



Influencia de la música contemporánea en los procesos creativos de jóvenes diseñadores en Medellín, en la producción audiovisual

Edgar José Bastidas Rodríguez

Carolina Marín Cordero

Salomé Ocampo Arango

Trabajo de grado para optar al título de Diseñador Gráfico

Asesor

Doctor (PhD) Hernando Blandón Gómez

Diseño Industrial

Universidad Pontificia Bolivariana

Escuela de Arquitectura y Diseño

Diseño Gráfico

Medellín, Antioquia, Colombia

2025

18 de agosto de 2025

El contenido de este documento no ha sido presentado con anterioridad para optar a un título, ya sea en igual forma o con variaciones, en esta o en cualquiera otra universidad.

Edgar José Bastidas Rodríguez

Carolina Marín Cordero

Salomé Ocampo Naranjo

Edgar B.

Carolina

Salomé

Dedicatoria

Dedicamos este trabajo, en primer lugar, a nuestras familias, quienes con paciencia, amor y confianza nos acompañaron en cada momento de este proceso. Su apoyo constante ha sido el motor que nos impulsó a seguir adelante aun en las etapas más difíciles.

También lo dedicamos a nuestros amigos y compañeros de carrera, con quienes compartimos experiencias, aprendizajes y motivaciones que enriquecieron nuestro camino académico y personal.

Finalmente, dedicamos este esfuerzo a todos aquellos jóvenes diseñadores que, como nosotros, creen en la creatividad como una herramienta para transformar la realidad y buscan inspiración en diferentes formas de arte, como la música, para dar vida a sus ideas

Agradecimientos

Agradecemos al Doctor (PhD) Hernando Blandón Gómez, nuestro asesor, por su guía, dedicación y aportes que enriquecieron este proyecto. A nuestras familias, por su apoyo incondicional, paciencia y confianza durante todo el proceso. A la Escuela de Arquitectura y Diseño, por brindarnos los conocimientos y espacios que hicieron posible este trabajo. Y a los jóvenes diseñadores participantes, por compartir su tiempo y creatividad, contribuyendo al desarrollo de esta investigación.

Tabla de contenido

Resumen	7
Abstract	7
Introducción	8
Planteamiento del problema	8
Justificación.....	9
Objetivos	9
Metodología	10
Capítulo 1	12
Estado del arte y Marco teórico.....	12
1.1 Estado del arte.....	12
1.2 Marco teórico	12
1.2.1 Diseño Gráfico:	12
1.2.2 Diseño Audiovisual:.....	13
1.2.3 Inspiración:.....	13
1.2.4 Estética visual:.....	14
1.2.5 Procesos Creativos:	15
1.2.6 Música:	15
1.2.7 Música y lenguaje:	16
1.2.8 Sensibilidad auditiva:	17
1.2.9 Creatividad:	17
1.2.9.1 Fluir:	18
1.10 Talleres:.....	18
1.10.2 Pedagogía:	19
1.10.3 Experiencia creativa:	19

1.10.4 Diseño de experiencias:	20
1.10.5 Diseño de usuario:	21
1.10.6 Documental:	21
Capítulo 2.	22
Desarrollo de la propuesta.	22
2.1 Diseño metodológico y desarrollo de los talleres	22
2.2 Diseño de los talleres	22
2.3 Proceso creativo con estímulo musical	23
2.4 Proceso creativo en ausencia de música	24
2.5 Registro Fotográfico: Proceso Creativo con Estímulo Musical — Grupo A.....	24
2.6 Proceso creativo en Grupo B: Ausencia de Música.....	31
2.7 Tabulación de Encuestas — Grupo A con Estímulo Musical (n=10).....	37
2.7.1 Tabla 1	37
2.8 Tabulación de Encuestas — Grupo B sin Estímulo Musical (n=10).....	38
2.8.1 Tabla 2.....	38
2.9 Resultados	39
2.9.1 Análisis de Entrevistas	39
2.9.2 Testimonio destacado (Valentina Pérez):.....	40
2.9.3 Resultados Cuantitativos: Grupo A — Con Estímulo Musical.....	40
2.9.4 Tabla 3.....	40
2.9.5 Resultados Cuantitativos: Grupo B — Sin Estímulo Musical	41
2.9.6 Tabla 4.....	41
2.10 Análisis Comparativo: Música vs. Silencio	42
2.11 Conclusiones	43
2.11.1 La Música como Regulador del Proceso Creativo	43

2.11.2 Correlación entre Ritmo Musical y Complejidad Compositiva	43
2.11.3 Bienestar Psicológico y Estado de Flujo	43
2.11.4 La Percepción del Tiempo como Factor Clave	43
2.12 Referencias	44

Resumen

Exploraremos como la música contemporánea en sus variaciones en cuanto a géneros, ritmos y estilos pueden influenciar en los procesos creativos de los jóvenes diseñadores gráficos en Medellín, entendiéndose la música no solo como entretenimiento, sino como medio que también tiene la capacidad de estimular la imaginación, catalizar la concentración y generar ideas innovadoras.

En esta exploración se analizará la manera en la que los estímulos sonoros pueden influenciar las fases o etapas que conlleva el proceso creativo, iniciando en la conceptualización hasta su ejecución audiovisual, se debe tener en cuenta hasta los más mínimos aspectos emocionales y cognitivos que intervienen en estos procesos. Así mismo se entienden las experiencias, sensaciones y percepciones de cada joven diseñador para identificar fácilmente los patrones, inclinaciones y efectos concretos que los sonidos influyen en la calidad de sus diseños.

Para concluir es imprescindible comprender y evidenciar que tan importante es la música a la hora de llevar a cabo un proceso creativo de un proyecto audiovisual. Es necesario incluir fundamentos estratégicos que permitan integrarla en las metodologías de trabajo que puedan fortalecer la productividad y conexión con las piezas creadas.

Abstract

We will explore how music, in its variations in terms of genres, rhythms, and styles, can influence the creative processes of young graphic designers in Medellín, understanding that music is not only entertainment, but also can stimulate the imagination, catalyze concentration, and generate innovative ideas.

We will analyze how sound stimuli can influence the phases or stages of the creative process, from conceptualization to audiovisual execution, considering even the smallest emotional and cognitive aspects involved in these processes. Likewise, the experiences, sensations, and perceptions of each young designer are understood in order to easily identify the patterns, inclinations, and specific effects that sounds have on the quality of their designs.

In conclusion, it is essential to understand and demonstrate how important music is when carrying out the creative process of an audiovisual project. It is necessary to include strategic foundations that allow it to be integrated into work methodologies that can strengthen productivity and connection with the pieces created.

Palabras claves:

Audiovisual; Diseño; Inspiración; Música; Procesos Creativos;

Keywords:

Audiovisual; Creative Processes; Design; Inspiration; Music

Introducción

La creatividad es un pilar esencial en el diseño gráfico, ya que permite generar propuestas visuales originales que respondan a las necesidades comunicativas de la sociedad. Es importante tener en cuenta que, este proceso no se lleva a cabo de manera automática, sino que depende de diversos aspectos que influyen en la capacidad de los jóvenes diseñadores para idear y materializar proyectos. Entre estos factores se encuentra la música, entendida no solo como un medio de entretenimiento, sino también como un estímulo que puede activar la imaginación y favorecer la concentración.

El problema radica en que, aunque la música está presente en la vida cotidiana de los diseñadores gráficos, no existen los suficientes estudios que puedan hablar claramente sobre su incidencia real en los procesos creativos.

Planteamiento del problema

La creatividad es un factor determinante en el ejercicio del diseño gráfico, pues permite generar soluciones innovadoras y efectivas en la comunicación visual. En Medellín, los jóvenes diseñadores gráficos conviven constantemente con estímulos sonoros y culturales, entre ellos la música, la cual influye en sus estados de ánimo y en la manera en que conciben y materializan proyectos. Sin embargo, aunque la música hace parte de su cotidianidad, existen pocos estudios que analicen de manera específica cómo influye en los procesos creativos vinculados a la producción audiovisual.

