



**Nombre del alumno:**

José Gabriel Mérida Nájera

**Materia:**

Métodos de diseño

**Docente.**

Jorge David Oribe Calderón

**Cuatrimestre:**

1°

**Actividad**

Ensayo

**Fecha:**

23 de Septiembre del 2023

Comitán de Domínguez, Chiapas.

## **El proceso creativo**

Se divide en 4 puntos esenciales que son los siguientes:

### **Preparación:**

Es esencial que tomemos en cuenta lo que queremos comunicar, para quién y con qué objetivo. Para esto tenemos que llenar un informe en el que se detallen antecedentes de la empresa, descripción del producto, objetivos de marketing, el objetivo, entre otros.

### **Incubación:**

Después de hacer el informe se debe empezar con el proceso creativo, se debe hacer una investigación que es una de las herramientas más importantes, la investigación nos ayuda a encontrar diferentes perspectivas como los objetivos y cosas que no han creado las demás empresas que son la competencia, elementos que se pueden usar a nuestro favor. Otro factor que nos puede ayudar es la lluvia de ideas, ya se son un recurso muy importante aportando diferentes opiniones.

### **Iluminación:**

Este es el proceso por el cual se genera un concepto para crear todas las luces y alumbrado que tendrá el espacio. En esta se llega al punto de la solución creativa y eficiente para resolver los problemas.

### **Verificación:**

En este punto se ve si la creatividad es funcional o si cumple o no con los objetivos establecidos. Se tiene que analizar, verificar y validar para realizar los ajustes necesarios, antes de mostrar el mensaje dado.

### **Proceso creativo:**

El proceso creativo es la fase inicial para crear un proyecto, por lo que tiene un objetivo en concreto. En el proceso creativo se parte de un problema dando soluciones para poder llegar a un objetivo ya planteado, haciendo mejoras a lo largo de la trayectoria de este proyecto.

### **Etapas fundamentales del proceso creativo:**

- 1 - Se descubre el problema principal
- 2 - Se le da estructura al problema
- 3- Se generan ideas para poder darle solución al problema

### **Funcionamiento del proceso creativo:**

Son dos los mecanismos importantes del proceso creativo: el primero es el proceso creativo entre individuos y equipos de la empresa y el segundo es en el que la organización aprovecha los resultados de estos procesos.

### **Proceso creativo individual y grupal:**

- 1 – Presentación del problema

- 2 – Preparación
- 3 – Generación de la idea o respuesta
- 4 – Validación de la respuesta o idea
- 5 – Evaluación del resultado

### **Modelos del proceso creativo**

Existen variaciones que tienen que ver con la adaptación de dominios específicos, perspectivas y ampliación o reducción de las etapas. Existen diferentes modelos del proceso creativo que van en un orden de 6 hasta 2 etapas.

Modelo de 6 etapas:

En este modelo se da la aplicación práctica de la habilidad de un individuo concretamente creativa o artística. Con las siguientes etapas:

- 1 – Idea o visión
- 2 – Documentación y reflexión
- 3 – Primeros bocetos
- 4 – Pruebas de las
- 5 – Objetos provisionales
- 6 – Series

Este es un modelo abierto, no existe un plazo, meta u objetivo específico.

Modelo de 5 etapas:

- 1 – Etapa de pensamiento consciente, voluntario y regulado donde se investiga el problema.
- 2 – Se presenta una serie de eventos mentales inconscientes e involuntarios para solucionar el problema.
- 3 – El individuo percibe que la solución llega de forma inminente a su mente a pesar de no tenerla clara.
- 4 – Aparece una idea junto a los eventos psicológicos que la acompañan.
- 5 – Se da la verificación, en la que se evalúa el nuevo estado el nuevo estado de la situación inicial, viendo las fortalezas y debilidades de la idea.

Modelo de 4 etapas:

- 1 – Recolección de recursos.
- 2 – Definición de los límites del proyecto.
- 3 – Producción creativa.
- 4 – Síntesis final.

## **Diseño del mensaje**

### **1- Esta parte está dividida por tres subprocesos:**

- 1 – Diseño del concepto.
- 2 – Diseño narrativo.
- 3 – Diseño de la experiencia.

### **2- Significado estético:**

- 1 – Preocupación estética.
- 2 – innovación tecnológica.

### **3- Desarrollo del artefacto:**

- 1 – Diseño del artefacto.
- 2 – Implementación del artefacto.
- 3 – Planeación de la exhibición del artefacto.

Por otra parte se encuentra el modelo de Kolodner y Wills que consiste en tres procesos:

- 1 – Preparación.
- 2 – Asimilación.
- 3 – Control estratégico.

Estos son unos de los modelos más importantes para el mensaje que quieres transmitir.

## **Proceso creativo organizativo**

En este proceso se representa el desarrollo para la iniciativa de innovaciones más complejas y de mayor proporción respecto al nivel individual y grupal. Por eso se busca tener una mayor profundización para saber cómo las compañías gestionan sus procesos creativos organizativos.

Cada componente genera dos elementos, el comportamiento creativo y la situación creativa, estos hacen referencia a la habilidad que tiene un individuo o un grupo para comprometerse con la tarea creativa y al resultado de las influencias tanto sociales como ambientales del comportamiento creativo.

## **Contexto del proceso creativo**

Se necesita comprender que la efectividad de la implementación de un proceso creativo depende de las características del contexto en el que se desarrolle.

Se presentan los niveles en los que se asocian los modelos presentados anteriormente:

Neurológico: Se relaciona en como el cerebro genera ideas o soluciones creativas.

Cognitivo: Es el estado anímico en el que se conduce hacia el pensamiento divergente y generación de ideas.

Personalidad: Son las variables relacionadas con rasgos de personalidad y características permanentes del individuo.

Equipo: Permite obtener resultados creativos de mayor nivel que mediante el trabajo individual.

Ambiente social y cultural: Impacta en la creatividad de los individuos, grupos y organizaciones enteras.

### **Creatividad arquitectónica**

Herrmann distingue cuatro tipos de cerebros, que son el lado **racional** del cerebro hemisferio izquierdo que es el azul (frontal) y el verde (basal). En el lado **emocional** del cerebro que es el hemisferio derecho tenemos el amarillo (frontal) y el rojo (basal).

Azul-Terminator: El cerebro azul es el que se orienta a objetivos.

Verde-Sheldon Cooper: El cerebro verde es el organizador.

Amarillo-Salvador Dalí: El cerebro amarillo es el innovador, creativo, imaginativo, holístico e integrador.

Rojo-Nelson Mandela: El cerebro rojo es el interpersonal.

### **Paradigmas arquitectónicos**

Para ser creativo es obligatorio que pierdas el miedo a equivocarte. Un error se considera como lo peor que puede hacer un individuo, pero es necesario equivocarte para que puedas ser mejor y tener nuevas ideas sobre lo que has hecho mal e ir teniendo mejores prototipos.

Los paradigmas modifican la manera en que logramos interactuar en el mundo y por lo tanto en la forma en que hacemos arquitectura.

### **Conclusión**

Llegue a la conclusión que debemos buscar la forma de innovar y de crearnos problemas para mejorar, tenemos que buscar la manera en la debemos mejorar las cosas que hacemos o creamos, buscando como resolver los problemas y las necesidades de los demás usuarios, tenemos que buscar la manera en la que el usuario este realmente convencido de lo que hemos hecho para el buscando satisfacer sus necesidades. Tenemos que tomar en cuenta lo que queremos comunicar, para el usuario y con qué objetivo.