

Universidad ECCI
Seminario Tecnología
Pensamiento Creativo y
Contextualización de la Creatividad

Angélica Jaramillo Castillo

Actitud creativa

Problemas personas

Problema 1

Una mujer profesional, inteligente y amorosa tiene una problema hace más de tres años, sigue ganando el salario mínimo, esto hace que no pueda mejorar la calidad de vida de su hijo de 7 años, siempre se endeuda y no puede continuar sus estudios. Esta persona no confía en sus capacidades, es muy conformista, creando una barrera entre el entorno que la rodea, y no permite que nueva oportunidades lleguen a ella.

Solución:

Ella debe buscar un apoyo psicológico que fortalezca su personalidad, y pueda confiar en su inteligencia, crear amor por ella misma, con esto hacer conciencia de lo que puede llegar hacer proyectarse y tener mejor calidad de vida.

Problema 2

Una persona tiene un importante cargo en su empresa, en la cual es jefe de un área, no es líder en su trabajo cuando debería serlo, es una persona que exige resultados sin dar ningún tipo de apoyo a las personas que tiene a su cargo. Esto genera rechazo entre la gente que la rodea ya que en ocasiones les falta al respeto, y es una persona solitaria debido a esto.

Solución:

El grupo de trabajo debe generar una carta comentándole la inconformidad de este trato, su superior debe hacer talleres capacitaciones, para que tome conciencia que no solo laboralmente afecta, sino que también personalmente está corriendo riesgo de perder su empleo, de no conocer otros puntos de vista que la ayudarían a vivir en un ambiente armónico.

Problemas de empresas

Problema 1

- **Empresa: cúbreme**
- **Descripción:** es una tienda de confección, venta y alquiler de vestidos para fiestas.
- **Problema:** los clientes no se sienten acompañados, en la atención del establecimiento y por esta razón los se van sin preguntar nada, debido a la desorganización de la tienda y esto genera pérdida de ganancias.
- **Solución:** organizar mejor los espacios, ya que casi la mitad de la tienda es ocupada por una recepción que no es muy útil para el negocio, mientras los clientes esperan, dar algún valor adicional como: realizar catálogos de las diferentes prendas, ofrecer alguna bebida, creando un vínculo con el

Cliente y de ser posible contratar otra persona para esto.

Problema 2

- **Empresa:** Ipsos napoleón franco
- **Descripción:** empresa dedicada a la investigación de mercados, recolección de datos para contribuir en pro de mejorar los productos y servicios de las empresas.
- **Problema:** los estudios no son entregados a los clientes a tiempo por problemas del proceso de calidad, el estudio llega a la última fase del procesamiento y es allí donde se evidencia que hay plagio fraude y hay que volver a iniciar el estudio desde cero.
- **Solución:** la persona encargada del área de calidad debe hacer un seguimiento, debe revisar un porcentaje aleatorio por cada trabajador que realice el control de calidad,

para garantizar un mejor trabajo. Al igual verificar que el trabajador tenga evaluación de cada capacitación de los estudios, tal vez algunas personas tampoco tengan claro la metodología del estudio que están revisando.

Problema 3

- **Empresa:** universidad de la salle
- **Actividad:** la universidad de la salle es una institución educativa de carácter privado, fundada, orientada y dirigida por los hermanos de las escuelas cristianas. Su proyecto formativo de educación superior está inspirado en la tradición lasallista y en consecuencia diseña sus programas académicos para que tengan impacto social, se promueva la dignidad y el desarrollo integral de la persona y se fomente la búsqueda del sentido de la verdad.

- **Problema:** en los procesos de matrícula participan más de 3 áreas, esto hace que el proceso sea más demorado y los estudiantes
- tomen la decisión de irse para otra universidad.
- **Solución:** innovar en el proceso de matrícula, creando una entrevista general elaborada por los psicólogos de la universidad y poder dar respuesta de manera inmediata a los aspirantes, creando una plataforma de citas y resultados, y allí se encuentre el cuestionario de inscripción.