Esta falta de investigaciones genera un vacío académico y profesional, pues no se cuenta con suficiente evidencia que permita comprender de qué manera los diferentes géneros, ritmos o estilos musicales intervienen en la generación de ideas, en la concentración o en la innovación

dentro del campo del diseño. De allí surge la necesidad de indagar cómo los jóvenes diseñadores gráficos de Medellín perciben y experimentan la música en sus procesos de creación, con el propósito de aportar herramientas teóricas y prácticas que fortalezcan la integración de la música como recurso creativo en la producción audiovisual.

Justificación

La elección de este tema surge de la importancia de reconocer que la música no solo es un elemento cultural y de entretenimiento, sino también un estímulo capaz de activar la imaginación, favorecer la concentración y motivar la generación de ideas innovadoras.

Investigar esta relación es relevante porque ofrece un aporte tanto académico como profesional. A nivel académico, permitirá ampliar el marco teórico sobre los factores que intervienen en la creatividad, integrando la música como un recurso de análisis en el campo del diseño. A nivel profesional, puede orientar a los diseñadores y a las instituciones educativas a considerar la música como un insumo estratégico dentro de los procesos de enseñanza, creación y producción audiovisual.

Además, este estudio pretende aportar evidencia empírica a partir de experiencias reales de jóvenes diseñadores, generando un marco de referencia que pueda ser aplicado en la formación universitaria, en espacios de trabajo creativo y en la construcción de metodologías de diseño que integren la música como herramienta para potenciar la productividad y la calidad de los resultados visuales.

Objetivos

3.1 Objetivo general

Determinar la influencia de la música en los procesos creativos de jóvenes estudiantes y profesionales de diseño gráfico, con el fin de identificar cómo los estímulos sonoros potencian la generación de ideas y el desarrollo de propuestas visuales innovadoras.

3.2 Objetivos específicos

- Analizar los efectos que tiene la música contemporánea en el flujo creativo y la productividad de jóvenes diseñadores gráficos, con el fin de diseñar lineamientos que integren la música en espacios de trabajo y estudio.

- Describir las percepciones de jóvenes diseñadores gráficos sobre el impacto de la música en su proceso creativo, con el propósito de generar un marco de referencia aplicable en la formación profesional en diseño.
- Establecer parámetros que expliquen de qué manera la música actúa como estímulo para la generación de ideas y la creación de piezas gráficas originales.

Metodología

Para esta investigación se ha optado por tener un enfoque cualitativo, ya que lo que se busca no es comprobar un dato exacto, sino entender cómo la música puede llegar a influir en la manera en que los jóvenes diseñadores de Medellín desarrollan sus procesos creativos. Lo que se desea hacer es observar, escuchar y recopilar experiencias para después analizarlas y llegar a conclusiones visuales y reflexivas.

El alcance de la investigación será exploratorio y descriptivo. Exploratorio porque el tema todavía no se ha estudiado lo suficiente en nuestro contexto y queremos mostrar cuál es la influencia generada. Descriptivo porque se pretende mostrar, de forma clara, qué papel juega la música en cada etapa del proceso creativo, desde que surge la idea hasta que se concreta la pieza final.

La metodología se basa en la experimentación práctica con diseñadores. A través de talleres y ejercicios gráficos se podrá ver directamente cómo los diferentes géneros musicales influyen en la forma de pensar, decidir y diseñar de los participantes. Esto no solo permitirá recoger datos, sino también resultados visuales que servirán como evidencia del impacto de la música en la creatividad.

El procedimiento se llevará a cabo en varias fases:

1. Revisión de referentes, tanto teóricos como proyectos que relacionen música y creación visual.
2. Planeación de talleres creativos, donde los participantes realicen ejercicios de diseño mientras escuchan distintos géneros musicales.
3. Aplicación de instrumentos, como encuestas rápidas, entrevistas cortas y bitácoras personales donde los diseñadores registren lo que sintieron y cómo tomaron decisiones durante el proceso.

4. Producción de piezas gráficas, que serán el resultado directo de la influencia musical.
5. Análisis de resultados, que se hará comparando lo que dicen los participantes con lo que muestran sus piezas.
6. Síntesis final, que busca organizar los hallazgos en un formato gráfico y narrativo que sea comprensible y útil para futuros proyectos.

Las técnicas de recolección que se usarán son:

- Talleres prácticos de diseño con música como estímulo principal.
- Bitácoras creativas escritas por los participantes.
- Entrevistas semiestructuradas para complementar la experiencia con testimonios personales.
- Registro audiovisual y fotográfico de las sesiones de creación.

La muestra estará conformada por un grupo de 10 a 15 jóvenes diseñadores gráficos de Medellín, tanto estudiantes como egresados recientes. La idea es tener diferentes estilos, preferencias musicales y experiencias, para lograr un panorama más amplio y variado sobre cómo la música se relaciona con el proceso creativo.

Participantes:

Entre 5 y 10 jóvenes diseñadores.

Divididos en dos grupos:

- Grupo A: diseña escuchando música.
- Grupo B: diseña en silencio.

Actividad:

Cada participante realiza una composición gráfica (por ejemplo, un afiche o portada) con una misma instrucción base.

Se evaluará según:

- Uso del color
- Contraste visual
- Composición / diagramación

- Tiempo de ejecución
- Nivel de concentración

Observación y resultados:

Se comparan:

- El rendimiento (tiempo y calidad visual).
- Las percepciones de cada grupo (emociones, bloqueo, fluidez).
- Se registran imágenes, notas o videos del proceso.

Capítulo 1

Estado del arte y Marco teórico

1.1 Estado del arte

Para la construcción del estado del arte se realizó una búsqueda documental en el repositorio institucional de la Universidad Pontificia Bolivariana, además de bibliotecas virtuales, artículos científicos, tesis de grado y libros relacionados con diseño audiovisual, creatividad, música, pedagogía y diseño de experiencias. Durante el proceso de búsqueda se revisaron diferentes investigaciones y antecedentes académicos que permitieron identificar enfoques teóricos y metodológicos cercanos al tema de investigación. Asimismo, se evidenció que, aunque existen estudios sobre creatividad, diseño y experiencias audiovisuales de manera independiente, son escasos los trabajos que integran simultáneamente procesos creativos, experimentación sonora y experiencias sensoriales dentro de una propuesta interdisciplinaria.

Estas investigaciones permitieron identificar el sonido como un elemento fundamental dentro de las experiencias sensoriales y creativas abordadas en el presente proyecto investigativo.

1.2 Marco teórico

1.2.1 Diseño Gráfico:

El diseño gráfico se entiende como una disciplina de carácter creativo y comunicativo que integra recursos visuales y textuales con el propósito de transmitir mensajes claros y persuasivos.

Para Dabner, Stewart y Vickress (2022), el diseño gráfico “abarca desde los fundamentos básicos hasta la generación de conceptos originales y proyectos completos, siempre con la finalidad de comunicar mensajes de manera efectiva” (p. 93), lo que resalta su carácter práctico y proyectual. En este mismo sentido, Fuentes Mayén (2020) sostiene que el diseño gráfico constituye “un diálogo constante entre teoría y práctica, donde intervienen aspectos visuales, estéticos, semióticos y comunicativos que permiten construir significados y relacionarse críticamente con el contexto” (p. 15), subrayando su dimensión crítica y cultural más allá de lo meramente formal.

Pizarro Rodríguez (2020) enfatiza que el diseño gráfico se concreta mediante “la aplicación consciente de principios como la retícula, la tipografía, el espacio y la simplicidad para generar piezas visuales con impacto comunicativo y coherencia estética” (p. 27), evidenciando la importancia de los elementos formales en la producción visual.

Estas perspectivas permiten comprender al diseño gráfico no sólo como una práctica técnica, sino también como un campo reflexivo, capaz de integrar lo estético, lo funcional y lo comunicativo en favor de la construcción de significados en la sociedad contemporánea.

1.2.2 Diseño Audiovisual:

El concepto de lo audiovisual se configura como un campo interdisciplinario donde confluyen imagen, sonido y narrativa para construir experiencias significativas. San Cornelio Esquerdo (2003) plantea que lo audiovisual forma parte de los lenguajes visuales y comunicativos que, al articular recursos gráficos y expresivos, posibilitan nuevas formas de representación y transmisión de ideas en la cultura contemporánea (p. 42).

