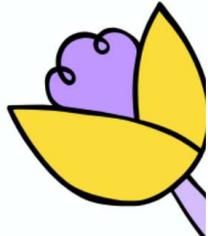
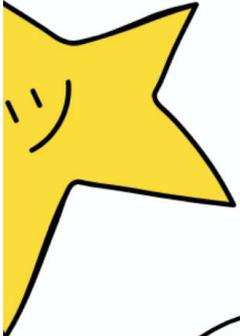
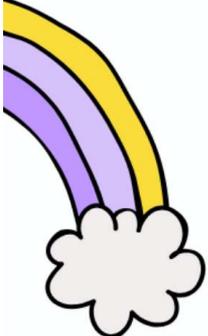




21-09-2024

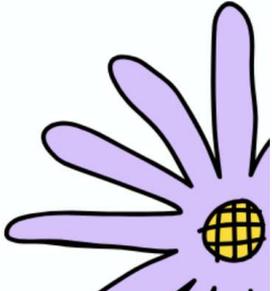
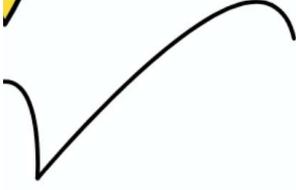


*mapas conceptuales "unidad 1"*



# METODOS DE DISEÑO

1.Lic. en arquitectura  
Arq. Edith Estefanía Román  
Domínguez  
Alumno: Jimmy Bernabé Vázquez  
Sánchez



# Proceso creativo

## > PROCESO CREATIVO

1. Preparación
  - o Definir: ¿Qué?, ¿Para quién?, ¿Objetivo?
  - o Informe escrito (Brief)
  - o Historia/Antecedentes
  - o Descripción del producto/servicio
  - o Objetivos de marketing/comunicación
  - o Competencia
2. Incubación
  - o Investigación
  - o Lluvias de ideas
  - o Insights del grupo objetivo
  - o Competencia
  - o Elementos del mensaje
3. Iluminación
  - o Inspiración
  - o Solución creativa
4. Verificación
  - o Evaluar: ¿Cumple objetivos?
  - o Análisis y ajustes
  - o Validar la solución creativa

## > DOMINIOS DE INTERÉS

- Innovación organizativa
  - Secuencia de pensamientos y acciones
  - Ideas nuevas y adaptables
- Modelos de Proceso Creativo
  - Etapas clásicas: preparación, incubación, iluminación, verificación
  - Fases no lineales
  - Iteraciones y revisiones

## > CARÁCTER CREATIVO

- Resultado (Producto)
  - Innovador
  - Útil, Adaptable, Significativo
  - Impactante
- Proceso
  - Generación, Evaluación, Elaboración
  - Motivacional, Social, Cognitivo

## > MODELOS CLÁSICOS

- Gullford (1950)
  - Enfoque secuencial: atención, estructura, solución
- Wallas (1926)
  - Etapas: preparación, incubación, iluminación, verificación
- Amabile (1988)
  - Creatividad y Innovación Organizativa

## MODELOS DEL PROCESO CREATIVO

### MODELOS DE 6 ETAPAS (BOTELLA ET AL, 2013)

- 1. Idea o Visión:
  - Desencadenada por imagen/sonido
  - Influencia interpersonal
- 2. Documentación y Reflexión:
  - Etapa de incubación
  - Recolección de información
- 3. Primeros Bocetos:
  - Visión material o tangible
- 4. Pruebas de las Ideas:
  - Evaluación del trabajo preliminar
  - Opinión de colaboradores
- 5. Objetos Provisionales:
  - Borradores cercanos al objeto final
  - Perfeccionamiento de detalles
- 6. Series:
  - Variaciones de la visión final
  - Influencia emocional/artística

### MODELOS DE 3 ETAPAS (MARCOS & ZAGALO)

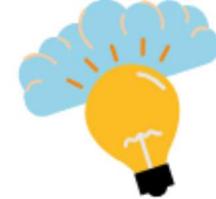
- Colaboración Artista-Equipo Multidisciplinario
  - Proceso Dinámico (no lineal)
  - Retroceso y avance flexible entre etapas