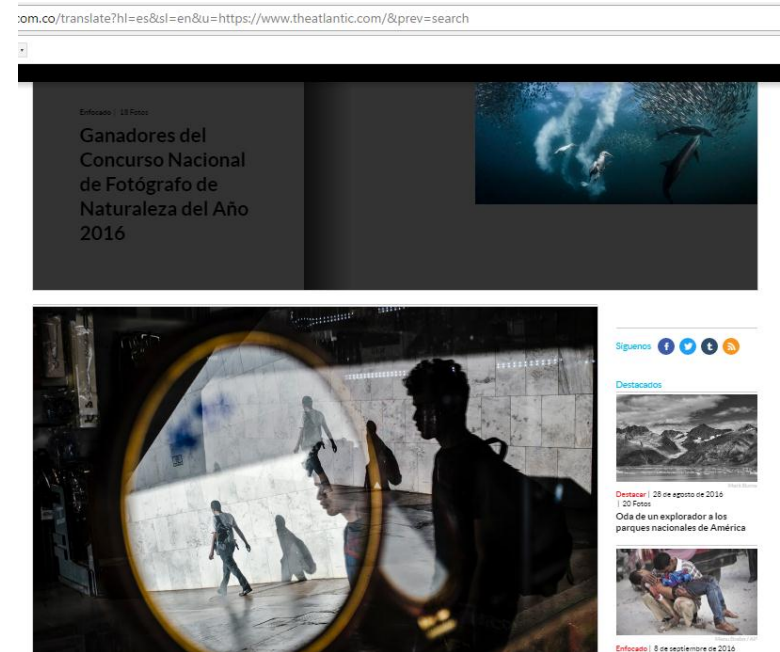
Insumo creativo

Fotografía: sitios web

Página 1: The atlantic photo

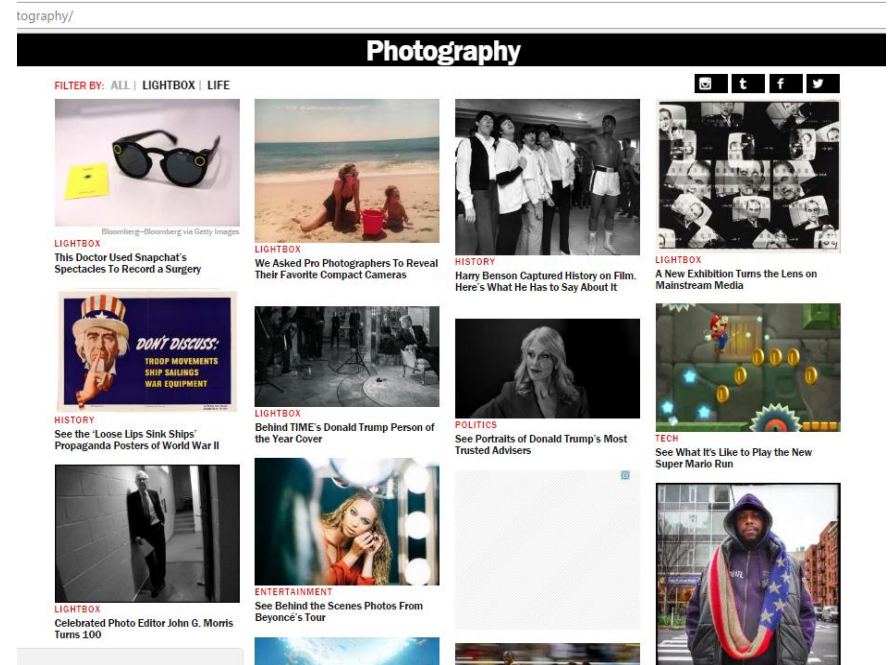
- **Url:** <http://www.theatlantic.com/photo/>

Es una revista literaria y cultural de Boston, se caracterizan por temas muy polémicos de diferentes temáticas, en su página web se encuentra una sección fotográfica en donde se recopilan hermosas imágenes de diferentes temáticas, a veces históricas y otras creativas, es un espacio en donde se crean galerías de diferentes concursos y se recopila lo más novedoso de la fotografía.



