (2015). *Creatividad en el diseño gráfico. El caso de Alex Steinweiss y las portadas de discos*. Disponible en: <http://www.catedracosgaya.com.ar/tipoblog/2015/alex-steinweiss-y-la-portada-de-losdiscos/> [Consultado: 13, marzo, 2024]
- Doria, D. (2020). *Metodología de la investigación: conceptos, herramientas y ejercicios prácticos en las ciencias administrativas y contables*. Medellín: UPB.
- Gallardo, E. (2017). *Metodología de la Investigación: manual autoformativo interactivo*. Huancayo: Universidad Continental.
- Gordoa, V. (2007). *El poder de la imagen pública*. México: Editorial de Bolsillo.
- Guayabero, A. (2022). *La relación entre la música y el diseño gráfico ha sido siempre intensa y bidireccional*. Disponible en: <https://www.esdesignbarcelona.com/actualidad/disenio-grafico/musica-grafica> [Consultado: 13, marzo, 2024]
- Hernández, R., Fernández, C. y Baptista, P. (2014). *Metodología de la investigación (6ª Edición)*. México D.F: McGraw-Hill / Interamericana Editores, S.A.

- López, A. (2023). Qué es el Diseño Gráfico: Introducción, Elementos y Ramas Del Diseño Gráfico. Disponible en: <https://piktochart.com/es/blog/que-es-el-diseno-grafico/> [Consultado: 13, marzo, 2024]
- Macías, M. (2022). Intervención del diseño gráfico en la creación de empaques como medio de promoción y venta de un producto. Universidad Arturo Michelena.
- Mercado, D. y Farías, J. (2023). Análisis del diseño de portada del disco Cambié de Nombre, ganador del Grammy 2012, realizado por MASA. Universidad Arturo Michelena.
- Peirce, Ch. (1986). La ciencia de la semiótica. Argentina: Nueva Visión.
- Rock, S. (2020). Guía para construir tu identidad visual. Disponible en: <https://rockcontent.com/es/blog/identidad-visual/> [Consultado: 15, marzo, 2024]
- Rueda, P. (2020). El diseño gráfico y su importancia en la creación de marcas. Disponible en: <https://illu.es/diseno-grafico/> [Consultado: 15, marzo, 2024]
- Saussure, F. (1982). Curso de lingüística general. México: Nuevomar.
- Seos, C. (2022). La importancia del diseño gráfico para artistas musicales. Disponible en: <https://escena6.es/index.php/blog/diseno-grafico/importancia-diseno-grafico/> [Consultado: 15, marzo, 2024]
- Sprague, R. (2021). Diseño de una identidad visual con alma ilustrada. Disponible en: <https://www.domestika.org/es/courses/4253-diseno-de-una-identidad-visual-con-alma-ilustrada> [Consultado: 29, marzo, 2024]