

TRABAJO DE FIN DE GRADO

Grado en Comunicación Publicitaria

**La portada discográfica como herramienta de branding: análisis estético y publicitario de la
identidad visual de Shakira y Quevedo**

Autora:

Davinia Maria Barroso Darías

Tutor:

Pablo Miguel De Souza Sánchez

Junio 2026

**Gracias por no rendirte,
por seguir adelante
y por ser siempre tú.**

A todos los que me han acompañado en el camino, gracias.

Os quiero.

Resumen

Este Trabajo de Fin de Grado analiza la evolución de la identidad visual de los artistas Shakira y Quevedo a través de las portadas de sus álbumes de estudio, entendidas como herramientas de comunicación, *branding* y construcción de significado dentro de la industria musical. El objetivo principal consiste en examinar cómo estas representaciones visuales han contribuido a la construcción de sus respectivas marcas artísticas en contextos tecnológicos, culturales y generacionales diferentes.

La investigación se desarrolla mediante una metodología cualitativa de carácter descriptivo-analítico basada en el estudio de caso. Para ello, se diseña y aplica una matriz de análisis —estético-formal y publicitaria— que permite evaluar aspectos como el color, la tipografía, la composición, la iluminación, la representación del artista, el posicionamiento de marca, el público objetivo y la coherencia comunicativa de cada portada.

Los resultados evidencian que las portadas funcionan como dispositivos estratégicos capaces de transmitir valores identitarios y reforzar el posicionamiento de los artistas. En el caso de Shakira, se observa una evolución desde una estética centrada en la autenticidad y la cercanía hacia una imagen más global, sofisticada y adaptable a distintos mercados. Por su parte, Quevedo desarrolla una identidad visual concebida desde el entorno digital, caracterizada por la síntesis visual, la coherencia de marca y la adaptación a las dinámicas del *streaming*.

Se concluye que las portadas discográficas constituyen una pieza clave en la construcción de la identidad artística y refleja las transformaciones de la industria musical desde el formato físico hasta el ecosistema digital contemporáneo.

Palabras claves: identidad visual, portadas discográficas, *branding* musical, industria musical, Shakira y Quevedo.

Summary

This Final Degree Project examines the evolution of the visual identity of artists Shakira and Quevedo through the cover artwork of their studio albums, understood as communication, branding, and meaning-making tools within the music industry. The main objective is to analyze how these visual representations contribute to the construction of their artistic brands in different technological, cultural, and generational contexts.

The study follows a qualitative, descriptive-analytical methodology based on a case study approach. To achieve this, a dual analytical framework —aesthetic-formal and advertising analysis— is designed and applied to evaluate elements such as color, typography, composition, lighting, artist representation, brand positioning, target audience, and communicative coherence.

The findings reveal that album covers operate as strategic visual devices capable of conveying identity values and strengthening artists' market positioning. In Shakira's case, the analysis shows an evolution from an image focused on authenticity and proximity to a more sophisticated, global, and commercially adaptable visual identity. In contrast, Quevedo's visual branding has been developed entirely within the digital era, emphasizing visual simplification, brand consistency, and adaptation to streaming-platform dynamics.

The study concludes that album covers play a key role in the construction of artistic identity and reflect the broader transformation of the music industry from physical formats to the contemporary digital ecosystem.

Keywords: visual identity, album covers, music branding, visual communication, music industry, Shakira and Quevedo.

Tabla de contenido

1. Introducción.....	1
1.1. Justificación del tema y relevancia profesional/académica.....	2
1.2. Relación con la sostenibilidad y las ODS.....	2
1.3. Objetivos de la investigación.....	3
1.3.1. Objetivo general	3
1.3.2. Objetivos específicos	3
1.4. Estructura de trabajo.....	4
2. Marco teórico.....	5
2.1. Industria musical y cultura visual.....	5
2.2. La portada como objeto comunicativo	5
2.3. Identidad de marca y <i>branding</i>	6
2.4. Análisis y dirección de arte.....	7
2.5. Contexto físico: transición del formato físico al digital en la industria musical	8
3. Metodología.....	15
3.1. Enfoque metodológico	15
3.2. Diseño de la investigación	15
3.3. Delimitación del corpus de estudio	16
3.4. Técnicas de análisis	17
3.5. Procedimiento de análisis	17
3.5.1. Análisis estético formal	17
3.5.2. Análisis publicitario	18
3.6. Limitaciones del estudio.....	18
3.7. Uso de herramientas de inteligencia artificial	18
4. Resultados.....	19
4.1 Análisis de caso 1: ¿Quién es Shakira?.....	19
4.1.1 Pies Descalzos (1995).....	20
4.1.2. ¿Dónde están los ladrones? (1998).....	23
4.1.3. Servicio de Lavandería (2001)	26
4.1.4 Loba (2009)	29
4.1.5. El Dorado (2017)	32
4.1.6. Las mujeres ya no lloran (2024)	35
4.2. Análisis de caso 2. ¿Quién es Quevedo?.....	38
4.2.1 Donde quiero estar (2023)	39
4.2. Buenas noches (2024).....	42

4.3. El Baifo (2026)	45
5. Síntesis del análisis:	48
6. Conclusiones	57
7. Referencias Bibliográficas.....	60

1. Introducción

En las últimas décadas, la industria musical ha experimentado transformaciones derivadas de la digitalización, la globalización y los cambios en los hábitos de consumo cultural. En este contexto, la imagen del artista ha adquirido una importancia creciente como elemento de diferenciación y posicionamiento dentro de un mercado cada vez más competitivo (Alocén Puyuelo, 2023, p. 4-5).

Entre los distintos recursos visuales asociados a la producción musical, las portadas discográficas resaltan por su capacidad para comunicar significados, transmitir valores identitarios y reforzar el reconocimiento de marca. Más allá de su función estética, estas piezas actúan como herramientas de comunicación visual que contribuyen a la construcción de la imagen pública del artista (Pedemonte García, 2020, pp. 11-14).

El estudio de las portadas resulta particularmente importante para comprender cómo la identidad visual se adapta a los cambios tecnológicos, culturales y comerciales de la industria musical. Las trayectorias de Shakira y Quevedo ofrecen un marco de análisis significativo. Aunque pertenecen a generaciones y contextos diferentes, ambos artistas permiten observar distintas formas de construir y proyectar una identidad visual coherente a través de sus producciones discográficas.

Mientras que Shakira desarrolló gran parte de su carrera en un contexto marcado por el predominio de los soportes físicos y la expansión internacional del mercado latino, Quevedo ha construido su trayectoria en un entorno definido por las plataformas digitales y el consumo en streaming (LOS40, 2002; Taste the Floor, s. f.). Esta diferencia permite analizar la evolución de las estrategias visuales utilizadas en las portadas discográficas y su adaptación a las transformaciones de la industria musical contemporánea.

A partir de este planteamiento, el presente trabajo analiza la evolución de la identidad visual de ambos artistas por medio del estudio de sus portadas de álbumes, con el fin de identificar los principales cambios, continuidades y estrategias de comunicación presentes en la construcción de sus respectivas marcas artísticas.

1.1. Justificación del tema y relevancia profesional/académica

La elección de analizar la identidad visual de Shakira y Quevedo a través de sus portadas discográficas responde al interés por estudiar el papel del diseño gráfico y la comunicación visual en la construcción de marcas artísticas dentro de la industria musical contemporánea. En un contexto donde la imagen representa un elemento relevante para la diferenciación y el reconocimiento de los artistas, resulta pertinente analizar cómo los recursos visuales contribuyen a la creación y evolución de una identidad de marca (Sánchez Díaz, 2021, p. 24-29).

Desde una perspectiva académica, este trabajo se sitúa en la intersección entre diseño, comunicación visual y música, abordando las portadas como productos culturales capaces de generar significado y transmitir discursos visuales. Su estudio permite comprender cómo las decisiones gráficas participan en la construcción de la identidad artística y en la comunicación de valores asociados a una marca musical (Barragán Caro et al., 2016, pp. 87-92).

En el ámbito profesional, la investigación aporta una visión aplicable a áreas como la dirección de arte, el branding y la comunicación publicitaria. El análisis comparativo de las trayectorias visuales de Shakira y Quevedo permite identificar estrategias, recursos y patrones de comunicación que pueden servir como referencia para el diseño de identidades visuales coherentes y adaptables a distintos contextos culturales y tecnológicos (Caballero Cordero, 2024, p. 24-30).

1.2. Relación con la sostenibilidad y las ODS

El presente trabajo se vincula con los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) establecidos por las Naciones Unidas, en particular con aquellos relacionados con la educación de calidad, la innovación y la producción cultural responsable.

En primer lugar, se alinea con el ODS 4: Educación de calidad, al fomentar el desarrollo de competencias analíticas, críticas y creativas en el ámbito de la comunicación visual. El análisis de productos culturales, como las portadas musicales, aporta una formación integral que incluye teoría y práctica, promoviendo una comprensión profunda de los lenguajes visuales contemporáneos.

Asimismo, la transición de la industria musical hacia entornos digitales se relaciona con el ODS 12: Producción y consumo responsable, al promover modelos de distribución y consumo

menos dependientes de soportes físicos y, por tanto, más eficientes en el uso de recursos materiales.

Del mismo modo, esta transformación se vincula con el ODS 9: Industria, innovación e infraestructura, al reflejar la incorporación de innovaciones tecnológicas que han modificado la producción, distribución y acceso a los contenidos musicales. No obstante, este proceso también ha transformado la experiencia de consumo cultural, reduciendo la materialidad del producto musical y obligando a las portadas discográficas a adaptarse a nuevos formatos y dinámicas de visualización propias de las plataformas digitales.

1.3. Objetivos de la investigación

1.3.1. Objetivo general

Analizar la evolución de la identidad visual de los artistas Shakira y Quevedo a través de las representaciones visuales estáticas de sus creaciones musicales — principalmente portadas de álbumes — desde el año 1995 hasta la actualidad, examinando su dimensión estética, comunicativa y promocional en el contexto de la industria musical global.

1.3.2. Objetivos específicos

1. Definir y aplicar en un estudio de caso una matriz de análisis estético formal que permita describir de manera sistemática los elementos compositivos de cada pieza — color, tipografía, encuadre, iluminación, pose, dirección de arte —, así como su relación con corrientes visuales contemporáneas, posibilitando su replicabilidad en futuras investigaciones sobre identidad visual musical
2. Definir y aplicar en un estudio de caso una matriz de análisis publicitario para interpretar las portadas como herramientas de comunicación y promoción, identificando aspectos como el posicionamiento, público objetivo, el mensaje, el tono y su coherencia con la identidad de marca de la artista, permitiendo su aplicación en futuras investigaciones sobre *branding* musical e identidad de marca.
3. Analizar la evolución de la identidad visual del artista, identificando continuidades, rupturas y estrategias de adaptación a distintos mercados y contextos culturales.

4. Hacer una comparación contrastada las portadas discográficas de Shakira y Quevedo, con el fin de identificar diferencias y continuidades en sus estrategias de comunicación visual, construcción de marca y representación identitaria, atendiendo al contexto histórico y contexto social, específicamente a los factores temporales, generacionales, tecnológicos, culturales y de género.
5. Integrar los resultados del análisis estético y publicitario para identificar la evolución de los patrones visuales y estrategias de posicionamiento en la identidad de marca de Shakira y de Quevedo.

1.4. Estructura de trabajo

El presente trabajo se estructura en cuatro bloques principales. En primer lugar, se desarrolla el marco teórico, donde se abordan los conceptos principales relacionados con la industria musical, la comunicación visual, la identidad de marca y la dirección de arte.

A continuación, se expone la metodología empleada, detallando el diseño de la investigación, la selección del corpus y las técnicas de análisis utilizadas. Posteriormente, se presenta el análisis comparativo de las portadas discográficas de Shakira y Quevedo, con el objetivo de identificar patrones, cambios y estrategias de construcción de identidad visual.

Finalmente, se recogen las conclusiones del estudio, en las que se sintetizan los principales hallazgos y su relevancia para la comprensión de la comunicación visual en la industria musical contemporánea.

2. Marco teórico

2.1. Industria musical y cultura visual

Con los avances tecnológicos y la globalización cultural se ha redefinido el funcionamiento del sector musical, alterando los procesos de producción, distribución y consumo de la música (Sánchez Olmos, 2009, p. 21-28). Como resultado, los componentes visuales relacionados a los productos musicales han adquirido una importancia cada vez mayor dentro de las estrategias de comunicación y promoción de los artistas.

La portada discográfica ha desempeñado históricamente una función que va más allá de la mera identificación del álbum. Además de acompañar al contenido sonoro, forma parte de un recurso visual capaz de aportar significado, diferenciar al artista dentro del mercado y contribuir a la construcción de una identidad reconocible (López Medel, 2014, pp. 41-44).

Esta relevancia de las portadas puede entenderse a partir del concepto de cultura visual, que reconoce la capacidad de las imágenes para producir y transmitir significados culturales y sociales (Barragán Caro et al., 2016, pp. 87-92). En el ámbito musical, las portadas actúan como vehículos de comunicación mediante los cuales los artistas proyectan valores, narrativas e identidades dirigidas a sus públicos (Pedemonte García, 2020, pp. 11-14).

Asimismo, la estrecha relación entre música y comunicación comercial ha convertido a las portadas en herramientas estratégicas dentro de los procesos de promoción y posicionamiento artístico. Su diseño no solo responde a criterios estéticos, sino también a objetivos comunicativos orientados a favorecer el reconocimiento y la diferenciación de la marca artística en un entorno competitivo (Sánchez Díaz, 2021, pp. 26-29).

El estudio de las portadas discográficas permite comprender cómo la comunicación visual participa en la construcción de la identidad artística y en la relación entre cultura, mercado e industria musical.

2.2. La portada como objeto comunicativo

A través de la combinación de recursos gráficos, fotográficos y simbólicos, estas composiciones no solo identifican una producción musical, sino que transmiten mensajes que influyen en la interpretación de la obra y en la percepción pública del artista. Por ello, su estudio requiere abordar las distintas dimensiones que intervienen en la construcción y transmisión de

significado dentro del contexto musical contemporáneo (Pedemonte García, 2020, pp. 11-12; Barragán Caro et al., 2016, pp. 87-88).

Visto de esta manera, la portada cumple una función estética. Aspectos como el color, la composición, la tipografía o la fotografía influyen en la percepción del espectador y suman para construir una imagen diferenciada del artista. Al mismo tiempo, las imágenes incorporan referencias culturales y significados que favorecen la interpretación de la obra musical y refuerzan la identidad visual asociada a ella (Castro Guillén, 2020, pp. 24-31; Martínez Pascual, 2019, pp. 20-27).

La portada también desempeña una función narrativa, al anticipar o complementar el universo conceptual del álbum. A través de lo que se muestra con sus recursos visuales, puede sugerir emociones, temáticas o valores que posteriormente se desarrollan en las canciones, estableciendo una relación coherente entre la dimensión visual y sonora de la obra (Pedemonte García, 2020, pp. 12-15).

Por último, la portada posee una dimensión publicitaria, donde su diseño contribuye a captar la atención del público, facilitar el reconocimiento de marca y diferenciar la propuesta artística en un mercado altamente competitivo (Sánchez Olmos, 2009, pp. 15-22; Sánchez Díaz, 2021, pp. 24-29). En este sentido, la portada puede entenderse como un elemento híbrido donde convergen funciones comunicativas, culturales y comerciales que participan activamente en la construcción de marca.

2.3. Identidad de marca y *branding*

En este sector musical, los artistas no solo comercializan productos sonoros, sino que desarrollan identidades capaces de generar reconocimiento y diferenciación dentro de un entorno muy saturado en cuanto a nivel competitivo. Teniendo conocimiento sobre esto, la identidad de marca puede definirse como el conjunto de atributos, valores y elementos visuales que permiten reconocer y distinguir al artista frente a su audiencia (Beltrán-Bustos et al., 2018, pp. 136-138).

La construcción de esta identidad no solo aborda aspectos puramente visuales, sino que incorpora dimensiones narrativas, simbólicas y emocionales que se proyectan a través de distintos canales de comunicación. Su eficacia depende de la coherencia entre la imagen del

artista, sus mensajes y las estrategias empleadas para comunicar su propuesta artística (Caballero Cordero, 2024, pp. 26-32; Zurro Vigo, 2015, pp. 21-28).

En este proceso, el branding actúa como la disciplina encargada de gestionar y proyectar la identidad de marca. Su objetivo consiste en construir una percepción consistente y diferenciada que facilite la identificación del artista y fortalezca su relación con el público. Esta construcción no es estática, sino que evoluciona en función de los cambios culturales, las tendencias del mercado y las distintas etapas de la trayectoria profesional (Sánchez Díaz, 2021, pp. 24-29).

La dimensión visual desempeña un papel fundamental dentro de esta estrategia. La utilización recurrente de determinados códigos gráficos, estéticos o simbólicos favorece la consolidación de una identidad reconocible, mientras que soportes como las portadas discográficas permite materializar y comunicar dicha identidad de forma tangible (López Medel, 2014, pp. 41-47).

La gestión de la marca artística implica, además, encontrar un equilibrio entre continuidad y renovación. Aunque la coherencia visual resulta necesaria para mantener el reconocimiento de la marca, los artistas también deben adaptar su imagen a nuevos contextos culturales y comerciales. Esta tensión entre permanencia y cambio, es uno de los aspectos más relevantes para comprender la evolución de la identidad visual en la industria musical.

2.4. Análisis y dirección de arte

El análisis compositivo es una herramienta indispensable para el estudio de las imágenes, ya que permite identificar y comprender los elementos visuales que intervienen en la construcción del significado. Dentro de esta industria, este enfoque resulta útil para analizar las portadas discográficas, entendidas como piezas visuales diseñadas para comunicar una determinada identidad artística (Barragán Caro et al., 2016, pp. 90-94; Zurro Vigo, 2015, pp. 21-28).

La composición visual se articula mediante distintos recursos gráficos, entre los que destacan el color, la tipografía, el encuadre, la iluminación y la disposición de los elementos en el espacio. Estos componentes no actúan de forma aislada, sino que se integran en un sistema visual coherente capaz de transmitir valores, emociones y significados asociados a la propuesta de la marca artística (Castro Guillén, 2020, pp. 24-31; Pichon Rivière, 2012, pp. 18-21).

La dirección de arte puede entenderse como la disciplina encargada de coordinar y organizar dichos elementos con el fin de construir una propuesta visual coherente. Su objetivo no se limita a cuestiones estéticas, sino que busca desarrollar un discurso visual alineado con la identidad del artista, la narrativa de la obra y los objetivos comunicativos asociados a ella (Torrejón Farrona, 2024, pp. 15-20; Zurro Vigo, 2015, pp. 24-28).

Una manifestación clara de esta dimensión visual son las portadas de los álbumes, concebidas como espacios donde conviven decisiones estéticas, conceptuales y comunicativas. En este sentido, el análisis compositivo y la dirección de arte brindan recursos útiles para examinar la construcción de las identidades visuales y comprender cómo estas contribuyen a la comunicación y al posicionamiento de los artistas (Pedemonte García, 2020, pp. 11-15).

2.5. Contexto físico: transición del formato físico al digital en la industria musical

La digitalización ha supuesto uno de los cambios más significativos para la industria musical, al transformar los modelos de producción, distribución y consumo de música (Sánchez Olmos, 2009, pp. 21-28). Muchos de los elementos visuales, por ende, vinculados a las obras musicales, en especial las portadas discográficas, han adquirido nuevas funciones y una mayor relevancia en la forma en que los artistas presentan y promocionan su identidad (López Medel, 2014, pp. 45-52).

Durante gran parte del siglo XX, la música se comercializó a través de soportes físicos como el vinilo, el *cassette* o el CD. Durante este contexto, la portada constituía un objeto tangible que acompañaba la experiencia de consumo y le proporcionaba al producto musical de una dimensión estética y simbólica propia. El tamaño y las características materiales de estos formatos favorecían el desarrollo de propuestas visuales detalladas, en las que el diseño gráfico, la fotografía y la ilustración adquirían una relevancia significativa (Martínez Pascual, 2019, pp. 11-18).

La edición de *Brother in Arms* (1925) es un ejemplo de la consolidación del disco compacto como formato físico estandarizado durante las décadas de 1980 y 1990. Su caja rígida de plástico transparente protege el soporte y permite visualizar la portada, mientras que el libreto interior reúne letras e información complementarias. Aunque sus dimensiones son más reducidas que las del vinilo, conserva una experiencia material basada en la manipulación directa del objeto y

en la consulta de contenidos adicionales, prolongando la relación del usuario con la obra más allá de la escucha.

Figura 1

CD del grupo Dire Straits. *Brother in Arms*. 1985



Nota: Colección privada Pablo De Souza.

