



Mi Universidad

Nombre del Alumno: Dayra Mayrín Aguilar Gómez.

Nombre del Profesor: Edith Esthefania Román Domínguez.

Nombre de la Materia: Métodos de Diseño.

Nombre del Trabajo: Mapa conceptual.

Cuatrimestre: 1°

EL PROCESO CREATIVO

"Inspiración divina, intuición del genio y mecanismos inconscientes, es decir, proceso del que se desconoce su funcionamiento".

[Signature]
18/01/24

Preparación

Identificación y definición del problema (brief).

Incubación

Investigación de la creación (lluvias de ideas)

Iluminación

Inspiración con solución creativa (Eureka).

Verificación

Revisión y aprobación de la idea

Son relevantes al contexto de la gestión de la innovación organizativa, el proceso puede ser individual y grupal. La forma de organización aprovecha los resultados en el proceso del desarrollo de iniciativas de innovación.

Presentación

Proviene de un estímulo interno o externo

Preparación

Recolección o activación de información relevante

Generación de la idea

Búsqueda de individuo o en recursos externos

Validación de la idea

Prueba posibles respuestas y evalúa.

Evaluación del resultado

Continúa o termina con el proceso

MODELOS DE PROCESO CREATIVO

Modelos de 6 etapas

Proceso creativo como actividad. La aplicación práctica creativa.

1. Idea o Visión:

Permite al artista madurar el pensamiento por una imagen o sonido

2. Documentación o reflexión:

Recolecta información.

3. Primeros bocetos:

Visión material o tangible

4. Pruebas de idea:

Se realiza con diferentes materiales y se busca opinión.

5. Objetos Provisionales:

Borradores al objetivo final

6. Series:

Búsqueda de adaptación del entorno.

No existe plazo específico sino influencia por el entorno para el proceso

Modelos de 5 etapas

1.- Preparación, investiga el problema.

2.- Incubación, busca solucionar el problema.

3.- Insinuación, estado intermedio entre consciencia y no consciencia.

4.- Iluminación, momento corto y repentino en el que aparece una idea.

5.- Verificación, evalúa la situación y culmina

Etapa de Difusión se presenta cuando el individuo se siente satisfecho

Modelos de 4 etapas

1.- Recolección de recursos:

Adquiere recursos que permita sostener el proyecto.

2.- Definición de los límites del proyecto: lista de chequeo, introducción, analogías aplazamiento de decisiones, sin excluir las al proceso.

3.- Producción creativa: Creación representando intereses en limitación de tiempo y presupuesto.

4.- Síntesis final:

Desarrolla y recolección creativa en el producto final coherente.

Modelos de 3 etapas

Facilitan la comprensión y comunicación de cada propuesta.

Comportamiento dinámico, no lineal, se puede saltar etapas o regresar las veces necesarias.

Primera fase

1.1 Diseño del concepto:
Bocetos y borradores

1.2 Diseño narrativo:
Le da un mensaje
a la estructura

1.3 Diseño de la experiencia
Diseño y conceptuali-
zación.

2. Significado
estético:

Contrasta la
idea con las
decisiones

2.1 Preocupación
estética:
Experiencia
satisfactoria

2.2 Innovación
tecnológica:
Uso y explo-
ración de la
tecnología en
el arte.

DISEÑO DEL MENSAJE

3. Desarrollo del
afectado

Etapa final

3.1. Diseño de afectado: Sistema o aplicación del apoyo final. Diseño de sistema, interface, selección y tecnología.

3.2. Implementación del artefacto: Implementación de programación y pruebas.

3.3. Planeación de la exhibición el artefacto. Artefacto al mundo real.

Modelos de 2 Etapas

Mecanismos psicológicos de la creatividad, representaciones o estructuras pre-inventivas.

Fase de Generación, se produce espontáneamente sometido a evaluación y modificación. Las fases no son lineales. Afirma la literatura en creatividad organizativa.

Generación de ideas e implementación de ideas.

Características individuales grupales y organizativas

Habilidad de un grupo o individuo para comprenderse con una tarea creativa

Permite el desarrollo de factores, teorías y modelos específicos, facilitando la integración de los resultados.

Iniciativas de innovación al nivel individual y grupal

PROCESO CREATIVO ORGANIZATIVO

creatividad organizativa

Mayor profundización (se lleva a cabo una investigación)

Evaluación de resultados

Producto creativo (ideas, procesos, procedimientos, servicios o productos)

Sin generación de una respuesta respuesta es un posible fracaso.

CONTEXTO DEL PROCESO CREATIVO

Un concepto de gestión organizativa no puede tener efectos positivos en cualquier situación. Depende del contexto en que se desarrolle.

Neurológico

Cómo el cerebro genera ideas o soluciones creativas

Personas creativas poseen ciertos pre-requisitos y procesos cerebrales

Alteraciones en porciones específicas del cerebro

Ideas e inspiración como estado emocional

Cognitivo/Afectivo/Entretención

Estados anímicos producen la generación de ideas, habilidades de solución creativa.

Representaciones mentales, procesos intelectuales y las habilidades involucra el proceso creativo.

Proceso creativo es el resultado de habilidades cognitivas e interacción con elementos emotivos

Diferencias Individuales/Personalidad

Personas más creativas que otras

Pensamiento automático y rápido o del pensamiento esforzado y lógico.

Capacidad para asumir problemas complejos

Buscadores, son solucionadores que trabajan con percepción y experimentación

Descubridores, son identificadores que trabajan con concepción y planeación.

Grupo/Equipo

Dos o más individuos, resultados creativos

Ofrece conocimientos, habilidades y perspectivas.

Forma controlada participación en la toma de decisiones y la inclusión de cada uno de los miembros.

Ambiente social y cultural.

Impacta la creatividad y se concentra.

Conexiones sociales, liderazgo, herramientas tecnológicas

Satisfacción

CREATIVIDAD ARQUITECTÓNICA.

Racional

Azul - Terminator

Orienta a los objetivos

Capacidad de diagnóstico y acción

Le interesa el resultado y el camino más efectivo.

Verde - Sheldon Cooper

Organizador,

Ordenado y con secuencia lógica, reglas correctas.

Disciplinado y confiable.

Rigidez y lentitud

¿Para qué sirve todo esto? Realmente, ¿cómo piensa un arquitecto?

Todo tiene traducción con nuestro comportamiento.

Todo esto nos ayuda con nuestros clientes.

Emocional

Amarillo - salvador Dalí
Innovador

Cuidado del detalle

Cuesta aterrizar las ideas, posibilidades reales y sin riesgos excesivos

Rojo - Nelson Mandela

Interpersonal.

Relaciones humanas, empatía.

Valora el trabajo en equipo, disfruta de las personas y las comprende

Se perjudica a sí mismo por los demás, para evitar conflictos.

PARADIGMAS ARQUITECTÓNICOS

— Transforma la realidad

Para ser creativo
es necesario perder
el miedo a equivocarte

El cambio del
paradigma modifica
la manera en que
interactuamos
con el mundo

Comoción en
todo Europa y
en América
del norte

Revolución
arquitectónica
en Inglaterra

Optimización de
recursos

- Naturales
- Fabricados
- Recuperados, reutilizados
y reciclados.

Representaciones
de la construcción