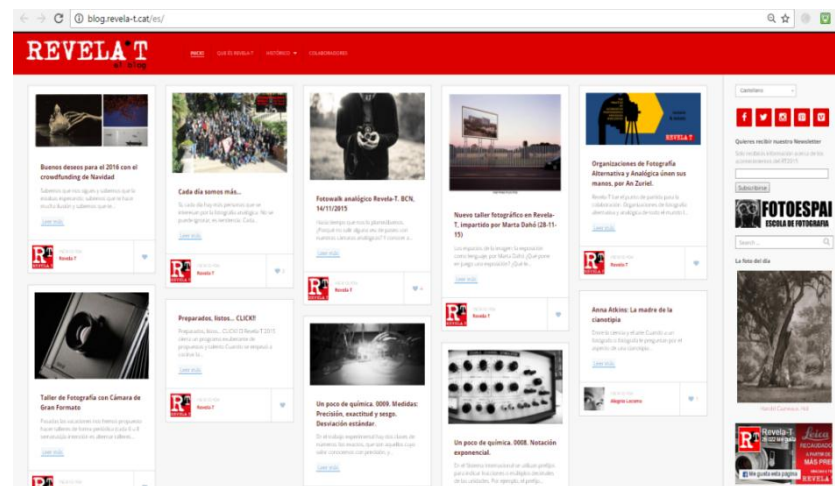
Página 2: Time_life

- **Url:**
<http://time.com/photography/life/#index/1>
- **Descripción:** Es una revista que fue muy reveladora en el siglo xx por la forma en que contaba sus historias y expresión de imágenes. Se caracteriza por las fotos más icónicas del fotoperiodismo iniciado a mediados del siglo xx. Con una imagen cuentan toda la historia periodística de los sucesos en sus fotografías en su mayoría a blanco y negro, hoy en día solo funciona virtualmente donde se encuentra diferentes temáticas en la sección life galerías fotográficas



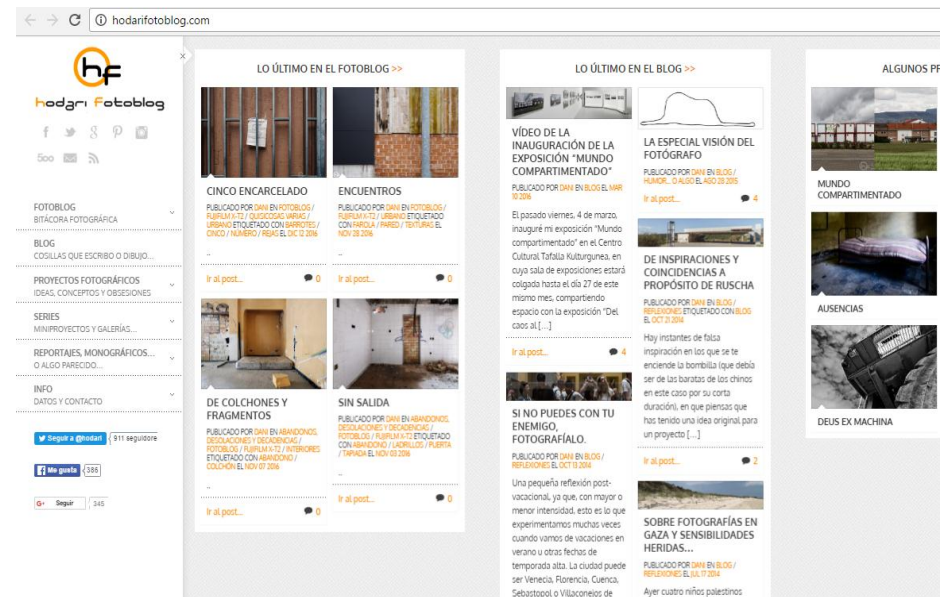
Página 3: Revela-t

- **Url:** <http://blog.revela-t.cat/es/>
- **Descripción:** Revela-t es un festival de fotografía, este tiene un blog en donde intenta difundir temas de innovación en la fotografía analógica, para aumentar la creatividad, la reflexión, la pausa y la magia. En su mayoría en espacios abiertos creando una historia en la fotografía sin la composición de muchos elementos.



