



PROYECTOS DE ARQUITECTURA INTERIOR

*Universidad Pontificia Bolivariana
Escuela de Arquitectura y Diseño
Especialización en Proyectos de Arquitectura Interior*

PORTAFOLIO ACADÉMICO

Andrés Peláez / Arquitecto

Claudia González / Arquitecta

Clara Montoya A / Comunicadora Gráfica Publicitaria

Juan Camilo Rivas / Diseñador Visual

Escuela de Arquitectura y Diseño

Especialización en Proyectos de Arquitectura Interior

Coordinadora del programa / Soraya Gallego Ossa

Asesoras de investigación / Marta Arias - Maria I. González

Medellín - Antioquia, Colombia

2do semestre 2016



INTRODUCCIÓN GENERAL

A continuación se exponen dos miradas a partir de dos entornos diferentes. ***La mudanza de un hábitat del campo desplazado hacia la ciudad y el cambio en el entorno de una oficina.***

En apariencia estas miradas no se cruzan, pero con una observación atenta, se descubre que entre ambas situaciones hay una transformación, una metamorfosis que afecta directamente al ser que habita y por consiguiente, se le dedica a cada tema, un estudio detallado.

Para la arquitectura interior de una vivienda, los **espacios contruidos**, los **espacios vividos** y los **espacios de contacto**, son aquellos lugares en donde el discurso de la vida se desarrolla e influye directamente en el día a día de las personas, no se trata de una mirada meramente **ocularcentrista**, es un tema del **habitar** a través de la piel, en un perfecto **equilibrio sensorial**.¹

Para la arquitectura interior de una oficina, los parámetros de investigación centran su atención en asuntos más prácticos, la **identidad de marca**, la **funcionalidad de los espacios**, el **mobiliario** y la **materialidad**, son todos ellos, parámetros elementales a la hora de hablar del diseño interior de los espacios corporativos.

El interés de esta investigación no es solo académico, también resulta útil para los profesionales y aficionados del diseño arquitectónico interior y en general para toda persona interesada en realizar un cambio arquitectónico de una vivienda y de una nueva oficina.

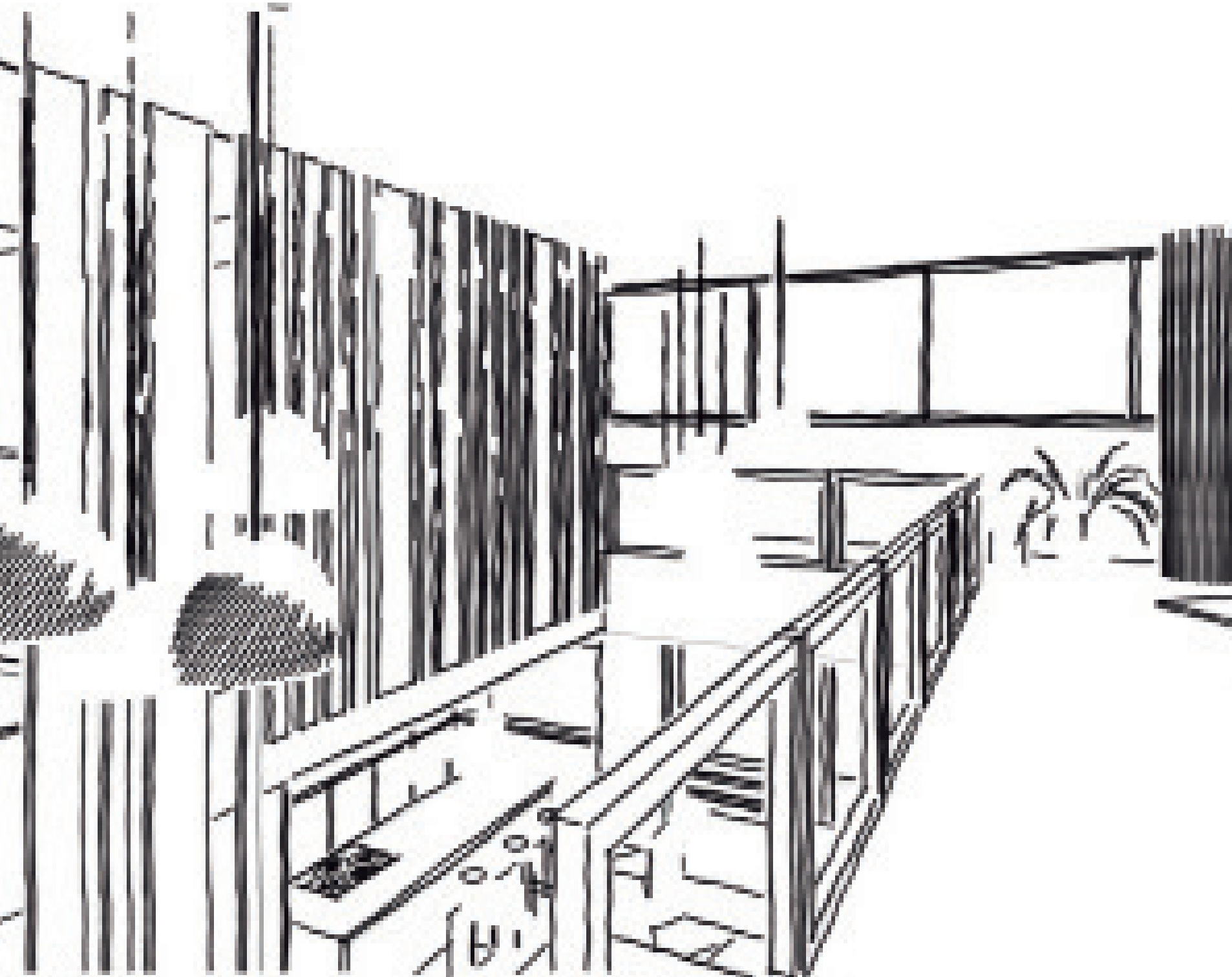
Para ambos estudios, se hizo un trabajo de campo complementado con registros fotográficos, referentes conceptuales, diseños aspiracionales de los espacios imaginados, así mismo, se utilizaron técnicas para la recolección de datos como entrevistas y cuestionarios.

Si usted encuentra en los capítulos a continuación temas de su interés, esta investigación ya habrá cumplido su sentido.

¹ PALLASMAA, Juhani. **Los ojos de la piel**, La arquitectura de los sentidos. Barcelona: Editorial Gustavo Gili. 2006. p. 71



Imagen 1: imagen de la Galería de Recuperación Casa Colonial en Calle 64 / Nauzet Rodríguez. Fotografía de Pim Schalkwijk. Imagen tomada de página web (<https://s-media-cache-ak0.pinimg.com/564x/36/ef/4b/36ef4bd4413d7e0d2a68fcecea705f02.jpg/>). Fecha de consulta 24 de febrero de 2017).



MÓDULO DE HABITACIÓN

TEMA:

Mudanza entre el campo y
la habitación urbana

Profesores:

Carlos Mesa
Felipe Bernal

Claudia González

Arquitecta

Clara Montoya A.

Comunicadora Gráfica Publicitaria

Juan Camilo Rivas

Diseñador Visual

TABLA DE CONTENIDO



Imagen 2: Casa Thong. NISHIZAWAARCHITECTS. District 7, Ho Chi Minh, Vietnam. 2014. Imagen tomada de página web (<http://images.adsttc.com/media/images/570a/f194/e58e/ce29/ac00/0220/slideshow/photo10.jpg?1460334962/>). Fecha de consulta 10 mayo de 2016).

INTRODUCCIÓN

1 EL HÁBITAT Y LAS FORMAS DE HABITAR

- 1.1 El hábitat, espacio construido
- 1.2 El habitar, espacio vivido
- 1.3 Lo háptico, espacio de contacto
- 1.4 Lo háptico y lo óptico de un espacio arquitectónico
- 1.5 Mapa conceptual
- 1.6 El carácter estético de la arquitectura

2 LA MUDANZA

- 2.1 El punto de partida
- 2.2 El punto de llegada
- 2.3 Mapas de referencia

3 ESTUDIO DE CASOS

- 3.1 Diseño metodológico
- 3.2 Residencia Kaufmann (Fallin-gwater) Frank Lloyd Wright.
- 3.3 Casa del arquitecto Luis Barragán
- 3.4 La Casa Kaufmann de Richard Neutra.
- 3.5 Atmósfera háptica: interacción de los hábitos con los espacios de contacto.

4 DEL CAMPO A LA HABITACIÓN

- 4.1 El espacio construido
 - 4.1.1 Materialidad
 - 4.1.2 Distribución de los espacios
 - 4.1.1 Zonificación
- 4.2 Los habitantes ¿quiénes son?
- 4.3 La casa natal
- 4.4 Los hábitos
 - 4.1.1 Hábitos de él
 - 4.1.2 Hábitos de ella

5 SÍNTESIS

- 5.1 Argumentación
- 5.2 Planimetría
- 5.3 Representación gráfica
- 5.4 Materialización

INTRODUCCIÓN

Las personas estamos enmarcadas constantemente en un espacio; **nos movemos** a través de este, **vemos** los objetos, la luz y la sombra, **palpamos** las texturas, **sentimos** los olores, **escuchamos** los sonidos, sin embargo, **el espacio por sí mismo no tiene una forma**; si no fuera por el uso de elementos que definen límites, dimensiones, cualidades, todo sería diferente ya que la arquitectura es el resultado de encerrar el espacio conformado por elementos que den esta forma.