### MODELOS DE 4 ETAPAS (LINGO, BURT, AMABILE)

- 1. Recolección de Recursos
- 2. Definición de los Límites del Proyecto
- 3. Producción Creativa
- 4. Síntesis Final

### MODELOS DE 5 ETAPAS (SADLER-SMITH, ALLEN & THOMAS)

- Sadler-Smith (2015)
- 1. Preparación: Investigación del problema
- 2. Incubación: Procesos mentales inconscientes
- 3. Insinuación: Conciencia creciente de la solución
- 4. Iluminación: Aparición repentina de la idea
- 5. Verificación: Evaluación y refinamiento
- Allen & Thomas (2011)
- Difusión: Socialización del resultado creativo



# DISEÑO DEL MENSAJE

DISEÑO DEL CONCEPTO: BOCETOS, BORRADORES, PROTOTIPO.  
 DISEÑO NARRATIVO: COMPOSICION, MENSAJES, CONEXION EMOCIONAL.  
 DISEÑO DE LA EXPERIENCIA: ELEMENTOS, NECESIDADES, HABILIDADES.

## SIGNIFICADO ESTETTICO

PREOCUPACION ESTETICA: CARACTERISTICAS, EXPERIENCIA SATISFACTORIA.  
 INNOVACION TECNOLOGICA: USO DE TECNOLOGIA, INTEGRACION NOVEDOSA.

## DESARROLLO DEL ARTEFACTO

DISEÑO DEL ARTEFACTO: SISTEMA, INTERFAZ, TECNOLOGIA.  
 IMPLEMENTACION: PROGRAMACION, PRUEBAS.  
 EXHIBICION: ENCUENTRO CON LA AUDIENCIA.

# DISEÑO DEL MENSAJE

## MODELO KOLODNER Y WILLS (1996)

PREPARACION: ENFOQUE, DEFINICION DEL PROBLEMA.  
 ASIMILACION\*: SENTIDO, RETROALIMENTACION, OBSERVACIONES.  
 CONTROL ESTRATEGICO: DECISIONES, ORGANIZACION, PRIORIDADES.

## CHAN ET AL. (2015)

PLANEACION: METAS, PREPARACION (CONCEPTUALES), SIN PLANEACION (EXPERIMENTALES).  
 TRABAJO: EJECUCION DEL PLAN, DECISIONES (EXPERIMENTALES).  
 DETENERSE: SATISFACCION (CONCEPTUALES), JUICIO Y EVALUACION (EXPERIMENTALES).

## MODELO TREFFINGER (1995)

COMPRESION DEL PROBLEMA: BUSQUEDA DE INFORMACION, PREGUNTAS.  
 GENERACION DE IDEAS: PENSAMIENTO DIVERGENTE, EVALUACION.  
 PLANEACION PARA LA ACCION: IMPLEMENTACION, PROMOCION DE IDEAS, APOYO.

## MODELO DE 2 ETAPAS

\*GENEPILORE (FINKE, WARD Y SMITH, 1992):  
 - GENERACION: REPRESENTACIONES MENTALES.  
 - EXPLORACION: INTERPRETACION, HALLAZGOS CREATIVOS

LIU ET AL. (2015):  
 GENERACION: MATERIAL INNOVADOR.  
 REVISION: EVALUACION, MODIFICACION.

WANG ET AL. (2012):  
 GENERACION DE IDEAS.  
 IMPLEMENTACION DE IDEAS.

