



UBER EMMANUEL LOPEZ PULIDO

“ARQUITECTURA”

METODOS DEL DISEÑO

“ENSAYO”

JORGE DAVID ORIBE CALDERON

PRIMER CUATRIMESTRE

24 DE SEPTIEMBRE DEL 2022

LA CREATIVIDAD DE LA ARQUITECTURA

La Arquitectura, es denominada como un arte en la manipulación de espacios para solucionar problemas de habitabilidad de uno o de varios usuarios dentro de un espacio rural o urbano.

Proceso creativo

consta de varias etapas que son la A) Preparación; antes de iniciar cualquier proceso creativo, es importante tener definido qué debemos comunicar, para quién y con qué objetivo. B) Incubación; trabajar en el proceso creativo, la investigación es una de las herramientas más importantes en esta fase, C) Iluminación; llega la inspiración con una solución creativa y eficiente para resolver el problema. D) Verificación; acá es necesario analizar, verificar y validar la solución creativa, para cambiarla o realizar los ajustes necesarios, antes de comunicar el mensaje en el medio seleccionado. De acuerdo con Hammershøj "El proceso creativo ha sido representado históricamente como inspiración divina, intuición del genio y mecanismos inconscientes, es decir, como un proceso místico del que se desconoce su funcionamiento".

Modelos del proceso creativo

Modelo de 6 etapas: 1.- idea o visión, 2.- documentación y reflexión, 3.- primeros bocetos, 4.- prueba de las ideas, 5.- objetos provisionales, 6.- series

Modelo de 5 etapas: 1.- la preparación, 2.- incubación, 3.- insinuación, el individuo percibe que la solución llega de forma inminente a su mente, 4.- es un momento particular en el que aparece una idea junto a los eventos psicológicos que la acompañan, 5.- culmina el proceso con un trabajo consciente y voluntario. Modelo de 4 etapas: 1.- recolección de recursos, 2.- definición de los límites del proyecto, 3.- producción creativa, 4.- síntesis final. Modelo de 3 etapas: representa la agrupación de etapas más pequeñas que facilitan la comprensión y la comunicación de cada propuesta.

Diseño del mensaje

El diseño del concepto es donde el artista realiza bocetos y borradores informales sobre su idea, el diseño narrativo se busca que el mensaje sea transmitido como una historia, diseño de la experiencia son deseos, conocimientos y habilidades a un grupo o un individuo.

Significado estético aquí el artista contrasta la visión que tiene de su idea, desarrollo del artefacto es la aplicación que apoyara el resultado final. Modelo de Kolodner y Wills, 1.- preparación, 2.- asimilación, 3.- control estratégico. Modelo de Wollheim, 1.- planeación, 2.- trabajo, 3.- detenerse (aquí el trabajo a sido totalmente concluido. Modelo de Donald Treffinger, 1.- comprensión, 2.- generación de ideas, 3.- planeación para la acción.

Proceso creativo organizativo

El proceso creativo a nivel organizativo representa el desarrollo de iniciativas de innovación más complejas y de mayores proporciones respecto al nivel individual y grupal. Las dos teorías de creatividad organizativa más frecuentemente citadas corresponden a Amabile y Woodman, el modelo de Amabile se caracteriza por los tres componentes de la persona o grupo que influyen el proceso creativo individual en diferentes etapas y los tres que de la misma forma determinan la calidad del resultado del proceso creativo organizativo, los

resultados evaluados en el proceso creativo individual se convierten en un recurso para la tercera fase de las cinco que componen el proceso creativo organizativo. El modelo de Woodman se consideran tres factores dentro de la organización: características individuales, características grupales y características organizativas. Cada uno de estos factores impacta en el resultado del proceso creativo.

Contexto del proceso creativo

Es necesario comprender que la efectividad de la implementación de un proceso creativo depende de las características del contexto en que se desarrolle, los niveles de creatividad que se han usado como referencia son de Hennessey y Amabile, y de Neil, se presentan por cinco elementos; NEUROLÓGICO: está relacionado con la forma “cómo el cerebro genera ideas o soluciones creativas”.