También se debe tener en cuenta la “sensación en perfecta concordancia con el espacio construido, comunicada directamente a quienes contemplan, lo habitan, lo visitan e incluso al entorno inmediato”², esto permite **generar una experiencia a través de los sentidos**, la cual, la puede percibir cualquier persona que tenga contacto con este espacio.

2. LABS-EHLERT, Brigitte. Prólogo en: *Atmósferas: Entornos arquitectónicos-las cosas a mi alrededor*, Detmold, 2005. p. 5

Las **formas de habitar** se estudian básicamente para la formulación de estrategias en la propuesta de un proyecto arquitectónico, para así responder a las **necesidades básicas** de **un grupo familiar específico**, el cual va a ser el que de las pautas para el diseño del espacio doméstico, ya que el habitante como sujeto será el que **desarrolle y realice la actividad de habitar**.

Estudiar las raíces del grupo familiar permitirá categorizar y dar un eje central a la investigación, partiendo del tipo de población para el cual se desarrollará el proyecto y luego pasando directamente a las formas de habitar y los deseos habitacionales.

Esta investigación tiene un propósito fundamental, **el habitar**, partiendo de los hábitos, dando así las pautas para la creación de esa habitación que genere un sentido de pertenencia hacia su **hábitat**, por lo tanto este espacio deja de

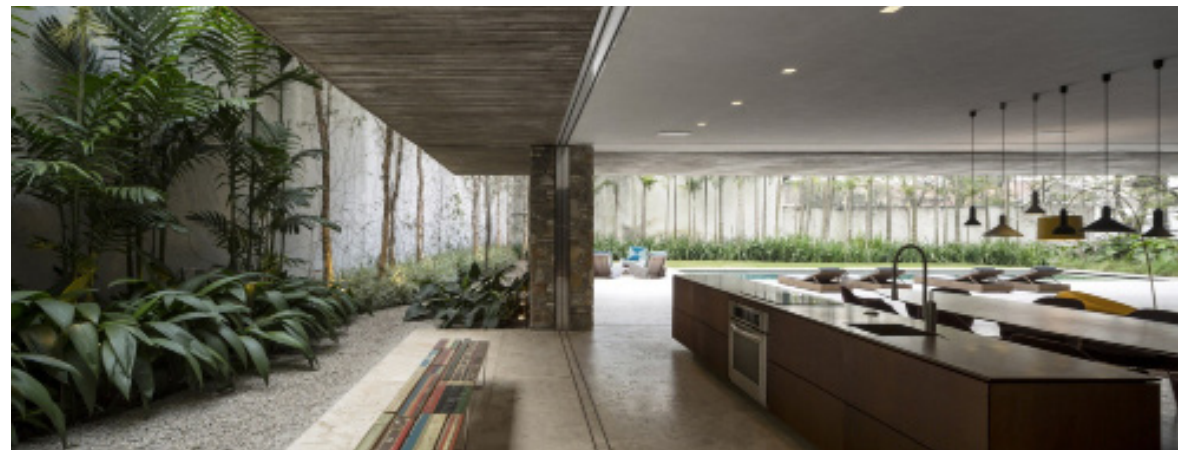


Imagen 3: Casa Ipes. Studio MK27 - Marcio Kogan, Lair Reis. San Pablo, Brasil. 2011. Imagen tomada de página web ([http://images.adsttc.com/media/images/5345/9514/c07a/8001/d900/0028/large_jpg/mk27_ipes_fernando_guerra_\(32\).jpg?1397069066/](http://images.adsttc.com/media/images/5345/9514/c07a/8001/d900/0028/large_jpg/mk27_ipes_fernando_guerra_(32).jpg?1397069066/)). Fecha de consulta 10 mayo de 2016).

ser simple sensualidad geométrica y abstracta pasando a ser un espacio vivenciado, adquiriendo cualidades de cada una de las personas que lo habitan.

En la arquitectura doméstica no solamente debemos añadir un significado de **funcionalidad**, sino también debemos agregar conceptos que evoquen deseos, preferencias, prácticas en el espacio, así respondiendo a las formas de habitar permitiendo que este espacio se convierta en parte de su ser, como dice Pallasmaa “**La eterna tarea de la arquitectura es crear metáforas existenciales encarnadas y vividas que concreten y estructuren nuestro ser en el mundo**”³.

3. PALLASMAA. Op. Cit. p. 72

Este estudio de caso se desarrollará desde lo particular hacia lo general, teniendo en cuenta información cualitativa y cuantitativa del grupo familiar escogido, buscando desarrollar un análisis del lugar a intervenir y así crear un espacio enriquecido, teniendo en cuenta los hábitos y tradiciones particulares de cada uno de sus ocupantes.

La presentación del proyecto englobará todos los requerimientos específicos de los clientes, desde lo háptico hasta lo construido, con el fin de que ellos no solo puedan ver los objetos sino también puedan verse así mismos en el espacio, de manera tal que el espacio arquitectónico sea una experiencia multisensorial.

Cada experiencia conmovedora de la arquitectura es multisensorial; las cualidades del espacio, de la materia y de la escala se miden en partes iguales por el ojo, el oído, la nariz, la piel, la lengua, el esqueleto y el músculo. La arquitectura fortalece la experiencia existencial, el sentido de cada uno de ser en el mundo, y esto constituye fundamentalmente una experiencia fortalecida del yo⁴.

La información necesaria para la investigación son fotos de los proyectos, planos, comentarios y críticas tanto del arquitecto como de los habitantes de las casas; se espera recoger investigando en bibliotecas, tanto virtuales como físicas y en personas que han llegado a tener algún tipo de contacto con estos espacios. Esta información recolectada se organizará de manera digital y física, y así poder hacer una distribución arquitectónica en sincronía con la selección de acabados, para luego mostrar una presentación previa del avance del proyecto a los clientes.

El diseño arquitectónico de la vivienda no se debería estandarizar, ya que no existen grupos familiares con características idénticas, lo que detona una utilización diferente

4. PALLASMAA. Idem. p. 43

del espacio habitado, por esto cada espacio debe ser pensado de una manera adaptable a las necesidades propias de cada grupo familiar. Teniendo en cuenta que “las personas son arquitecturas andantes”⁵; la arquitectura debe tener la capacidad de trasladarse y adaptarse a las necesidades cambiantes de las personas.

Olvidar la realidad tangible de la arquitectura nos lleva a una obra carente de un verdadero contenido, pues en el momento que esta se va creando, se olvida su verdadera razón de ser, es ahí donde la arquitectura pierde su verdadero significado.

A partir de experiencias y conocimientos se debe crear arquitectura teniendo en cuenta el tiempo actual, la cultura, la historia, sin dejar al lado ninguno de los componentes que hacen posible la experimentación de sensaciones únicas, teniendo en cuenta la condición

humana en cada proceso de la creación para satisfacer las miles de reacciones

5. ARCHIGRAM: *Arquitectura Experimental en los 60*. Extraído de: <http://www.grancomo.com/2010/05/09/archigram-arquitectura-experimental-en-los-60/>. Fecha de consulta 22 de noviembre de 2016

instintivas que tiene el inconsciente humano. Si se consigue la unión de todos los sentidos, se crearían espacios diseñados para nuestro ser en el mundo, es decir, que cuando alguien interactúe con el espacio creado, se pueda sentir cómodo y ubicado dentro de un hábitat que permita crear y recodar cosas vividas, experimentadas anteriormente.

“La casa es una máquina para vivir



Imagen 4: Casa Thong. NISHIZAWAARCHITECTS. District 7, Ho Chi Minh, Vietnam. 2014. Fotografía Hiroyuki Oki. Imagen tomada de página web (<http://www.archdaily.co/co/786160/casa-thong-nishizawaarchitects>). Fecha de consulta 13 marzo de 2017).

1 EL HÁBITAT Y LAS FORMAS DE HABITAR

Con el fin de trasladar los hábitos de una pareja a un nuevo espacio arquitectónico, se debe tener en cuenta bases bibliográficas de autores y arquitectos reconocidos que hablen de las 3 variables (hábitat, habitar y lo háptico), con el fin de solucionar los vacíos conceptuales de una manera flexible y adaptar estos conceptos a las necesidades propias de este grupo familiar.



Imagen 5: Pabellón de Barcelona del arquitecto Mies Van de Rohe. Imagen tomada de página web (<https://tuiteartees.files.wordpress.com/2013/01/20130104-pabellon-de-alemania-2.jpg/>). Fecha de consulta 17 mayo de 2016).

1.1 | *El hábitat, espacio construido*

*(...) La casa debe ser el estuche de
la vida, la máquina de la felicidad”
Le Corbusier*

A lo largo de la historia, el diseño de la vivienda ha reflejado soluciones adaptándose a características del entorno tanto climatológicas como ambientales, geográficas, culturales y sociales. Este entorno se ha modificado estratégicamente para crear espacios adecuados a las necesidades que el hombre ha tenido desde sus orígenes teniendo en cuenta las condiciones más confortables a su entorno, ya que la

adaptación humana al medio ambiente era y sigue siendo un principio esencial para el mundo de la arquitectura.