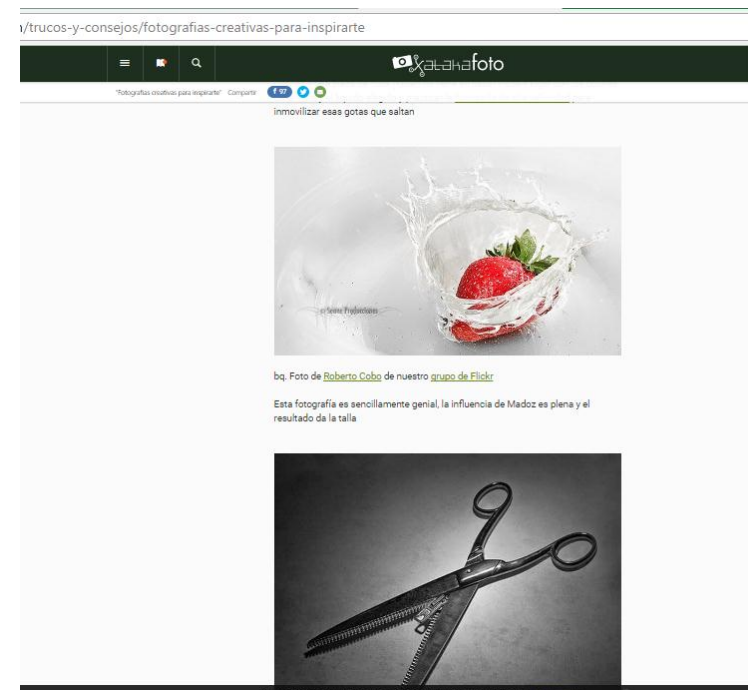
Página 4: Hodarifotoblog

- **Url:** <http://hodarifotoblog.com/fotoblog/>
- **Descripción:** Es un foto blog (Daniel Sánchez) que se caracteriza por su extraordinario ojo fotográfico para la abstracción, la simetría, en general, para la elaboración de imágenes de composición hipnótica y potente. Usa cualquier elemento observado diferentes características del entorno y enfocándose en un cuadro para así lograr una buena composición.



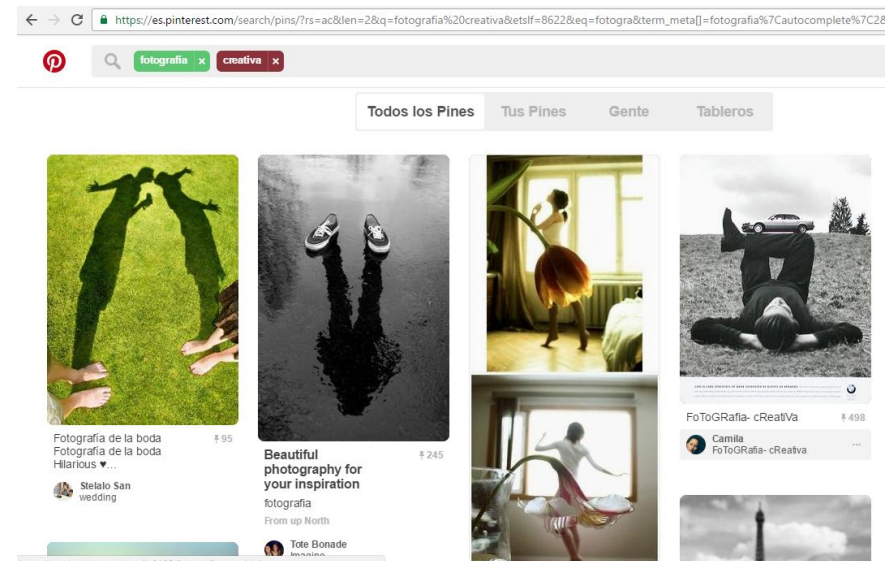
Página 5: Xactacafoto

- **Url:** <http://www.xatakafoto.com/trucos-y-consejos/fotografias-creativas-para-inspirarte>
- **Descripción:** Es una página de apoyo, en donde se encuentran diferentes tendencias de la fotografía creativa actual, además tiene diferentes herramientas como tutoriales consejos fotográficos. En ella se evidencian autores de tomas fotográficas minimalistas, en donde solo consta de un objeto para transmitir el mensaje



Página 6: Pinterest

- **Url:**<https://es.pinterest.com/>
- **Descripción:** Es una página en donde hay muestra de diferentes elementos creativos, ya que tiene un buscador en donde nos muestra ejemplo de autores y diferentes tomas de la fotografía de innovación.