Otro ejemplo caso similar, con cierto grado de evolución, lo vemos con la edición Legacy de *Kind of Blue*, donde se amplían las posibilidades del formato CD mediante una presentación desplegable que recopila varios discos, material fotográfico, documentación adicional y contenidos audiovisuales. Esta configuración enriquece las capacidades comunicativas del soporte y favorece una interacción más prolongada con la obra, haciendo la escucha una experiencia de carácter coleccionable que suma un valor añadido.

Figura 2

CD de Miles Davis. Edición especial Legacy de *Kind of Blue*. 2009



Nota: Colección privada Pablo De Souza.

La consolidación de internet y de las plataformas digitales transformó este escenario. La música pasó a consumirse principalmente mediante servicios de reproducción en línea, reduciendo la importancia del soporte físico y desplazando gran parte de la experiencia musical hacia entornos digitales. Como consecuencia, la portada dejó de percibirse como un objeto material para convertirse en una imagen visualizada a través de pantallas y dispositivos electrónicos (López Medel, 2014, pp. 47-50).

En un momento donde escuchar música iba pasando al plano digital, *Sky Pointing* (2007) reivindica el valor del soporte físico como objeto de experiencia. Su diseño apuesta por la personalización utilizando cartulinas texturizadas, elementos desplegables y una cuidada integración de fotografías, textos y créditos. Más que un simple contenedor de música, el álbum se convierte en un espacio de exploración visual y táctil que refuerza su identidad artística y se aleja de los modelos convencionales propios de la producción industrial.

Figura 3.

CD de Garrett Wall. *Sky Pointing*. 2007



Nota: Colección privada Pablo De Souza.

Este cambio ha tenido implicaciones directas en el diseño de las portadas. En plataformas como Spotify, Apple Music o YouTube, las imágenes aparecen en formatos reducidos y compiten constantemente por captar la atención del usuario. Por ello, las propuestas visuales tienden a priorizar la claridad compositiva, la legibilidad y el impacto inmediato, adaptándose a las dinámicas de consumo rápido características de los entornos digitales (Torrejón Farrona, 2024, pp. 28-32).

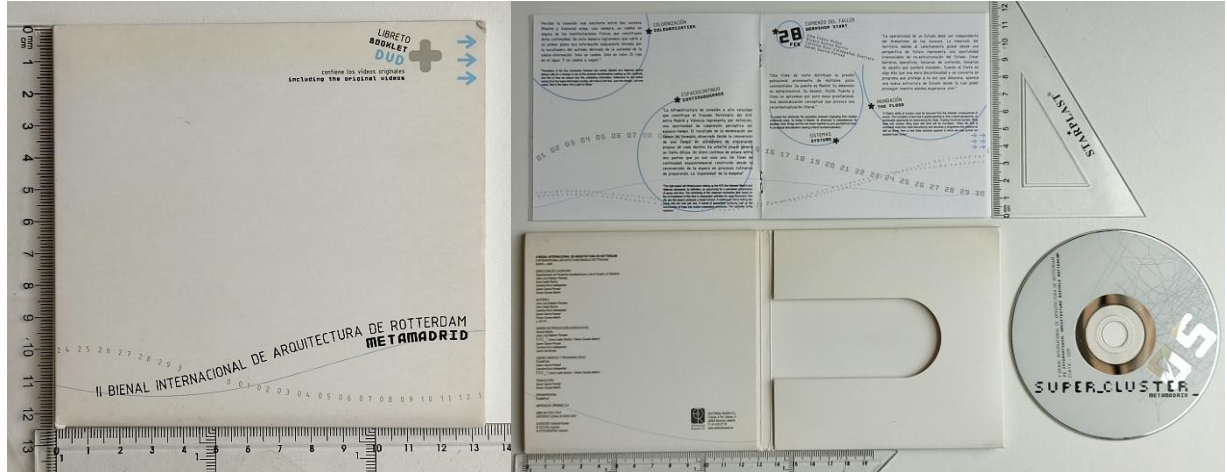
La digitalización también ha ampliado las posibilidades de circulación de las imágenes. Las portadas ya no se limitan a identificar un álbum, sino que forman parte de estrategias visuales más amplias que incluyen redes sociales, campañas promocionales, videoclips y otro tipo de contenidos digitales. De este modo, la portada se integra en un ecosistema comunicativo que colabora para reforzar la identidad visual y el reconocimiento de marca del artista (Caballero Cordero, 2024, pp. 30-34).

A pesar de la pérdida de materialidad, la portada continúa desempeñando una función vital dentro de la comunicación artística. Su capacidad para identificar, diferenciar y representar visualmente una propuesta musical, sigue siendo fundamental en un contexto donde la imagen ocupa un lugar central en la relación entre artistas y audiencias (Pedemonte García, 2020, pp. 13-15).

Más próximo a una publicación editorial que a un disco convencional, *Supercluster – Metamadrid* (2005) explora las posibilidades del soporte físico como herramienta documental. Los contenidos incluyen tanto un libro de artículos y ensayos académicos, como obras audiovisuales que traspasan los límites de la arquitectura adentrándose en expresiones artísticas y musicales conceptuales (Carpintero Ciudad Real et al., 2005). Su estuche de cartón, junto con los desplegables y materiales impresos integrados, enlaza una experiencia centrada en la exploración del contenido. Asimismo, el formato incorpora varios niveles de información que complementa el contenido audiovisual y ponen de manifiesto cómo el soporte puede superar su función de almacenamiento para ser un espacio de comunicación y difusión del conocimiento.

Figura 4

Libreto en DVD de Metamadrid. DVD Booklet. II Biental Internacional de Arquitectura de Rotterdam. 2005



Nota: Colección privada Pablo De Souza.

La materialidad se convierte en el principal elemento diferenciador de *Nido* (2008). Al utilizar cartón reciclado, ilustraciones impresas en soportes independientes y acabados artesanales, la edición construye una experiencia visual y táctil que enfatiza el carácter único del objeto. Por encima de su función como contenedor musical, el soporte adquiere una característica estética y coleccionable, reflejando una tendencia contemporánea que otorga valor al diseño como parte esencial de la obra.

Figura 5

CD de Marta Solís. *Nido*. 2008



Nota: Colección privada Pablo De Souza.

El crecimiento de los soportes musicales indica una modificación profunda de la industria y de la manera en que el público se relaciona con la música. A lo largo de este proceso, tanto el objeto discográfico como la portada, han adaptado sus funciones a nuevas formas de producción, circulación y consumo incorporando dimensiones gráficas y editoriales que superan la mera reproducción sonora.

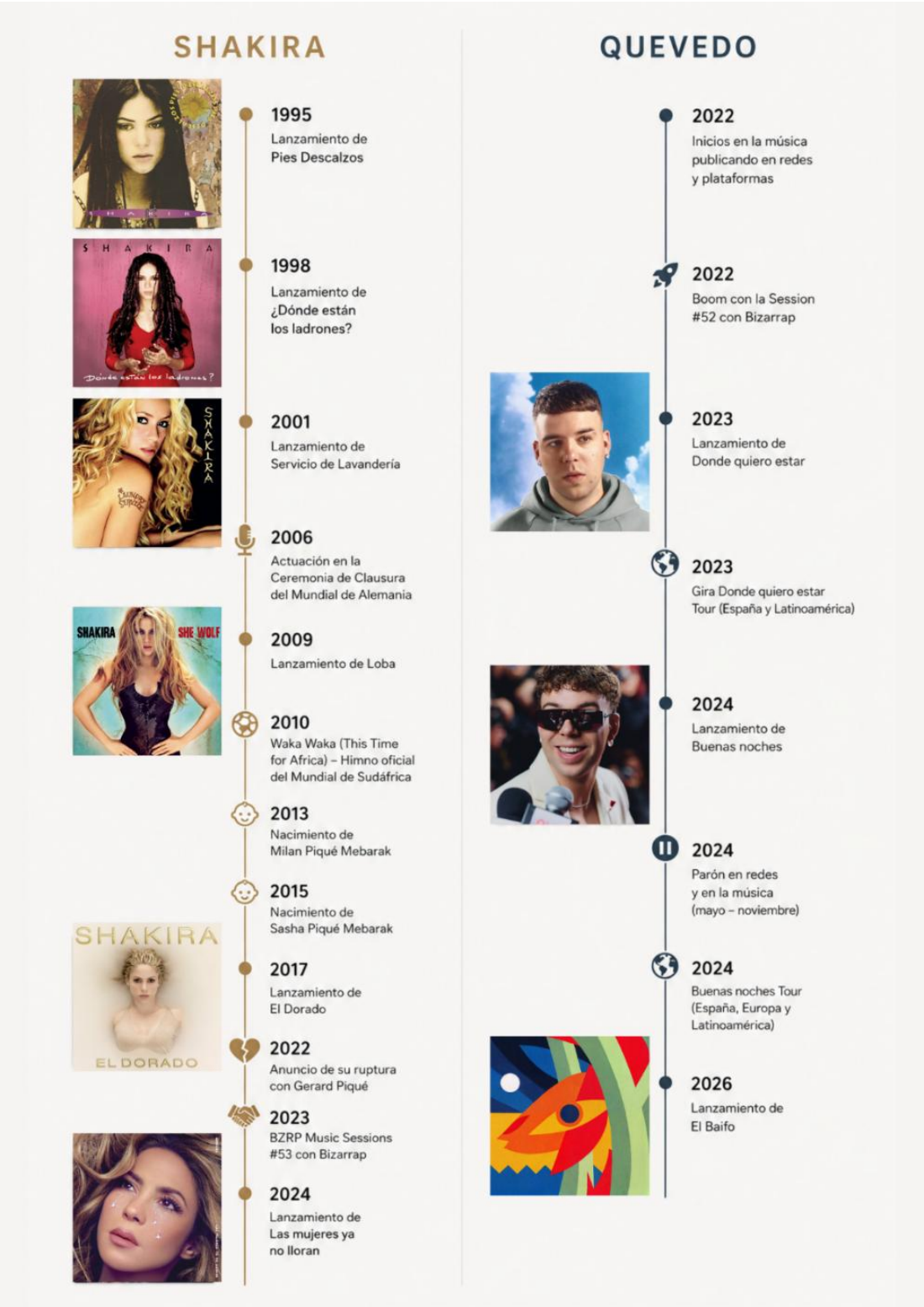
No obstante, la consolidación de los entornos digitales no ha provocado la desaparición de estos elementos, sino su redefinición dentro de un ecosistema en el que lo físico y lo digital conviven de forma complementaria. Comprender este desarrollo es importante para analizar cómo los artistas construyen su identidad visual en contextos históricos distintos, como ocurre en los casos de Shakira y Quevedo, cuyas trayectorias plasman momentos diferenciados de la industria musical y de sus estrategias de comunicación.

2.6. Contexto histórico

A continuación, se presenta una línea de tiempo comparativa que reúne los principales lanzamientos discográficos a analizar de Shakira y Quevedo junto a algunos de los acontecimientos personales y profesionales más relevantes de sus trayectorias. Esto resulta necesario para comprender la evolución de ambos artistas, ya que su identidad musical y visual no se construye solamente a partir de sus obras, sino que también de experiencias, hitos mediáticos y momentos claves que han influido en su desarrollo artístico y en su proyección pública.

Figura 6

Línea de tiempo.



Nota: elaboración propia

3. Metodología

3.1. Enfoque metodológico

El presente trabajo entra dentro de un enfoque cualitativo, ya que tiene como objetivo analizar e interpretar las representaciones visuales de las portadas discográficas desde una perspectiva compositiva y comunicativa.

Este tipo de análisis permite interpretar aspectos vinculados a la imagen, el significado y la construcción de identidad desde una perspectiva contextual, atendiendo a elementos que no pueden explicarse únicamente mediante datos cuantificables (Barthes, 1977, pp. 32-51; Barragán Caro et al., 2016, pp.87-94). Además, este enfoque favorece el estudio de las relaciones entre los recursos visuales y los discursos culturales que se reflejan en las piezas analizadas (Pedemonte García, 2020, pp. 11-15).

Asimismo, la investigación adopta un carácter descriptivo-analítico, ya que se propone, por un lado, describir los elementos visuales que configuran las portadas seleccionadas y, por otro lado, analizar su función dentro de la estrategia de comunicación y *branding* del artista. Este tipo de aproximación permite identificar patrones, relaciones y transformaciones en la evolución de la identidad visual (Sánchez Díaz, 2021, pp. 24-26).

El trabajo se enmarca también dentro del ámbito de la investigación en comunicación visual y publicidad, integrando aportaciones del diseño gráfico, la comunicación y el *branding*, con el fin de ofrecer una visión interdisciplinar del objeto de estudio.

3.2. Diseño de la investigación

El diseño metodológico se basa en un estudio de caso, centrado en la trayectoria visual de Shakira y Quevedo. Esta elección responde a la relevancia de los artistas dentro de la industria musical internacional, así como a la continuidad de su discografía, lo que permite analizar la evolución de su identidad a lo largo del tiempo.

El estudio se estructura a partir de una periodización cronológica, que permite organizar el análisis en distintas etapas correspondientes a la evolución artística y comercial del cantante. Esta división facilita la identificación de cambios, continuidades y estrategias de adaptación en su imagen visual.

3.3. Delimitación del corpus de estudio

El corpus de análisis está constituido por las portadas correspondientes a los álbumes de estudio de Shakira y Quevedo. La selección de estas piezas responde al interés por contrastar dos modelos de construcción de marca desarrollados en distintos contextos históricos, tecnológicos y culturales, permitiendo observar la evolución de las estrategias de comunicación y branding en la industria musical.

La elección de las portadas se fundamenta en los siguientes criterios:

1. Relevancia dentro de la trayectoria del artista, al tratarse de sus álbumes de estudio que marcan las principales etapas de consolidación y éxito.
2. Representatividad temporal, ya que permite observar la evolución de su identidad visual desde su primer álbum hasta su trabajo más reciente.
3. Disponibilidad y accesibilidad de las imágenes, garantizando la calidad visual necesaria para la aplicación de las matrices de análisis estético - formal y publicitario
4. Valor comunicativo y visual, dado que las portadas presentan propuestas gráficas diferenciadas que permiten identificar cambios y continuidades en la construcción de la marca de Shaira y Quevedo.

Esta delimitación permite desarrollar un análisis sistemático y coherente del corpus, facilitando la comparación entre las diferentes piezas y la identificación de patrones visuales y comunicativos presentes en la evolución de la identidad de cada artista.

El corpus está compuesto por seis portadas discográficas de Shakira:

1. *Pies Descalzos (1995)*
2. *¿Dónde están los ladrones? (1998)*
3. *Servicio de Lavandería (2001)*
4. *Loba (2009)*
5. *El Dorado (2017)*
6. *Las mujeres ya no lloran (2024)*

Y tres portadas discográficas de Quevedo:

7. *Donde quiero estar (2023)*
8. *Buenas noches (2024)*
9. *El Baifo (2026)*

3.4. Técnicas de análisis

La investigación se desarrolla a partir de una doble matriz de análisis aplicada de manera sistemática al corpus seleccionado, lo que permite establecer comparaciones coherentes entre las diferentes portadas y garantizar un modelo de análisis replicable. Con el fin de diferenciar cada tabla, se le ha asignado un color. El color morado para el análisis estético-formal, asociado a la creatividad y la expresión visual, y el color verde para el análisis publicitario, asociado a la estrategia comunicativa y el desarrollo de marca.

3.5. Procedimiento de análisis

El proceso metodológico se desarrolla en cinco fases:

- I.Revisión bibliográfica: recopilación y análisis de fuentes teóricas relacionadas con la industria musical, del diseño gráfico, el *branding* y la comunicación visual
- II.Selección del corpus: identificación y recopilación de las portadas que forman parte del estudio
- III.Aplicación de las matrices de análisis: estudio sistemático de cada portada mediante las técnicas descritas
- IV.Análisis comparativo: identificación de patrones, continuidades y cambios en la evolución visual.
- V.Interpretación de resultados: integración de los datos obtenidos en un marco teórico que permita explicar la construcción de la identidad visual.

3.5.1. Análisis estético formal

El análisis estético-formal se centra en la descripción y estudio de los elementos visuales que componen cada portada. Para ello, se diseña una matriz de análisis basada en los siguientes componentes:

- Color
- Tipografía
- Composición y encuadre
- Iluminación
- Representación del artista (pose, mirada, actitud)

Esta técnica permite descomponer la imagen en sus elementos constituidos, facilitando la identificación de patrones visuales y su evolución a lo largo del tiempo. Asimismo, se tiene en cuenta las posibles influencias de corrientes artísticas y culturales, tal como se plantea en estudios sobre carátulas discográficas (Martínez Pascual, 2019, pp.20-27; Pedemonte García, 2020, pp. 14-15).

3.5.2. Análisis publicitario

El análisis publicitario tiene como objetivo interpretar las portadas como herramienta de comunicación dentro de una estrategia de marketing. Para ello, se emplea una matriz que contempla los siguientes aspectos:

- Posicionamiento del artista
- Público objetivo
- Mensaje clave
- Tono comunicativo
- Coherencia con la identidad de marca

Esta técnica comprende cómo las decisiones visuales responden a objetivos estratégicos, contribuyendo a la construcción y consolidación de la marca artística (Zafra Lozano & Zuluaga Barona, 2022)

3.6. Limitaciones del estudio

Como toda investigación cualitativa, el presente trabajo presenta ciertas limitaciones. En primer lugar, el análisis se centra en un único caso de estudio, lo que limita la posibilidad de generalizar los resultados a otros artistas o contextos. No obstante, esta elección permite un análisis en profundidad que resulta coherente con los objetivos planteados. En segundo lugar, la interpretación de las imágenes puede estar sujeta a un cierto grado de subjetividad, propio del análisis cualitativo. Para maximizar este aspecto, se ha optado por el uso de matrices de análisis estructuradas que permiten sistematizar la observación y garantizar la coherencia metodológica.

3.7. Uso de herramientas de inteligencia artificial

Durante la elaboración de este trabajo se utilizaron herramientas de inteligencia artificial como recurso de apoyo para la revisión lingüística y la mejora de la redacción. Su uso se limitó a funciones auxiliares y no sustituyó el proceso de investigación, análisis ni conclusiones, que fueron desarrollados por la autora.

4. Resultados

El siguiente apartado desarrolla el análisis comparativo de las portadas seleccionadas en el corpus de estudio. A través de este procedimiento se examinan los principales elementos visuales, compositivos y comunicativos de cada portada con el objetivo de identificar la evolución de la identidad visual de, en primer lugar, Shakira y, en segundo lugar, Quevedo y su adaptación a los cambios de la industria y del entorno digital contemporáneo.

4.1 Análisis de caso 1: ¿Quién es Shakira?

Shakira, cuyo nombre completo es Shakira Isabel Mebarak Ripoll, es una cantante, compositora y artista colombiana nacida en Barranquilla el 2 de febrero de 1977. Desde muy joven mostró un gran interés por la música, escribiendo sus propias canciones a los diez años e iniciando su carrera discográfica durante la adolescencia. Tras publicar sus primeros trabajos en Colombia, alcanzó reconocimiento internacional gracias a su capacidad para fusionar el pop y el rock latino con influencias de la música árabe y otros estilos musicales. Su talento como compositora, su distintiva voz y sus innovadoras propuestas artísticas la llevaron a convertirse en una de las figuras más influyentes dentro del panorama musical latino a nivel mundial. Su carrera ha estado marcada por el éxito comercial y el impacto cultural, convirtiéndose en un referente de la música en español y una de las artistas latinoamericanas con mayor proyección internacional (LOS40, 2002).

4.1.1 Pies Descalzos (1995)

Pies Descalzos (Figura 1) marcó el despegue comercial de Shakira y consolidó su identidad como cantautora dentro de la música latina. Tanto el contenido del álbum, centrado en temas como el amor, la reflexión personal y la autenticidad, como su portada, construyen una imagen basada en la sencillez, la cercanía y la naturalidad. La composición sobria, la ausencia de elementos visuales excesivos y el carácter introspectivo de la propuesta refuerzan los valores que definieron esta primera etapa de la artista, diferenciándola de los modelos dominantes del pop de la época. De este modo, la portada cumple eficazmente una función estética y promocional al proyectar una identidad coherente y reconocible, sentando las bases de la construcción de la marca artística de Shakira y de su posicionamiento inicial en la industria musical (LOS40, 2002; Analítica, 2017; Tablas 1 y 2)

Figura 7

Análisis compositivo de la portada, *Pies Descalzos*, 1995.