El hábitat no debe entenderse como producto funcional solamente, sino también como un mundo de posibilidades en la disposición adecuada de un espacio, siendo así una creación que sirva para refugiar la vida del hombre a través de la construcción, creando **ambientes equilibrados** entre la arquitectura tanto exterior como interior y ubicando siempre a las personas dentro de atmósferas neutrales que generen sensaciones de armonía, vitalidad y cobijo, con una perfecta **integración** entre la **naturaleza**, la **sociedad** y el **habitante**.

En la proximidad, nuestros sentidos permanecen atentos y deseosos de recibir el mayor número de **sensaciones**, y estas son infinitamente más ricas⁶.

Este proyecto se basa en el **respeto al entorno** en **armonía con la naturaleza**, Por lo tanto, la **integración** de esta con el espacio que se **habita** ya sea mediante muebles u objetos realizados de forma sustentable con **materiales naturales o reciclados**, como también con la utilización de ciertas gamas cromáticas y **estéticas** acordes (el uso de maderas, resinas, fibras vegetales, plantas y tonos que simulen a estos elementos), crean una **integración de la arquitectura** como **hábitat** para las personas que lo vivirán.



Imagen 6: El Pabellón Alemán / Mies Van der Rohe © Flickr: usuario- kalidoskopika. Imagen tomada de página web (http://images.adsttc.com/media/images/54c6/a195/e58e/ced6/7000/0007/large_jpg/Mies4.jpg?1422303611/. Fecha de consulta 17 mayo de 2016).

6. FERRÁNDIZ GABRIEL, Javier. **Apolo y Dionisos**. Web: http://arquitecturavirtual.weebly.com/uploads/1/9/5/7/19576183/apolo_y_dionisos.pdf. p. 41. Fecha de consulta 22 de noviembre de 2016

1.2 | **El habitar, espacio vivido**

El **habitar** parte de actos naturales para las personas como son el vivir, soñar, inventar, madurar y crear el espacio cotidiano, para esto debe seguir unas pautas culturales de una forma tanto práctica como simbólica caracterizándose siempre por la necesidad del hombre de un espacio flexible y adaptable a sus ritmos, sus maneras de obrar y vivir. “Existe una fuerte identidad entre la piel desnuda y la sensación de hogar”⁷.

La construcción arquitectónica ya no se ve como un lugar donde las personas solo van a dormir y comer, sino como el lugar donde se desarrolla gran parte de la vida, por lo tanto este **espacio** debe ser cuidado y defendido de cualquier situación que atente contra el bien común. Los **lugares habitados** no se pueden ver como simples objetos, ya que el habitar esta cargado de sentimientos y hechos antropológicos que

varían en cada persona según la **cultura** y

7. PALLASMAA. Op. Cit. p. 49

el momento histórico. Estas variaciones se manifiestan particularmente en los objetos que se cargan al **habitar**, que cumplen funciones instrumentales y simbólicas según la sociedad en que se viva. El habitar esta constituido principalmente por los por los objetos para el día a día.

«Cuando la vista es deficiente, el ciego



Imagen 7: Villa Savoye / Le Corbusier, Fotógrafo Flavio Bragaia. Imagen tomada de página web (http://images.adsttc.com/media/images/54c6/a195/e58e/ced6/7000/0007/large_jpg/Mies4.jpg?1422303611/. Fecha de consulta 17 mayo de 2016).

1.3 | Lo háptico, espacio de contacto

tiene que recurrir al oído, al tacto y al olfato para informarse. Se les debe ayudar a reunir la información que le den los demás sentidos para llegar a comprender el mundo»
Anónimo

Los **espacios hápticos** son aquellos espacios que a través de la manipulación y la **exploración sensorial**, las personas descubren sus características: **formas, tamaños, texturas, olores, sonidos...** logrando una **percepción completa** y coherente del espacio, cargada de un conjunto de sensaciones que además de lo visual experimenta el individuo para recibir información, procesándola y llevándola directamente al cerebro desde los diferentes **sentidos** ya que todos se complementan entre sí.

Los **espacios arquitectónicos** al ser **hápticos** utilizan el **tacto** como herramienta principal para la creación, haciendo obras sumamente **sensitivas**, cargadas de fuerza y dinamismo. **El tacto es el modo sensorial que integra los demás sentidos** para experimentar tanto el mundo como a nosotros mismos, pues **la arquitectura** se vive y se siente de manera **integral**. “Contemplamos, tocamos, escuchamos y medimos el mundo con toda nuestra existencia corporal, y el mundo experiencial pasa a organizarse y articularse alrededor del centro del cuerpo”⁸.

La experiencia del hogar se desarrolla por actividades diarias como: cocinar, comer, socializar, leer, dormir y elementos que ayudan al cuerpo a encontrarse con el espacio, aproximándose y relacionándose con él, llenándonos de **conexiones** internas y externas al experimentar **con el espacio**.

8. PALLASMAA. Idem. p. 66



Imagen 8: La Casa Leis / Zumthor. Fotógrafo Ralph Feiner. Imagen tomada de página web (<http://www.archdaily.com.br/br/01-91503/casas-de-zumthor-para-locacao/>). Fecha de consulta 17 mayo de 2016).

1.4 | *Lo háptico y lo óptico de un espacio arquitectónico*

Hoy en día podemos ver las diferencias entre **dos arquitecturas**:

La arquitectura de la imagen siempre ofrece una experiencia visual cargada de fantasías fotográficas ofreciéndonos simples imágenes y experiencias visuales. Hablamos de **La arquitectura óptica**, aquella que nos deja como simples espectadores perdiendo profundidad existencial.

La arquitectura de la esencia es la que se experimenta con el cuerpo, no se trata de una simple representación o reproducción visual manipulada para transmitir algo, por el contrario, permite una integración multisensorial hacia la cultura y la experiencia humana. **La arquitectura háptica** nos hace partícipes de cada espacio cargado de sensaciones sutiles y cambiantes.

“La vista necesita ayuda del tacto, que proporciona sensaciones de “solidez, resistencia y protuberancia”, separada del tacto, la vista no podría tener idea alguna de distancia, exterioridad o profundidad, ni por consiguiente, el espacio o cuerpo”⁹.

La cultura de nuestro tiempo está orientada a una arquitectura visual, debilitando las experiencias en el tiempo para las personas que tienen contacto continuo con estos espacios. Esto está favoreciendo el volver a una **arquitectura más háptica y multisensorial**, ya que las personas están cansadas de las imágenes que no ayudan a afrontar su propia realidad existencial. Estamos hechos para vivir en un mundo que nos permita soñar libremente, estando unidos a la realidad cultural y mental de nuestro tiempo, sensibilizados mediante un sentido fortalecido de la materialidad y la intimidad del cuerpo y de la piel.