Desde una perspectiva aplicada, Ráfols Cabrisses (2016) entiende el diseño audiovisual y los motion graphics como una práctica proyectual que combina imagen en movimiento, tipografía y sonido para comunicar mensajes de forma dinámica, integrando tanto el componente estético como el funcional (p. 18). Por su parte, Duarte Loza (2019) enfatiza la relevancia del sonido y la música como dimensiones que organizan el espacio-tiempo en el discurso audiovisual, ya que “proporcionan ritmo, atmósfera y sentido narrativo a las imágenes” (p. 7).

En conjunto, estas visiones permiten comprender el audiovisual como un territorio complejo en el que se articulan lo visual, lo sonoro y lo expresivo, no solo como un medio técnico, sino como un lenguaje cultural y comunicativo capaz de generar experiencias inmersivas.

1.2.3 Inspiración:

La inspiración ha sido abordada desde diferentes perspectivas en relación con los procesos creativos. Thrash y Elliot (2004) la definen como “una experiencia que implica la trascendencia, la evocación y la motivación hacia la acción creativa” (p. 397), subrayando que no se trata de un fenómeno pasivo, sino de un motor que impulsa al individuo a materializar ideas. En la misma línea, Eckert y Stacey (2000) destacan que las fuentes de inspiración en diseño provienen de múltiples contextos y que estas “pueden describirse a través de un lenguaje de diseño que permite a los creadores articular y transformar las referencias externas en propuestas originales” (p. 524), lo que otorga a la inspiración un papel mediador entre el entorno y la producción creativa.

Desde un enfoque aplicado al diseño gráfico, Castaño Patiño (2019) señala que la inspiración constituye un momento fundamental dentro del proceso creativo, ya que “facilita la

generación de ideas para el diseño de materiales promocionales que rescatan y difunden la tradición cultural de las fiestas” (p. 33).

Finalmente, Sorín (1992) explica que la creatividad y, por ende, la inspiración, responden a la necesidad humana de plantear y resolver problemas, siendo “un proceso indispensable para la innovación, el desarrollo personal y social” (p. 14). Se comprende como inspiración la experiencia activa, contextual y culturalmente situada, que nutre el proceso creativo en el diseño y en otras prácticas humanas.

1.2.4 Estética visual:

La estética visual se entiende como el estudio de las cualidades perceptivas y simbólicas de las imágenes, su capacidad de evocar sensaciones, generar sentido y articular una experiencia estética en el espectador.

Tamayo de Serrano (2002) plantea que “la lectura de las imágenes se aprende en el contexto de una cultura” y que hay una “profunda relación entre arte, estética y lenguaje visual”, evidenciando cómo el sentido visual está mediado culturalmente (p. 2) (Dialnet).

En el ámbito educativo, Kuchen (2011) aborda las *estéticas tecnológicas en la imagen educativa* y sostiene que estas expresiones visuales no solo representan sino que externalizan fenómenos más amplios, pues “las estéticas tecnológicas exteriorizan fenómenos más profundos y generales... dan cuenta de la dinámica interna de la cultura visual” (p. 235) (Dialnet). Asimismo, en *Arquitectura e Imagen* se explora cómo el discurso visual arquitectónico no solo comunica funciones espaciales, sino que posee carga estética e imagética que interacciona con la percepción urbana (Arq. e Imagen, s. f.).

Desde una mirada crítica sobre cultura visual y estética, Brea (2005) reflexiona en *Estética, Historia del Arte, Estudios Visuales* acerca de cómo el arte visual, la historia estética y la cultura visual configuran los sentidos contemporáneos de lo bello y lo representado (p. 10) (Dialnet).

En conjunto, estas perspectivas permiten comprender la estética visual como esfera donde la forma, la percepción, el contexto cultural y los códigos simbólicos confluyen para producir experiencias visuales significativas.

1.2.5 Procesos Creativos:

Han sido estudiados desde distintos enfoques, dando lugar a modelos y metodologías que explican cómo surgen las ideas y se transforman en soluciones innovadoras. Wallas (1926), en *The Art of Thought*, planteó un modelo clásico compuesto por cuatro etapas: “preparación, incubación, iluminación y verificación” (p. 93), con el cual describió el camino que sigue la mente en la producción creativa, desde la identificación del problema hasta la validación de la solución.

Más adelante, De Bono (1970) introdujo el concepto de pensamiento lateral, entendido como “una forma de reestructurar los patrones de pensamiento y escapar de las ideas establecidas para generar nuevas posibilidades” (p. 45), lo que amplió la comprensión del proceso creativo como un ejercicio de exploración no lineal.

Por su parte, Brown (2009) propuso el enfoque del *design thinking*, que concibe la creatividad aplicada al diseño como un proceso colaborativo e iterativo, capaz de “transformar organizaciones e inspirar innovación a través de la empatía con las personas, la ideación y la experimentación” (p. 21).

Los aportes expuestos permiten comprender los procesos creativos como dinámicos, iterativos y transformadores, fundamentales no sólo en el ámbito artístico, sino también en la resolución de problemas complejos en contextos sociales y organizacionales.

1.2.6 Música:

La música puede entenderse como un campo que no solo responde a lo estético, sino que cumple funciones creativas, educativas y formativas en distintos contextos sociales. Para Izquierdo Jarrín (2017), la creatividad musical constituye “un recurso que influye positivamente en el incremento de la autoestima en jóvenes de entre 15 y 25 años” (p. 42), lo que resalta su papel en el desarrollo personal y emocional.

Desde una perspectiva pedagógica, Herrero Valín (2018) señala que la creación musical implica “una reflexión sobre la escucha y la creatividad en el contexto de la música contemporánea” (p. 15), subrayando la importancia de la experiencia auditiva como base para generar nuevas formas expresivas y de aprendizaje.

Por su parte, Zhunio Suqui (2021) propone una metodología en la que la música experimental se convierte en un medio para “el desarrollo de la creatividad musical en estudiantes del Conservatorio Nacional de Música José María Rodríguez” (p. 58), destacando cómo la

exploración sonora permite ampliar las capacidades expresivas y formativas de los estudiantes. En conjunto, estas visiones permiten comprender la música como una práctica dinámica que potencia la creatividad, favorece la formación integral y genera procesos de transformación individual y colectiva.

1.2.7 Música y lenguaje:

La música y el lenguaje comparten múltiples dimensiones expresivas y cognitivas que permiten considerarlos como sistemas de comunicación interrelacionados.

En *La música como lenguaje de las emociones*, Alaminos-Fernández (2014) afirma que la música actúa como vehículo de sentimientos y significados, al explorar cómo los oyentes asocian determinadas piezas con estados emocionales particulares, lo que sugiere que la música es un lenguaje emocional con códigos reconocibles (p. 12). Además, estudios en educación musical muestran que “la música promueve el desarrollo oral, la lectoescritura y la elaboración verbo-musical, donde una canción es el centro de lo verbal y lo musical, porque la canción hace que la lengua y la música sean complementarias” (Gómez Nogales, 2024, p. 15).

Desde la perspectiva cognitiva-neurocientífica, la investigación sugiere que tanto la música como el lenguaje comparten mecanismos perceptivos y estructurales —por ejemplo, ritmo, entonación, patrón prosódico— que facilitan la asimilación de estructuras sonoras y simbólicas. En conjunto, estas concepciones evidencian que la música no es un mero adorno sonoro al lenguaje, sino que dialoga con él, complementándolo y potenciando sus funciones expresivas, comunicativas y formativas en contextos educativos y sociales.

1.2.8 Sensibilidad auditiva:

La sensibilidad auditiva se refiere a la condición en que sonidos que para la mayoría de las personas serían tolerables provocan en algunas personas malestar, incomodidad o dolor, incluso cuando los umbrales auditivos se encuentran dentro de rangos normales.

En un estudio publicado en *Auditio*, Knobel y colaboradores (2002) señalan que la “hipersensibilidad auditiva puede darse en individuos con umbrales auditivos normales”, lo que implica que la sensibilidad no depende únicamente de una pérdida auditiva, y que el nivel de discomfort (LDL) puede utilizarse como instrumento diagnóstico para medirla (Knobel et al., 2002, p. X).