Nota: elaboración propia

Tabla 1. Ficha de análisis estético-formal del álbum *Pies Descalzos*

ÁLBUM Pies Descalzos	AÑO DE LANZAMIENTO 1995	SOPORTE ORIGINAL CD y casete
DIRECCIÓN DE ARTE Estética pop-rock latino de los 90	FOTOGRAFÍA / LUSTRACIÓN Fotografía de estudio acabado naturalista	ETAPA ARTÍSTICA Inicial
1. COLOR		
Paleta cromática principal: Marrones, ocre y tonos tierra		Temperatura: La temperatura cromática es cálida, lo que contribuye a transmitir cercanía, sencillez, y naturalidad
Contraste cromático: Es medio y se concentra principalmente entre el rostro, el cabello y el fondo, evitando una imagen visual agresiva		Simbolismo y connotaciones: Los colores remiten a la tierra y a una estética latinoamericana noventa asociada a autenticidad y espontaneidad
2. TIPOGRAFÍA		
Familia tipográfica: Presenta rasgos serif y manuales, con apariencia artesanal poco rígida		Peso y tamaño relativo: El texto ocupa un espacio reducido y queda subordinado a la fotografía de la artista
Valores que transmite: La tipografía transmite cercanía, juventud y una identidad visual todavía poco industrializada		Integración con la imagen: Texto e imagen conviven de forma equilibrada, aunque la fotografía mantiene el protagonismo principal
3. COMPOSICIÓN Y ENCUADRE		
Tipo de plano: Se utiliza un plano medio centrado en la figura de la artista		Punto focal: La mirada y el rostro funcionan como principal punto de atención dentro de la composición
Equilibrio y jerarquía visual: La composición es equilibrada y sencilla, sin elementos secundarios que compitan visualmente		Uso del espacio: Existe una cantidad moderada de espacio negativo que aporta limpieza visual y evita saturación compositiva
Aplicación de regla de tercios u otras reglas compositivas: La imagen se organiza de manera centrada y estable, reforzando una percepción visual directa y accesible		
4. ILUMINACIÓN		
Tipo de luz: Predomina una iluminación suave con apariencia natural, propia de fotografía de estudio poco dramatizada		Dirección: La luz frontal ilumina el rostro de forma homogénea y reduce sombras intensas
Atmósfera generada: La iluminación genera una atmósfera cercana e íntima, coherente con el tono introspectivo del álbum		Función narrativa: La luz refuerza la sensación de naturalidad que construye la portada
5. REPRESENTACIÓN DEL ARTISTA		
Pose y lenguaje corporal: La pose es relajada y poco performista, alejada de códigos visuales asociados al espectáculo pop internacional		Mirada: La artista mantiene una mirada algo perdida pero directa hacia un punto en concreto, lo que genera cierta cercanía e interpolación visual
Vestuario y caracterización: El vestuario responde a una estética juvenil y alternativa propia del contexto latino de mediados de los noventa		Construcción de género: La feminidad se representa desde una imagen natural y espontánea, sin una sexualización explícita del cuerpo
6. REFERENTES VISUALES Y CONTEXTO CULTURAL		
Corrientes artísticas o culturales evocadas: La portada se aproxima a referentes visuales del pop-rock latino alternativo y a la fotografía naturalista de los años noventa		
Tendencias visuales del periodo: La imagen resulta representativa de la estética musical latinoamericana previa a la globalización visual del pop de los 2000		

Nota: elaboración propia

Tabla 2. Ficha de análisis publicitario del álbum *Pies Descalzos*

ÁLBUM	AÑO	SELLO DISCOGRÁFICO
Pies Descalzos	1995	Sony Music Colombia

1. POSICIONAMIENTO DE MARCA

Lugar en el mercado musical
 EL álbum se posiciona dentro del pop-rock latino alternativo de los años noventa, diferenciándose de propuestas más comerciales mediante una imagen visual más orgánica y cercana

☒ Autenticidad
 ☐ Glamour
 ☒ Latinidad
 ☐ Feminidad
 ☐ Globalidad
 ☐ Rebeldía

La portada construye una imagen juvenil y natural que conecta con valores de sinceridad, identidad latinoamericana y diferenciación frente al pop más comercializado de la época

2. PUBLICO OBJETIVO

Perfil demográfico Público joven latinoamericano, principalmente adolescentes y jóvenes adultos interesados en el pop-rock latino y en propuestas musicales con una identidad más alternativa	Perfil psicográfico La imagen conecta con perfiles que valoran autenticidad, expresión emocional y una estética menos artificializada
---	---

Mercado geográfico al que apunta
 Principalmente Latinoamérica, donde la artista inicia su consolidación comercial y mediática

3. MENSAJE CLAVE

Mensaje visual principal
 La portada comunica autenticidad y origen artístico a través de una representación sencilla y cercana de la artista

Mensaje explícito Se observa un retrato natural de Shakira con una composición limpia y pocos elementos visuales secundarios	Mensaje implícito La imagen transmite cercanía, sinceridad y una identidad artística todavía alejada de construcciones visuales excesivamente comerciales
--	---

4. TONO COMUNICATIVO

☐ Aspiracional
 ☒ Emocional
 ☐ Provocador
 ☒ Íntimo
 ☐ Épico
 ☐ Comercial
 ☐ Reivindicativo

El tono íntimo y emocional resulta coherente con una etapa inicial en la que la artista busca construir una imagen cercana y auténtica

5. COHERENCIA CON LA IDENTIDAD DE MARCA

Continuidad respecto a etapas anteriores Al tratarse de uno de los primeros trabajos de gran repercusión de la artista, la portada funciona como punto de partida de su construcción de identidad	Coherencia interna del álbum La estética visual mantiene coherencia con el contenido musical del disco, basado en una propuesta emocional y personal
---	--

Valoración global de coherencia de marca
 Muy baja ☐ 1 ☐ 2 ☐ 3 ☒ 4 ☐ 5 Muy alta

6. ADAPTACIÓN AL SOPORTE

SopORTE de distribución principal CD, formatos físicos y materiales impresos promocionales	Legibilidad en miniatura Media, porque la portada mantiene reconocimiento visual, aunque depende principalmente de la fotografía más que de la tipografía
Impacto visual inmediato Moderado: prioriza identidad y cercanía antes que espectacularidad gráfica	Adaptaciones a otros formatos La imagen se utilizó en materiales promocionales impresos, prensa musical y distribución física propia del mercado discográfico de mediados de los noventa

Nota: elaboración propia

4.1.2. ¿Dónde están los ladrones? (1998)

Considerado como uno de los álbumes más representativos de la carrera de la artista, *¿Dónde están los ladrones?* (Figura 2) explora el amor, la decepción y la búsqueda de identidad. El disco describe una imagen más madura y reflexiva de la artista. Una evolución que también se refleja en la portada, cuya composición, paleta cromática y representación de la cantante evidencian un mayor desarrollo estético y comunicativo, sosteniendo al mismo tiempo los valores de autenticidad y cercanía presentes en sus trabajos anteriores. En conjunto, la propuesta visual refuerza la dimensión emocional y simbólica del álbum, consolida el posicionamiento de Shakira en el mercado latinoamericano y anticipa su posterior proyección internacional (LOS40, 2023; Radiónica, s. f.; Tablas 3 y 4).

Figura 8

Análisis compositivo de la portada del disco *¿Dónde están los ladrones?*, 1998.



Nota: elaboración propia

Tabla 3. Ficha de análisis estético-formal del álbum *¿Dónde están los ladrones?*

ÁLBUM ¿Dónde están los ladrones?	AÑO DE LANZAMIENTO 1998	SOPORTE ORIGINAL CD, formato físico y medios impresos musicales	
DIRECCIÓN DE ARTE Mantiene referencias del pop-rock latino, pero incorporando raíces libanesas una mayor carga dramática y expresiva	FOTOGRAFÍA / ILUSTRACIÓN Fotografía de estudio con una puesta en escena más controlada y mayor intervención de estética en composición		ETAPA ARTÍSTICA Etapa de consolidación artística y crecimiento dentro del mercado latinoamericano
1. COLOR			
Paleta cromática principal: Predominan tonos rojo ladrillo, fucsia, marrón tierra y negro, generando una imagen más intensa y contrastada		Temperatura: Es neutra-cálida, equilibrado tonos cálidos con elementos oscuros que aportan dramatismo	
Contraste cromático: Es medio-alto, especialmente entre el rostro, el cabello y los fondos oscuros de la composición		Simbolismo y connotación: La combinación cromática remite a conflicto emocional, transición identitaria y dualidad entre inocencia y rebeldía	
2. TIPOGRAFÍA			
Familia tipográfica: Se usa una tipografía serif estilizada y elegante, con una apariencia más sofisticada		Peso y tamaño relativo El texto mantiene presencia visual sin imponerse completamente sobre la imagen fotográfica	
Valores que transmite: Aporta madurez, mayor control visual y una sensación de profesionalización estética		Integración con la imagen: Texto e imagen se integran de forma equilibrada, construyendo una composición más cohesionada visualmente	
3. COMPOSICIÓN Y ENCUADRE			
Tipo de plano: Predomina el primer plano centrado en el rostro de la artista		Punto focal: El rostro y el cabello funcionan como principales elementos de atención visual	
Equilibrio y jerarquía visual: La composición mantiene equilibrio general, aunque incorpora una ligera asimetría que aporta dinamismo		Uso del espacio: Existe una mayor densidad visual respecto a la portada anterior reduciendo el espacio negativo	
Aplicación de regla de tercios u otras reglas compositivas: La organización visual busca una imagen más expresiva y menos estética, reforzando el dramatismo de la portada			
4. ILUMINACIÓN			
Tipo de luz: Iluminación de estudio con mayor contraste y control visual		Dirección: La luz frontal se combina con sombras moderadas que aportan profundidad al rostro y al cabello	
Atmósfera generada: La iluminación construye una atmósfera misteriosa y reflexiva		Función narrativa: Con este tipo de luz, se refuerza la intensidad emocional y el tono más maduro del álbum	
5. REPRESENTACIÓN DEL ARTISTA			
Pose y lenguaje corporal: La postura resulta más expresiva y desafiante que en la etapa anterior, mostrando mayor seguridad visual		Mirada La artista mantiene la mirada intensa e interpelativa dirigida al espectador	
Vestuario y caracterización: El estilismo introduce una imagen más oscura y sofisticada, alejándose parcialmente de la estética alternativa inicial.		Construcción de género: La feminidad comienza a representarse desde códigos más globalizados y sensuales, aunque todavía sin una sexualización excesiva	
6. REFERENTES VISUALES Y CONTEXTO CULTURAL			
Corrientes artísticas o culturales evocadas La portada mantiene referencias al pop-rock latino de finales de los noventa además de añadir referencias libanesas propias de las raíces de la cantante			
Tendencias visuales del periodo La imagen se aproxima a la profesionalidad visual que experimentaba el pop latino a finales de la época			

Nota: elaboración propia

Tabla 4. Ficha de análisis publicitario del álbum *¿Dónde están los ladrones?*

ÁLBUM ¿Dónde están los ladrones?	AÑO 1998	SELLO DISCOGRÁFICO Sony Music Colombia
1. POSICIONAMIENTO DE MARCA		
Lugar en el mercado musical El álbum consolida la presencia de Shakira dentro del mercado latino, reforzando una imagen más madura y profesional		
☒ Autenticidad ☐ Glamour ☐ Latinidad ☒ Feminidad ☐ Globalidad ☒ Rebeldía La portada mantiene rasgos identitarios de la etapa anterior, pero incorpora una estética más sofisticada y emocionalmente intensa		
2. PÚBLICO OBJETIVO		
Perfil demográfico Jóvenes adultos y jóvenes latinoamericanos interesados en propuestas pop-rock con una identidad emocional marcada		Perfil psicográfico Conecta con perfiles que valoran la intensidad emocional, la rebeldía y una estética menos convencional y recurrente dentro del pop latino
Mercado geográfico al que apunta Principalmente el mercado latinoamericano, donde la artista amplía notablemente su reconocimiento comercial		
3. MENSAJE CLAVE		
Mensaje visual principal La portada comunica transición artística y conflicto emocional mediante una imagen más intensa y expresiva		
Mensaje explícito Se observa un retrato serio y cuidadosamente construido de la artista en primer plano		Mensaje implícito La imagen sugiere madurez, evolución identitaria y una personalidad artística más compleja
4. TONO COMUNICATIVO		
☐ Aspiracional ☒ Emocional ☐ Provocador ☒ Íntimo ☐ Épico ☐ Comercial ☒ Reivindicativo EL tono emocional y reflexivo refuerza la evolución artística de Shakira y la consolidación de una identidad visual más formada		
5. COHERENCIA CON LA IDENTIDAD DE MARCA		
Continuidad respecto a etapas anteriores Existe un desarrollo de la estética moderada, manteniendo aún elementos de autenticidad y cercanía de su etapa anterior		Coherencia interna del álbum Mantiene coherencia con el contenido emocional e introspectivo del disco
Valoración global de coherencia de marca Muy baja ☐ 1 ☐ 2 ☐ 3 ☐ 4 ☒ 5 Muy alta		
6. ADAPTACIÓN AL SOPORTE		
Soporte de distribución principal CD físico y difusión mediante prensa musical, televisión y soportes impresos promocionales		Legibilidad en miniatura Media, el protagonismo del rostro facilita el reconocimiento visual incluso en formatos reducidos
Impacto visual inmediato Medio-alto, porque la intensidad de la mirada y el mayor dramatismo visual generan una presencia más fuerte		Adaptaciones a otros formatos La imagen fue utilizada en campañas promocionales impresas, videoclips y materiales publicitarios asociados a la expansión regional del álbum

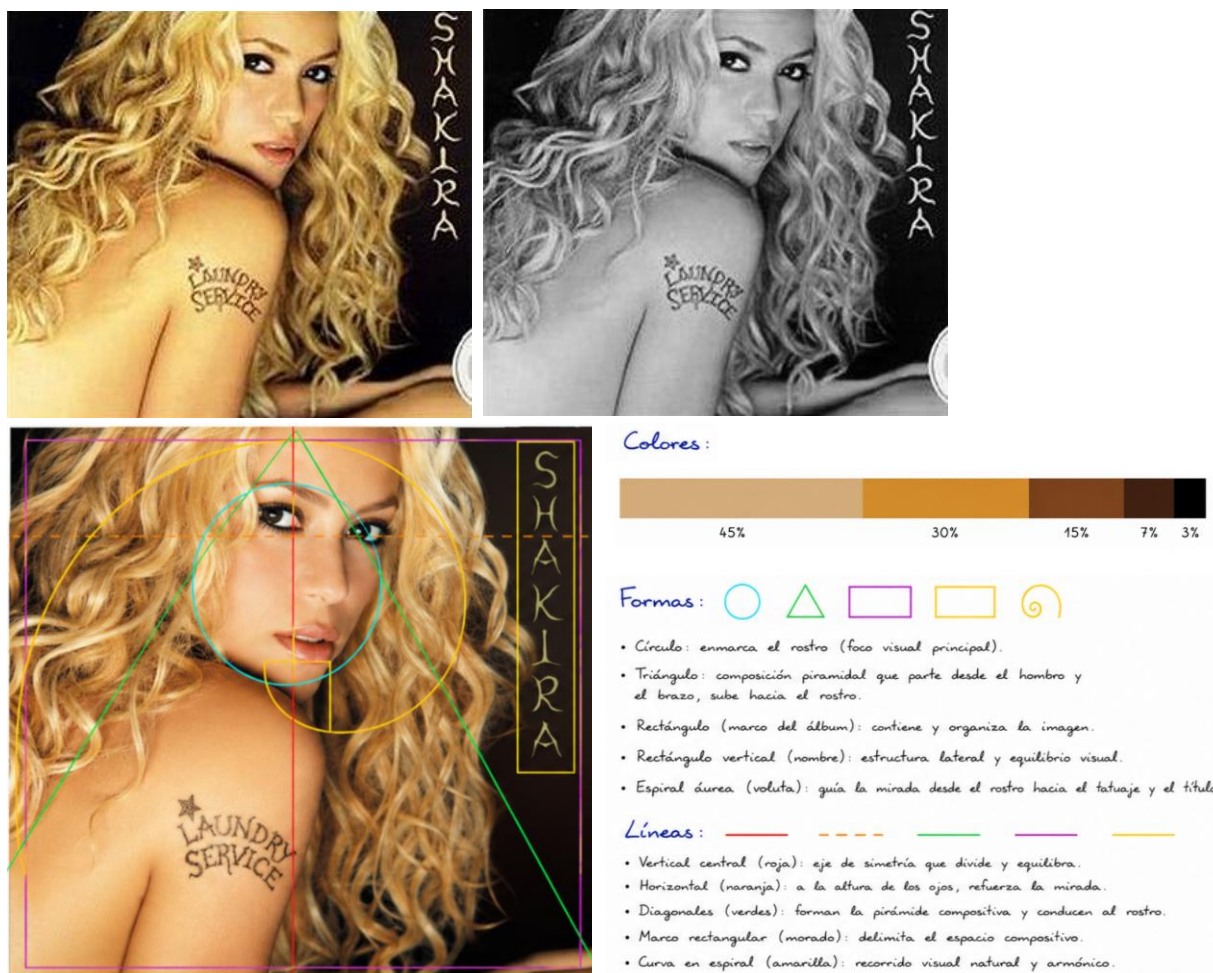
Nota: elaboración propia

4.1.3. Servicio de Lavandería (2001)

Este disco (Figura 3) marcó la consolidación internacional de Shakira al ser su primer álbum orientado al mercado angloparlante. La artista combina el pop y el rock junto con influencias latinas, andinas y árabes, manteniendo rasgos característicos de su identidad musical, pero explorando nuevos sonidos y temas como la búsqueda de identidad. Esta proyección global también se refleja en la portada, donde la composición depurada, estilización fotográfica y simplificación gráfica adoptan los códigos visuales del pop internacional de comienzos de los años 2000. De este modo, la propuesta visual acompaña la transformación artística de Shakira y refuerza una imagen más comercial, reconocible y adaptable a un mercado global, consolidando tanto su marca artística como su posicionamiento internacional (LOS40, 2002; Tablas 5 y 6).

Figura 9

Análisis compositivo de la portada *Servicio de Lavandería*, 2001.