9. PALLASMAA. Idem. p. 44

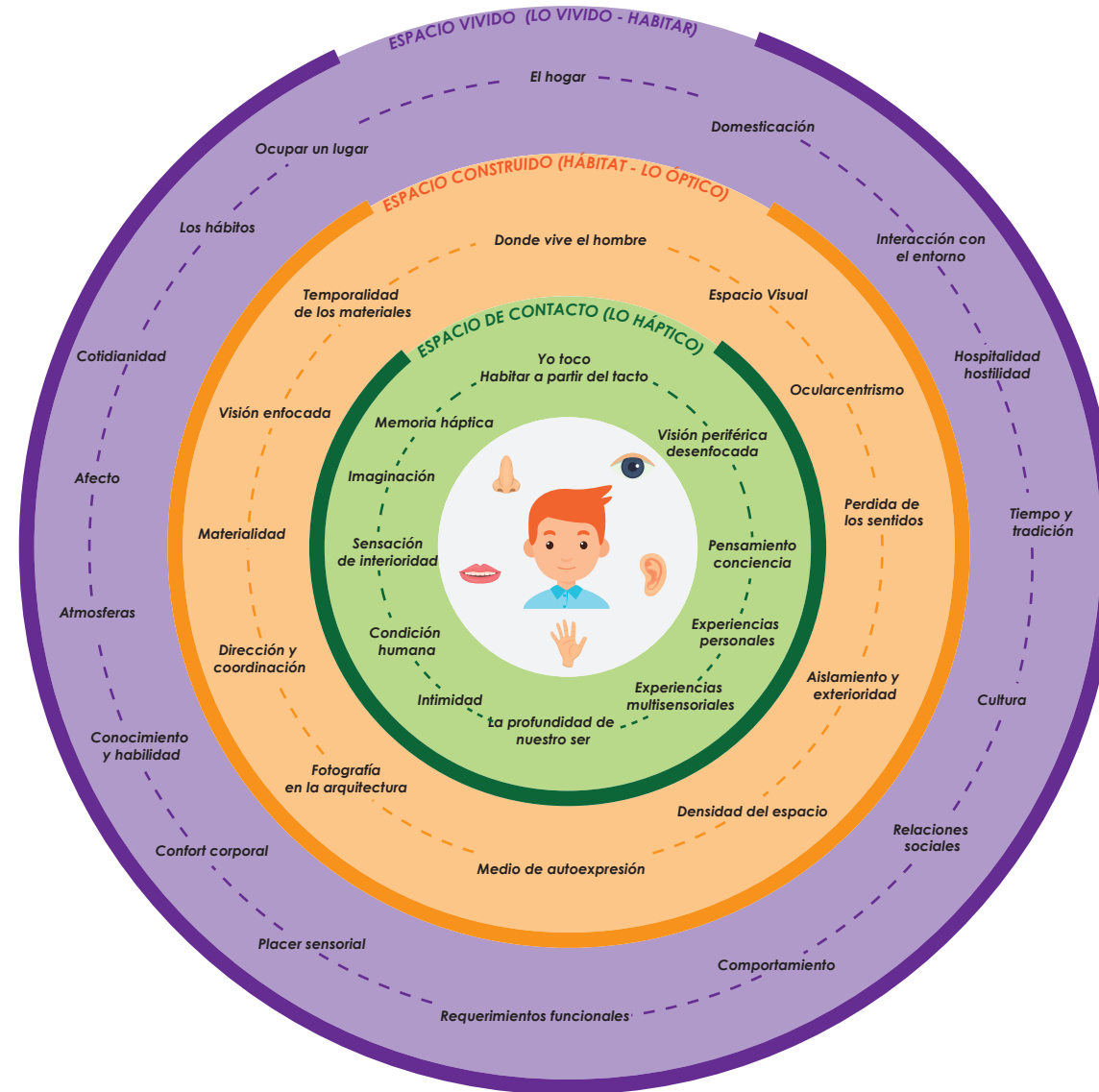


Imagen 9: Casa de Hormigón con Ranura / AZL architects. Fotografía© Iwan Baan. Fachadas. Imagen tomada de página web (<http://www.archdaily.co/co/02-87812/casa-de-hormigon-con-ranura-azl-architects/>). Fecha de consulta: 17 mayo de 2016).

1.5 | Mapa conceptual

“Actualmente numerosos arquitectos de todo el mundo proyectan con ahínco desde esta nueva conciencia e intentan volver a **sensibilizar a la arquitectura** mediante un sentido fortalecido de materialidad y **hapticidad**, textura y peso, densidad del espacio y luz materializada”¹⁰.

La arquitectura es el arte de crear espacios habitables, en los cuales las personas puedan habitar y realizar sus actividades adecuadamente. Muchos arquitectos olvidan el verdadero significado y solo se preocupan por vender sin preocuparse por la calidad de vida que tendrán las personas que ahí habitarán.



En este mapa conceptual se describe uno a uno los espacios con los cuales el hombre tiene contacto:

El espacio de contacto se entiende como el habitar a partir del tacto, donde las experiencias personales llegan a la intimidad del ser.

El espacio construido es donde vive el hombre, donde la materialidad es un medio de autoexpresión que da por resultado un espacio visual enfocado a un aislamiento de la persona, donde no hay aportes conjuntos de los sentidos ya que la visión gana por encima de los otros.

El espacio vivido o espacio habitado, ya que la domesticación del espacio da como resultado a un intercambio de sensaciones hápticas entre el entorno y la persona, donde el placer sensorial y el confort crean atmósferas cargadas de historias, sueños, cultura y vida.

Imagen 10: gráfico explicativo de las variables aplicadas a los diferentes temas y las características que entran en cada uno. Imagen de autor.

10. PALLASMAA. Idem. p. 36

1.6 | El carácter estético de la arquitectura

“Para mí la realidad arquitectónica solo puede tratarse de que un edificio me conmueva o no ¿cómo pueden proyectarse cosas con tal presencia, cosas bellas y naturales que me conmuevan una y otra vez?”¹¹.

Zumthor, al igual que otros autores, hablan de lo estético y lo bello de forma similar. El objeto como espacio arquitectónico por sí mismo debe tener un valor, y a su vez, provocar ese sentir que conmueva. El autor se refiere a la calidad arquitectónica como un asunto que trasciende más allá de lo físico.

En este contexto, el concepto de **atmósfera** para Zumthor, es un término cuyo significado no se puede separar de lo **estético**.

Él dice: *“La atmosfera habla de una sensibilidad emocional, una percepción que funciona a una increíble velocidad y que los seres humanos tenemos para sobrevivir”¹².*

Si observamos detenidamente, en el texto se continúa hablando de la atmósfera como esa sensibilidad que generan los espacios bien contruidos, ambientes que merecen tener el adjetivo de lo que significa ser bello.

En la definición Aristotélica de la belleza encontramos la siguiente retórica: *“Es bello lo que es valioso por sí mismo y lo que a la vez nos agrada, como vemos, Aristóteles determina la belleza, mediante dos cualidades, primero lo que es apreciado por sí mismo, segundo es bello lo que proporciona placer, y por lo tanto no solo posee cierto valor sino que llega hacia nosotros mediante este valor, nos agrada y provoca nuestra alegría o admiración”¹³*

12 ZUMTHOR. Ibíd. p.5

13 TATARKIEWICZ, Wladyslaw. **Historia de la Estética, La Estética Antigua**. Madrid: Ediciones Akal S.A., 2000. Cita indirecta. p.158

El discurso retoma al final de una manera literal la definición de **“La forma bella”** como un objetivo que todo arquitecto debe tener presente en sus proyectos.

Zumthor concluye con la siguiente reflexión: *“Pero si al final, aquello no me parece hermoso, esto es, no es bello para mí, si la forma lograda no me conmueve, vuelvo de nuevo atrás y empiezo desde el principio. Esto significa que el último capítulo, o mi objetivo último, podría designarse probablemente como la forma bella”¹⁴.*

Para Zumthor **“La forma bella”** es la frase en la que sintetiza el resultado de todo su trabajo.

En conclusión, podemos entender que darle un sentido estético a la arquitectura, significa que la materia y la forma deben insinuarse hacia un sentimiento contemplativo, esto significa que los objetos trasciendan hacia lo bello, por lo tanto podemos entender ahora porque en el mundo de Zumthor, **la atmósfera**

14. ZUMTHOR, Op. Cit. p. 13

y **la estética**, son conceptos que se encuentran enlazados y que llevan en sí mismos, un contexto histórico innegable.

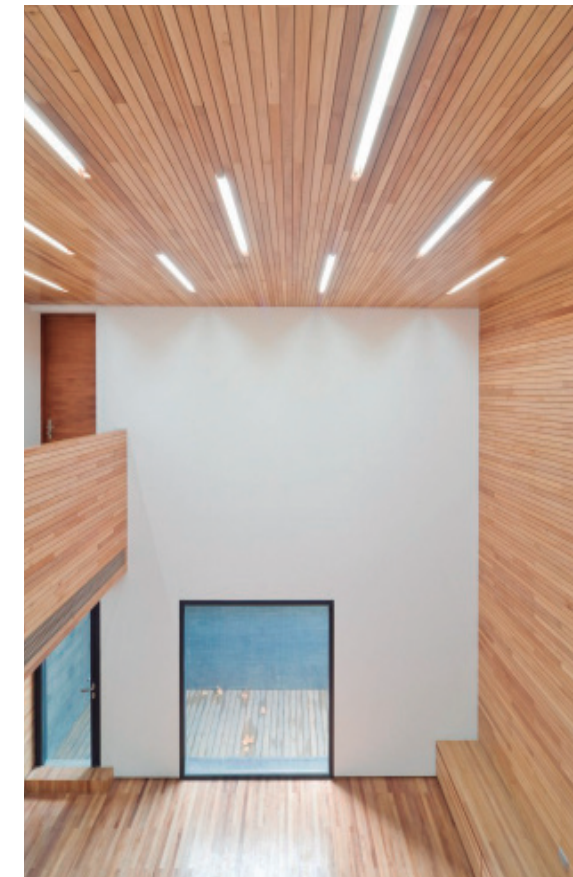


Imagen 11: Casa de Hormigón con Ranura / AZL architects. Fotografía© Iwan Baan. Interiores. Imagen tomada de página web (<http://www.archdaily.co/co/02-87812/casa-de-hormigon-con-ranura-azl-architects/>). Fecha de consulta: 17 mayo de 2016).

11 ZUMTHOR, Peter. **Atmósferas, Entornos Arquitectónicos - Las cosas a mi alrededor**. Barcelona: Editorial Gustavo Gili, S.L, 2006. Cita Extensa. p. 5

2 LA MUDANZA

Antes de una **mudanza** se deben analizar aspectos que condicionan y configuran la labor de **convertir los hábitos en un espacio háptico**, por lo tanto, para lograr solucionar el problema de la investigación*, se debe contextualizar la mudanza analizando las generalidades tanto del lugar de partida como de llegada. En este caso, se centrará la atención en el punto de partida y origen de una **vivienda rural** ubicada en el municipio de Caldas en el departamento de Antioquia, ubicada a pocos kilómetros de la ciudad de Medellín al sur del Valle de Aburrá; este municipio cuenta con numerosos sitios de interés ecológicos y está rodeado de colinas, montañas y ríos entre los que sobresale el río Aburrá (conocido hoy como río Medellín) que lo atraviesa de sur a norte.

2.1 El punto de partida

Se tomará como referente la típica **casa** tradicional **campesina**, de una sola planta, baldosas de mosaicos y muros de ladrillo y piedra rústica, con Entornos de abundante vegetación como árboles frutales, huertas y canastos de flores colgantes.