Además, investigaciones sobre población joven han documentado que tras jornadas académicas intensas puede incrementarse la sensibilidad auditiva, manifestándose en una mayor reactividad a sonidos cotidianos (González, 2016). Desde el punto de vista fisiopatológico, la hiperacusia es una forma de sensibilidad auditiva caracterizada por una baja tolerancia a sonidos ambientales normales, que provoca en el individuo “malestar, discomfort o dolor” cuando se expone a niveles acústicos que no serían problemáticos para otras personas (Wikipedia, s. f.).

Estas obras evidencian que la sensibilidad auditiva es un fenómeno complejo, que puede coexistir con audición normal, y que involucra aspectos perceptivos, fisiológicos y psicológicos en la forma en que cada individuo procesa los sonidos.

1.2.9 Creatividad:

La creatividad es un proceso complejo que implica la capacidad humana para generar ideas nuevas, resolver problemas y transformar la realidad a través de la imaginación y la innovación.

Riascos Martínez (2010) la define como “una facultad del pensamiento que permite desarrollar soluciones originales a las situaciones cotidianas mediante la combinación de conocimientos, experiencias y emociones” (p. 3), resaltando su papel como competencia esencial en el desarrollo humano.

Desde un enfoque educativo, Romina Cecilia (2015) plantea que la creatividad debe entenderse como “una perspectiva que atraviesa los contextos de enseñanza y aprendizaje, promoviendo la construcción de conocimientos desde la autonomía, la curiosidad y la reflexión crítica” (p. 570), destacando su relevancia para la formación integral. Por su parte, Morales Valiente (2018) sostiene que “la creatividad es un fenómeno científico y psicológico que abarca factores cognitivos, afectivos y sociales, y que permite el avance del conocimiento y la cultura” (p. 45), situándola como motor del progreso intelectual.

Monreal (2000) explica que la creatividad es “la capacidad de producir ideas nuevas y valiosas, fruto de la interacción entre la persona, su conocimiento y el entorno” (p. 22), estableciendo un puente entre la innovación individual y el contexto social. En conjunto, estas perspectivas evidencian que la creatividad no es un don aislado, sino un proceso dinámico y transversal que impulsa el desarrollo personal, educativo y cultural.

1.2.9.1 Fluir:

El concepto de *fluir* o *flow* describe ese estado óptimo de experiencia en el que la persona se encuentra completamente inmersa en una actividad, perdiendo conciencia del tiempo y del yo, mientras experimenta un profundo sentido de disfrute y realización. Csikszentmihalyi (1990/2010) señala que en este estado “la atención está tan absorbida por la tarea que no queda espacio para preocuparse por nada más” (p. 72), y que las condiciones del flujo implican que los retos estén equilibrados con las habilidades del individuo, con metas claras y retroalimentación inmediata.

En el artículo “¿Dónde está la creatividad? Una aproximación al modelo ...”, Pascale (2005) retoma el modelo sistémico de Csikszentmihalyi para proponer que el *fluir* está íntimamente relacionado con los procesos creativos, pues constituye una experiencia en que la conciencia organiza dinámicamente sus contenidos para favorecer la creatividad (p. 5) redalyc.org.

1.10 Talleres:

El taller se concibe como un espacio de aprendizaje activo que promueve la construcción colectiva del conocimiento a través de la práctica, la reflexión y la participación.

Según Candelo, Ortiz y Unger (2004), los talleres “son una metodología participativa que busca generar procesos de aprendizaje significativos mediante la interacción, el intercambio de saberes y la construcción conjunta de soluciones” (p. 5), lo cual resalta su carácter colaborativo y transformador.

Rodríguez Luna (2015) sostiene que el taller constituye “una estrategia para aprender, enseñar e investigar, en la que los participantes asumen un rol activo en la producción del conocimiento” (p. 13), destacando su potencial pedagógico y su aplicación tanto en contextos educativos como en procesos de investigación social.

En conjunto, estas perspectivas permiten comprender el taller como una herramienta dinámica que fomenta la creatividad, la cooperación y la reflexión crítica, al tiempo que posibilita la integración entre la teoría y la práctica en distintos ámbitos del aprendizaje y la enseñanza.

1.10.2 Pedagogía:

La pedagogía se concibe como un proceso reflexivo y transformador que articula la enseñanza, el aprendizaje y la práctica, especialmente en el campo del diseño.

García-Rotger (2019) sostiene que “la experiencia pedagógica en el taller de Diseño Gráfico 3 busca integrar la teoría y la práctica mediante la experimentación, el análisis crítico y la colaboración entre estudiantes y docentes” (p. 4), subrayando el valor del taller como espacio formativo que fomenta la autonomía y la creatividad.

Por su parte, Peralta Fajardo (2020) plantea que “la pedagogía del diseño debe entenderse como una disciplina que promueve la reflexión sobre los procesos proyectuales, la investigación y la construcción del pensamiento visual” (p. 7), destacando su dimensión conceptual y metodológica dentro de la enseñanza del diseño.

Finalmente, López Martínez y Navarro Lozano (2008) afirman que “la creatividad, como componente esencial de la pedagogía, puede ser medida y potenciada mediante estrategias que estimulen la generación de ideas originales y útiles” (p. 139), lo que refuerza la relación entre pedagogía, innovación y desarrollo cognitivo. En conjunto, estas perspectivas evidencian que la pedagogía en el diseño no se limita a la transmisión de conocimientos técnicos, sino que impulsa la formación integral del estudiante a través del pensamiento crítico, la creatividad y la experiencia práctica.

1.10.3 Experiencia creativa:

La experiencia creativa se entiende como un momento vital en el cual el sujeto se involucra de manera profunda en un proceso productivo o exploratorio, integrando percepción, emoción, reflexión y acción para generar algo novedoso y significativo.

Infante Jaras (2017) analiza las *experiencias creativas en el uso del medio audiovisual* y señala que estas experiencias permiten al sujeto «reconfigurar su trayectoria frente al medio» al asumir una relación activa con la tecnología, el lenguaje visual y su propia historia (p. 115). Donolo y Rinaudo (2008), en su estudio *Perspectivas y experiencias creativas para estudiantes universitarios*, afirman que dichas experiencias funcionan como contextos de aprendizaje en los que los estudiantes “construyen y movilizan saberes desde la experimentación, el ensayo-error y la reflexión crítica” (p. 95).

En investigaciones sobre creatividad artística se ha observado que, frente a bloqueos expresivos, la experiencia estética puede favorecer la recuperación creativa a través de la corporeización simbólica y la exploración de diferentes lenguajes (Aguilar Salmerón, 2022) (la experiencia artística como espacio de disolución de bloqueos).

Estas perspectivas revelan que la experiencia creativa no es un estado pasivo sino una praxis dialógica entre sujeto, medio, herramientas y contexto, mediante la cual se puede trascender lo habitual y avanzar hacia nuevas formas de expresión y sentido.

1.10.4 Diseño de experiencias:

El diseño de experiencias se entiende como un enfoque interdisciplinario que va más allá de lo funcional para abordar lo emocional, cognitivo y simbólico en la interacción entre personas y entornos. En ese sentido, Forero La Rotta y Ospina Arroyave (2013) sostienen que “el diseño de experiencias constituye una fuente de innovación en el proceso de desarrollo de proyectos” y que es necesario “identificar y observar comportamientos de las personas para entender no solo las experiencias funcionales sino también las experiencias cognitivas y emocionales necesarias para la innovación” (p. 78).

La disciplina de UX —o diseño de experiencia de usuario— plantea una metodología centrada en etapas y actividades que integran empatía, prototipado, evaluación e iteración con el fin de generar experiencias coherentes y significativas para el usuario (Ronda León, 2013). En el ámbito educativo, Beltrán y Martínez (2022) proponen el diseño de experiencias mediadas por material lúdico-didáctico como estrategia para favorecer procesos de enseñanza-aprendizaje más interactivos, afirmando que “el proyecto presenta una reflexión y planteamiento metodológico para el diseño de experiencias mediadas por material lúdico-didáctico que sirva como apoyo al proceso de enseñanza-aprendizaje” (p. 77).