Nota: elaboración propia

Tabla 5. Ficha de análisis estético-formal del álbum *Servicio de Lavandería*

ÁLBUM Servicio de Lavandería/ Laundry Service	AÑO DE LANZAMIENTO 2001	SOPORTE ORIGINAL CD en formato físico, MTV y distribución internacional en medios audiovisuales
DIRECCIÓN DE ARTE Adopta una estética limpia comercial, orientada al mercado internacional	FOTOGRAFÍA / ILUSTRACIÓN Fotografía de estudio muy controlada, con una composición más estilizada y enfocada en la construcción de una imagen global de la artista	ETAPA ARTÍSTICA Expansión internacional y consolidación dentro del mercado anglosajón
1. COLOR		
Paleta cromática principal: Predominan blancos crema, tonos cálidos suaves y negro, configurando una imagen más luminosa		Temperatura: Cálida, aunque más neutralizada y depurada que en etapas anteriores
Contraste cromático: Bajo-medio, evitando fuertes tensiones visuales y favoreciendo una imagen más accesible		Simbolismo y connotaciones: Refuerza la idea de <i>crossover</i> latino-anglosajón y la adaptación de la artista a una ética global e internacional
2. TIPOGRAFÍA		
Familia tipográfica: Sans-serif limpia y minimalista, característica del pop internacional de principios de los 2000		Peso y tamaño relativo: Mantiene una presencia discreta y funcional frente al protagonismo de la fotografía
Valores que transmite: El diseño tipográfico transmite accesibilidad, modernidad e internacionalización		Integración con la imagen: La imagen domina la composición mientras el texto actúa como complemento informativo
3. COMPOSICIÓN Y ENCUADRE		
Tipo de plano: Plano medio con representación parcial del cuerpo		Punto focal: La figura corporal y la expresión facial concentran la atención principal de la portada
Equilibrio y jerarquía visual: La composición es limpia, centrada y visualmente estable		Uso del espacio: Predomina espacios abiertos y una menor densidad visual, aportando sensación de claridad y orden
Aplicación de regla de tercios u otras reglas compositivas: La organización de la composición busca una lectura rápida y fácilmente reconocible en distintos soportes promocionales		
4. ILUMINACIÓN		
Tipo de luz: Iluminación cálida y difusa, propia de fotografía comercial internacional		Dirección: Iluminación frontal que suaviza los rasgos y elimina contrastes excesivos
Atmósfera generada: Construye una atmósfera accesible, comercial y socialmente amable		Función narrativa: La luz contribuye a reforzar la imagen global y universal que el álbum pretende proyectar
5. REPRESENTACIÓN DEL ARTISTA		
Pose y lenguaje corporal: La postura introduce una sensualidad contenida, más evidente que en las etapas anteriores, pero todavía moderada		Mirada: Resulta suave y accesible, buscando conexión directa con un público internacional amplio
Vestuario y caracterización: La caracterización responde a códigos de glamour comercial internacional propios del pop anglosajón de comienzos de los 2000		Construcción de género: Se representa desde una imagen más globalizada y sensual, lo que va rompiendo la estética de discos anteriores
6. REFERENTES VISUALES Y CONTEXTO CULTURAL		
Corrientes artísticas o culturales evocadas: La portada se aproxima a referentes del pop comercial estadounidense y a la fotografía musical internacional propia de la época		
Tendencias visuales del periodo: La imagen refleja la adaptación del pop latino a los códigos visuales globales dominantes del mercado anglosajón		

Nota: elaboración propia

Tabla 6. Ficha de análisis publicitario del álbum *Servicio de Lavandería*

ÁLBUM Laundry Service/ Servicio de Lavandería	AÑO 2001	SELLO DISCOGRÁFICO Epic Records / Sony Music
1. POSICIONAMIENTO DE MARCA		
Lugar en el mercado musical EL álbum marca la expansión definitiva de Shakira hacia el mercado global y el público anglosajón		
☐ Autenticidad ☐ Glamour ☒ Latinidad ☐ Feminidad ☒ Globalidad ☐ Rebeldía La portada combina elementos latino reconocibles con una estética internacional accesible y comercialmente adaptable		
2. PÚBLICO OBJETIVO		
Perfil demográfico Público internacional amplio, especialmente consumidores jóvenes del pop comercial global	Perfil psicográfico La imagen conecta con perfiles aspiracionales interesados en tendencias globales, cultura pop y consumo mainstream	
Mercado geográfico al que apunta Estados Unidos y mercado internacional globalizado		
3. MENSAJE CLAVE		
Mensaje visual principal La portada comunica una nueva identidad internacional manteniendo elementos reconocibles de la artista		
Mensaje explícito Se observa una representación estilizada de Shakira en una composición limpia y visualmente accesible	Mensaje implícito La imagen sugiere internacionalización, modernidad ya adaptación al mercado global	
4. TONO COMUNICATIVO		
☐ Aspiracional ☒ Emocional ☐ Provocador ☐ Intimo ☐ Épico ☒ Comercial ☐ Reivindicativo EL tono comercial y aspiracional responde a la necesidad de posicionar a la artista dentro del pop internacional de gran consumo		
5. COHERENCIA CON LA IDENTIDAD DE MARCA		
Continuidad respecto a etapas anteriores La portada mantiene algunos rasgos identitarios de Shakira, aunque introduce un cambio importante hacia códigos visuales globales	Coherencia interna del álbum La estética visual mantiene coherencia con el carácter crossover y bilingüe del proyecto musical	
Valoración global de coherencia de marca Muy baja ☐ 1 ☐ 2 ☐ 3 ☐ 4 ☒ 5 Muy alta		
6. ADAPTACIÓN AL SOPORTE		
Soporte de distribución principal CD físico, MTV, televisión musical y campañas promocionales internacionales	Legibilidad en miniatura Alta: la composición limpia y el protagonismo de la figura facilitan reconocimiento inmediato	
Impacto visual inmediato Alto: la portada presenta una imagen más pulida y comercialmente efectiva que las anteriores	Adaptaciones a otros formatos La imagen se usó ampliamente en videoclips, campañas televisivas, prensa internacional y soportes promocionales asociados al lanzamiento global del álbum	

Nota: elaboración propia

4.1.4 Loba (2009)

Con *Loba* (Figura 4), Shakira inicia una de las transformaciones más notables de su carrera, tanto a nivel musical como visual. El álbum apuesta por sonidos electrónicos y una estética más experimental, con un discurso centrado en la libertad, el empoderamiento femenino, el deseo y la autoafirmación. Esta evolución se refleja de forma directa en la portada, que abandona la naturalidad característica de etapas anteriores para construir una imagen más teatral, sensual y orientada al espectáculo. El protagonismo del cuerpo, la cuidada producción visual y la búsqueda de impacto mediático refuerzan el carácter performativo del proyecto, al tiempo que consolidan a la artista como una figura destacada del pop internacional. Así, la propuesta visual contribuye a renovar su imagen pública y a construir una identidad visual diferenciada y fácilmente reconocible dentro de la industria musical de finales de los años 2000 (BLU Radio, 2024; LOS40, 2002; Tablas 7 y 8).

Figura 10

Análisis compositivo de la portada *Loba*, 2009.



Nota: elaboración propia

Tabla 7. Ficha de análisis estético-formal del álbum *Loba*

ÁLBUM She Wolf / Loba	AÑO DE LANZAMIENTO 2009	SOPORTE ORIGINAL CD físico, plataformas digitales iniciales y fuerte difusión audiovisual en televisión musical
DIRECCIÓN DE ARTE Adopta un estilo pop-electrónico altamente estilizado, influenciado por la moda editorial y cultural de finales de los 2000	FOTOGRAFÍA / ILUSTRACIÓN Fotografía de estudio centrada en la corporalidad de la artista y en la creación de imagen performativa	ETAPA ARTÍSTICA Etapa de consolidación global y transformación hacia una imagen más comercial y performativa
1. COLOR		
Paleta cromática principal: Azules, turquesas, negros y reflejos metálicos son los colores que predominan	Temperatura: Es fría, reforzando el carácter tecnológico y escénico de la portada	
Contraste cromático: Alto, sobre todo entre luces, sombras y elementos metálicos	Simbolismo y connotaciones: Los colores refuerzan conceptos de animalidad, instinto, sensualidad y empoderamiento femenino	
2. TIPOGRAFÍA		
Familia tipográfica: Se utiliza una tipografía sans-serif moderna y geométrica, coherente con la estética del álbum	Peso y tamaño relativo: Esta posee mayor presencia visual que en otras etapas, integrándose activamente dentro de la composición	
Valores que transmite: El diseño tipográfico transmite modernidad, sensualidad y una clara orientación hacia el pop global comercial	Integración con la imagen: Texto e imagen funcionan de forma estratégica para reforzar la imagen visual	
3. COMPOSICIÓN Y ENCUADRE		
Tipo de plano: Predomina el plano general en la postura corporal de la artista	Punto focal: El cuerpo y la pose son el núcleo visual de la composición	
Equilibrio y jerarquía visual: La composición resulta dinámica y tensionada, utilizando diagonales y posturas expresivas para generar movimiento visual	Uso del espacio: Existe una saturación controlada que potencia el impacto escénico de la imagen	
Aplicación de regla de tercios u otras reglas compositivas: La portada prioriza dramatismo, teatralidad y dirección visual orientada al espectáculo		
4. ILUMINACIÓN		
Tipo de luz: Iluminación artificial altamente contrastada, propia de la fotografía comercial y editorial	Dirección: La luz frontal enfatiza el volumen corporal, texturas y reflejos metálicos de la composición	
Atmósfera generada: La iluminación crea una atmósfera dramática, sensual y performativa	Función narrativa: Esta luz, refuerza la teatralidad y el carácter instintivo asociado al concepto del disco.	
5. REPRESENTACIÓN DEL ARTISTA		
Pose y lenguaje corporal: La postura corporal es performative y animalizada, usando el cuerpo como elemento central de la comunicación visual	Mirada: La artista adopta una mirada provocadora y dominante, coherente con la estética de empoderamiento	
Vestuario y caracterización: La artista usa el arquetipo de “mujer fatal” con el folclore salvaje y la mitología. Evoca tintes primitivos y el renacimiento a través de códigos visuales	Construcción de género: La feminidad se representa mediante empoderamiento corporal y la sensualidad estratégica del cuerpo femenino	
6. REFERENTES VISUALES Y CONTEXTO CULTURAL		
Corrientes artísticas o culturales evocadas: La portada incorpora referencias a la estética pop-electrónica, moda editorial y cultura audiovisual de finales de los 2000		
Tendencias visuales del periodo: La imagen se relaciona directamente con la hipersexualización visual del pop femenino internacional de esta etapa		

Nota: elaboración propia

Tabla 8. Ficha de análisis publicitario del álbum *Loba*

ÁLBUM She Wolf / Loba	AÑO 2009	SELLO DISCOGRÁFICO Epic Records / Sony Music
1. POSICIONAMIENTO DE MARCA		
Lugar en el mercado musical El álbum se posiciona dentro del pop internacional mainstream, reforzando la presencia global de Shakira en el mercado comercial		
☐ Autenticidad ☒ Glamour ☐ Latinidad ☒ Feminidad ☐ Globalidad ☒ Rebeldía La portada prioriza espectáculo visual, sensualidad y diferenciación mediática mediante una imagen altamente performativa		
2. PÚBLICO OBJETIVO		
Perfil demográfico Consumidores globales de pop comercial, especialmente público joven y audiencia internacional ligada a la cultura mainstream	Perfil psicográfico La imagen conecta con perfiles aspiracionales interesados en moda, cultura pop y empoderamiento femenino	
Mercado geográfico al que apunta Mercado pop internacional globalizado, especialmente Estados Unidos y Europa		
3. MENSAJE CLAVE		
Mensaje visual principal La portada comunica instinto, libertad y sensualidad mediante una representación corporal escénica		
Mensaje explícito Se observa a Shakira en una pose performativa dentro de una composición altamente estilizada	Mensaje implícito Mi imagen sugiere empoderamiento, animalidad y control corporal como parte central de la identidad visual del álbum	
4. TONO COMUNICATIVO		
☐ Aspiracional ☐ Emocional ☒ Provocador ☐ Íntimo ☒ Épico ☒ Comercial ☐ Reivindicativo EL tono provocador y espectacular busca generar impacto mediático y reforzar la diferenciación dentro del mercado		
5. COHERENCIA CON LA IDENTIDAD DE MARCA		
Continuidad respecto a etapas anteriores La portada supone una ruptura visual significativa respecto a etapas previas, incorporando códigos más agresivos	Coherencia interna del álbum La estética visual mantiene coherencia con el sonido electrónico y el concepto animal asociado al disco	
Valoración global de coherencia de marca Muy baja ☐ 1 ☐ 2 ☐ 3 ☐ 4 ☒ 5 Muy alta		
6. ADAPTACIÓN AL SOPORTE		
Soporte de distribución principal CD físico, plataformas digitales iniciales, videoclips y televisión musical	Legibilidad en miniatura Alta: la postura corporal y el contraste visual facilitan el reconocimiento inmediato	
Impacto visual inmediato Muy alto: la portada está diseñada para captar la atención rápidamente en entornos saturados	Adaptaciones a otros formatos La imagen fue adaptada para videoclips, campañas digitales, televisión musical y materiales promocionales internacionales asociados a la estética del disco	

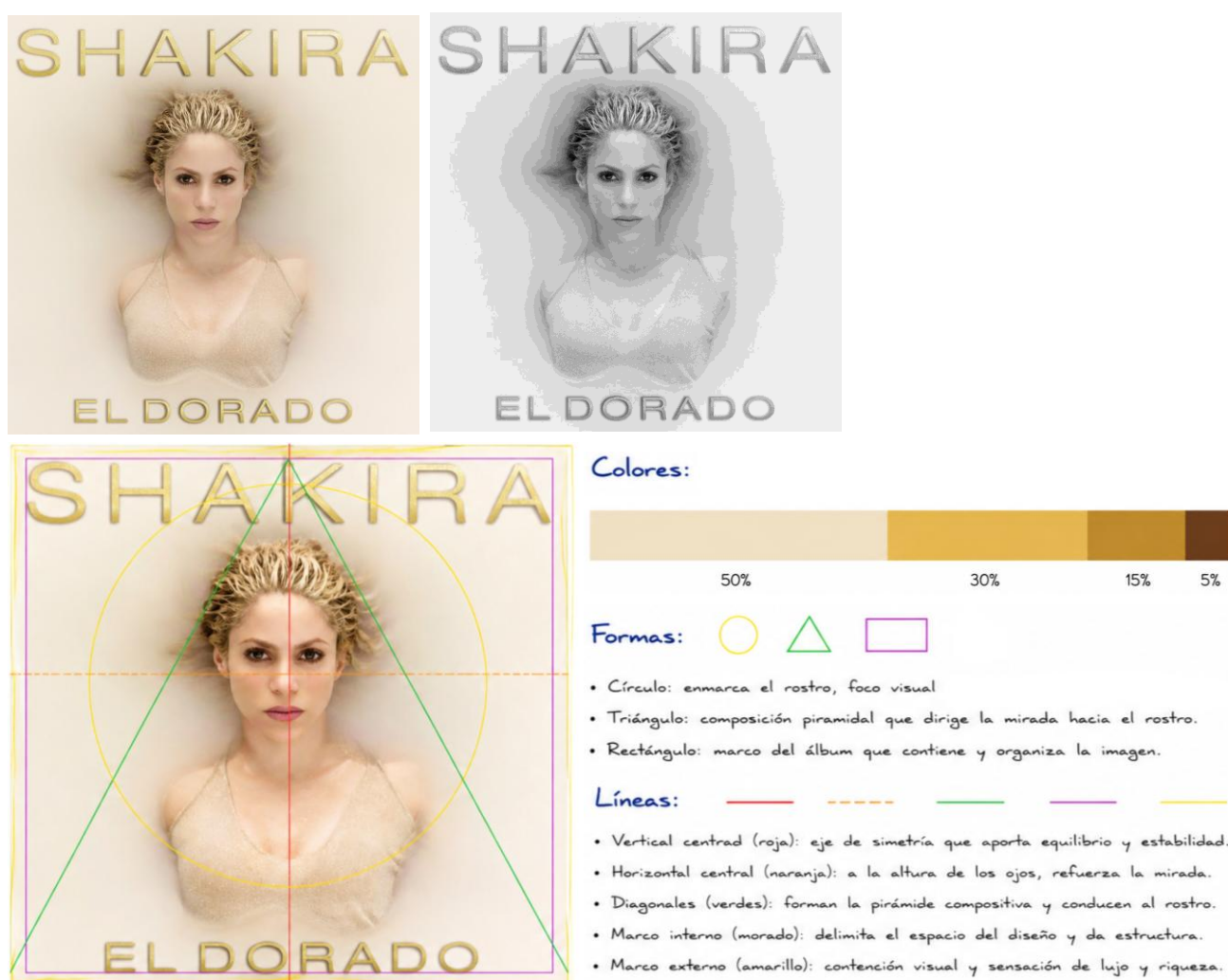
Nota: elaboración propia

4.1.5. El Dorado (2017)

Inspirado en una idea de felicidad y plenitud personal, el álbum (Figura 5) combina el pop latino con influencias del reguetón y colaboraciones con artistas como Maluma, Carlos Vives y Nicky Jam, abordando temas vinculados a las experiencias personales, la vida familiar y la libertad creativa. Esta sensación de madurez y equilibrio también se traslada a la portada, que apuesta por una estética sencilla, elegante y emocionalmente cercana. La composición depurada y el uso de tonos cálidos proyectan una imagen estable y coherente con la posición internacional alcanzada por la artista, al tiempo que favorecen su reconocimiento en los entornos digitales y plataformas de streaming. Con esta propuesta visual, se refuerza una identidad consolidada, adaptada a las nuevas dinámicas de consumo musical sin perder su capacidad de diferenciación (Tablas 9 y 10).

Figura 11

Análisis compositivo de la portada *El Dorado*, 2017.



Nota: elaboración propia

Tabla 9. Ficha de análisis estético-formal del álbum *El Dorado*

ÁLBUM El Dorado	AÑO DE LANZAMIENTO 2017	SOPORTE ORIGINAL Plataformas de streaming, redes sociales y edición física en CD
DIRECCIÓN DE ARTE Estética limpia y sofisticada, centrada en la elegancia visual y reconocimiento de marca dentro del contexto digital contemporáneo	FOTOGRAFÍA / ILUSTRACIÓN Fotografía de estudio con acabado luminoso y tratamiento visual refinado orientado a entornos digitales	ETAPA ARTÍSTICA Consolidación global y reafirmación de identidad latina dentro de la industria internacional
1. COLOR		
Paleta cromática principal: Predominan dorados, beige y blanco roto		Temperatura: Cálida y homogénea, aportando sensación de estabilidad y sofisticación
Contraste cromático: Medio, evitando tensiones visuales agresivas y priorizando la armonía		Simbolismo y connotaciones: Los tonos dorados funcionan como referencia al concepto de “El Dorado”, asociado a valor, éxito y raíces latinas
2. TIPOGRAFÍA		
Familia tipográfica: Serif elegante y refinada, coherente con el carácter sofisticado de la portada		Peso y tamaño relativo: El texto mantiene una presencia discreta y equilibrada respecto a la tipografía principal
Valores que transmite: La tipografía comunica prestigio, madurez y consolidación de marca		Integración con la imagen: relación armónica entre texto e imagen, sin competir visualmente con el retrato de la artista
3. COMPOSICIÓN Y ENCUADRE		
Tipo de plano: Predomina el primer plano centrado en el rostro de la artista		Punto focal: La atención se concentra en el rostro y la expresión serena de Shakira
Equilibrio y jerarquía visual: La composición es simétrica, ordenada y visualmente estable		Uso del espacio: La portada usa espacios limpios y una composición depurada que evita saturación visual
Aplicación de regla de tercios u otras reglas compositivas: La organización visual da claridad, elegancia y fácil reconocimiento en soportes digitales		
4. ILUMINACIÓN		
Tipo de luz Hay iluminación suave y envolvente con acabado muy pulido		Dirección Luz frontal que ilumina homogéneamente el rostro y reduce contrastes excesivos
Atmósfera generada: La iluminación genera una atmósfera elegante, luminosa y visualmente calmada		Función narrativa: La luz refuerza una imagen de estabilidad, madurez y sofisticación
5. REPRESENTACIÓN DEL ARTISTA		
Pose y lenguaje corporal: La postura resulta serena y segura, sin teatralidad excesiva ni dramatismo performativo		Mirada: Mantiene una mirada tranquila y directa, transmitiendo control y confianza
Vestuario y caracterización: El estilismo responde a una estética cálida y refinada, centrada en elegancia visual más que en provocación		Construcción de género: La feminidad se representa desde la madurez, estabilidad y consolidación de la imagen pública de la artista
6. REFERENTES VISUALES Y CONTEXTO CULTURAL		
Corrientes artísticas o culturales evocadas: La portada incorpora referencias a fotografía gran contemporánea y a estéticas tropicales refinadas asociadas al pop latino global		
Tendencias visuales del periodo: La imagen se alinea con modelos visuales adaptados al streaming y al consumo rápido en plataformas digitales		

Nota: elaboración propia

Tabla 10. Ficha de análisis publicitario del álbum *El Dorado*

ÁLBUM El Dorado	AÑO 2017	SELLO DISCOGRÁFICO Sony Music Latin
1. POSICIONAMIENTO DE MARCA		
Lugar en el mercado musical El álbum posiciona a Shakira como figura consolidada dentro del pop latino global y del ecosistema streaming internacional		
☐ Autenticidad ☐ Glamour ☒ Latinidad ☐ Feminidad ☒ Globalidad ☐ Rebeldía La portada combina sofisticación visual y referencias latinas mediante una imagen refinada y fácilmente reconocible		
2. PÚBLICO OBJETIVO		
Perfil demográfico Público transversal, especialmente consumidores de pop latino en Latinoamérica, España y Estados Unidos	Perfil psicográfico La imagen conecta con perfiles que buscan identificación emocional, nostalgia y reconocimiento de una figura consolidada del pop internacional	
Mercado geográfico al que apunta Mercado global orientado principalmente al consumo en plataformas de streaming		
3. MENSAJE CLAVE		
Mensaje visual principal La portada comunica consolidación, reconocimiento y reencuentro con la identidad latina de la artista		
Mensaje explícito Se observa un retrato elegante y luminoso de Shakira en una composición limpia y equilibrada	Mensaje implícito La imagen sugiere madurez, estabilidad y reafirmación de su posición dentro de la industria musical global	
4. TONO COMUNICATIVO		
☒ Aspiracional ☒ Emocional ☐ Provocador ☒ Íntimo ☐ Épico ☐ Comercial ☐ Reivindicativo El tono emocional permite reforzar una imagen madura y estable sin recurrir a estrategias visuales excesivamente agresivas		
5. COHERENCIA CON LA IDENTIDAD DE MARCA		
Continuidad respecto a etapas anteriores La portada reduce la teatralidad visual y recupera una imagen más sobria y controlada	Coherencia interna del álbum La estética mantiene relación directa con el concepto latino y emocional presente en el álbum	
Valoración global de coherencia de marca Muy baja ☐ 1 ☐ 2 ☐ 3 ☒ 4 ☐ 5 Muy alta		
6. ADAPTACIÓN AL SOPORTE		
SopORTE de distribución principal Streaming, redes sociales, plataformas digitales y edición física complementaria	Legibilidad en miniatura Alta: el rostro centrado y la simplicidad compositiva favorecen al reconocimiento rápido en plataformas digitales	
Impacto visual inmediato Alto: la portada destaca por su claridad visual y elegancia estética	Adaptaciones a otros formatos Plataformas digitales, campañas en RRSS, merchandising y materiales promocionales asociados al lanzamiento del disco	