En cuanto al equipamiento, el municipio no se ha desarrollado significativamente a nivel de infraestructura y todavía conserva las características tradicionales de un pueblo antioqueño, con monumentos representativos como el parque central y un gran templo como eje principal. A nivel vial, las carreteras circundantes se encuentran en mal estado o son carreteras rurales



Imagen 12: Iglesia municipal Caldas Antioquia donde se visualiza su estilo colonial en la plaza principal. Imagen de autor.



Imagen 13: Casa tradicional campesina donde se visualiza el estilo de la vivienda campesina en el municipio de Caldas Antioquia. Imagen de autor.



Imagen 14: Vista de la plaza municipio de Caldas donde se ve la interacción de las personas con este espacio. Imagen de autor.



Imagen 15: Alto de San Miguel. Refugio de vida silvestre y parque ecológico. Imagen de autor.

destapadas, sin embargo, la Doble Calzada o más conocida como La Variante de Caldas, es una obra vial que conecta a este municipio y al suroeste antioqueño con el Valle de Aburrá, contribuyendo con su desarrollo.

Esta **mudanza** está de igual forma **condicionada por el hábitat de la nueva**

vivienda. El lugar se llama **Guayacán de Aviñón** y es un proyecto ubicado en la ciudad de Medellín en el departamento de Antioquia en Colombia, localizado específicamente en la comuna 14 en el **barrio El Poblado**.

2.2 | El punto de llegada

La comuna 14 se encuentra situada al suroriente de **Medellín** limita al norte con las Comunas 10 La Candelaria y 9 Buenos Aires; al oriente con el corregimiento de Santa Elena; al sur con el Municipio de Envigado y al occidente con la Comuna 15 Guayabal.

El equipamiento urbano está caracterizado por el desarrollo notable en la adecuación y mantenimiento de escenarios deportivos y viales. Según la Alcaldía de Medellín, se han realizado varias obras que evidencian este desarrollo, como la construcción de la cancha de arenilla Manila, y placas polideportivas de Manila, Los González y la Divina Eucaristía, y el Parque Lineal La Frontera. De igual forma, la Comuna 14 sigue su transformación y desarrollo con grandes obras viales que contribuyen

con la movilidad como la vía Linares entre Los Balsos y Los González, la Conexión Cra 43C - D entre calles 11 y 11A, vía Linares a la calle 10, prolongación de la Loma Los Parra en doble calzada entre la Av. El Poblado y la carrera 43D, paso a desnivel de la Transversal Superior con la Vía El Tesoro, prolongación carrera 37 hasta Las Palmas, el Puente Gilberto Echeverri Mejía, el Puente Quebrada La Presidenta, entre otras obras.¹⁵

En el POT (Plan de Ordenamiento Territorial de Medellín) se evidencia de igual forma el desarrollo vial, el equipamiento público y el crecimiento en infraestructura que ha tenido la ciudad a lo largo de los últimos años¹⁶

Este documento presenta así mismo temas pertinentes a la jerarquización vial de todas las comunas, habla del transporte público colectivo masivo y la movilidad no motorizada, también menciona por medio

15. ALCALDÍA DE MEDELLÍN. **Periódico Cuentas Claras Comuna 14 El Poblado**. (Artículo en internet) <https://www.medellin.gov.co/irj/go/km/docs/wpccontent/Sites/Subportal%20del%20Ciudadano/Nuestro%20Gobierno/Secciones/Plantillas%20Gen%C3%A9ricas/Documentos/2013/Cuentas%20Claras%20Comuna/1%20octubre/comuna%2014%20baja.pdf> (Fecha de consulta: 20 de noviembre de 2016) p. 3,4,7

16. ALCALDÍA DE MEDELLÍN. Ibid. p. 14

de mapas, el modelo de ocupación, la estructura ecológica principal y el subsistema de movilidad, siendo estos temas pertinentes para poner en contexto el nuevo hábitat y la influencia de dicha información para esta investigación. Poniendo de nuevo en contexto el problema de estudio, se pretende trasladar



Imagen 16: Puente Gilberto Echeverri Mejía, el cual es uno de los sistemas de comunicación vial importante para esta zona. Imagen de autor.



Imagen 17: Parque Lineal La Frontera, uno de los espacios hápticos cercanos al punto a intervenir. Imagen de autor.

las riquezas naturales que hacen parte de las características de la vivienda rural **buscando coincidencias con el entorno del nuevo espacio urbano**. El documento oficial que aporta sobre este tema es el Manual de Silvicultura de la ciudad de Medellín, es un instrumento técnico que aporta información importante sobre las zonas verdes ambientalmente eficientes, funcionales y útiles en la ciudad, gracias al manual, se podrá materializar el verde rural que viene de la tradición a un espacio urbano, y es este lugar el que se va a configurar para recibir el petate de hábitos y costumbres que viene con los nuevos ocupantes¹⁷.

Con toda la información recopilada se pretende dar luz para materializar en la remodelación del nuevo espacio construido, el conjunto de hábitos, experiencias y costumbres a través de una arquitectura multisensorial en donde los habitantes se interrelacionen y se identifiquen.



Imagen 18: vista aérea del edificio Guayacán de Avión. Imagen tomada de página web: (<https://wikicolombia.wordpress.com/2011/05/30/guayacan-de-avinon-2-medellin/>). Fecha de consulta 20 de mayo de 2016).



Imagen 19: vista nocturna de la fachada frontal del edificio Guayacán de Avión. Imagen tomada de página web: (<https://wikicolombia.wordpress.com/2011/05/30/guayacan-de-avinon-2-medellin/>). Fecha de consulta 20 de mayo de 2016).

17. SECRETARÍA DE MEDIO AMBIENTE DE MEDELLÍN. *Manual de silvicultura urbana para Medellín- Gestión, Planeación y manejo de la infraestructura verde*. (Artículo en internet) <https://www.medellin.gov.co/irj/portal/medellin?NavigationTarget=navurl://0b1ee317520c6e77f397246b7c7b5a4b> (Fecha de consulta 20 de noviembre de 2016)

2.3 | Mapas de referencia

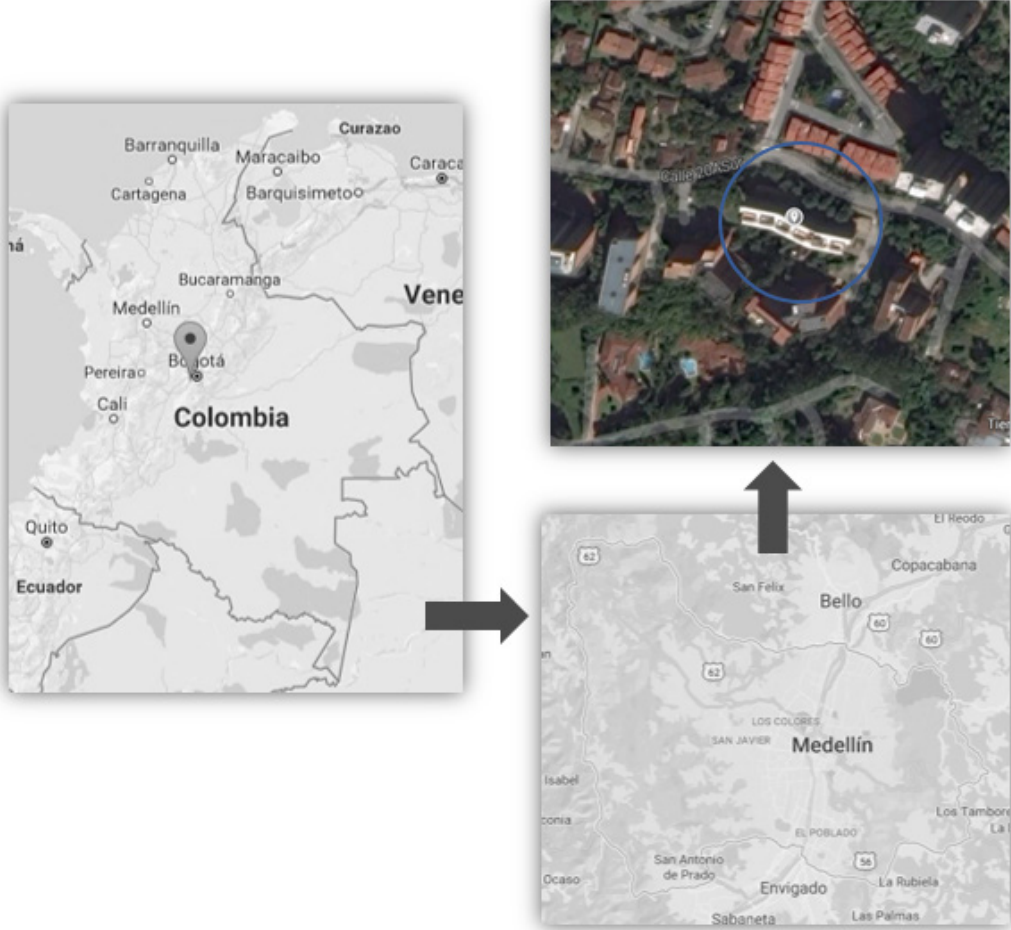


Imagen 22: mapas de localización de Guayacán de Avión. Imagen de autor.