En conjunto, estas visiones muestran que el diseño de experiencias no solo considera la interacción funcional, sino que articula emoción, contexto, mediadores lúdicos y procesos metodológicos para construir experiencias transformadoras.

1.10.5 Diseño de usuario:

El diseño de usuario —o diseño centrado en el usuario— se define como el enfoque metodológico que sitúa al usuario y sus necesidades como eje central del proceso de diseño, de modo que cada decisión proyectual contribuya a generar una experiencia coherente, eficiente y significativa.

Según Aveleira Rodríguez y Silva Barrera (2011), en su artículo *Laboratorio para diseño de experiencia de usuario*, este diseño se apoya en laboratorios que permiten “la evaluación,

experimentación y validación de interfaces que respondan eficazmente a las expectativas y comportamiento de los usuarios” (p. 2), lo que refuerza su naturaleza empírica y orientada al usuario.

En *Experiencia de Usuario: Principios y Métodos*, Hassan Montero (2015) especifica que los profesionales de UX tienen como función “hacer que la tecnología sea amigable, satisfactoria, fácil de usar y, por tanto, realmente útil” (p. 10), enfatizando los atributos de usabilidad y utilidad como pilares de la disciplina. Además, en el sitio No Solo Usabilidad se plantea que la experiencia del usuario incorpora múltiples dimensiones —emocional, funcional, estética, de accesibilidad— y que su éxito se fundamenta en cómo el producto “resuelve necesidades de forma eficiente y fluida” (Hassan Montero, s. f.) (párrafo 2).

Estas perspectivas muestran que el diseño de usuario es una práctica proyectual que integra evaluación constante, empatía con el usuario y una visión holística de la interacción para construir productos que sean no solo funcionales, sino también satisfactorios y significativos.

1.10.6 Documental:

El documental se concibe como un registro audiovisual comprometido con la veracidad o con la reflexión crítica sobre la realidad, y su realización implica un proceso creativo y técnico complejo.

Biasutto (1994) en *Realizar un documental* afirma que “el documental es una forma de expresión audiovisual destinada a reconstruir la realidad desde una mirada particular, mediante el uso de la cámara como instrumento de investigación” (p. 5), subrayando la dimensión investigativa del género.

En estudios sobre la “narrativa documental audiovisual”, se sostiene que este formato permite documentar contenidos “científicos, educacionales, divulgativos o históricos, en los que no se dramatizan los hechos registrados” (p. 2) (El documental como género, s. f.). A su vez, el documental exige flexibilidad en su proceso: debe adaptarse a descubrimientos e imprevistos durante la producción, reconfigurando guiones y enfoques a partir de las entrevistas, los sonidos ambientes y los lugares visitados (Tesina Comunicación Social, s. f.).

Estas perspectivas muestran que el documental combina el rigor del testimonio con la libertad creativa para representar realidades, permitiendo la reflexión, la memoria y el cuestionamiento social.

Capítulo 2.

Desarrollo de la propuesta.

2.1 Diseño metodológico y desarrollo de los talleres

El presente estudio se enmarca en un enfoque cualitativo con apoyo de herramientas de recolección cuantitativa, orientado a comprender la influencia de la música en los procesos creativos de diseñadores gráficos. Desde una perspectiva exploratoria–comparativa, se diseñaron dos talleres experimentales bajo condiciones controladas: uno mediado por estímulo musical y otro en ausencia de este.

La estructura metodológica se fundamenta en la observación del comportamiento creativo en contextos situados, entendiendo la creatividad como un proceso influenciado por variables cognitivas, emocionales y ambientales (Csikszentmihalyi, 1990/2010). En este sentido, la música se aborda como un estímulo capaz de modificar estados de concentración, atención y flujo creativo.

2.2 Diseño de los talleres

Ambos talleres fueron diseñados bajo condiciones equivalentes en términos de:

- Enunciado del ejercicio
- Materiales proporcionados
- Tiempo de ejecución
- Espacio de trabajo

La única variable modificada fue la presencia o ausencia de música, lo que permitió establecer un contraste directo entre ambas condiciones.

Adicionalmente, se implementaron instrumentos de recolección de información en tres momentos:

1. Antes de la actividad: encuesta inicial sobre hábitos y actitudes frente a la música.
2. Durante la actividad: observación directa y registro de comportamiento.
3. Después de la actividad: entrevistas semiestructuradas y encuesta de percepción.

2.3 Proceso creativo con estímulo musical

El primer taller incorporó la música como elemento activo dentro del proceso creativo. Previo al inicio, se aplicó una encuesta diagnóstica con el fin de identificar la relación previa de los participantes con la música durante actividades de diseño.

Durante el desarrollo del ejercicio, los participantes tuvieron la libertad de seleccionar y escuchar música según sus preferencias personales, lo que permitió analizar la incidencia de distintos géneros y ritmos en la experiencia creativa. Paralelamente, se llevó un registro de los contenidos musicales escuchados, así como una observación sistemática del comportamiento de los participantes.

Esta observación se centró en variables como:

- Nivel de concentración
- Tiempo de permanencia en la actividad
- Grado de involucramiento
- Continuidad del proceso creativo

Posteriormente, se realizaron entrevistas semiestructuradas orientadas a identificar percepciones subjetivas sobre la experiencia, en términos de comodidad, fluidez y relación con la música. Finalmente, se aplicó una encuesta posterior para evaluar la experiencia general del taller.

Los resultados evidenciaron que la música favoreció estados de concentración sostenida y una mayor permanencia en la actividad. Los participantes reportaron una mayor sensación de fluidez en el proceso creativo, lo cual puede relacionarse con el concepto de *estado de flujo* propuesto por Csikszentmihalyi (1990/2010), donde la atención se encuentra completamente absorbida por la tarea.

Asimismo, la música funcionó como un elemento regulador del entorno, reduciendo distracciones externas y facilitando la inmersión en el ejercicio creativo.

2.4 Proceso creativo en ausencia de música

El segundo taller replicó las condiciones del primero, eliminando únicamente el estímulo musical. La actividad se desarrolló en un ambiente de silencio controlado, con el mismo enunciado y materiales.

Al igual que en el primer taller, se aplicaron encuestas iniciales y finales, así como entrevistas posteriores. Durante la ejecución, se realizó observación directa del comportamiento de los participantes.

En contraste con el taller anterior, se evidenciaron patrones distintos en el desarrollo del proceso creativo. Algunos participantes presentaron:

- Disminución en los niveles de concentración sostenida
- Mayor tendencia a la distracción
- Intentos de interacción social durante la actividad
- Finalización anticipada del ejercicio

Desde una perspectiva teórica, estos comportamientos pueden interpretarse como una menor estimulación del sistema atencional, lo cual influye en la continuidad del proceso creativo (Kahneman, 1973). La ausencia de estímulos auditivos parece generar un entorno menos propicio para mantener estados prolongados de atención.

2.5 Registro Fotográfico: Proceso Creativo con Estímulo Musical — Grupo A

Las siguientes imágenes documentan el desarrollo de la actividad creativa por parte de los participantes del Grupo A, quienes trabajaron con acompañamiento musical de su elección. Se observa el uso de materiales variados, exploración cromática y una actitud de inmersión en la tarea.

Figura 1**Exploración de color y composición— Grupo A, participante 1**

Nota. La imagen muestra el proceso creativo de un participante del Grupo A bajo estímulo musical. Se evidencia el uso de múltiples materiales y colores vibrantes. Registro propio, 2026.

Figura 2**Exploración de materiales y texturas — Grupo A, participante 2**

Nota. Proceso de experimentación con materiales físicos durante la sesión con música. Se observa dinamismo en la selección de elementos compositivos. Registro propio, 2026.

Figura 3

Composición en progreso — Grupo A, participante 3



Nota. Participante del Grupo A en estado de concentración activa. La música funcionó como estímulo regulador del entorno. Registro propio, 2026.

Figura 4

Resultado final de composición — Grupo A, participante 4



Figura 5

Proceso del taller



Figura 6

Inicio de entrevistas



Figura 7

Participante con música y su composición



Figura 8

Notas de los participantes con la música que escucharon.