Audiovisuales

Película 1

Nombre: Mas allá de los sueños

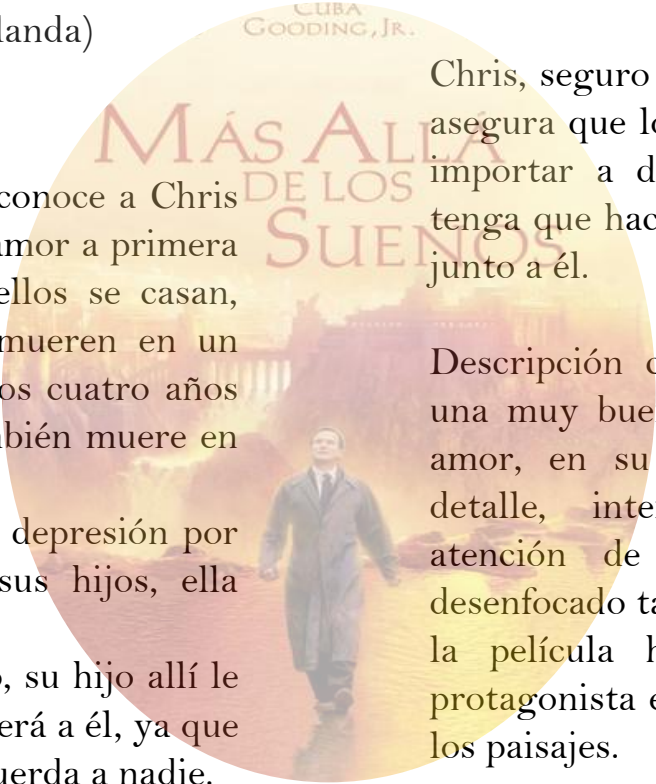
Director: Vincent Ward (nueva Zelanda)

Sinopsis:

Annie una mujer muy joven conoce a Chris en el lago, de inmediato hay amor a primera vista, poco tiempo después ellos se casan, tienen dos hijos los cuales mueren en un accidente automovilístico, a los cuatro años Chris el esposo de Annie también muere en un accidente.

Annie entra en una profunda depresión por la muerte de su esposo y sus hijos, ella termina suicidándose.

Chris quien está en el paraíso, su hijo allí le informa que su mamá no volverá a él, ya que es un “alma en pena” y no recuerda a nadie.



Chris, seguro que Annie es su alma gemela, asegura que logara sacarla del infierno, sin importar a donde tenga que ir o lo que tenga que hacer no se rendirá para que este junto a él.

Descripción creativa: Es una película con una muy buena narrativa entre dolor y el amor, en su mayoría los planos son al detalle, intentado solo concentrar la atención de los personajes principales, desenfocado también los fondos. A pesar que la película habla del infierno fue muy protagonista el color, en la toma general de los paisajes.

Película 2

Nombre: El retrato de Dorian Gray

Director: Oliver Parker (Londres)

Sinopsis:

Dorian un joven muy apuesto quien hereda una gran mansión, conoce a Basil un pintor quien lo retrata, esta pintura fue lo más espléndido del arte en siglo XIX.

Dorian encantado por su pintura y creyendo que toda el arte se debe a él, ofrece su alma al diablo con el fin de no envejecer jamás y mantener su presencia siempre. Mientras tanto se envejece en una vida llena de ocio, mal habida y termina perdiendo a su gran amor Sybil quien estaba embarazada y a causa del descuido se suicida. En efecto Dorian no envejecía pero el cuadro pintado por Basil, estaba cambiando este se veía gastado viejo, y el aspecto de Dorian estaba marcado por

toda la forma de vivir su vida y su imagen se tornaba cada vez más diabólica.

El decide cambiar pensando que tal vez el cuadro mejorara. Tiempo después sube al ático donde tenía escondido el cuadro y se da cuenta que nada cambia. La única opción será destruyendo el cuadro para que su ego, avaricia, prepotencia llegue a su fin.

Descripción Creativa: Es una historia de misterio, en sus escenas crea suspenso, en imágenes de época, manteniendo siempre una aura cálida por la forma de iluminación. Las escenas más relevantes de la película son acompañadas de música de fondo.

Película 3

Nombre: La naranja mecánica

Director: Oliver Parker (Londres)

Sinopsis:

Alex un joven libertino, es líder de una pandilla denominada los “drugos” siempre realizaban sus reuniones en un bar de leche, hacían muchas fechorías como violar, robar, asesinar y toda clase de delitos en las calles.