3 | ESTUDIO DE CASOS

Los **casos de estudio** serán ejemplos de carácter funcional que contribuyan al **entendimiento del espacio a través de su hapticidad arquitectónica**, así mismo, será un aporte la información de carácter biográfico, cuyos valores y hechos específicos, le permiten a la investigación captar elementos importantes. Se verán proyectos



Imagen 23: residencia Kaufmann (Fallingwater). Frank Lloyd Wright (1936 – 1938) ilustración por Frederick Clifford Gibson. Imagen tomada de página web (<https://s-media-cache-ak0.pinimg.com/736x/50/7b/e4/507be4c13b730e43810306a02523ca85.jpg/>). Fecha de consulta 20 de mayo de 2017).

3.1 | Diseño metodológico

como: Frank Lloyd Wright (1936 – 1938), residencia Kaufmann (Fallingwater) - Casa del arquitecto 1947. Luis Barragán - Casa Kaufmann (1946 – 1947) Richard Neutra. Se trata de una **investigación comparativa y descriptiva** orientada a los estudios de casos, teniendo en cuenta los usos de los espacios y hábitos de las personas que vivieron en cada uno de los proyectos estudiados, con el objetivo de entender cómo fueron estos estudios de casos, destacando sus valores y su **hapticidad arquitectónica**.

La recopilación de la información incluye fotos de los proyectos y planos arquitectónicos con el propósito de desarrollar el plan de análisis.

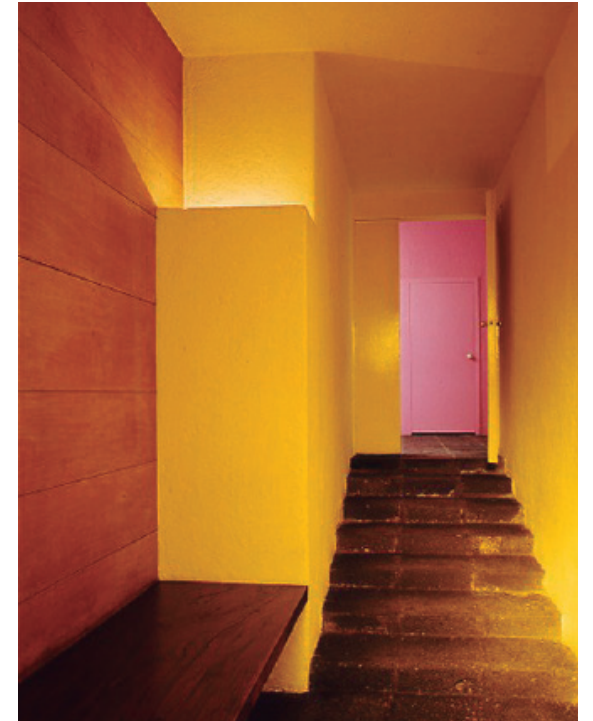


Imagen 24: casa del arquitecto Luis Barragán. Imagen tomada de página web (http://images.adsttc.com/media/images/55e6/36ce/8450/b53b/1c00/02c5/medium_jpg/porteria.jpg?1441150664/). Fecha de consulta 20 de mayo de 2017).

3.2 | Residencia Kaufmann Fallingwater Frank Lloyd Wright

- **Ubicación:** Pensilvania - USA.
- **Arquitecto:** Frank Lloyd Wright.
- **Año:** 1934-1935.

Frank Lloyd Wright diseñó en 1934-35 una casa extraordinaria en la Reserva Natural de Bear Run, Pensilvania, a 1298 metros sobre el nivel del mar. Acá, el río que corre en el lugar cae repentinamente 30 metros. Esta casa es conocida como la **Casa en la Cascada**, la cual **redefinió la relación entre el hombre, la arquitectura y la naturaleza**¹⁸.

Esta casa fue construida como casa de fin de semana para el Sr. Edgar Kaufmann, su señora y su hijo. El lugar había sido propiedad de la familia durante 15 años. El reto para Wright sería el diseño de una casa enfrente de la cascada para poder apreciarla. Sin embargo, Wright integró

18. DUQUE, Karina. *Clásicos de Arquitectura: Casa en la Cascada por Frank Lloyd Wright*, artículo en internet (<http://www.archdaily.co/co/02-54599/clasicos-de-arquitectura-la-casa-en-la-cascada-frank-lloyd-wright>). (2/6/2016).

el diseño de la casa con la propia cascada, ubicándola justo encima de ella.

La residencia Kaufmann se convierte en el punto de partida de los estudios de caso, ya que su **relación con el entorno** y el **uso de materiales naturales** son similares a los usados dentro del proyecto, además existe una similitud en su estructura (dos plantas unidas por un centro, que en el caso de proyecto propio, es el vacío que crece verticalmente ubicado en todo el centro de la casa).



Imagen 25: Casa en la Cascada / Frank Lloyd Wright 1936 – 1939. Fachada 1. Imagen tomada de la página web(<http://www.archdaily.co/co/02-54599/clasicos-de-arquitectura-la-casa-en-la-cascada-frank-lloyd-wright/>). Fecha de consulta 22 de mayo de 2016).

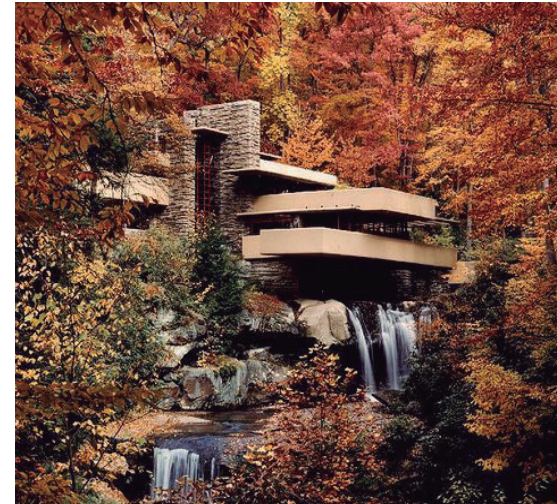


Imagen 26: Casa en la Cascada / Frank Lloyd Wright 1936 – 1939. Fachada 2. Imagen tomada de la página web(<http://www.archdaily.co/co/02-54599/clasicos-de-arquitectura-la-casa-en-la-cascada-frank-lloyd-wright/>). Fecha de consulta 22 de mayo de 2016).



Imagen 27: Casa en la Cascada / Frank Lloyd Wright 1936 – 1939. Interior 1. Imagen tomada de la página web(<http://www.archdaily.co/co/02-54599/clasicos-de-arquitectura-la-casa-en-la-cascada-frank-lloyd-wright/>). Fecha de consulta 22 de mayo de 2016).

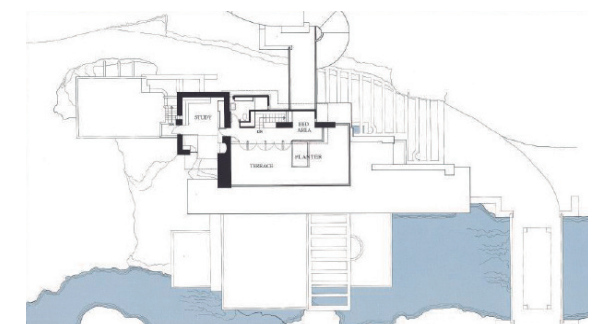
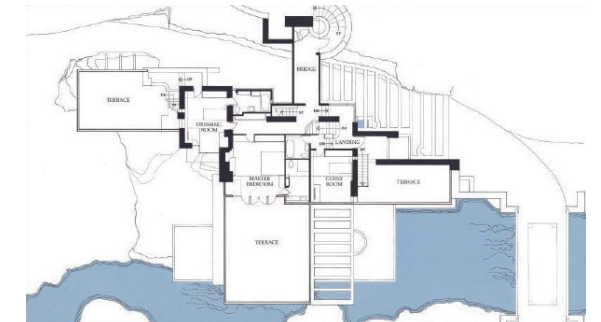


Imagen 28, 29 y 30: Casa en la Cascada / Frank Lloyd Wright 1936 – 1939. Plantas arquitectónicas. Imágenes tomadas de página web (<http://www.archdaily.co/co/02-54599/clasicos-de-arquitectura-la-casa-en-la-cascada-frank-lloyd-wright>). Fecha de consulta 22 de mayo de 2016).

3.3 | Casa del arquitecto Luis Barragán

- **Ubicación:** Ciudad de México.
- **Arquitecto:** Luis Barragán.
- **Año:** 1947.

Construida en 1947, esta casa moderna mexicana, diseñada por Luis Barragán, es reconocida por tener mucha trascendencia a nivel internacional. La casa-estudio, habitada por el mismo arquitecto hasta 1988, incorpora en su diseño principios de la arquitectura vernácula del lugar, los cuales incluyen el **uso de colores llamativos**. Barragán ha sido uno de los arquitectos mexicanos más influyentes, y su casa, uno de los lugares más visitados en la Ciudad de México¹⁹.

Barragán intentó darle al diseño un toque personal, dividiendo su planta en **espacios muy diversos**, pero con una lógica que integra cada una de sus partes, e **integrando la arquitectura**

tradicional mexicana con la arquitectura moderna internacional.