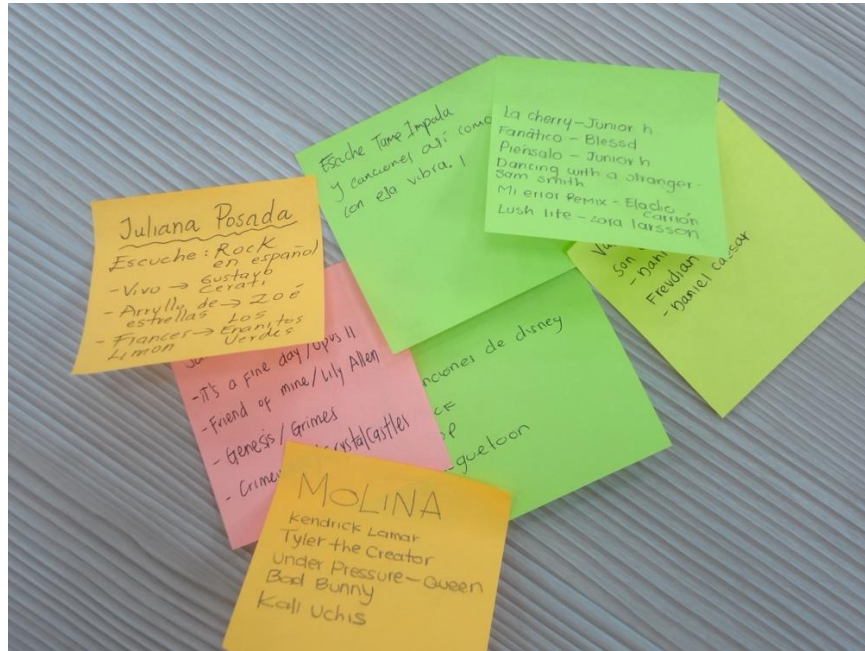


Figura 9

Participante con su trabajo finalizado.



Figura 10

Participante con su trabajo finalizado



Figura 11

Participante con su trabajo finalizado

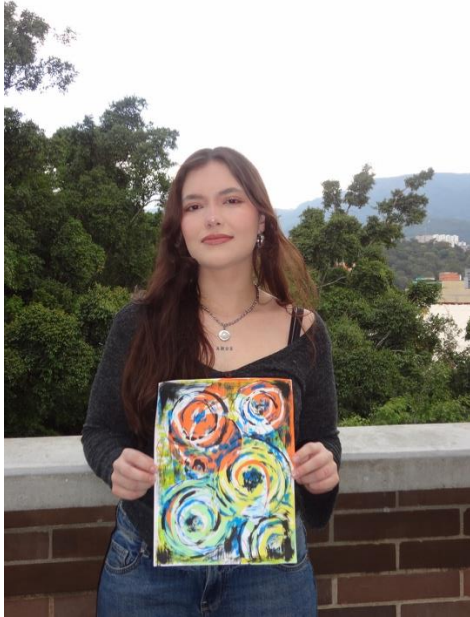


Figura 12

Participante con su trabajo finalizado



2.6 Proceso creativo en Grupo B: Ausencia de Música

Figura 13

Estudiante iniciando proceso



Figura 14

Participante del Grupo B iniciando actividad

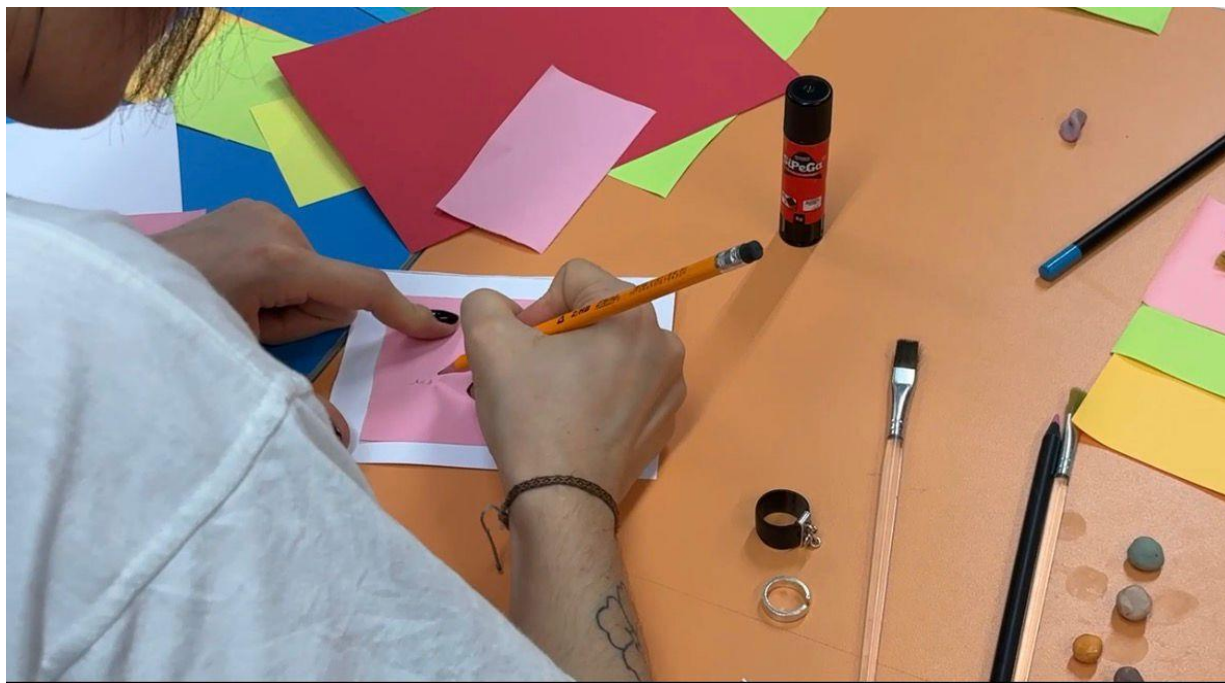


Figura 15 *Participante del Grupo B en proceso creativo*



Figura 16 *Desarrollo del ejercicio creativo en silencio — Grupo B*



Figura 17



Figura 18 — Trabajo finalizado 1



Figura 19 — Trabajo finalizado 2



Figura 20 — Trabajo finalizado 3



Figura 21 — Trabajo finalizado 4



Figura 22 — Trabajo finalizado 5



Figura 23 — Trabajo finalizado 6



Figura 24 — Materiales para los 2 talleres



Nota. Todos los participantes tuvieron los mismos materiales. Lápiz, borrador, sacapuntas, tijeras, pegastick, papeles de colores, pinturas negra, blanca, azul, amarillo, blanco; marcadores y colores. Papel blanco.

2.7 Tabulación de Encuestas — Grupo A con Estímulo Musical (n=10)

A continuación, se presenta el resumen de las encuestas aplicadas al Grupo A antes y después de la actividad creativa con estímulo musical. Los datos reflejan las percepciones subjetivas de los participantes sobre su experiencia y nivel de concentración.

2.7.1 Tabla 1

Resultados de encuestas post-actividad — Grupo A con estímulo musical

Part.	Concentración (1-5)	Percepción del Tiempo	Uso del Color	Estructura Compositiva
1	5	Muy rápido	Contrastes complementarios	Espirales y diagonales
2	4	Rápido	Colores vibrantes, alta saturación	Dinámica y expresiva
3	5	Muy rápido	Mezclas audaces y transiciones	Profundidad de campo
4	4	Rápido	Uso emocional del color	Asimétrica y arriesgada
5	5	Muy rápido	Alta saturación intencional	Orgánica y fluida
6	4	Rápido	Contrastes cromáticos altos	Ritmo visual marcado
7	5	Muy rápido	Exploración tonal amplia	Composición en espiral

8	4	Rápido	Paleta diversa y expresiva	Diagonales y movimiento
9	5	Muy rápido	Uso simbólico del color	Profundidad y textura
10	4	Rápido	Transiciones fluidas de color	Dinámica y compleja

Nota. Promedio de concentración del Grupo A: 4.6/5.0. Datos recopilados mediante encuesta post-actividad y observación directa. Elaboración propia, 2026.