Un día entre sus tantos episodios de delincuencia entrar a robar y violar a una mujer, pero es traicionado por sus amigos “drugos” por una riña que habían tenido anteriormente, en modo de venganza lanzaron leche a sus ojos quedando ciego por un instante, allí fue arrestado.

Cuando Alex llega a la cárcel, después de algunos años el gobierno lo escoge para realizar un tratamiento experimental llamado “tratamiento ludovico”, consistían en pasar varias series cinematográficas de mucha violencia

Inmovilizando por medio de un aparato todos sus sentidos, lo cual dio resultado era incapaz hasta de defenderse.

Cuando Alex sale de la cárcel, sus padres ya no lo quieren recibir el camina por todas las calles, allí se encuentra con dos policías que resultaron ser sus ex amigos de los drugos, le dan una golpiza.

Por casualidad Alex fue a parar en casa de una de sus víctimas de la maldad, pero esta persona no lo reconoció en ese momento, le dio comida y lo acogió en su casa, cuando Alex se bañaba comenzó a cantar Singin in the Rain, esta canción también la canto mientras golpeaba y violaba a la mujer de la víctima que lo acogió. De inmediato esta persona se dio cuenta que era causante de su desgracia. Por venganza lo encerro en una

Habitación para que Alex se suicidara, con la novena sinfonía de Beethoven la cual le daba Alex desesperación, porque en el tratamiento, mientras estaban las imágenes de violencias esta era la música de fondo. Alex se lanzó por una ventana pero logró sobrevivir, fue a parar al hospital, luego de una larga recuperación sus padres y el gobierno fueron a visitarlo y a estar con él, cuando de repente Alex entra en un estado de imaginaciones surrealistas de sí mismo.

Descripción creativa: es una narrativa en donde el personaje principal crea otro lenguaje para referirse al algo (evaporarse = suicidarse), también habla en versos. Usan melodías que identifican al personaje. Pese a que las imágenes de la película eran bastante violentas y aberrantes, se crea un lenguaje diferente para amortiguar este estilo de escenas tan densas. Se crean disfraces que muestran que generan temor



P.O.P. Merchandising, visual merchandising

Caso 1: Volkswagen: crea conciencia

“La misión de la Teoría Divertida de Volkswagen es inspirar a que la gente haga una buena acción y sonría al mismo tiempo.”

En 2009, Volkswagen usando teclas de piano gigantes (que realmente sonaban) en las escaleras del metro de Estocolmo, Suecia, con el fin que las personas no usaran escaleras eléctricas, si no que las bajaran.



En el 2010 **Volkswagen** fue encontrar un modo divertido para que los conductores respetaran el límite de velocidad. Se creó la campaña la “Lotería de la Cámara de Velocidad”, fueron instaladas en las calles cámaras el que excediera el límite de velocidad era multado este dinero era reunido en el contenedor, las personas que obedecían con el limiten de la velocidad eran opción para ganarse el dinero total reunido.



Caso 2.

El caso de Ikea.

Url:<https://merchandisingceublog.wordpress.com/2013/11/24/ejemplos-de-merchandising-en-los-puntos-de-venta/>

Muestra en su exterior un tipo de casa gigante que invita a cliente, a experimentar ambientes diferentes que podría llegar a tener en casa, de manera en donde los diseños son muy bien elaborados y el color la forma de la ubicación tiene una razón de ser.



Caso 3. Tennis.

Url:

<https://red.uao.edu.co/bitstream/10614/8542/1/T06331.pdf>

Es una de las pocas marcas que se preocupa visual Merchandising TENNIS quiere el cliente se sienta atraído ya que la intención es que consuman sus productos y sientan las ganas de volver no solo por el producto sino por la experiencia que adquirió en la tienda y con todo lo que lo rodeaba.

TENNIS, según el estudio realizado que su concepto es una marca que transmite libertad, aventura, riesgo y versatilidad, maneja un estado jovial involucrando al cliente un estado de ánimo.

Su ambiente es muy cinematográfico, utilizan luminarias, que hace que el cliente se sumerja en un ambiente diferente, su estanterías son en forma de closet algunas prendas son dobladas pero otras colgadas de forma “desordenada” de manera que crea libertad de las prendas