# PROCESO CREATIVO ORGANIZATIVO

AMABILE (1988, 2012)

TEORIAS DE CREATIVIDAD

CREATIVIDAD ORGANIZADA

- 1.1. Diseño del Concepto
  - Bocetos y borradores
  - Prototipos
- 1.2. Diseño Narrativo
  - Composición como serie de "mensajes"
  - Conexión emocional
- 1.3. Diseño de la Experiencia
  - Características específicas del producto
  - Consideración de necesidades y habilidades del usuario

- Se evidencia a través de un Producto Creativo:
  - Ideas
  - Procesos
  - Procedimientos
  - Servicios
  - Productos

WOODMAN  
ET AL (1993)

- 3 Factores Organizativos:
  - Características Individuales
  - Características Grupales
  - Características Organizativas
- Impactan en el resultado del proceso creativo
- Dos elementos clave:
  - Comportamiento Creativo
    - Habilidad de individuo o grupo para comprometerse con una tarea creativa
  - Situación Creativa
    - Influencias sociales y ambientales que afectan el comportamiento creativo

Liderazgo que fomenta un ambiente creativo (Hennessey & Amabile, 2010).

-Conexiones sociales y tecnología que potencian la colaboración creativa (W. Zhang et al., 2015).

-Entorno organizativo que promueve la creatividad mediante el aprendizaje y la satisfacción del equipo (Kurtzberg & Amabile, 2001).



## 5. AMBIENTE SOCIAL Y CULTURAL

## 4. NIVEL DE GRUPO/EQUIPO

Diversidad de perspectivas que favorecen el pensamiento creativo (Rosso, 2011).

- Colaboración controlada: participación y toma de decisiones inclusivas (DeDreu & West, 2001).
- Resultados creativos más efectivos que el trabajo individual (Hennessey & Amabile, 2010).

## CONTEXTO DEL PROCESO CREATIVO

## NIVEL NEUROLOGICO

- Generación de ideas
- Procesos cerebrales específicos (Chakravarty, 2010).
- Estructura y funciones químicas relacionadas con la creatividad (Liu et al., 2015).
- Inspiración como estado motivacional del proceso creativo (Oleynick et al., 2014).

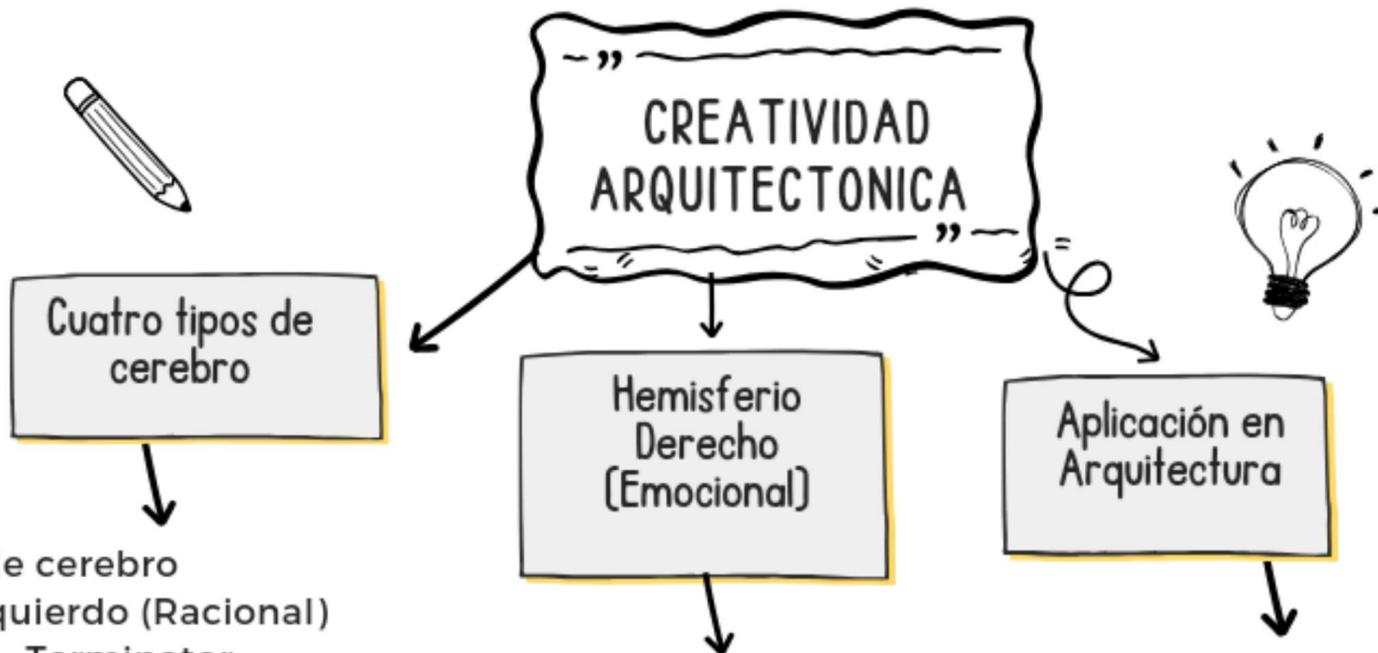
## 2. NIVEL COGNITIVO/APECTIVO/ ENTRENAMIENTO

