

#### Métodos de diseño

Mapa conceptual

1er Cuatrimestre

Keyla Lisbeth Molina Olivares

Arg. EDITH ESTHEFANIA ROMAN DOMINGUEZ

### (LA CREATIVIDAD EN LA ARQUITECTURA)

#### 1.1 [I proceso creativo

"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".

4 etapas por el psicólogo.

Preparación: Identificación y

inconsciente de la información

recopilada en la etapa anterior.

 Iluminación: Momento en que una idea (solo una) que resuelve

repentinamente a la mente.

de evaluación, refinamiento y

4. Verificación: Trabajo

desarrollo de la idea.

definición del problema,

el problema llega

Incubación: Asociación

#### Consta de 4

puntos

- 1. Preparación
- 2. incubacion
- 3. iluminación
- 4. verificación

1.2 MODELOS DE PROCESO

CREATIVO

autores recientes también han desarrollado sus propuestas tomando como fundamento los modelos de Wallas y Amabile.

- It idea o Visión: Puede ser desencadencia por una imagen o sondo que la permite al artista "madurar" el persantiento que ha terido desde algun tempo.

   Documentación y Reflexión:
- Documentación y Refección recolectar más información sobre los materiales y tecnologia requeridos para llevar a visita.
- o idea e la realidad 3. Primeros Societos: Alli se busca proporcionarie el proyecto una visión material
- proporcionade al proyecto una visión mater o hangible. 4. Pruebos de las ideas: Es una estapa de
- evaluación que se da como resultado de la referido y trabajo preliminar del artista.
- Objetos Provisionales son borradores muj cercanos al objeto final.
   Series: variactories sobre la visión final del
- 1. Recolección de recursos permita
- el proyecto teniendo en cuenta la visión d artista y la forma como estos
- complementan con la visión.
- Definición de los limites del proyecto cheques, introducción de analogias y aplazamiento de decisiones a un punto poderior pero sin escluirlas del
- Producción creative: Creación de un ambiente donde los individuos puedan hacer contribuciones.
- Sinheste final: En esta etapa final se busca el desarrollo y la recolacción de contribuciones
- creatives en el producto final coheren con el potencial comercial

 la Preparación, etapa de pensamiento considente, voluntario y regulado en la que

- mestiga el problema en todas las
- A continuación se avanza e la incubación duranha tiempos de relajación mental o de tratian.
- en otros problemas.

  3. En la insinuación o indicación se manificate un estado intermedio entre
- 4. De esta manera el proceso continúa hado
- la etapa de lluminación.

consciencie y no

- 5 Phalmente, el proceso culmina nuavamente con un trabajo consciente y voluntario
- durante la etapa de Verificación.

los modelos de tres etapas en realidad representan la agrupación de etapas más pequeñas que facilitan la compresión y comunicación de cada

propuesta. Se exponen los modelos de proceso creativo para dominios específicos del diseño, y un planteamiento emergente que sugiere abandonar los modelos basados en etapas. 1.3 Diseño del

mensaje

ESTÁ PRIMERA FASE ESTÁ COMPUESTA POR TRES SUPPROCESOS COMO SIGUE:

- 1.1. DISEÑO DEL CONCEPTO: EN ESTA FASE EL ARTISTA REALIZA POCETOS Y PORRADORES INFORMALES SOBRE EL CONCEPTO DE SU IDEA.
- 1.2. DISEÑO NARRATIVO: COMPOSICIÓN QUE SE ESTRUCTURA COMO UNA SERIE DE "MENSAJES" QUE SERÁN ENVIADOS AL USUARIO A TRAVÉS EL PRODUCTO Y QUE CREAN UNA CCONEXIÓN EMOCIONAL CON EL TRAPAJO.
- 1.3. DISEÑO DE LA EXPERIENCIA: SE DISEÑAN Y CONCEPTUALIZAN LAS CARACTERÍSTICAS ESPECÍFICAS DE CADA ELEMENTO.

2. Significado Estético

Esta fase es clave en el proceso creativo, porque aquí él artista contrasta la visión que tiene de su idea con las decisiones que ha tomado hasta el momento. Está compuesta por dos subprocesos.

3. DES ARROLLO DEL ARTEFACTO
ES LA ETAPA FINAL DEL PROCESO
CREATIVO DEL ARTE DIGITAL Y ESTÁ
CONFORMADA POR TRES SUPPROCESOS:
3.1. DISEÑO DEL ARTEFACTO

- 3.2. IMPLEMENTACIÓN DEL ARTEFACTO
- 3.3. PLANEACIÓN DE LA EXHIPICIÓN EL ARTEFACTO
- 1. Preparación
- 2. Asimilación
- 3. Control Estratégico

FUNCIONAMIENTO DEL PROCESO CREATIVO

Con base en lo anterior, dos mecanismos del proceso creativo son relevantes en el contexto

de la gestión de la innovación organizativa. El primero, se refiere a la ejecución del proceso

creativo entre individuos y equipos de la empresa, es decir, cuáles son las etapas del proceso

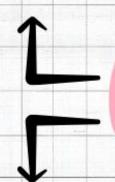
creativo. El segundo, tiene que ver con la forma en que la organización aprovecha los resultados de esos procesos en el desarrollo de liniciativas de innovación dentro de la organización.

# 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. NEUROLÓGICO: Está relacionado con la forma "cómo el cerebro genera ideas o soluciones creativas"
COGNITIVO/AFECTIVO/ENTRENAMIENTO: Estados animicos que conducen a pensamiento divergente y a la generación de ideas.
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"



# CREATIVIDAD EN LA ARQUITECTURA

#### 1.7 PARADIGMAS ARQUITECTÓNICOS.

Solución a un problema arquitectónico, aprender y mejorar. El término paradigma proviene del griego paradigma que significa "ejemplo que sirve de norma".

AZUL - TERMINATOR

VERDE - SHELDON COOPER

AMARILLO - SALVADOR

DALÍ

ROJO - NELSON MANDELA

### 1.6 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).