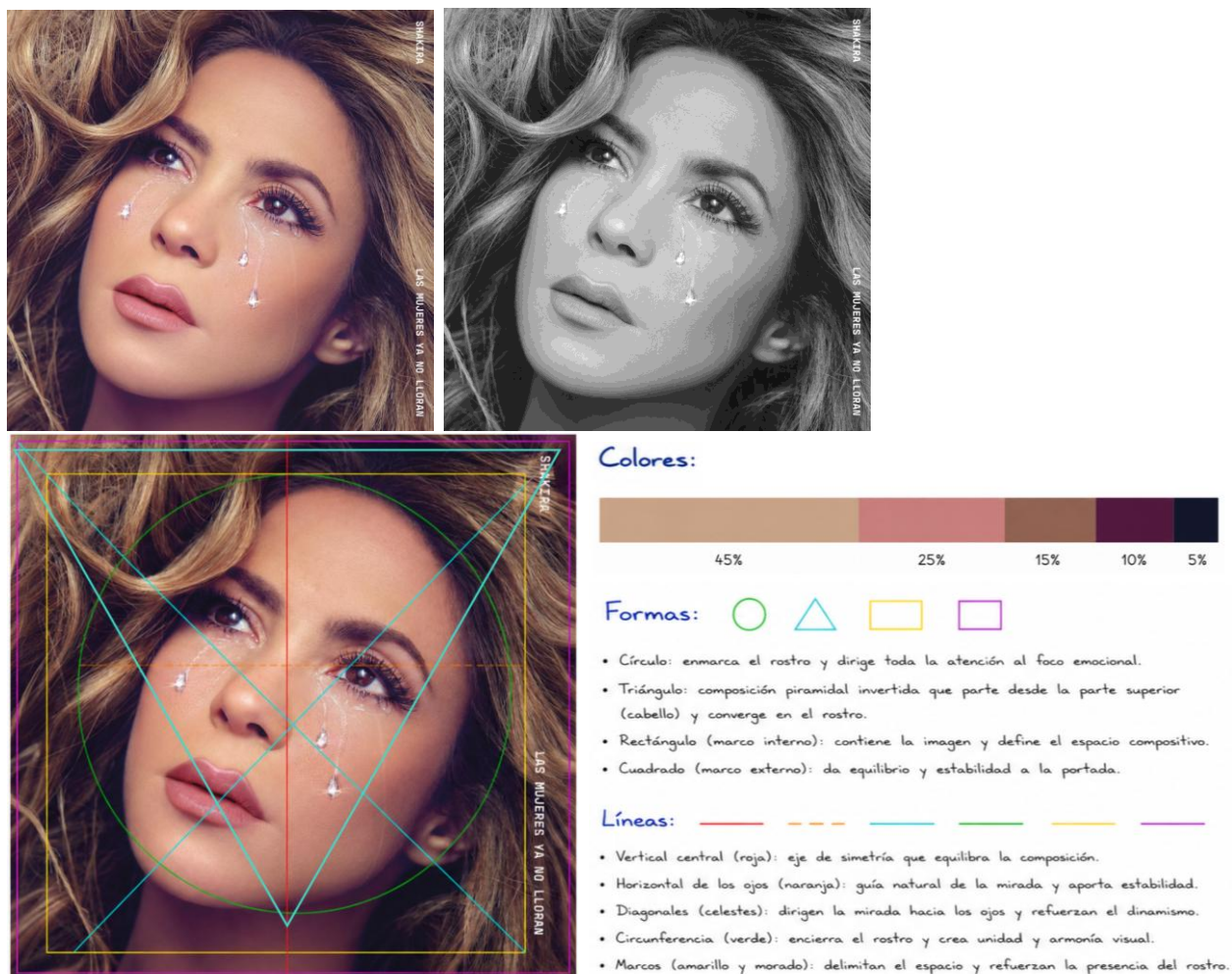
Nota: elaboración propia

4.1.6. Las mujeres ya no lloran (2024)

Las Mujeres Ya No Lloran (Figura 6) representa una de las etapas más personales de Shakira, transformando experiencias de dolor, ruptura y vulnerabilidad en un discurso centrado en la resiliencia, el empoderamiento y la reconstrucción de la identidad. Esta narrativa también se manifiesta en la portada, con el protagonismo absoluto del rostro de la artista y el uso de lágrimas cristalizadas funcionan como símbolos visuales de superación y fortaleza emocional. La composición minimalista y el retoque digital generan un impacto inmediato, favoreciendo la circulación de la imagen en plataformas digitales y redes sociales. De este modo, la propuesta visual no solo intensifica el mensaje del álbum, sino que también consolida una estrategia de comunicación basada en la conexión emocional con el público y en el fortalecimiento de la marca personal de la artista dentro del ecosistema mediático contemporáneo (Ibarra Velasco, 2024; Tablas 11 y 12).

Figura 12

Análisis compositivo de la portada *Las mujeres ya no lloran*, 2024.



Nota: elaboración propia

Tabla 11. Ficha de análisis estético-formal del álbum *Las mujeres ya no lloran*

ÁLBUM	AÑO DE LANZAMIENTO		SOPORTE ORIGINAL	
Las Mujeres ya no Lloran	2024		Plataformas de streaming, redes sociales y distribución digital global	
DIRECCIÓN DE ARTE		FOTOGRAFÍA / ILUSTRACIÓN		ETAPA ARTÍSTICA
La portada adopta una estética <i>beauty</i> digitalizada, centrado en la emocionalidad del rostro y en el impacto visual inmediato dentro del entorno digital contemporáneo		Fotografía de estudio con acabado hiperrealista, orientada a maximizar detalles faciales y expresividad emocional		Etapa de reconstrucción narrativa tras la exposición pública de la vida personal de la artista
1. COLOR				
Paleta cromática principal: Beige rosado, tonos nude, plateados y reflejos brillantes son los colores predominantes			Temperatura: Neutra-fría, aportando sensación de sofisticación y distancia emocional controlada	
Contraste cromático: Medio-alto, especialmente entre piel, lágrima y fondo neutro			Simbolismo y connotaciones: Las lágrimas convertidas en cristales funcionan como símbolo de resiliencia, transformación emocional y estetización del color	
2. TIPOGRAFÍA				
Familia tipográfica: Sans-serif minimalista y limpia, adaptada a formatos digitales y lectura rápida			Peso y tamaño relativo: El texto posee una presencia secundaria frente al protagonismo absoluto del rostro de la artista	
Valores que transmite: Comunica contemporaneidad, simplicidad y sofisticación visual			Integración con la imagen: El texto funciona como complemento discreto dentro de una composición centrada en la fotografía	
3. COMPOSICIÓN Y ENCUADRE				
Tipo de plano: Primer plano centrado en el rostro			Punto focal: La mirada y las lágrimas cristalizadas concentran toda la atención visual de la portada	
Equilibrio y jerarquía visual: La composición es completamente centrada y altamente controlada visualmente			Uso del espacio: El fondo se reduce al mínimo, eliminando elementos secundarios Beatty y concentrando la imagen en la expresión facial	
Aplicación de regla de tercios u otras reglas compositivas: La portada prioriza el impacto emocional inmediato y la adaptación a visualización en miniatura dentro de plataformas digitales				
4. ILUMINACIÓN				
Tipo de luz: Iluminación frontal suave y muy pulida con retoques digitales			Dirección: Luz homogénea que elimina sombras fuertes y enfatiza la textura de la piel, brillo y lágrimas	
Atmósfera generada: La iluminación construye una atmósfera íntima, emocional e idealizada			Función narrativa: La luz refuerza la vulnerabilidad emocional de la artista sin perder sofisticación estética	
5. REPRESENTACIÓN DEL ARTISTA				
Pose y lenguaje corporal: La representación se centra casi exclusivamente en el rostro, eliminando lenguaje corporal amplio o gestualidad performativa			Mirada: La artista mantiene una mirada melancólica y reflexiva dirigida directamente al espectador	
Vestuario y caracterización: La caracterización responde a una estética <i>beauty</i> minimalista basada en maquillaje pulido, brillo y perfección visual			Construcción de género: La feminidad se representa mediante vulnerabilidad emocional convertida en elementos de fortaleza e identidad pública	
6. REFERENTES VISUALES Y CONTEXTO CULTURAL				
Corrientes artísticas o culturales evocadas: La portada incorpora referencias a fotografía <i>beauty</i> contemporánea, estética digital y cultura visual de redes sociales				
Tendencias visuales del periodo: La imagen responde plenamente a modelos visuales diseñados para circulación rápida en plataformas digitales y consumo móvil				

Nota: elaboración propia

Tabla 12. Ficha de análisis publicitario del álbum Las mujeres ya no lloran

ÁLBUM Las Mujeres ya no Lloran	AÑO 2024	SELLO DISCOGRÁFICO Sony Music Latin
1. POSICIONAMIENTO DE MARCA		
Lugar en el mercado musical El álbum posiciona a Shakira como figura global hiper-mediática dentro del ecosistema digital contemporáneo		
☐ Autenticidad ☒ Glamour ☐ Latinidad ☒ Feminidad ☒ Globalidad ☒ Rebeldía La portada convierte la vulnerabilidad emocional en herramienta de posicionamiento mediático y conexión masiva con la audiencia digital		
2. PÚBLICO OBJETIVO		
Perfil demográfico Público global y multiplataforma, especialmente consumidores digitales y seguidores activos en redes sociales y streaming	Perfil psicográfico La imagen conecta con perfiles que buscan identificación emocional, narrativa personal y consumo mediático basado en experiencias íntimas y virales	
Mercado geográfico al que apunta Mercado digital global con circulación inmediata en plataformas internacionales		
3. MENSAJE CLAVE		
Mensaje visual principal La portada comunica transformación emocional y resiliencia mediante una imagen centrada en vulnerabilidad y fortaleza		
Mensaje explícito Se observa un primer plano del rostro de Shakira con lágrimas de cristal sobre la piel	Mensaje implícito La imagen sugiere superación emocional, exposición mediática y reapropiación pública del dolor personal	
4. TONO COMUNICATIVO		
☐ Aspiracional ☒ Emocional ☐ Provocador ☒ Íntimo ☒ Épico ☒ Comercial ☒ Reivindicativo El tono emocional e íntimo responde directamente a la narrativa pública reciente de la artista y favorece identificación masiva en entornos digitales		
5. COHERENCIA CON LA IDENTIDAD DE MARCA		
Continuidad respecto a etapas anteriores La portada mantiene la simplificación visual iniciada en la portada El Dorado, aunque intensifica el componente emocional y mediático	Coherencia interna del álbum La estética visual mantiene relación directa con el discurso de resiliencia y reconstrucción presente en el proyecto musical	
Valoración global de coherencia de marca Muy baja ☐ 1 ☐ 2 ☐ 3 ☐ 4 ☒ 5 Muy alta		
6. ADAPTACIÓN AL SOPORTE		
Soporte de distribución principal Streaming, redes sociales, plataformas digitales y contenidos audiovisuales online	Legibilidad en miniatura Muy alta: el primer plano facial y la simplicidad compositiva facilitan reconocimiento instantáneo en dispositivos móviles	
Impacto visual inmediato Muy alto: la imagen está diseñada para generar atención emocional inmediata dentro de entornos digitales saturados	Adaptaciones a otros formatos La portada se adapta fácilmente a publicaciones en redes, banners digitales y campañas promocionales multiplataformas	

Nota: elaboración propia

4.2. Análisis de caso 2. ¿Quién es Quevedo?

Pedro Luis Domínguez Quevedo, bien conocido como Quevedo, es un cantante y compositor español nacido en Madrid en 2001 que creció en Gran Canaria, territorio con el que mantiene un fuerte vínculo personal y artístico (Taste the Floor, s. f.).

Su propuesta musical se caracteriza por la fusión de géneros urbanos como el reguetón, el trap y el hip-hop con influencia de los ritmos latinos y la cultura canaria. Comenzó su trayectoria profesional en 2020 y alcanzó una gran proyección internacional en 2022 gracias a su colaboración con Bizarrap en la canción Quevedo: BZRP Music Session, Vol. 52 —“Quédate”—, tema que lideró las listas globales de reproducción (Taste the Floor, s. f.; Coca, 2023; Quililongo, 2023).

Desde entonces se ha convertido en una de las figuras más relevantes de la música urbana en español, destacando por su capacidad para combinar sonidos comerciales con referencias a sus raíces e identidad cultural (Coca, 2023; Quililongo, 2023; Taste the Floor, s. f.).

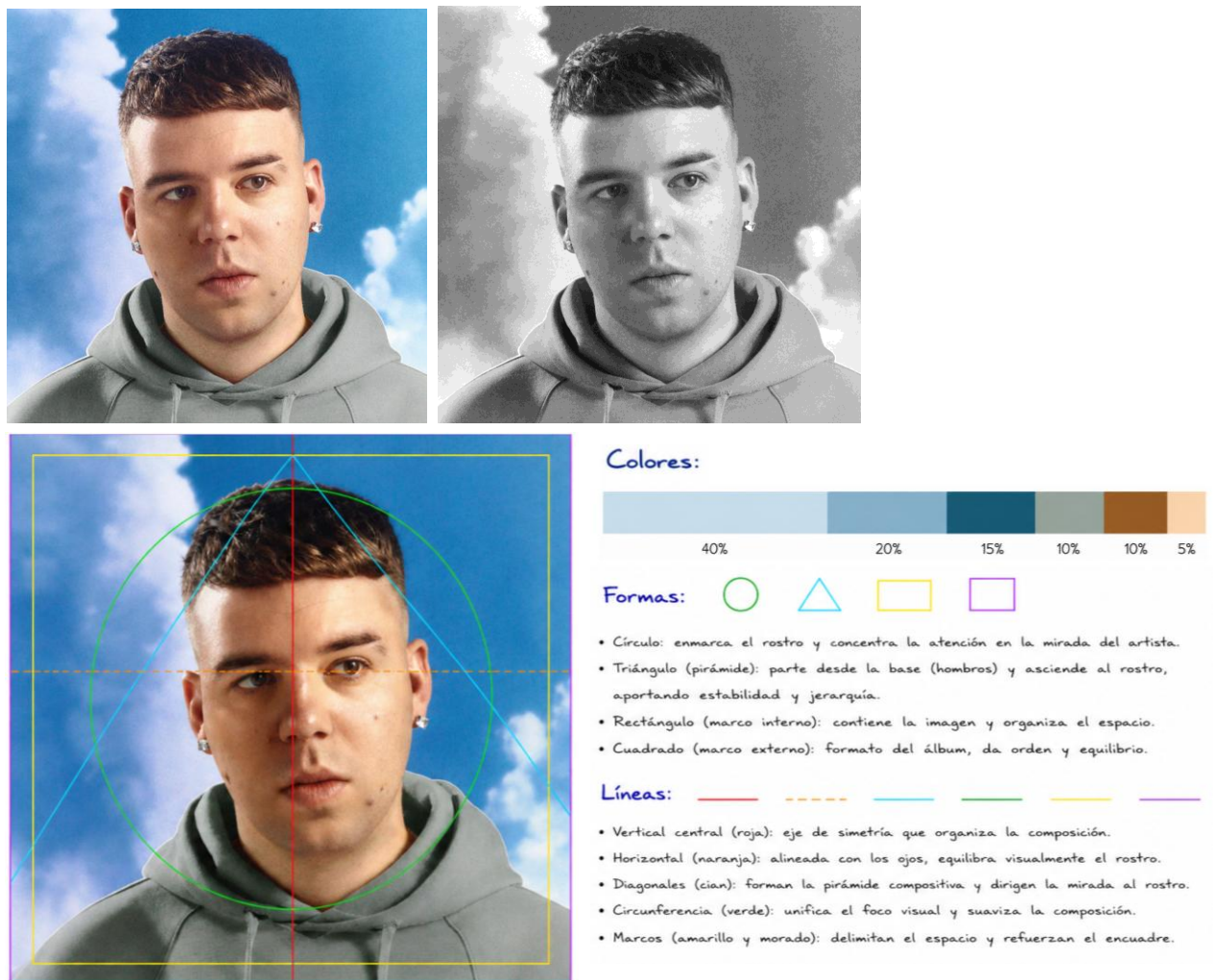
Esta conexión con Canarias se ha convertido en uno de los rasgos más distintivos de su obra, visible tanto en sus letras como en proyectos recientes, donde reivindica de forma explícita el imaginario y la cultura del archipiélago (Coca, 2023; Rabal, 2026; Taste the Floor, s. f.; Zavala, 2026).

4.2.1 Donde quiero estar (2023)

Donde Quiero Estar (Figura 7), álbum debut de Quevedo, gira en torno a la búsqueda de identidad y pertenencia en un momento marcado por su rápida ascensión al éxito. A través de una combinación de sonidos urbanos y letras que abordan la fama, las relaciones personales, la ambición y sus raíces canarias, el artista construye un relato de crecimiento personal y conexión con sus orígenes. Esta idea se traslada a la portada mediante una composición sencilla, una representación natural del cantante y el uso de tonalidades suaves que proyectan una imagen cercana, auténtica e introspectiva. Esta portada refuerza el proceso de consolidación profesional de Quevedo, favorece el reconocimiento de su marca artística y se adapta eficazmente a las dinámicas de consumo propias de los entornos digitales (Coca, 2023; Gradepunk, 2023; Quililongo, 2023; Taste the Floor, s. f.; Tablas 13 y 14).

Figura 13

Análisis compositivo de la portada *Donde quiero estar*, 2023.