Hay un interés en este proyecto por la incorporación en su diseño de colores llamativos haciendo de cada espacio una **experiencia cromática** única, la distribución de su planta en espacios muy diversos pero con una lógica que integra cada una de sus partes, el juego de luces, sombras y reflejos que inundan al espacio, utilizando diferentes recursos para darle fluidez a la casa.



Imagen 31: Casa-Estudio Luis Barragán / Luis Barragán. 1947. Interior 1. Imagen tomada de la página web (<http://www.casaluisbarragan.org/>). Fecha de consulta 22 de mayo de 2016).



Imagen 32: Casa-Estudio Luis Barragán / Luis Barragán. 1947. Interior 2. Imagen tomada de la página web (<http://www.casaluisbarragan.org/>). Fecha de consulta 22 de mayo de 2016).



Imagen 33: Casa-Estudio Luis Barragán / Luis Barragán. 1947. Interior 3. Imagen tomada de la página web (<http://www.casaluisbarragan.org/>). Fecha de consulta 22 de mayo de 2016).

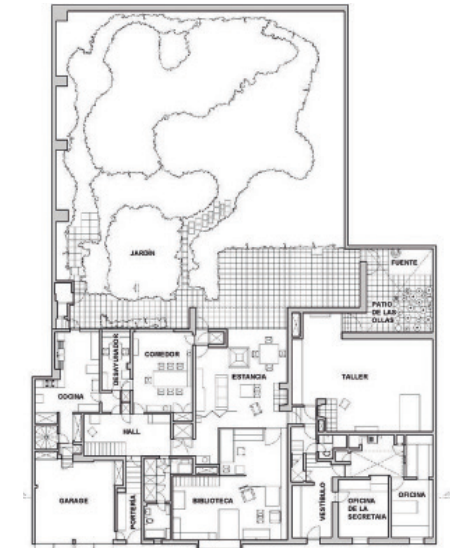


Imagen 34: Casa-Estudio Luis Barragán / Luis Barragán. 1947. Planta 1. Imagen tomada de la página web (<http://www.casaluisbarragan.org/>). Fecha de consulta 22 de mayo de 2016).

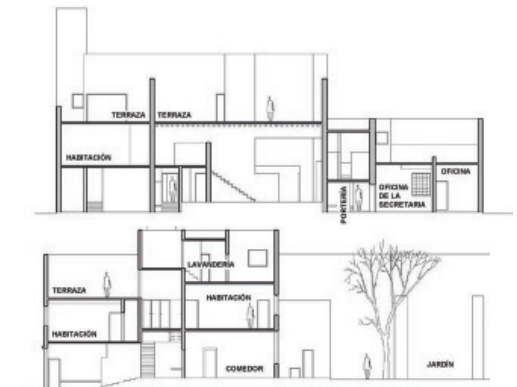


Imagen 35: Casa-Estudio Luis Barragán / Luis Barragán. 1947. Cortes. Imagen tomada de la página web (<http://www.casaluisbarragan.org/>). Fecha de consulta 22 de mayo de 2016).

19. DUQUE, Karina. *Clásicos de Arquitectura: Casa-Estudio Luis Barragán*. (artículo en internet) <http://www.archdaily.co/co/02-101641/clasicos-de-arquitectura-casa-estudio-luis-barragan-luis-barragan>. (Fecha de consulta 2 de junio 2016)

3.4 | Casa Kaufmann. Richard Neutra

- **Ubicación:** California - USA.
- **Arquitecto:** Richard Neutra.
- **Año:** 1946 - 1947.

La Casa Kaufmann (1946-1947) es considerada uno de los mejores trabajos de Neutra, por no decir el más reconocido. La idea del cliente era una **casa para** los meses de **invierno**, por lo cual se inclinó por una casa en la cual la luz pasara al máximo, aprovechando el sol de esa época del año; eso explica por qué esta casa **ubicada en el desierto está completamente rodeada de vidrio**.

La casa se adapta al rocoso terreno levitando sobre este de una forma discreta y casi armónica con el lugar, ya que siendo el terreno agreste y con un carácter fuerte, Neutra se declina por ejecutar un gesto de simpleza, diseñando una vivienda donde las cubiertas (elementos horizontales) fueran todo el “peso” visible a la distancia. En pocas palabras, la casa más que una casa, **es un “terreno flotante”** que sirve de refugio. Todo el conjunto de la vivienda no parece elevarse mucho del suelo, a excepción del volumen central y vertical que consta de una terraza

cubierta a la cual se accede desde el exterior y funciona como segunda planta²⁰.

El interés de este proyecto se refiere a los materiales usados: vidrio, madera y piedra, con un diseño paisajístico interno que corresponda al entorno cercano.

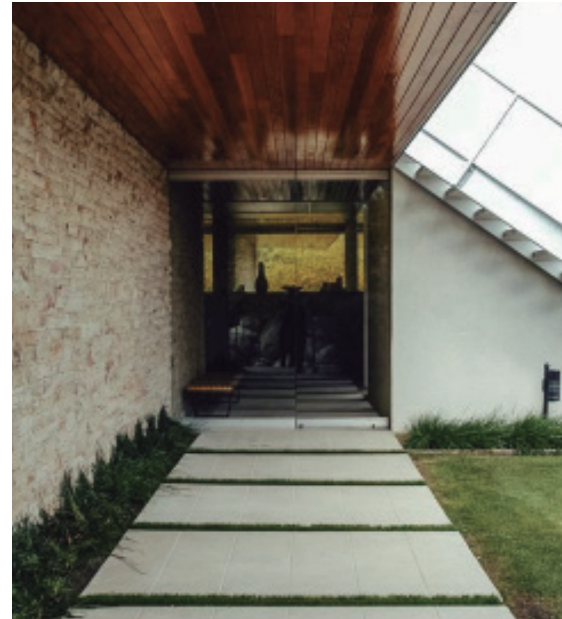


Imagen 36: Casa Kaufmann / Richard Neutra. Vista de acceso principal. Imagen tomada de la página web (<http://www.archdaily.co/co/627978/clasicos-de-arquitectura-casa-kaufmann-richard-neutra/>). Fecha de consulta 20 de mayo de 2016).

20 DUQUE, Karina. *Clásicos de Arquitectura: Casa Kaufmann / Richard Neutra*, (artículo en internet) <http://www.archdaily.co/co/627978/clasicos-de-arquitectura-casa-kaufmann-richard-neutra/> (Fecha de consulta 2 de junio 2016)

El término *atmósfera*, Zumthor lo describe como una intuición natural, o una sensibilidad emocional creada por las distintas cosas que componen el espacio, produciendo en el individuo sintonía con la obra y ésta a su vez se convierte en una parte del entorno donde es creada, guardando coherencia y logrando conmovir con su forma²¹.



Imagen 38: Casa Kaufmann / Richard Neutra. Vista patio interior. Imagen tomada de la página web (<http://www.archdaily.co/co/627978/clasicos-de-arquitectura-casa-kaufmann-richard-neutra/>). Fecha de consulta 20 de mayo de 2016).

21 ZUMTHOR. Op. Cit. p. 21



Imagen 37: Casa Kaufmann / Richard Neutra. Vista general. Imagen tomada de la página web (<http://www.archdaily.co/co/627978/clasicos-de-arquitectura-casa-kaufmann-richard-neutra/>). Fecha de consulta 20 de mayo de 2016).

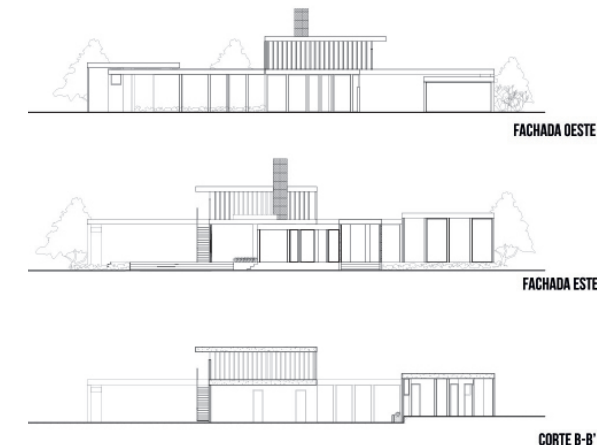


Imagen 39: Casa Kaufmann / Richard Neutra. Fachadas. Imagen tomada de la página web (<http://www.archdaily.co/co/627978/clasicos-de-arquitectura-casa-kaufmann-richard-neutra/>). Fecha de consulta 20 de mayo de 2017).

3.5 | *Atmósfera háptica: Interacción de los hábitos con los espacios de contacto*

La **arquitectura contemporánea** nos priva de sentir la arquitectura, de poder vivirla, de ver su verdadero significado, **está privando el resto de los sentidos** ya que solo se crean **edificaciones para ser solo vistas** distanciándonos de la realidad, haciéndonos olvidar la verdadera causa de la **arquitectura** que **es ser vivida y sentida** como una experiencia que marque nuestra historia. Olvidar la realidad tangible de la arquitectura nos lleva a una **arquitectura que carece de un verdadero contenido**, pues en el momento que esta se va creando, se olvida su verdadera razón de ser, es ahí donde la arquitectura pierde su verdadero significado.