- Estados anímicos que favorecen el pensamiento divergente.
- Habilidades cognitivas para resolver problemas creativos (Lassig, 2013).
- Interacción entre elementos emotivos y cognitivos (Hammershøj, 2009).
- Programas de entrenamiento en heurísticas y técnicas creativas.

## 3. DIFERENCIAS INDIVIDUALES/PERSONALIDAD

- Rasgos de personalidad: apertura a nuevas experiencias, desafío a los estímulos externos (Hennessey & Amabile, 2010).
- Formas de pensamiento: rápido/automático vs. lógico/esforzado (Allen & Thomas, 2011).
- Perfiles creativos:
  - Buscadores: solucionan problemas mediante la percepción y experimentación.
  - Descubridores: identifican problemas y planifican soluciones (Chan et al., 2015).





- Cuatro tipos de cerebro
  - Hemisferio Izquierdo (Racional)
    - Azul (Frontal) - Terminator
    - Objetivos
    - Resultados
    - Decisiones
    - Determinación
    - Crítica: Dominante, "Fin justifica los medios"
    - Verde (Basal) - Sheldon Cooper
    - Proceso
    - Organización
    - Disciplina
    - Perfeccionismo
    - Crítica: Rigidez, lentitud, exceso de detalle

- Hemisferio Derecho (Emocional)
  - Amarillo (Frontal) - Salvador Dalí
    - Innovación
    - Creatividad
    - Ideas
    - Cambio
    - Crítica: Dispersión, falta de concreción
  - Rojo (Basal) - Nelson Mandela
    - Relaciones Humanas
    - Empatía
    - Trabajo en equipo
    - Éxito con sensibilidad
    - Crítica: Sumiso, evita conflictos

- Aplicación en Arquitectura
  - Clientes según cerebro
    - Verde: Explicar proceso, detalles
    - Azul: Focalizar objetivos, decisiones
    - Amarillo: Innovación, creatividad
    - Rojo: Empatía, relaciones humanas



# PARADIGMAS ARQUITECTONICOS

## PARADIGMA:

- Ejemplo que sirve de norma
- Principios que rigen el discurso teórico
- Cambio de paradigma Cambio en la forma de interactuar con el mundo y la arquitectura

## NUEVAS ESTRUCTURAS

### SOCIALES:

- Concentración de obreros y máquinas
- Grandes espacios cubiertos y mejor iluminados

## ANTECEDENTES:

Revolución Industrial: Siglo XVIII-XIX

- Gran Industria → Técnica y maquinismo
- Producción rápida, abundante, económica

## PROBLEMAS ESTÉTICOS:

- Formas tradicionales no suficientes
- Ingenieros:
  - Soluciones en hierro y vidrio
  - Tramos de cubiertas: De madera a hierro fundido

## REVOLUCIÓN ARQUITECTÓNICA:

Inglaterra: Pionera en la industrialización

- Edificios de hierro y vidrio
- Neogótico:
  - Solución plástica lineal
  - Carácter estructural del hierro
- Iconos arquitectónicos:
  - Torre Eiffel (333 m altura)
  - Sala de Máquinas (420 m longitud, 115 m luz)