Nota: elaboración propia

Tabla 13. Ficha de análisis estético-formal del álbum *Donde quiero estar*

ÁLBUM Donde quiero estar	AÑO DE LANZAMIENTO 2023	SOPORTE ORIGINAL Streaming y edición física en CD y vinilo
DIRECCIÓN DE ARTE Estética minimalista contemporánea vinculada a la música urbana	FOTOGRAFÍA / ILUSTRACIÓN Fotografía de estudio acabado limpio y naturalista	ETAPA ARTÍSTICA Consolidación internacional
1. COLOR		
Paleta cromática principal Predominan los tonos azules del fondo, acompañados por grises suaves y tonos piel naturales	Temperatura Fría y neutra. El azul aporta calma, introspección y amplitud visual, mientras que los tonos cálidos del rostro equilibran la composición	
Contraste cromático Es medio y se concentra entre el rostro iluminado del artista y el fondo azul celeste, permitiendo destacar la figura sin generar agresividad visual	Simbolismo y connotaciones El azul se asocia con serenidad, reflexión y libertad. La presencia del cielo y las nubes refuerza la idea de aspiración, crecimiento personal y búsqueda de objetivos, en consonancia con el título del álbum	
2. COMPOSICIÓN Y ENCUADRE		
Tipo de plano Primer plano centrado en el rostro y parte superior del torso	Punto focal La mirada y el rostro de Quevedo constituyen el principal foco de atención de la imagen	
Equilibrio y jerarquía visual Composición equilibrada y sistemática, donde la figura del artista domina claramente la jerarquía visual	Uso del espacio Existe bastante espacio en negativo generado por el cielo del fondo, lo que aporta limpieza visual y evita la saturación compositiva	
Aplicación de regla de tercios u otras reglas compositivas La imagen se organiza de forma centralizada, priorizando la identificación inmediata del artista		
3. ILUMINACIÓN		
Tipo de luz Iluminación de estudio suave y difusa	Dirección Principalmente frontal, con sombras mínimas y transición suave de volúmenes.	
Atmósfera generada La iluminación genera una atmósfera calmada, reflexiva y cercana	Función narrativa La luz contribuye a construir una imagen accesible y auténtica del artista, alejándose de códigos visuales excesivamente agresivos o performativos	
4. REPRESENTACIÓN DEL ARTISTA		
Pose y lenguaje corporal La pose es relajada y poco performista, sin gestualidad exagerada ni actitud desafiante	Mirada EL artista mantiene una mirada fuera de campo, sugiriendo reflexión, proyección hacia el futuro o contemplación	
Vestuario y caracterización El vestuario responde a una estética juvenil. Sudadera gris de estética casual y urbana, asociada a la cotidianidad y a la autenticidad propia de la cultura urbana contemporánea	Construcción de género Se proyecta una masculinidad joven, natural, emocionalmente contenida, alejada de representaciones hiper masculinizadas habituales en algunos sectores de la música urbana	
5. REFERENTES VISUALES Y CONTEXTO CULTURAL		
Corrientes artísticas o culturales evocadas La portada se aproxima a referentes visuales propias del branding musical contemporáneo y de su fotografía promocional para plataformas digitales		
Tendencias visuales del periodo La portada se alinea con tendencias visuales de la década de 2020 caracterizadas por la simplicidad compositiva, la humanización del artista y la búsqueda de autenticidad como valor de marca		

Nota: elaboración propia

Tabla 14. Ficha de análisis publicitario del álbum *Donde quiero estar*

ÁLBUM Donde quiero estar	AÑO 2023	SELLO DISCOGRÁFICO Taste the Floor/Warner Music Spain
1. POSICIONAMIENTO DE MARCA		
Lugar en el mercado musical El álbum posiciona al artista como una de las figuras emergentes más relevantes de la música urbana es español, proyectando una imagen cercana y auténtica frente a propuestas orientadas al lujo, la extravagancia o a espectacularidad visual.		
☒ Autenticidad ☐ Glamour ☐ Canariedad ☒ Globalidad ☐ Rebeldía La portada prioriza la representación del artista mediante una imagen sencilla y reconocible. El uso de una fotografía limpia y un fondo transmite cercanía y autenticidad, mientras que el éxito internacional del álbum sitúa la propuesta dentro de un contexto global.		
2. PÚBLICO OBJETIVO		
Perfil demográfico Público entre jóvenes y adulto jóvenes, principalmente entre 16 y 35 años, consumidores habituales de música urbana y plataformas digitales	Perfil psicográfico Público que valora la autenticidad, la identificación con experiencias personales y una imagen menos artificial que la asociada tradicionalmente a las celebridades	
Mercado geográfico al que apunta Principalmente España y Latinoamérica, aunque con clara proyección internacional gracias a la difusión global de las plataformas de <i>streaming</i>		
3. MENSAJE CLAVE		
Mensaje visual principal La portada comunica la consolidación personal y profesional de un artista que ha alcanzado sus objetivos sin perder cercanía con su público		
Mensaje explícito Se observa un retrato de Quevedo sobre un fondo de cielo azul, con una composición sencilla centrada en su figura	Mensaje implícito La imagen transmite aspiración, crecimiento personal, tranquilidad y confianza en una nueva etapa de su trayectoria artística	
4. TONO COMUNICATIVO		
☒ Aspiracional ☒ Emocional ☐ Provocador ☒ Íntimo ☐ Épico ☐ Comercial ☐ Reivindicativo El tono de la portada utiliza recursos visuales sencillos para construir una comunicación emocional y cercana		
5. COHERENCIA CON LA IDENTIDAD DE MARCA		
Continuidad respecto a etapas anteriores Al tratarse de uno de los primeros trabajos de gran repercusión del artista, la portada funciona como punto de partida en la construcción visual de la marca de Quevedo	Coherencia interna del álbum La portada refleja adecuadamente los temas presentes en el álbum, relacionados con el éxito, la búsqueda personal, la reflexión y la consolidación profesional	
Valoración global de coherencia de marca Muy baja ☐ 1 ☐ 2 ☐ 3 ☒ 4 ☐ 5 Muy alta		
6. ADAPTACIÓN AL SOPORTE		
Soporte de distribución principal <i>Streaming</i> , redes sociales, plataformas digitales y edición física complementaria en CD	Legibilidad en miniatura Alta. El rostro ocupa gran parte de la composición y permite una identificación rápida incluso en formatos reducidos	
Impacto visual inmediato Medio – alto, aunque no usa recursos visuales llamativos o provocadores, destaca por su claridad, simplicidad y capacidad del reconocimiento	Adaptaciones a otros formatos La imagen se adapta fácilmente a redes sociales, campañas promocionales, plataformas de <i>streaming</i> , cartelera digital y material audiovisual asociado al lanzamiento	

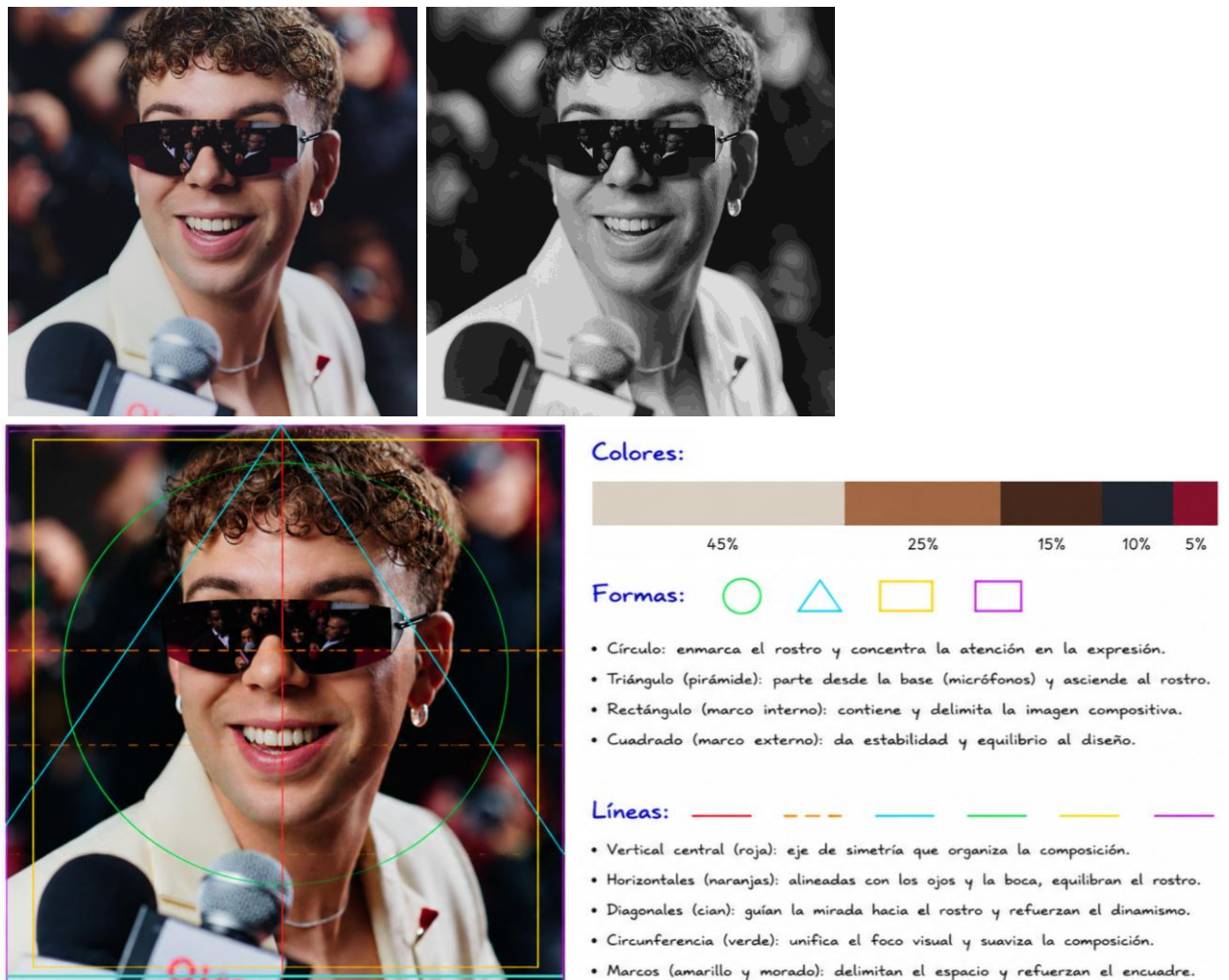
Nota: elaboración propia

4.2. Buenas noches (2024)

Tras un repentino parón lleno de reflexión, Quevedo surge de nuevo con *Buenas Noches* (Figura 8), un trabajo marcado por la introspección y la madurez personal. A través de canciones que abordan la presión de la fama, el éxito repentino, el desamor y la búsqueda de identidad, el artista ofrece una visión más personal de su experiencia dentro de la industria musical. Esta evolución también se refleja en la portada, donde el primer plano de gran impacto visual y las referencias a la cultura de la celebridad proyectan una imagen más segura y consolidada. No obstante, la propuesta mantiene ciertos rasgos de cercanía que conservan la coherencia de su marca artística. En su totalidad, la portada refuerza el reconocimiento público de Quevedo y evidencia la evolución de su identidad visual hacia una representación más mediática, acorde con su posición dentro de la música urbana contemporánea (Coca, 2024; Meana, 2024; Taste the Floor, s. f.; Tablas 15 y 16).

Figura 14

Análisis compositivo de la portada *Buenas noches*, 2024.



Nota: elaboración propia

Tabla 15. Ficha de análisis estético-formal del álbum *Buenas noches*

ÁLBUM Buenas noches	AÑO DE LANZAMIENTO 2024	SOPORTE ORIGINAL Digital (<i>streaming</i>) y edición física
DIRECCIÓN DE ARTE Estética mediática contemporánea vinculada a la cultura de la celebridad	FOTOGRAFÍA/ ILUSTRACIÓN Fotografía de estudio simulando una alfombra roja o rueda de prensa	ETAPA ARTÍSTICA Etapa de consolidación artística y crecimiento dentro de la exposición pública
1. COLOR		
Paleta cromática principal: Predominan tonos oscuros, negros y rojizos del fondo, combinando blancos y tonos de piel		Temperatura: Neutra-cálida, ya que el rostro aporta cercanía mientras que los tonos oscuros generan sofisticación y dramatismo
Contraste cromático: Alto, pues el rostro iluminado y la chaqueta blanca destacan frente al fondo desenfocado y oscuro		Simbolismo y connotaciones: La combinación de los colores oscuros, reflejos y elementos asociados a los medios de comunicación evoca reconocimiento público, éxito profesional y consolidación dentro de la industria musical
2. COMPOSICIÓN Y ENCUADRE		
Tipo de plano: Primer plano muy cercano		Punto focal: El rostro del artista constituye el principal centro de atención, reforzado por el uso de gafas oscuras que aportan personalidad y generan un elemento visual distintivo
Equilibrio y jerarquía visual: Todo el peso visual centrado en la figura del artista. Los elementos secundarios funcionan como apoyo narrativo sin competir con el protagonista		Uso del espacio: El fondo desenfocado reduce la información contextual dirige completamente la atención hacia el protagonista
Aplicación de regla de tercios u otras reglas compositivas: La composición se organiza alrededor del rostro y la línea de visión, utilizando la proximidad del encuadre para reforzar la conexión visual con el espectador		
3. ILUMINACIÓN		
Tipo de luz: Iluminación artificial propia de la fotografía promocional y mediática		Dirección: La luz frontal y lateral suave, destacando los rasgos faciales
Atmósfera generada: Con la iluminación, la portada transmite una sensación de exposición pública, reconocimiento y cercanía, combinando la espontaneidad del momento con una construcción visual claramente controlada		Función narrativa: Con este tipo de luz y el con el contexto mediático que sugiere, representar una etapa de consolidación profesional, reforzando la idea de éxito y visibilidad
4. REPRESENTACIÓN DEL ARTISTA		
Pose y lenguaje corporal: La expresión sonriente y relajada proyecta confianza y accesibilidad, alejándose de códigos visuales excesivamente performativos		Mirada: Las gafas ocultan parcialmente la mirada, introduciendo una cierta distancia simbólica que refuerza la imagen de celebridad sin romper la cercanía general de la composición
Vestuario y caracterización: La combinación de chaqueta clara y accesorios contemporáneos construye una imagen elegante pero accesible, alineada con la estética actual de la música urbana		Construcción de género: Se representa una masculinidad moderna basada en la seguridad, el éxito profesional y la naturalidad, más allá de la ostentación o la confrontación
5. REFERENTES VISUALES Y CONTEXTO CULTURAL		
Corrientes artísticas o culturales evocadas: La portada mantiene referencias de fotografías de celebridades, la cultura pop contemporánea los códigos visuales asociados a las alfombras rojas y los medios de comunicación		
Tendencias visuales del periodo: La imagen se alinea con las estrategias visuales actuales de la música urbana, donde la construcción de la figura pública del artista forma parte esencial de su identidad de marca		

Nota: elaboración propia

Tabla 16. Ficha de análisis publicitario del álbum *Buenas noches*

ÁLBUM Buenas noches	AÑO 2024	SELLO DISCOGRÁFICO Taste the Floor/Warner Music Spain
1. POSICIONAMIENTO DE MARCA		
Lugar en el mercado musical: El álbum posiciona a Quevedo como una figura ya consolidada dentro de la música urbana en español. A diferencia de Donde quiero estar, donde predomina una imagen introspectiva, esta portada lo presenta como un artista plenamente integrado en el círculo mediático y cultural contemporáneo		
☐ Autenticidad ☒ Glamour ☐ Canariedad ☒ Globalidad ☒ Rebeldía La portada combina elementos asociados a la fama y la exposición pública con una actitud cercana y natural. Esta dualidad permite reforzar tanto la dimensión aspiracional de la marca como la sensación de autenticidad que caracteriza la imagen pública de Quevedo.		
2. PÚBLICO OBJETIVO		
Perfil demográfico: Principalmente jóvenes y adulto jóvenes de entre 16 y 35 años, consumidores habituales de música urbana, plataformas digitales y cultura audiovisual contemporánea		Perfil psicográfico: Conecta con perfiles que valoran la autenticidad, el éxito profesional, la identificación con referentes generacional y el consumo de contenidos vinculados a tendencias digitales y musicales actuales
Mercado geográfico al que apunta La propuesta se dirige principalmente al mercado hispanohablante, especialmente España y Latinoamérica, aunque su estética responde a códigos visuales fácilmente reconocibles en un contexto global		
3. MENSAJE CLAVE		
Mensaje visual principal La portada comunica la consolidación de Quevedo como una figura pública reconocida y plenamente establecida dentro de la industria musical contemporánea		
Mensaje explícito Se observa al artista sonriendo ante micrófonos y cámaras, siendo el centro de atención, en un entorno que recuerda a una rueda de prensa o alfombra roja		Mensaje implícito La imagen transmite notoriedad, reconocimiento profesional y adaptación a la exposición mediática, sugiriendo que el artista ha alcanzado una nueva etapa de madurez dentro de su trayectoria
4. TONO COMUNICATIVO		
☐ Aspiracional ☐ Emocional ☒ Provocador ☐ Íntimo ☒ Épico ☒ Comercial ☐ Reivindicativo La portada usa códigos asociados al éxito y la visibilidad pública, pero evita una representación excesivamente ostentosa. El resultado es un tono aspiracional, seguro y cercano que favorece la identificación del público con la figura del artista		
5. COHERENCIA CON LA IDENTIDAD DE MARCA		
Continuidad respecto a etapas anteriores Existe un salto importante con respecto al anterior disco, pues incorpora una representación más segura y vinculada a la fama y la dimensión pública de la carrera del artista. Aunque mantiene la cercanía visual		Coherencia interna del álbum La propuesta es coherente con una etapa de consolidación profesional, reflejando el crecimiento de la popularidad de Quevedo y su presencia cada vez más relevante en el panorama musical
Valoración global de coherencia de marca Muy baja ☐ 1 ☐ 2 ☐ 3 ☐ 4 ☒ 5 Muy alta		
6. ADAPTACIÓN AL SOPORTE		
SopORTE de distribución principal Plataformas de <i>streaming</i> , redes sociales, campañas promocionales digitales y ediciones físicas complementarias		Legibilidad en miniatura Muy alta. El encuadre cercano y el protagonismo absoluto del rostro facilitan el reconocimiento inmediato incluso en formatos reducidos
Impacto visual inmediato Alto, ya que la sonrisa, las gafas oscuras y la presencia de elementos mediáticos captan la atención y permitan identificar el contexto narrativo de la imagen		Adaptaciones a otros formatos La composición funciona muy bien en redes sociales, campañas promocionales, materiales audiovisuales y formatos publicitarios digitales, manteniendo una identidad visual consistente

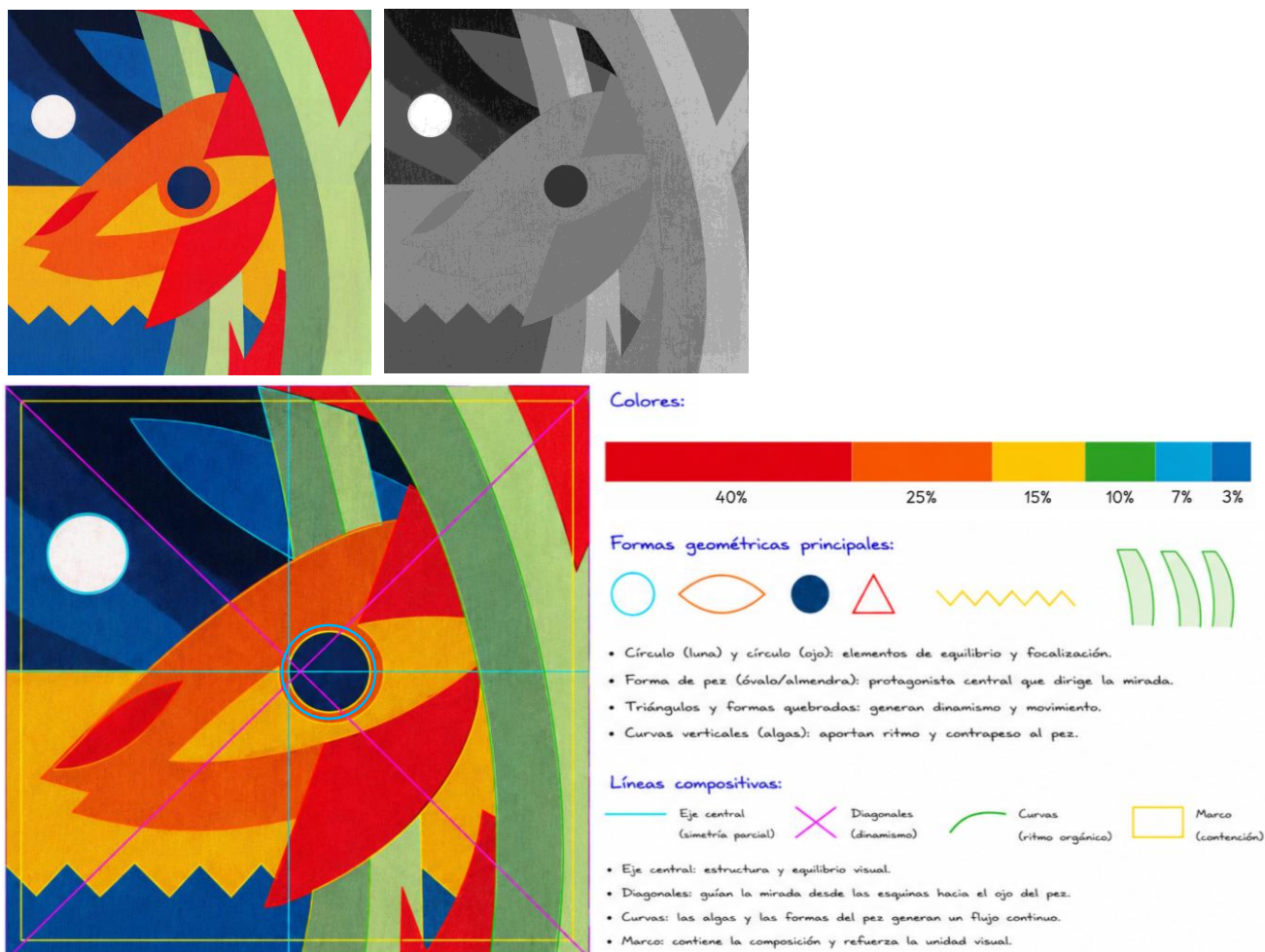
Nota: elaboración propia

4.3. El Baifo (2026)

El Baifo (Figura 9) se presenta como una reafirmación de la identidad de Quevedo y un homenaje claro a sus raíces canarias. A través de referencias culturales, geográficas y lingüísticas del archipiélago, el álbum combina el carácter festivo de la música urbana con reflexiones sobre la madurez artística, el éxito y el sentido de pertenencia. Esta dimensión identitaria se refuerza en la portada mediante una propuesta ilustrada que sustituye la imagen fotográfica del artista, vista en sus anteriores trabajos, por un lenguaje visual más simbólico y conceptual. La composición geométrica, la paleta cromática vibrante y los elementos vinculados al imaginario canario construyen un discurso centrado en el origen y la conexión con el territorio. Asimismo, la portada contribuye a diferenciar la marca artística de Quevedo dentro de la música urbana contemporánea, fortaleciendo su identidad visual y su vínculo emocional con el público (Martín Larios, 2026; Rabal, 2026; Zavala, 2026; Tablas 17 y 18).

