



Mi Universidad

Ensayo

Nombre del Alumno: Nestor Iván Guillen Velasco

Nombre del tema: LA CREATIVIDAD EN LA ARQUITECTURA

Parcial: Primero

Nombre de la Materia: Métodos de diseño

Nombre del profesor: Jorge David Oribe Calderón

Nombre de la Licenciatura: Arquitectura

Cuatrimestre: Primero

1.1 EL PROCESO CREATIVO.

El proceso creativo se divide en 4 pasos los cuales son los siguientes.

PREPARACIÓN

Antes de iniciar cualquier proceso creativo, es importante tener definido qué debemos comunicar, para quién y con qué objetivo. Para ello llenamos un informe escrito, conocido como brief (traducción: Breve), (Documento que describe los detalles centrales y las expectativas de un proyecto de diseño) (Programa Arquitectónico – en Arquitectura)

INCUBACIÓN

Una vez definido el brief, debemos empezar a trabajar en el proceso creativo, La investigación es una de las herramientas más importantes en esta fase: nos ayuda a encontrar perspectivas del grupo objetivo, cosas que no ha hecho la competencia, elementos que podemos utilizar en nuestro mensaje, etc.

ILUMINACIÓN

Finalmente llega la inspiración con una solución creativa y eficiente para resolver el problema

VERIFICACIÓN

La creatividad no sirve de nada sino es funcional o no cumple con los objetivos establecidos. Por eso es necesario analizar, verificar y validar la solución creativa, para cambiarla o realizar los ajustes necesarios

DEFINICIÓN DEL PROCESO CREATIVO

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”.

1.2 MODELOS DE PROCESO CREATIVO

A continuación se presentan algunos modelos de proceso creativo organizados de acuerdo a la cantidad de etapas de cada uno en orden descendiente desde 6 hasta 2 etapas.

MODELOS DE 6 ETAPAS

1. Idea o Visión: Puede ser desencadenada por una imagen o sonido que le permite al artista “madurar” el pensamiento que ha tenido desde algún tiempo.
2. Documentación y Reflexión: Etapa de “incubación” en la que los artistas necesitan recolectar más información sobre los materiales y tecnología requeridos para llevar su visión o idea a la realidad.
3. Primeros Bocetos: Allí se busca proporcionarle al proyecto una visión material o tangible.
4. Pruebas de las Ideas: Es una etapa de evaluación que se da como resultado de la reflexión y trabajo preliminar del artista.
5. Objetos Provisionales: son borradores muy cercanos al objeto final.
6. Series: En este momento se pueden realizar algunas variaciones sobre la visión final del proyecto.

1.3 DISEÑO DEL MENSAJE

Esta primera fase está compuesta por tres subprocesos que son los siguientes.

1.1. Diseño del concepto: en esta fase el artista realiza bocetos y borradores informales sobre el concepto de su idea.

1.2. Diseño narrativo: El artista diseña una composición que se estructura como una serie de “mensajes” que serán enviados al usuario a través el producto y que crean una conexión emocional con el trabajo.

1.3. Diseño de la experiencia: Se diseñan y conceptualizan las características específicas de cada elemento involucrado en el producto final considerando las necesidades, deseos.

1.4 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.

1.5 CONTEXTO DEL PROCESO CREATIVO

Como es de esperarse, un concepto de gestión organizativa no puede tener efectos positivos en cualquier situación. Es necesario comprender que la efectividad de la implementación de un proceso creativo depende de las características del contexto en que se desarrolle. Por lo tanto, a continuación, se presentan los niveles a los se han asociado los modelos presentados en la sección anterior.

NEUROLÓGICO

COGNITIVO/APECTIVO/ENTRENAMIENTO

DIFERENCIAS INDIVIDUALES/PERSONALIDAD

GRUPO/EQUIPO

AMBIENTE SOCIAL Y CULTURAL

1.6 CREATIVIDAD ARQUITECTÓNICA.

Herrmann distingue, llamémoslo así, “cuatro tipos de cerebros”, y les pone un color.

AZUL – TERMINATOR: 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.

VERDE – SHELDON COOPER: El cerebro verde es organizador se centra en el proceso para hacer las cosas, en que todo esté ordenado y siga una secuencia lógica.

AMARILLO – SALVADOR DALÍ: El cerebro amarillo es el innovador, creativo, imaginativo, holístico e integrador. Se preocupa por la “big picture”, por hacer las cosas de manera diferente y por los nuevos caminos, incluso a expensas del cuidado del detalle.

ROJO – NELSON MANDELA: 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.

1.7 PARADIGMAS ARQUITECTÓNICOS.

Siempre lo digo: en el mundo de la creatividad, el miedo es un asesino en serie. Es decir, para ser creativo es necesario que pierdas el miedo a equivocarte. Creo que la persona que mejor explica este concepto y que mejor transmite sobre creatividad es 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.

Picasso decía que “Todos los niños nacen artistas; el problema es permanecer siendo artista a medida que crecemos”. Es cierto. Necesitamos experimentar, lanzarnos y equivocarnos a veces, y utilizar estos errores como palanca para dar un salto creativo.

CONCLUSION

La creatividad depende de cada persona, cada persona tiene diferentes puntos de vista, gustos. Tanto como profesionales y estudiantes están obligados a hacer las distintas etapas, ya que están ya están marcadas para llegar a hacer un buen trabajo, para llegar a hacer un buen trabajo tienes que concentrarte y juntar tus ideas, para así empezar con tu trabajo o actividad.