COGNITIVO/APECTIVO/ENTRETENIMIENTO: “estados anímicos que conducen a pensamiento divergente y a la generación de ideas, habilidades del pensamiento que facilitan la solución creativa de determinadas tareas, programas diseñados para desarrollar habilidades cognitivas, así como heurísticas para la aplicación de esas habilidades”.

DIFERENCIAS INDIVIDUALES/PERSONALIDAD: “corresponden a variables relacionadas con rasgos de la personalidad y características permanentes de los individuos, que hacen a algunas personas más creativas que otras” GRUPO/EQUIPO: “características de equipos de dos o más individuos, así como circunstancias del trabajo conjunto realizado en las organizaciones, que permiten obtener resultados creativos de mayor nivel que mediante el trabajo individual”. AMBIENTE SOCIAL Y CULTURAL: “aspectos del ambiente social o de trabajo, generalmente creado por los líderes o gerentes, que impactan en la creatividad de los individuos, grupos y organizaciones enteras. El estudio de la creatividad organizativa se concentra en este nivel”.

Creatividad arquitectónica

Herrmann distingue, llamémoslo así, “cuatro tipos de cerebros”, y les pone un color. En el lado “racional” del cerebro, hemisferio izquierdo, tenemos el azul (frontal) y el verde (basal). En el lado “emocional” del cerebro, hemisferio derecho, el amarillo (frontal) y el rojo (basal). AZUL: el cerebro azul es el que se orienta a objetivos. Lo que le interesa es el resultado y el camino más efectivo para llegar a él, sin perder el foco, le encanta evaluar las opciones disponibles y tomar decisiones en función de cual contribuye mejor al logro que se busca. VERDE: El cerebro verde es organizador. Se centra en el proceso para hacer las cosas, en que todo esté ordenado y siga una secuencia lógica. Establece un marco de operaciones y reglas concretas, suele ser disciplinado. AMARILLO: el cerebro amarillo es el innovador, creativo, imaginativo, holístico e integrador se preocupa por hacer las cosas de manera diferente y por los nuevos caminos, incluso a expensas del cuidado del detalle. ROJO: el cerebro rojo es el interpersonal. Pone el énfasis en las relaciones humanas, en la empatía, en hacer las cosas preocupándose por los demás y por engrasar las relaciones entre personas como camino hacia el éxito, valora el trabajo en equipo, disfruta de las personas y sabe comprenderlas.

Paradigmas arquitectónicos

Para ser creativo es necesario que pierdas el miedo a equivocarte. Ken Robinson reivindica una educación que no nos inculque el miedo al error, que no estigmatice las equivocaciones y que no nos empuje a imponernos corsés restrictivos que luego no podamos quitarnos a la hora de ser creativos. El término paradigma proviene del griego paradigma que significa "ejemplo que sirve de norma" son las rigen y controlan todo el discurso teórico que transforma la realidad. Donde se inicia esta revolución arquitectónica es en Inglaterra, por ser el país que con más ímpetu se lanzó a la industrialización. Los edificios de hierro y vidrio fueron los que mejor cumplieron las nuevas exigencias. Todo quedaba convertido, simplemente, en un esqueleto estructural delgadísimo, y, sin duda, para dar mejor a entender estas posibilidades y el aspecto estético que producían, se tendía a cerrar los espacios entre hierros con la frágil y casi inmaterial apariencia del vidrio. Esta arquitectura consigue sus mayores logros en la torre levantada en París por el arquitecto Eiffel, con sus 333 metros de altura, la más alta del mundo en aquel entonces, y en la gigantesca sala de Máquinas, proyecto de Dufert y Contamin con la nave central de 420 metros de longitud y 115 metros de luz. Los objetivos más importantes eran realizar una vivienda perfectamente integrada, demostrar la calefacción más económica. También se buscaba la optimización de recursos, se aprovechan al máximo todos los recursos naturales posibles, los recursos fabricados y los recursos recuperados, reutilizados y reciclados.