Figura 15

Análisis compositivo de la portada *El Baifo*, 2026.



Nota: elaboración propia

Tabla 17. Ficha de análisis estético-formal del álbum *El Baifo*

ÁLBUM EL BAIFO	AÑO DE LANZAMIENTO 2026	SOPORTE ORIGINAL <i>Digital/streaming</i>
DIRECCIÓN DE ARTE Ilustración simbólica inspirada en referentes canarios	FOTOGRAFÍA / ILUSTRACIÓN Ilustración geométrica de estilo contemporáneo	ETAPA ARTÍSTICA Etapa de madurez artística y reafirmación identitaria
1. COLOR		
Paleta cromática principal: colores primarios y secundarios muy saturados: rojo, naranja, amarillo, azul y verde.		Temperatura: Cálida. Los tonos rojos, amarillos y naranjas dominan la composición, aportando energía, vitalidad y fuerza, equilibrados por la presencia del azul nocturno del fondo
Contraste cromático: Muy alto, ya que la posición entre colores cálidos y fríos crea una dinámica que capta la atención de manera inmediata		Simbolismo y connotaciones: Los colores evocan paisajes, luz y tradiciones asociadas a la canariedad. La intensidad cromática transmite vitalidad, energía y singularidad visual, mientras que la representación del baifo —animal emblemático de la cultura canaria— rinde homenaje a las raíces y al origen del artista
2. COMPOSICIÓN Y ENCUADRE		
Tipo de plano: Composición ilustrada sin representación fotográfica del artista		Punto focal: La cabeza del baifo ocupa el centro visual de la imagen y actúa como principal elemento de identificación
Equilibrio y jerarquía visual La composición es equilibrada, basada en grandes formas geométricas que distribuyen el peso visual de manera uniforme		Uso del espacio La superficie se encuentra ampliamente ocupada por elementos gráficos, aunque la organización clara de formas y colores evita la sensación de saturación
Aplicación de regla de tercios u otras reglas compositivas: La portada se articula mediante diagonales y formas geométricas simplificadas que dirigen la mirada hacia la figura central y favorecen una lectura visual rápida		
3. ILUMINACIÓN		
Tipo de luz: Iluminación representada de forma simbólica a través del uso del color, sin una fuente lumínica realista		Dirección: En este caso no existe una dirección lumínica definida, la imagen responde a un lenguaje gráfico e ilustración
Atmósfera generada: Alegórica, cultural y evocadora		Función narrativa: La ausencia de realismo refuerza el carácter simbólico de la portada y desplaza la atención desde la figura del artista hacia la construcción de un universo visual propio
4. REPRESENTACIÓN DEL ARTISTA		
Pose y lenguaje corporal: El artista no aparece representado físicamente, siendo sustituido por la figura del baifo		Mirada: La mirada del baifo se dirige lateralmente, generando sensación de movimiento y proyección
Vestuario y caracterización: No existe caracterización humana. La identidad se construye a través de elementos simbólicos y culturales, como la flora local		Construcción de género: La portada abandona la representación corporal del artista, priorizando una construcción identitaria basada en el territorio, la cultura y los simbolismos canarios
5. REFERENTES VISUALES Y CONTEXTO CULTURAL		
Corrientes artísticas o culturales evocadas: Ilustración contemporánea creada por el artista visual canario Capi Cabrera, un diseño gráfico geométrico característico del estilo del artista César Manrique, acompañada del arte popular y simbolismos vinculados a la identidad canaria		
Tendencias visuales del periodo: La imagen conecta con tendencias actuales que buscan construir universos visuales propios mediante simbolismos reconocibles y narrativas culturales diferenciadores		

Nota: elaboración propia

Tabla 18. Ficha de análisis publicitario del álbum *El Baifo*

ÁLBUM EL BAIFO	AÑO 2026	SELLO DISCOGRÁFICO Taste the Floor/Warner Music Spain
1. POSICIONAMIENTO DE MARCA		
Lugar en el mercado musical El álbum posiciona a Quevedo como un artista consolidado que apuesta por reforzar elementos identitarios propios, diferenciándose mediante referencias culturales vinculadas a Canarias		
☒ Autenticidad ☐ Glamour ☒ Canariedad ☐ Globalidad ☒ Rebeldía La portada omite la imagen del artista para representarse a través de un símbolo cultural reconocible en la cultura canaria, reforzando una propuesta basada en la identidad y la singularidad frente a modelos visuales más estandarizados		
2. PÚBLICO OBJETIVO		
Perfil demográfico Jóvenes y adulto jóvenes consumidores de música urbana, pop y cultura digital contemporánea	Perfil psicográfico Público que valora la autenticidad, la conexión con las raíces culturales y las propuestas visuales diferenciadas dentro del mercado musical	
Mercado geográfico al que apunta Mercado internacional, con especial énfasis en España, Latinoamérica y el público canario como elemento identitario diferencial		
3. MENSAJE CLAVE		
Mensaje visual principal La portada comunica una reafirmación de identidad cultural y personal del artista como elemento central		
Mensaje explícito Se observa una ilustración estilizada de un baifo integrada en un paisaje visual de carácter simbólico	Mensaje implícito La imagen sugiere arraigo, autenticidad y orgullo por el origen cultural del artista	
4. TONO COMUNICATIVO		
☒ Aspiracional ☒ Emocional ☐ Provocador ☒ Íntimo ☐ Épico ☐ Comercial ☒ Reivindicativo La comunicación se apoya en valores culturales y emocionales más que en elementos asociados a la fama o la exposición pública, reforzando una conexión simbólica con la audiencia		
5. COHERENCIA CON LA IDENTIDAD DE MARCA		
Continuidad respecto a etapas anteriores Rompe la imagen previa al introducir una representación más conceptual y culturalmente marcada, pero mantienen la búsqueda de autenticidad presente en anteriores álbumes	Coherencia interna del álbum La portada anticipa una etapa de madurez artística en la que le origen y la identidad cultural adquieren mayor protagonismo dentro del discurso visual del artista	
Valoración global de coherencia de marca Muy baja ☐ 1 ☐ 2 ☐ 3 ☐ 4 ☒ 5 Muy alta		
6. ADAPTACIÓN AL SOPORTE		
Soporte de distribución principal Streaming, redes sociales, plataformas digitales y material promocional	Legibilidad en miniatura Muy alta: la simplicidad geométrica y el uso de colores contrastados facilitan el reconocimiento de la portada	
Impacto visual inmediato Alto: la ausencia de fotografía y el uso de una ilustración llamativa favorecen a la diferenciación dentro de plataformas saturadas de imágenes similares	Adaptaciones a otros formatos La imagen se usó principalmente para redes sociales, animaciones y piezas audiovisuales, hasta el momento	

Nota: elaboración propia

5. Síntesis del análisis:

A modo de síntesis del análisis anterior de cada una de las portadas de los artistas, se han realizado dos tablas para cada uno que reflejan los criterios analizados. A continuación, se muestra el resultado de dichas tablas junto con una explicación en profundidad para mayor comprensión:

Tabla 19. Análisis estético-formal de la discografía de Shakira

Dimensión	Pies Descalzos (1995)	¿Dónde están los ladrones? (1998)	Servicio de Lavandería (2001)	Loba (2009)	El Dorado (2017)	Etapas digital Las Mujeres Ya No Lloran (2024.)
1. COLOR						
Paleta cromática	Marrones, ocre y tonos tierra	Rojo ladrillo, fucsia, marrón tierra y negro	Blanco crema, tonos cálidos y negro	Azul, turquesa, negro y contrastes metálicos	Dorado, beige, blanco roto	Beige rosado, plateado y tonos luminosos
Temperatura	Cálida	Neutra-cálida	Cálida	Fría	Cálida	Neutra-fría
Contraste	Medio	Medio-alto	Bajo-medio	Alto	Medio	Medio-alto
Simbolismo	Conexión con la tierra, naturalidad y estética latinoamericana a noventa	Dualidad entre inocencia y rebeldía, referencias al caos emocional y transición identitaria	Crossover latino-anglosajón	Animalidad instintiva y empoderamiento femenino	Referencias al oro como símbolo de valor, éxito y raíces latinas	Vulnerabilidad emocional, resiliencia femenina y estética del brillo como metáfora de transformación emocional
2. TIPOGRAFÍA						
Familia tipográfica	Serif/manual con apariencia artesanal	Serif estilizada y elegante	Sans-serif limpia y minimalista	Sans-serif moderna y geométrica	Serif elegante y refinada	Sans-serif minimalista y digital
Valores transmitidos	Cercanía, autenticidad y espontaneidad	Madurez y sofisticación	Internacionalización, accesibilidad	Modernidad, sensualidad y estética pop global	Prestigio, consolidación y sofisticación latina	Sofisticación. claridad y contemporaneidad
Integración imagen-texto	El texto acompaña a la imagen sin dominarla	Integración equilibrada entre imagen y tipografía	Predominio de la imagen sobre el texto	Integración estratégica y altamente comercial	Relación armónica y elegante	El texto funciona como complemento discreto frente al protagonismo absoluto de la imagen del rostro
3. COMPOSICIÓN Y ENCUADRE						
Tipo de plano	Plano medio	Primer plano	Plano medio/cuerpo parcial	Plano general y pose performativa	Primer plano	Primer plano
Punto focal	Rostro y mirada	Rostro y cabello	Figura corporal y expresión de la cara	Cuerpo y la postura	Rostro y expresión serena	Mirada y lágrima cristalizada
Equilibrio	Composición equilibrada y sencilla	Equilibrio asimétrico moderado	Composición limpia y centrada	Composición dinámica y tensionada	Simetría y orden visual	Composición centralizada y controlada

Dimensión	Pies Descalzos (1995)	¿Dónde están los ladrones? (1998)	Servicio de Lavandería (2001)	Loba (2009)	El Dorado (2017)	Etapa digital Las Mujeres Ya No Lloran (2024.)
Uso del espacio	Espacio negativo moderado	Mayor densidad visual	Espacios abiertos y minimalistas	Saturación visual controlada	Espacio limpio y elegante	Saturación del rostro reducción del fondo
4. ILUMINACIÓN						
Tipo y dirección	Luz natural y frontal suave	Luz de estudio con contrastes moderados	Iluminación cálida y difusa	Iluminación artificial y contrastada	Luz suave y envolvente	Iluminación frontal suave y altamente retocada
Atmósfera generada	Cercana e íntima	Misteriosa y reflexiva	Comercial y accesible	Dramática, sensual y performativa	Elegante y luminosa	Emotiva, íntima y artificialmente idealizada
5. REPRESENTACIÓN DEL ARTISTA						
Pose y lenguaje corporal	Natural y relajada	Más expresiva y desafiante	Sensual pero contenida	Corporalidad performativa y animalizada	Serena y segura	Vulnerabilidad emocional controlada
Mirada	Directa y cercana	Interpelativa e intensa	Suave y accesible	Provocadora y dominante	Segura y tranquila	Melancólica y reflexiva
Vestuario y caracterización	Estética juvenil y alternativa	Imagen más oscura y sofisticada	Glamour comercial internacional	Estilización extrema y estética pop	Elegancia cálida y refinada	Minimalismo estético y belleza sobre producida
Construcción de género	Feminidad natural y espontánea	Feminidad globalizada y sensual	Feminidad globaliza y sensual	Empoderamiento corporal y sexualización estratégica	Feminidad madura y consolidada	Vulnerabilidad emocional como fortaleza identitaria
6. REFERENTES VISUALES						
Corrientes evocadas	Estética alternativa noventera y fotografía naturalista	Pop-rock latino de finales de los 90	Pop comercial estadounidense de principios de los 2000	Estética pop-electrónica y moda editorial	Fotografía glam y estética tropical refinada	Fotografía beauty de alta edición y estética emocional digital
Relación con su época	Representativa del pop latino alternativo	Cercana la profesionalidad visual del pop latino	Adaptada al crossover latino-anglosajón	Vinculada a la hipersexualización del pop femenino de finales de los 2000	Alineada con el consumo visual de plataformas streaming	Diseñada para la circulación en redes sociales y consumo móvil, ya que hay varias versiones de la misma portada
SÍNTESIS ESTÉTICA						
Valoración global	Imagen orgánica y vinculada al pop-rock latino de los 90	Mayor control visual y transición hacia una imagen más comercial	Consolidación del lenguaje visual internacional	Máxima estilización visual y enfoque performativo	Estética limpia centrada en la elegancia y reconocimiento de marca	Imagen emocionalmente directa adaptada al entorno digital
Cambios respecto a etapa anterior	Punto de partida identitario	Introduce mayor sofisticación visual	Reducción de rasgos alternativos y adaptación internacional	Cambio radical hacia códigos pop comerciales	Disminución de teatralidad y simplificación formal	Predominio de la emoción facial compositiva.

Nota: elaboración propia

A partir de *¿Dónde están los ladrones?* (1998), las composiciones se vuelven más elaboradas y expresivas, con un mayor protagonismo del color, la iluminación y la pose. A diferencia de sus primeras portadas, caracterizadas por composiciones sencillas, y la representación orgánica de la artista. Esta transformación se acentúa en *Servicio de Lavandería* (2001), donde la estética se adapta a los códigos del mercado anglosajón mediante diseños más limpios, tipografías minimalistas y una representación más comercial de la artista.

En *Loba* (2009), la imagen alcanza uno de sus momentos más estilizados, con contrastes marcados, iluminación artificial y una puesta en escena cercana a la moda editorial y al pop internacional. Posteriormente, *El Dorado* (2017) reduce esta teatralidad y apuesta por una imagen más elegante y equilibrada. Esta simplificación continúa en *Las mujeres ya no lloran* (2024), donde la portada se centra en el rostro de la artista y emplea recursos propios de la fotografía digital contemporánea, favoreciendo una lectura rápida en entornos digitales.

Todas las portadas en su conjunto, reflejan el paso de una estética natural y cercana a una representación cada vez más estilizada y adaptada a las dinámicas visuales de la industria musical global y las plataformas digitales (Tabla 19).

Tabla 20. Análisis publicitario de la discografía de Shakira

Dimensión	Pies Descalzos (1995)	¿Dónde están los ladrones? (1998)	Servicio de Lavandería (2001)	Loba (2009)	El Dorado (2017)	Etapas digital (2020–act.)
1. POSICIONAMIENTO DE MARCA						
Lugar en el mercado	Pop-rock latino alternativo	Consolidación en el mercado latino	Expansión al mercado global	Pop internacional mainstream	Pop latino global urbano	Artista global hipermediática
Valores de marca	Naturalidad, rebeldía y autenticidad	Intensidad emocional y madurez con mezcla latina y libanesa	Versatilidad, accesibilidad e internacional	Sensualidad, liberación femenina, autonomía e independencia	Latinidad, resiliencia y glamour	Resiliencia emocional, empoderamiento y transformación personal
Diferenciación visual	Imagen juvenil y poco artificial	Mayor dramatismo visual	Cambio de registro e imagen con una estética más limpia y global	Imagen altamente performativa	Sofisticación visual simplificada	Primer plano emocional de alto impacto
2. PÚBLICO OBJETIVO						
Perfil demográfico	Público joven latinoamericano	Jóvenes adultos y jóvenes	Público internacional amplio	Consumidor global de pop comercial	Principalmente de Latinoamérica, España y Estados Unidos	Audiencia digital y multiplataforma
Perfil psicográfico	Identificación emocional y espíritu alternativo	Intensidad afectiva y rebeldía	Aspiración internacional y mainstream	Consumo aspiracional y cultura pop	Nostalgia y conexión emocional	Empatía emocional y cultura viral
Mercado geográfico	Latinoamérica	Mercado latino consolidado	Estados Unidos y el mercado global	Mercado pop internacional	Streaming global	Ecosistema digital global
3. MENSAJE CLAVE						
Mensaje visual principal	Autenticidad y origen artístico	Conflicto emocional y transformación	Nueva identidad internacional	Instinto, empoderamiento y sensualidad	El renacer de la leyenda y el reencuentro con la latinidad	Dolor transformado en fortaleza
Denotación	Retrato natural de la artista	Imagen seria y expresiva	Perfil de la artista con mirada profunda	Representación corporal escénica	Retrato elegante y luminoso	Primer plano del rostro con lágrimas cristalizadas
Connotación	Cercanía y sinceridad	Tensión emocional y evolución	Misterio y accesibilidad	Animalidad y empoderamiento	Reconocimiento y estabilidad	Vulnerabilidad convertida en símbolo
4. TONO COMUNICATIVO						
Tono predominante	Íntimo y espontáneo	Reflexivo y emocional	Comercial y accesible	Provocador y espectacular	Sereno y elegante	Emotivo y confesional a modo de desahogo
Justificación	Coherente con su etapa inicial porque está comenzando a formar su identidad	Refuerza la transición artística	Facilita la internacionalización	Busca impacto visual y mediático	Proyecta estabilidad de marca	Conecta con su narrativa personal reciente
5. COHERENCIA DE MARCA						

Dimensión	Pies Descalzos (1995)	¿Dónde están los ladrones? (1998)	Servicio de Lavandería (2001)	Loba (2009)	El Dorado (2017)	Etapas digital (2020–act.)
Continuidad con etapas anteriores	Punto de partida identitario	Evolución estética, pero moderada manteniendo aún la construcción de identidad	Cambio hacia códigos globales	Ruptura visual significativa	Recupera sobriedad visual	Mantiene simplificación compositiva
Coherencia interna del álbum	Relación coherente entre imagen y contenido	Correspondencia emocional	Imagen alineada al crossover musical	Coherencia con la estética electrónica	Une la imagen con el concepto del disco	Hay una relación directa con el discurso mediático
Valoración (1–5)	Coherencia alta (5)	Coherencia alta (4)	Alta eficacia internacional (5)	Gran impacto visual (5)	Alta, con identidad visual consolidada (5)	Alta eficacia (5)
6. ADAPTACIÓN AL SOPORTE						
Suporte principal	CD en formato físico	CD y medios impresos	CD y MTV	Streaming inicial y plataformas digitales	Streaming y redes sociales	Plataformas digitales y redes sociales
Legibilidad en miniatura	Media	Media	Alta	Alta	Alta	Muy alta
Impacto visual inmediato	Moderado	Medio-alto	Alto	Muy alto	Alto	Muy alta
SÍNTESIS PUBLICITARIA						
Eficacia comunicativa	Si, construye su identidad inicial, dándose a conocer	Posicionamiento latino consolidado	Si, ya que tuvo una gran expansión global	Genera una fuerte diferenciación visual	Si, ya que refuerza el reconocimiento de marca	Si, hay máxima conexión emocional con el público
Aportación a la marca	Define su personalidad artística	Refuerza la madurez visual	Construye una imagen internacional	Potencia iconografía pop	Consolida el reconocimiento de la marca	Integra narrativa emocional, conexión con su público y viralidad

Nota: elaboración propia

En sus primeras etapas, las portadas proyectan una imagen basada en la autenticidad y la cercanía, orientada a diferenciarse dentro del pop latino. Pero *Laundry Service* (2001), la comunicación visual se adapta a los códigos del pop internacional mediante imágenes más limpias, accesibles y reconocibles. Esta estrategia alcanza uno de sus puntos más evidentes en *She Wolf* (2009), donde la provocación visual y el impacto estético se convierten en elementos centrales de la promoción. En sus trabajos más recientes, especialmente *El Dorado* (2017) y *Las Mujeres Ya No Lloran* (2024), la imagen se orienta hacia la conexión emocional y el consumo digital. Las portadas buscan generar impacto inmediato, favorecer la identificación del público y reforzar la narrativa personal de la artista. De este modo, dejan de funcionar únicamente como presentación del álbum para convertirse también en herramientas de posicionamiento de marca y comunicación mediática (Tabla 20).