2.8 Tabulación de Encuestas — Grupo B sin Estímulo Musical (n=10)

Los datos siguientes corresponden a las encuestas aplicadas al Grupo B, cuyos participantes realizaron el ejercicio creativo en condiciones de silencio. Los resultados permiten establecer el contraste comparativo con el Grupo A.

2.8.1 Tabla 2

Resultados de encuestas post-actividad — Grupo B sin estímulo musical

Part.	Concentración (1-5)	Percepción del Tiempo	Uso del Color	Estructura Compositiva
1	2	Lento	Colores primarios	Central y estática
2	3	Normal	Monocromático	Basada en retícula rígida
3	1	Muy lento	Colores seguros (fríos)	Dispersa
4	2	Lento	Poca saturación	Simetría básica

5	3	Normal	Neutros	Formas geométricas simples
6	2	Lento	Basado en el referente	Tradicional
7	2	Muy lento	Sin contrastes altos	Vacío predominante
8	4	Normal	Colores complementarios	Ordenada pero previsible
9	1	Lento	Limitado a 2 tonos	Rígida
10	2	Lento	Colores opacos	Saturación de elementos

Nota. Promedio de concentración del Grupo B: 2.2/5.0. Datos recopilados mediante encuesta post-actividad y observación directa. Elaboración propia, 2026.

2.9 Resultados

2.9.1 Análisis de Entrevistas

A partir de los testimonios de Juliana Posada y Valentina Pérez, diseñadoras participantes en el estudio, se extraen los siguientes hallazgos sobre la influencia de la música en el proceso creativo:

Fluidez y Dirección Creativa: la música actúa como un catalizador que ayuda a que la creatividad fluya y proporciona una dirección clara al trabajo, evitando el bloqueo creativo. Las participantes reportaron que la música les ayuda a orientar visualmente sus decisiones estéticas.

Gestión Emocional: la música permite canalizar sentimientos de tensión o agobio y transformarlos en elementos visuales a través de la experimentación con materiales y colores. Esto evidencia una conexión directa entre el estado emocional inducido por la música y las decisiones compositivas.

Concentración vs. Dispersión: la música es una herramienta fundamental para mantener el foco. Ambas entrevistadas coinciden en que ayuda a no dispersarse y a crear un ambiente de trabajo más ameno y productivo.

Alteración del Ritmo de Trabajo: la música influye en la velocidad de ejecución. Se reporta una transición de trabajar con prisa hacia un estado de mayor tranquilidad y paciencia, lo que permite mayor detalle en la composición.

2.9.2 Testimonio destacado (Valentina Pérez): *"Siento que ayuda mucho más a que fluya la creatividad y a dónde llevar el trabajo... es una manera de concentrarme y no dispersarme tanto".*

2.9.3 Resultados Cuantitativos: Grupo A — Con Estímulo Musical

Los participantes del Grupo A fueron evaluados en las mismas dimensiones que el Grupo B, bajo condiciones idénticas de enunciado, materiales y tiempo, con la única variación del estímulo musical. Los resultados evidenciaron niveles significativamente superiores de concentración, exploración cromática y complejidad compositiva.

2.9.4 Tabla 3

Impacto de la música en variables de diseño gráfico — Grupo A con estímulo musical (n=10)

Variable Analizada	Grupo Sin Música (Control)	Grupo Con Música (Estímulo)	Impacto Observado
Uso del Color	Paletas limitadas o monocromáticas	Contrastes complementarios y saturación intencional	Mayor expresividad cromática
Composición	Estructuras rígidas y centradas	Dinamismo, uso de espirales y profundidad de campo	Mayor exploración del espacio

Contraste	Bajo / Medio	Alto contraste para resaltar jerarquías visuales	Mayor impacto visual
Nivel de Concentración	2.8 / 5.0	4.6 / 5.0	Incremento del 64% en el foco

Nota. Datos recopilados mediante observación directa, encuestas post-actividad y entrevistas semiestructuradas. El promedio de concentración del Grupo A fue de 4.6/5.0. Elaboración propia, 2026

2.9.5 Resultados Cuantitativos: Grupo B — Sin Estímulo Musical

Para contrastar la influencia de la música, se realizó el mismo ejercicio creativo con un grupo de 10 estudiantes de diseño bajo condiciones de silencio ambiental. Los resultados muestran una tendencia hacia la rigidez compositiva, un uso del color más convencional y niveles de concentración significativamente menores.

2.9.6 Tabla 4

Resultados de la actividad creativa — Grupo B sin estímulo musical (n=10)

Participante	Concentración (1-5)	Percepción del Tiempo	Uso del Color	Estructura Compositiva
1	2	Lento	Colores primarios	Central y estática
2	3	Normal	Monocromático	Basada en retícula rígida
3	1	Muy lento	Colores seguros (fríos)	Dispersa
4	2	Lento	Poca saturación	Simetría básica

5	3	Normal	Neutros	Formas geométricas simples
6	2	Lento	Basado en el referente	Tradicional
7	2	Muy lento	Sin contrastes altos	Vacío predominante
8	4	Normal	Colores complementarios	Ordenada pero previsible
9	1	Lento	Limitado a 2 tonos	Rígida
10	2	Lento	Colores opacos	Saturación de elementos

Nota. Datos obtenidos mediante observación directa y encuestas post-actividad. El promedio de concentración fue de 2.2/5.0, significativamente menor al grupo con música. Elaboración propia, 2026.

2.10 Análisis Comparativo: Música vs. Silencio

Al comparar ambos grupos, se identificaron tres diferencias críticas que validan la hipótesis sobre cómo la música potencia el proceso de diseño:

Color y Expresividad: el Grupo A utilizó el color como herramienta emocional, con mezclas audaces y transiciones fluidas. El Grupo B se limitó a usar colores "lógicos" o funcionales, produciendo piezas visualmente más frías y menos arriesgadas.

Composición y Ritmo: en el Grupo A aparecieron espirales, diagonales y dinamismo —el ritmo de la música se tradujo en ritmo visual—. Las composiciones del Grupo B fueron mayormente estáticas, centradas y con un uso muy literal del espacio.

Contraste y Jerarquía: el Grupo A logró altos niveles de contraste (claro/oscuro, saturación/desaturación) que hacían que el trabajo resaltara. Los contrastes del Grupo B fueron tenues, generando piezas con menor impacto visual y jerarquías menos claras.

2.11 Conclusiones

Los hallazgos de esta investigación permiten articular las siguientes conclusiones, coherentes con la hipótesis inicial y defendibles desde la evidencia recopilada:

2.11.1 La Música como Regulador del Proceso Creativo

Se concluye que la música no es solo un fondo sonoro, sino una herramienta técnica que regula el ritmo de trabajo del diseñador, permitiendo una transición de la ejecución mecánica a la creación consciente. Los participantes del Grupo A reportaron mayor fluidez, menor ansiedad y mayor satisfacción con sus resultados, evidenciando que la música actúa como un "motor de riesgo" que facilita decisiones estéticas más audaces.

2.11.2 Correlación entre Ritmo Musical y Complejidad Compositiva

Existe una relación directa entre el tempo musical y la complejidad de la composición. Los diseñadores bajo estímulo musical tendieron a arriesgarse más con el color y el contraste, logrando resultados estéticamente más complejos. El uso de espirales y formas dinámicas en el Grupo A sugiere que el ritmo auditivo se procesa y se externaliza como ritmo visual, mejorando la composición general de la pieza.

2.11.3 Bienestar Psicológico y Estado de Flujo

La música reduce los niveles de ansiedad y la sensación de estar "acorralado" por el encargo, lo que se traduce en una mayor permanencia en la tarea y un disfrute superior del proceso creativo. Los diseñadores que escucharon música entraron en un "estado de flujo" donde el tiempo pasó rápido y la creatividad no se sintió forzada, en contraste con el grupo de control que reportó fatiga y lentitud.

2.11.4 La Percepción del Tiempo como Factor Clave

La percepción del tiempo es un indicador diferenciador relevante: mientras el Grupo A percibió el tiempo como acelerado (señal de estado de flujo), el Grupo B reportó el tiempo como

lento o muy lento, con mayor frecuencia de distracción e interacción social no relacionada con la tarea.