Tabla 21. Análisis estético-formal de la discografía de Quevedo

Dimensión	DONDE QUIERO ESTAR (2023)	BUENAS NOCHES (2024)	EL BAIFO (2026)
1. COLOR			
Paleta cromática	Azules suaves, grises y tonos piel	Negros, blancos, tonos piel y reflejos rojizos	Rojo, naranja, amarillo, azul y verde saturados
Temperatura	Fría y neutra	Neutra-cálida	Cálida
Contraste	Medio	Alto	Muy alto
Simbolismo	Aspiración, crecimiento personal y búsqueda de objetivos	Éxito, notoriedad pública y consolidación profesional	Identidad canaria, arraigo cultural y orgullo por el origen
2. COMPOSICIÓN Y ENCUADRE			
Tipo de plano	Primer plano	Primer plano muy cercano	Composición ilustrada simbólica
Punto focal	Rostro y mirada	Rostro y gafas de sol	Figura central del baifo
Equilibrio	Composición simétrica y estable	Predominio absoluto de la figura del artista	Equilibrio geométrico mediante figuras gráficas
Uso del espacio	Amplio espacio negativo y fondo despejado	Fondo desenfocado con atención centrada en el artista	Alta ocupación visual organizada mediante formas geométricas
3. ILUMINACIÓN			
Tipo y dirección	Luz frontal suave y difusa	Luz artificial frontal propia de fotografía promocional	Iluminación simbólica representada mediante el color
Atmósfera generada	Reflexiva y cercana	Mediática y dinámica	Cultural, alegórica y evocadora
4. REPRESENTACIÓN DEL ARTISTA			
Pose y lenguaje corporal	Relajada y natural	Segura, sonriente y accesible	El artista no aparece representado físicamente
Mirada	Fuera de campo, contemplativa	Parcialmente oculta por las gafas	Mirada lateral del símbolo animal
Vestuario y caracterización	Sudadera casual asociada a la autenticidad urbana	Chaqueta blanca y accesorios contemporáneos	Sustitución del artista por elementos simbólicos
Construcción de género	Masculinidad natural y emocionalmente contenida	Masculinidad segura vinculada al éxito profesional	Identidad construida desde símbolos culturales más que desde el cuerpo
5. REFERENTES VISUALES			
Corrientes evocadas	Fotografía promocional minimalista contemporánea	Cultura de la celebridad y fotografía mediática	Ilustración geométrica y simbolismo cultural canario
Relación con su época	Representativa de la estética digital de la música urbana	Vinculada a la exposición mediática propia de las redes sociales y el <i>streaming</i>	Tendencia actual hacia universos visuales propios e identidades culturales diferenciadas
SÍNTESIS ESTÉTICA			
Valoración global	Construcción de una identidad basada en la cercanía, autenticidad y proyección personal	Consolidación de una imagen pública asociada al éxito y la notoriedad	Reafirmación de una identidad visual propia mediante símbolos culturales y territoriales
Cambios respecto a etapa anterior	Punto de partida identitario	Evolución hacia una representación más pública y mediática	Ruptura con la fotografía tradicional y fortaleciendo el componente identitario cultural

Nota: elaboración propia

Donde quiero estar construye una imagen basada en la cercanía, la introspección y la autenticidad mediante una estética minimalista y una representación directa del artista. En *Buenas noches*, la composición incorpora elementos asociados a la fama y la exposición mediática, proyectando una imagen más pública y consolidada. Con la portada de *El Baifo* hay una brecha significativa al sustituir la fotografía por una ilustración simbólica inspirada en la cultura canaria, reforzando la identidad territorial y la diferenciación visual. Todas las portadas en conjunto, muestran una transición desde la representación personal hacia una construcción identitaria más conceptual y simbólica, manteniendo la coherencia de marca a lo largo de toda la trayectoria analizada (Tabla 21).

Tabla 22. Análisis publicitario de la discografía de Quevedo

Dimensión	Pies Descalzos (1995)	¿Dónde están los ladrones? (1998)	Laundry Service (2001)
1. POSICIONAMIENTO DE MARCA			
Lugar en el mercado	Consolidación como nueva figura de la música urbana	Artista consolidado con reconocimiento mediático internacional	Artista consolidado que refuerza una identidad cultural propia
Valores de marca	Autenticidad, cercanía, juventud y aspiración	Éxito, notoriedad, cercanía y proyección global	Autenticidad, identidad cultural, diferenciación y madurez
Diferenciación visual	Imagen minimalista centrada en la persona	Estética asociada a la fama y la exposición pública	Uso de símbolos culturales en lugar de la imagen del artista
2. PÚBLICO OBJETIVO			
Perfil demográfico	Jóvenes y adultos jóvenes consumidores de música urbana	Jóvenes adultos y jóvenes con interés en la música urbana	Público joven y adultos interesado en música urbana e identidad cultural
Perfil psicográfico	Búsqueda de autenticidad, identificación y crecimiento personal	Aspiración al éxito, reconocimiento y conexión generacional	Valoración de la autenticidad, las raíces y la diferenciación cultural
Mercado geográfico	España y Latinoamérica	Mercado hispanohablante global	Mercado internacional con especial conexión con Canarias y el ámbito hispanohablante
3. MENSAJE CLAVE			
Mensaje visual principal	Crecimiento personal y consolidación artística	Reconocimiento público y éxito profesional	Reafirmación de la identidad cultural y del origen
Denotación	Retrato de Quevedo sobre un fondo de cielo y nubes	Quevedo ante micrófonos y fotógrafos en un entorno mediático	Ilustración geométrica de un baifo en un paisaje simbólico
Connotación	Aspiración, reflexión y búsqueda de objetivos	Fama, notoriedad y consolidación	Arraigo, pertenencia y orgullo por las raíces canarias
4. TONO COMUNICATIVO			
Tono predominante	Aspiracional, íntimo y emocional	Aspiracional, comercial y emocional	Emocional, identitario y simbólico
Justificación	Refuerza la conexión personal con el público y la construcción inicial de marca	Proyecta una imagen pública consolidada sin perder cercanía	Comunica valores culturales y emocionales mediante símbolos visuales
5. COHERENCIA DE MARCA			
Continuidad con etapas anteriores	Punto de partida identitario	Evolución hacia una dimensión más pública y mediática	Profundización en la autenticidad mediante referencias culturales
Coherencia interna del álbum	Relación entre crecimiento personal e imagen visual	Correspondencia entre reconocimiento profesional y propuesta visual	Relación entre identidad cultural y construcción visual del álbum
Valoración (1–5)	Coherencia alta (5)	Coherencia alta (5)	Alta eficacia internacional (5)
6. ADAPTACIÓN AL SOPORTE			
SopORTE principal	<i>Streaming</i> , redes sociales y edición en físico	<i>Streaming</i> , redes sociales y edición en físico	<i>Streaming</i> , redes sociales y material promocional, hasta el momento

Legibilidad en miniatura	Alta	Muy alta	Muy alta
Impacto visual inmediato	Moderado	Alto	Muy alto

SÍNTESIS PUBLICITARIA			
Eficacia comunicativa	Si, construye una identidad reconocible basada en la autenticidad y la cercanía	Refuerza el posicionamiento como figura consolidada de la música urbana	Si, ya que potencia la diferenciación mediante una identidad visual única y culturalmente significativa
Aportación a la marca	Establece los valores fundamentales de la marca artística	Amplía su dimensión pública y mediática de la identidad	Consolida una identidad propia vinculada al origen y a la cultura canaria

Nota: elaboración propia

Visto desde el panorama publicitario, en su primer disco, *Donde quiero estar*, establece una identidad basada en la cercanía y el crecimiento personal, funcionando como punto de partida de su posicionamiento artístico. Tras este, con *Buenas noches*, amplía esta construcción mediante una imagen asociada a la fama, el reconocimiento público y la consolidación profesional, reforzando su dimensión mediática. Y, por último, con *El Baifo*, introduce una estrategia de diferenciación basada en la identidad cultural, sustituyendo la representación directa del artista por símbolos vinculados a Canarias. De esta manera, las portadas evidencian una evolución desde la construcción de marca personal hacia una identidad más compleja y simbólica, manteniendo la coherencia comunicativa y fortaleciendo el posicionamiento de Quevedo dentro de la industria musical contemporánea (Tabla 22).

6. Conclusiones

Aunque ambos artistas pertenecen a contextos musicales diferentes, la comparación por contraste entre Shakira y Quevedo permite observar cómo la evolución de la industria musical ha transformado las estrategias de construcción de identidad visual y comunicación de marca.

Desde el punto de vista generacional, Shakira desarrolla gran parte de su carrera en un contexto dominado por la industria discográfica tradicional. Sus primeras portadas fueron concebidas para soportes físicos como el CD o el vinilo, donde la imagen debía funcionar como objeto tangible y acompañar la experiencia material del producto musical. Por el contrario, tenemos el caso de la trayectoria de Quevedo, que se ha desarrollado en la era digital, donde las portadas están diseñadas para ser consumidas principalmente a través de plataformas de streaming y redes sociales, priorizando la inmediatez visual y la adaptación a formatos reducidos.

Esta diferencia tecnológica condiciona a su vez las estrategias comunicativas. En el caso de Shakira, se observa una evolución basada en la transformación constante de su imagen pública, pasando de una estética volcada en el rock latino de los años noventa, como vemos sobre todo en los resultados de las tablas 19 y 20, a cambios de estilo musical y una progresiva internacionalización. Sus portadas reflejan procesos de reinención artística, cambios de estilo musical y una progresiva internacionalización. En cambio, Quevedo construye una identidad más compacta y coherente desde sus inicios, orientada a reforzar valores de autenticidad, cercanía y pertenencia generacional (Tablas 21, 22).

La representación de género también es una diferencia a destacar, pues en las portadas de Shakira, como *Servicio de Lavandería* o *Loba*, vemos que a medida que avanza en su trayectoria, la feminidad se convierte en un elemento estratégico, combinando atributos como sensualidad, deseo y erotismo a través de la exhibición del cuerpo de la artista (Tabla 19). Esta evolución refleja las tensiones existentes entre la construcción de una identidad artística propia y las exigencias comerciales de una industria históricamente marcada por la representación de las mujeres. (Beltrán-Bustos et al., 2018).

Pasa todo lo contrario en las portadas de Quevedo, donde se proyecta una masculinidad más contenida y menos basada en la exhibición corporal. En *Donde quiero estar*, predomina una imagen cercana e introspectiva; mientras que en *Buenas noches* aparece una masculinidad asociada al reconocimiento público y al éxito profesional, pero en estas dos portadas mencionadas solo se ve el rostro del artista en su mayoría. Esta evolución muestra una tendencia

hacia formas de representación masculina más vinculadas a la identidad y la autenticidad (Tablas 14, 16).

Asimismo, en ambos artistas se observa la necesidad de compatibilizar su identidad personal y artística con las exigencias del mercado musical. Shakira ha estado marcada por una constante adaptación a diferentes públicos y mercados internacionales, manteniendo al mismo tiempo elementos relacionados con sus raíces latinoamericanas. Por su parte, Quevedo ha construido su imagen en torno a valores como la cercanía y la conexión con Canarias, aunque su reciente crecimiento internacional le obliga también a ampliar su alcance hacia audiencias cada vez más diversas. De este modo, ambos muestran cómo la construcción de marca musical implica equilibrar la identidad propia con las demandas de esta industria.

A pesar de las diferencias generacionales, tecnológicas y culturales que separan a Shakira y a Quevedo, ambos artistas comparten elementos fundamentales en la construcción de identidad visual. En los dos casos, las portadas actúan como herramienta de comunicación que permite reforzar su imagen pública, transmitir valores asociados a su personalidad artística y consolidar una marca reconocible para el público.

Tanto Shakira como Quevedo utilizan referencias vinculadas a su experiencia personal, sus orígenes y su evolución profesional para construir relatos visuales coherentes a lo largo de sus respectivas carreras.

Ambas trayectorias evidencian cómo las portadas discográficas constituyen espacios en los que convergen cuestiones de identidad, género, mercado y tecnología. Mientras que Shakira representa la transición desde la industria musical tradicional hacia la globalización cultural, Quevedo ejemplifica la construcción de una marca artística nacida directamente en el ecosistema digital. Sus diferencias no solo permiten comprender cómo las estrategias visuales responden a contextos históricos, tecnológicos y sociales distintos, sino que también demuestran que las portadas son mucho más que un recurso gráfico asociado a un lanzamiento musical. Son una pieza esencial en la construcción de la marca artística, un elemento capaz de sintetizar la identidad, los valores y la evolución de un artista en un momento determinado de su trayectoria. En un contexto cada vez más visual y competitivo, la portada continúa siendo una herramienta de comunicación estratégica que contribuye a definir cómo los artistas se presentan al mundo y cómo son recordados por su audiencia.

Los resultados obtenidos permiten confirmar que se han cumplido los objetivos planteados al inicio de esta investigación. La aplicación de las dos matrices de análisis estético- formal y publicitario permitió examinar de manera sistemática las portadas seleccionadas, identificar los principales cambios y permanencias en la construcción visual de Shakira y Quevedo, así como comparar sus respectivas estrategias de comunicación y construcción de marca en contextos históricos, tecnológicos y culturales diferentes. La integración de ambas perspectivas de análisis facilitó una comprensión más amplia de la evolución de sus identidades visuales y de los mecanismos utilizados para proyectar determinados valores, relatos e imaginarios asociados a cada artista.

7. Referencias Bibliográficas

- Alocén Puyuelo, B. (2023). *La publicidad en la industria musical: del papel a las redes sociales* [Trabajo de Fin de Grado, Universidad de Zaragoza]. Repositorio Institucional de la Universidad de Zaragoza. <https://zaguan.unizar.es/record/154947/files/TAZ-TFG-2023-1371.pdf>
- Analítica. (2017, 26 de mayo). *El Dorado, metáfora de felicidad en el nuevo disco de Shakira*. <https://www.analitica.com/entretenimiento/el-dorado-metafora-de-felicidad-en-el-nuevo-disco-de-shakira/>
- Barragán Caro, A. P., Plazas Cepeda, N. I., & Ramírez Vanegas, G. A. (2016). La lectura de imágenes: una herramienta para el pensamiento crítico. *Educación y Ciencia*, 19, 85–103. https://revistas.uptc.edu.co/index.php/educacion_y_ciencia/article/view/7770
- Barthes, R. (1977). *Image, music, text*. Fontana Press.
- Beas Martínez, Á. (2025). *Producción, narrativa e imagen visual de un álbum musical: “No es tan raro”* [Trabajo de Fin de Grado, Universidad de Sevilla].
- Beltrán-Bustos, A. T., Berna-Orsorio, G. E., & López-León, A. (2018). Marca personal al servicio de la imagen y su aplicabilidad en un artista: caso Shakira. *Revista Libre Empresa*, 15(1), 133–151. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=6586878>
- BLU Radio. (2024). *Las portadas de Shakira y su significado simbólico*. <https://www.bluradio.com/hjck/las-portadas-de-shakira-y-su-significado-simbolico-ex40>
- Caballero Cordero, M. (2024). *Construcción de la marca personal en redes sociales. Caso de estudio en el reguetón: Feid* [Trabajo de Fin de Grado, Universidad de Sevilla].
- Carpintero Ciudad Real, R., Gutiérrez Araujo, G., & De Souza Sánchez, P. M. (2005). Systems. In Metamadrid Supercluster. 2nd International Architecture Biennale Rotterdam. Universidad Europea de Madrid. Booklet DVD., Editorial Rueda. Zenodo. DOI: <https://doi.org/10.5281/zenodo.19560> 003 URL: <https://youtu.be/SvW71xzXizo>
- Castro Guillén, I. (2020). *Análisis de las seis primeras carátulas discográficas del conjunto musical Led Zeppelin* [Trabajo de Fin de Grado, Universidad de Valladolid]. UVaDOC. <https://uvadoc.uva.es/handle/10324/42313>

- Coca, L. (2023, 20 de enero). Quevedo estrena su álbum *Donde quiero estar*, un claro homenaje a Canarias. *LOS40 Urban*. https://los40.com/los40/2023/01/20/los40urban/1674204589_977190.html
- Coca, L. (2024, 23 de noviembre). La portada de *Buenas Noches* de Quevedo ya la habías visto antes: esta es su curiosa historia. *LOS40*. <https://los40.com/2024/11/23/la-portada-de-buenas-noches-de-quevedo-ya-la-habias-visto-antes-esta-es-su-curiosa-historia/>
- El Colombiano. (2025). *Shakira y la loba de los conciertos: cómo se llama*. <https://www.elcolombiano.com/entretenimiento/shakira-y-la-loba-de-los-conciertos-como-se-llama-IH27029504>
- Gradepunk. (2023, 21 de marzo). *Donde quiero estar – Quevedo*. <https://gradepunk.es/portfolio/quevedo-donde-quiero-estar/>
- Ibarra Velasco, E. (2024, 11 de octubre). *Shakira 12th album “Las Mujeres Ya No Lloran”*. *The Golden Gazette*. <https://eisenhowergoldengazette.com/739/arts-and-entertainment/shakira-12th-album-las-mujeres-ya-no-lloran/>
- López Medel, I. (2014). La muerte y la resurrección de la portada de discos. *index.comunicación*, 4(1), 37–58. <https://www.indexcomunicacion.es/index.php/indexcomunicacion/article/view/124>
- LOS40. (2002, 27 de junio). *Biografía Shakira*. https://los40.com/los40/2002/06/27/actualidad/1025128800_269340.html
- LOS40. (2023, 2 de octubre). *¿Dónde están los ladrones?: el álbum que convirtió a Shakira en una estrella mundial cumple 25 años*. <https://los40.com/2023/10/02/donde-estan-los-ladrones-el-album-que-convirtio-a-shakira-en-una-estrella-mundial-cumple-25-anos/>
- Martín Larios, D. (2026, 22 de abril). Quevedo adelanta la portada y tracklist de *El Baifo*, su nuevo disco. *Europa FM*. https://www.europafm.com/noticias/musica/quevedo-adelanta-portada-tracklist-baifo-nuevo-disco_2026042269e8ed5a20f31556905584ec.html
- Martínez Pascual, N. (2019). *Análisis de las carátulas discográficas realizadas para promocionar la imagen de los Rolling Stones durante la década de los sesenta* [Trabajo de Fin de Grado, Universidad de Valladolid]. UVaDOC. <http://uvadoc.uva.es/handle/10324/37351>

- Meana, Á. (2024, 23 de noviembre). Quevedo da las “Buenas noches” con su nuevo álbum: “El parón me ha servido para centrarme al 100%”. *RTVE Noticias*. <https://www.rtve.es/noticias/20241123/quevedo-buenas-noches-nuevo-album-paron-servido-centrarme/16342722.shtml>
- Pedemonte García, A. B. (2020). *Arte visual en la industria discográfica* [Trabajo de Fin de Grado, Universidad de Sevilla]. idUS. <https://hdl.handle.net/11441/106793>
- Pichon Rivière, C. P. (2012). *El diseño gráfico y los géneros musicales: formas de categorización a través de los elementos gráficos* [Trabajo de grado].
- Quililongo, P. (2023, 20 de enero). Quevedo estrena su primer disco «Donde quiero estar» y se la juega con una propuesta audiovisual. *LOS40 Chile*. <https://los40.cl/2023/quevedo-estrena-su-primer-disco-donde-quiero-estar-y-se-la-juega-con-una-propuesta-audiovisual-136062.html>
- Rabal, L. (2026, 24 de abril). Crítica de *El Baifo* de Quevedo: el mundo entero cabe en 1.006 km. *LOS40*. <https://los40.com/2026/04/24/critica-de-el-baifo-de-quevedo-el-mundo-entero-cabe-en-1006-km/>
- Radiónica. (s. f.). *La historia detrás del álbum ¿Dónde están los ladrones? de Shakira*. <https://www.radionica.rocks/musica/la-historia-detras-del-album-donde-estan-los-ladrones-de-shakira>
- Sánchez Díaz, A. C. (2021). *Construcción de marca en artistas musicales: procesos y perspectivas estratégicas de branding y posicionamiento* [Tesis de grado, Universidad de Lima]. Repositorio Institucional Universidad de Lima. <https://repositorio.ulima.edu.pe/handle/20.500.12724/14327>
- Sánchez Olmos, C. (2009). *La musicidad: las relaciones comerciales y culturales entre la industria discográfica y la publicidad*. Col·legi de Publicitaris i Relacions Públiques de Catalunya. https://www.academia.edu/6345845/La_musicidad_Las_relaciones_comerciales_y_culturales_entre_la_industria_discografica_y_la_publicidad
- Taste the Floor. (s. f.). *Quevedo*. <https://tastethefloor.es/artistas/quevedo/>
- Torrejón Farrona, J. (2024). *El futuro del diseño musical: la dirección de arte en la industria musical a través del caso de estudio de los Premios Grammy* [Trabajo Fin de Máster].

Viñolo Cobo, A. (2018). *El producto discográfico* [Trabajo de Fin de Grado, Universidad de Valladolid].

Zavala, C. (2026, 27 de abril). Por qué Capi Cabrera era el artista idóneo para la portada de *El Baifo* de Quevedo. *LOS40*. <https://los40.com/2026/04/27/por-que-capi-cabrera-era-el-artista-idoneo-para-la-portada-de-el-baifo-de-quevedo/>

Zurro Vigo, B. (2015). *Dirección de arte: la creación de identidad visual como elemento comunicativo* [Trabajo Fin de Máster, Universitat Politècnica de València]. RiuNet. <https://riunet.upv.es/handle/10251/63281>