En conjunto, estos resultados aportan evidencia empírica para la integración deliberada de la música como recurso estratégico en los entornos formativos y laborales del diseño gráfico, con potencial de impacto tanto en la calidad de las piezas producidas como en el bienestar del diseñador durante el proceso.

2.12 Referencias

Alaminos-Fernández, A. F. (2014). *La música como lenguaje de las emociones. Un análisis experimental* [PDF]. [Universidad de Alicante](#)

Aveleira Rodríguez, Y., & Silva Barrera, D. (s. f.). *Laboratorio para diseño de experiencia de usuario*. [Redalyc](#)

Biasutto, M. Á. (1994). *Realizar un documental*. [Redalyc](#)

Brea, J. L. (s. f.). *Estética, historia del arte, estudios visuales* [PDF]. ArteUna. [ArteUna](#)

Brown, T. (2009). *Change by Design: How Design Thinking Transforms Organizations and Inspires Innovation*. Harper Business.

Candelo, C., Ortiz, G. A., & Unger, B. (s. f.). *Hacer talleres*. [WWF](#)

Casado Corraliza, R. (2014). *Relación entre creatividad (verbal y figurada) y discriminación auditiva* (Trabajo fin de máster, Universidad Internacional de La Rioja). Repositorio UNIR. [UNIR](#)

Castaño Patiño, M. C. (2019). *Proceso creativo para aplicar el diseño gráfico a promocionales de fiestas tradicionales*. UNAM.

Cortés, C. (2016). *Semiótica y estética del diseño*. *RChD: Creación y Pensamiento*, (2). [Universidad de Chile](#)

Csikszentmihalyi, M. (2010). *Fluir (Flow): Una psicología de la felicidad* (N. López Buisán, Trad.). Editorial Kairós. Google Books

Csikszentmihalyi, M. (2012). *Aprender a fluir* (A. Colodrón Gómez, Trad.). Editorial Kairós. Google Books

Csikszentmihalyi, M. (s. f.). *Creativitate rasfoieste*. Librioteca. [Librioteca](#)

Dabner, D., Stewart, S., & Vickress, A. (s. f.). *Diseño gráfico*. Google Books

De Bono, E. (1970). *Lateral Thinking: A Textbook of Creativity*. Ward Lock & Co.

Díaz, J. (2010). *Música, lenguaje y emoción: una aproximación cerebral*. *Salud Mental*, 33(6). UNAM. [Medigraphic](#)

Duarte Loza, A. (s. f.). *Música y sonido en el diseño del espacio-tiempo audiovisual*. [Academia.edu](#)

Eckert, C., & Stacey, M. (2000). *Sources of Inspiration: A Language of Design*. *Design Studies*.

Escuela Universitaria de Música. (2016). *Taller experimental Forma y Sonido*. EUM. [EUM](#)

Fiorini, D. (2023). *Diseño audiovisual, representación e interpretación en el género documental*. [Dialnet](#)

Forero La Rotta, A., & Ospina Arroyave, D. (2013). *El diseño de experiencias*. *Revista de Arquitectura (Bogotá)*, 15(1), 78–83. [Universidad Católica de Colombia](#)

García-Rotger, C. E. (s. f.). *La experiencia del taller de Diseño Gráfico 3 en la Facultad de Arte*. [AIDU](#)

González Cózatl Arellano, J. P. (2024). *Aprendiendo a escuchar (análisis del desarrollo perceptivo sonoro)* [Trabajo de grado, Universidad Autónoma del Estado de Morelos]. RIAA. [RIAA](#)

Guadalupe, E. (s. f.). *El diseño gráfico: un diálogo constante*. [Repositorio UAM](#)

Hassan Montero, Y. (s. f.). *Experiencia de usuario: principios y métodos*. [Yusef Hassan](#)

Herrero Valín, M. del R. (s. f.). *La pedagogía de la creación musical: una reflexión sobre la escucha y la creatividad en el contexto de la música contemporánea*.

Infante Jaras, M. (2017). *Experiencias creativas en el uso del medio audiovisual y las trayectorias del sujeto*. *Literatura y Lingüística*, (35), 235–250. SciELO

Izquierdo Jarrín, S. B. (s. f.). *La creatividad musical como influencia en el incremento de la autoestima en jóvenes de 15 y 25 años de la ciudad de Cuenca*.

López Martínez, O., & Navarro Lozano, J. (2008). *Comparative study between creativity measures: TCTT versus CREA*. *Anales de Psicología*, 24(1), 138–142. [Revistas UM](#)

Monreal, C. (2000). *Qué es la creatividad*. Editorial Biblioteca Nueva.

Montero, Y. H. (2005). *La experiencia del usuario*. No Solo Usabilidad. [No Solo Usabilidad](#)

Montero, Y. H. (2013). *UXD* [Artículo web]. No Solo Usabilidad. [No Solo Usabilidad](#)

Mora, O. J. (2000). *Montaje: intervenir músicas a través de un taller experimental*. [Repositorio Universidad Distrital](#)

Morales Valiente, C. (s. f.). *La creatividad, una revisión científica*. [Redalyc](#)

Negro, M., & Seba, A. (2019). *El documental audiovisual. Representar y narrar lo real. Creación y diseño de un programa de Posgrado*. *INMÓVIL*, 5(2). [INMÓVIL](#)

Pascale, P. (2005). *¿Dónde está la creatividad? Una aproximación al modelo de sistemas de Mihaly Csikszentmihalyi*. Universidad de Salamanca, 17. [Redalyc](#)

Peña, R., & Cuitlahuac, D. (2016). *Diseño de guiones para audiovisual: ficción y documental*. UAM Unidad Cuajimalpa. [UAM](#)

Peralta Fajardo, P. G. (s. f.). *La pedagogía del diseño: algunas consideraciones conceptuales*. [Universidad de Cuenca](#)

Pizarro Rodríguez, N. T. (2020). *Los principios del estilo Swiss Design en las piezas visuales del proyecto Swissted en el desarrollo de posters musicales* (Tesis de pregrado, Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas).

Ráfols Cabrisses, R. (s. f.). *Diseño audiovisual y motion graphics*. [UOC](#)

Riascos Martínez, V. H. (s. f.). *La creatividad*. [Universidad Manuela Beltrán](#)

Rodríguez, F. (2016). *La música como lenguaje y como medio de expresión*. *Publicaciones Didácticas*. [CORE](#)

Rodríguez Luna, M. E. (s. f.). *El taller: una estrategia para aprender, enseñar e investigar*. [Universidad Distrital](#)

San Cornelio Esquerdo, G. (s. f.). *Diseño visual y expresión gráfica*. [Universidad LEO](#)

Serrano, R., Puyuelo, M., & Salavera, C. (2011). *Música y lenguaje*. *Boletín AELFA*. [ScienceDirect](#)

Sorin, M. (1992). *Creatividad: ¿Cómo? ¿Por qué? ¿Para qué?* Editorial Labor.

Tamayo Acevedo, M. I., & Botero Medina, E. S. (2013). *Estética e imagen visual*. [Repositorio UDEM](#)

Tamayo de Serrano, C. (2002). *La estética, el arte y el lenguaje visual*. *Palabra Clave*, (7). [Dialnet](#)

Thrash, T. M., & Elliot, A. J. (2004). *Inspiration in the Creative Process*. *Creativity Research Journal*.

Universidad de Granada. (2013). *Producción científica e impacto de la actividad investigadora* [Informe PDF]. Universidad de Granada. [Universidad de Granada](#)

Vargas, E. (2017). *La imaginación al poder. Peirce y el escepticismo normativo* [Ponencia]. Academia Nacional de Ciencias de Buenos Aires. [Universidad de Navarra](#)

Wallas, G. (1926). *The Art of Thought*. [Internet Archive](#)

Zenker Castro, F., & Barajas del Prat, J. J. (2021). *Central auditory function*. *Auditio*, 2(2), 31–41. [Auditio](#)

Zhunio Suqui, J. A. (s. f.). *Propuesta metodológica basada en la música experimental para el desarrollo de la creatividad musical en estudiantes del Conservatorio Nacional de Música José María Rodríguez*.