La **arquitectura** es el arte de crear espacios habitables, en los cuales las personas puedan habitar y realizar sus actividades adecuadamente y sin carecer de alguna necesidad. A partir de nuestras experiencias y conocimientos debemos crear arquitectura teniendo en cuenta el cambio, el tiempo actual, culturas, historia, sin dejar al lado ninguno de los componentes que hacen posible la experimentación de sensaciones únicas, teniendo en cuenta la condición humana en cada proceso de la creación para satisfacer las miles de reacciones instintivas que tiene el inconsciente humano. Si se consigue **la unión de todos los sentidos** en cualquier lugar, se crearan espacios diseñados para nuestro ser en el mundo, es decir que cuando alguien interactúe con este espacio, se pueda sentir cómodo y ubicado dentro de un **hábitat** que permita crear y recodar cosas vividas, experimentadas anteriormente.

También se debe tener en cuenta la **“sensación en perfecta concordancia con el espacio construido**, comunicada directamente a quienes contemplan, lo habitan, lo visitan e incluso al entorno inmediato”²², esto permite generar **una experiencia a través de los sentidos**, la cual la puede percibir cualquier persona que tenga **contacto** con este **espacio**.

A lo largo del proceso de proyección será necesario tener en cuenta la **condición**

22. LABS-EHLERT. Op. Cit. p. 4



Imagen 40: Edificio Bohío / David Delgado Arquitectos. Bogotá-Colombia. Imagen tomada de la página web (<http://www.archdaily.co/co/625267/edificio-bohio-david-delgado-arquitectos/>). Fecha de consulta 25 de mayo de 2016).

humana encarnada y la multitud de reacciones instintivas ocultas en el **inconsciente humano**. No se trata solo de quedarse en lo superficial, hay que estudiar el cuerpo humano, la mente.

Si conseguimos esto, conseguiremos que nuestros ejercicios de **arquitectura** concreten y estructuren **nuestro ser-en-el-mundo**, es decir, que cuando alguien conozca nuestra obra (para ella totalmente nueva) pueda participar de ella al sentirse en cierto modo ubicada dentro de un mundo que es el suyo, que le recuerda a cosas vividas y experimentadas en momentos anteriores.

Expresando el cambio, el tiempo actual, la cultura, los pensamientos y razones y no solo eso, sino también los olores, los gustos o las texturas que surgen a lo largo del tiempo. Es como decir que **la arquitectura** será el nexo de **unión** entre el “yo” y el “mundo” a través de la **experiencia de los sentidos**.

“¿Qué diablos **me conmueve** a mí de este edificio? ¿Cómo puedo proyectar algo así? ¿Cómo pueden proyectarse cosas con tal presencia, cosas bellas y naturales que me conmueven una y otra

vez?”²³. Son algunas de las preguntas que **plantea Zumthor** en su conferencia atmosferas, las cuales permiten a diseñadores o arquitectos tener una mejor visión y un panorama más claro del proyecto.



Imagen 41: Dos casas en Nichada / Alkhemist Architects. Tailandia. Imagen tomada de la página web (<http://www.archdaily.co/co/787527/dos-casas-en-nichada-alkhemist-architects/>). Fecha de consulta 25 de mayo de 2016).

23.ZUMTHOR. Op.Cit. p.5

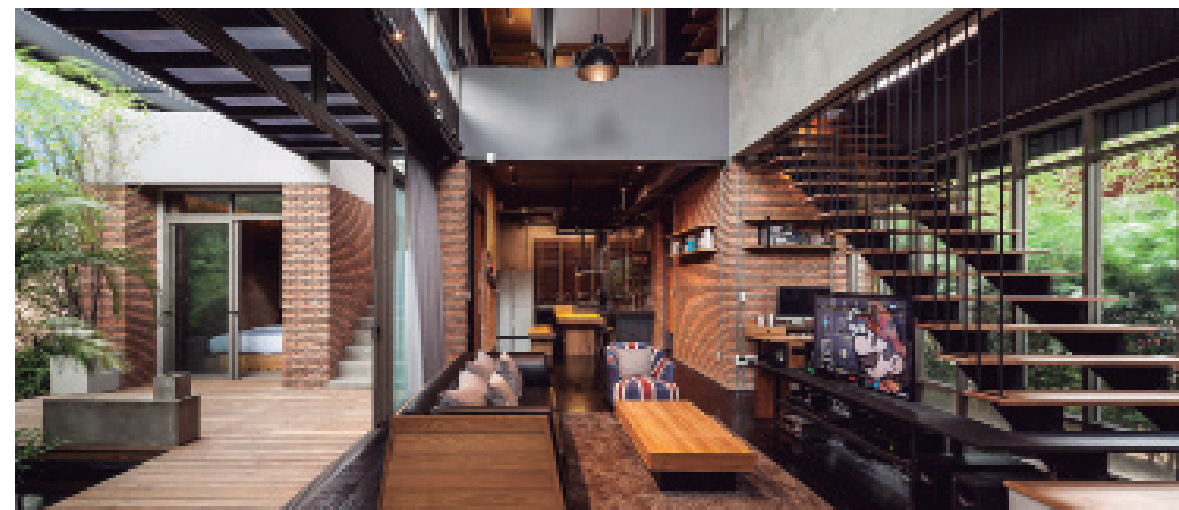


Imagen 42: Dos casas en Nichada / Alkhemist Architects. Tailandia. Imagen tomada de la página web (<http://www.archdaily.co/co/787527/dos-casas-en-nichada-alkhemist-architects/>). Fecha de consulta 25 de mayo de 2016).



Imagen 43: La Palomera / Schmidt Arquitectos Asociados. Zapallar-Chile. Imagen tomada de la página web (<http://www.archdaily.co/co/769098/la-palomera-schmidt-arquitectos-asociados/>). Fecha de consulta 25 de mayo de 2016).

4 DEL CAMPO A LA HABITACIÓN

La palabra “hábito” es una palabra demasiado gastada para expresar ese enlace apasionado de nuestro cuerpo que no olvida la casa inolvidable, escribe sobre la fuerza de la memoria corpórea²⁴.

La función de la arquitectura no solo es de carácter utilitario, es necesario hablar también de la arquitectura de la proximidad, esa que habla de la memoria háptica de los espacios.

4.1 Diseño metodológico

El objetivo de este capítulo es hacer un viaje para estudiar las características del nuevo entorno a intervenir “**Guayacán de Avignon**”, así mismo, para que los hábitos del pasado puedan encontrarse con los del presente, se visita la casa natal, con el fin de tomar los recuerdos convertidos en hábitos y con esta información intervenir el nuevo lugar.

La investigación es de tipo **descriptiva**, puesto que se expondrá de manera detallada las características tanto del espacio como de los habitantes. El análisis se realizará a través de **la observación** hacia un enfoque en temas como **el espacio de contacto, el espacio vivido y**

el espacio construido.

Las fuentes de información se recopilaban de plataformas digitales especializadas en arquitectura y diseño, por otra parte, se recopilará información mediante **entrevistas** a los residentes y vecinos del sector, se realizará un **registro fotográfico** completo del apartamento de estudio y su entorno inmediato.

Haciendo referencia al espacio arquitectónico de estudio, se abordarán y analizarán las siguientes subvariables.

4.1.1 Materialidad

El edificio está construido por una fachada en ladrillo de 6 cm de alto por 24 cm de ancho, varios tipos de madera



Imagen 44: corredor exterior de Guayacán de Avignon. Imagen tomada del blog de Carlos Hincapié (<http://blog.carloshincapie.com/2015/03/guayacan-de-avignon-t2.htm/> fecha de consulta 25 de febrero de 2017).

24. PALLASMAA, Op. Cit. p. 61

se ven recurrentes en el piso del corredor del acceso peatonal, en el enchape de la fachada ubicada en el área de las escaleras y puntos fijos, así como también en las puertas de los apartamentos; las barandas de protección de los corredores son metálicas, se observa repetidamente, varios tipos de vegetación en los balcones y en áreas comunes; el concreto se ve en las cubiertas de las terrazas, en los bordes de la losa y en las afueras peatonales en forma de adoquines. En la primera planta, el edificio está rodeado de locales comerciales con grandes ventanales en vidrio que dejan ver en su interior una escalera metálica.

En el piso del corredor de acceso de cada apartamento, se utiliza la cerámica, los techos de esta misma zona son paneles en yeso. En el interior del apartamento, se usaron los pisos en madera, paredes estucadas en blanco, muros externos en mampostería a la vista, algunas paredes internas llevan ladrillo suco de 10x20x40 revocado y estucado sin estructura interior, para brindar la oportunidad de reformar.

4.1.2 Distribución de los espacios

La edificación está compuesta por **dos volúmenes** horizontales, en la planta baja se ven los locales comerciales y algunos apartamentos más pequeños y en la planta alta se encuentran los apartamentos dúplex.

La forma de S y su **morfología alargada** está orientada hacia el espacio público. Tiene **18 apartamentos dúplex**, 6 por piso, cada uno con un área aproximada de 160 m².

En el interior de los apartamentos, el área se distribuye alrededor de un vacío vertical que comparten ambas plantas, el vestíbulo que funciona como sala comedor en el primer piso, hace las veces de estudio en el segundo piso. La distribución está pensada para aprovechar las vistas hacia los ventanales. Así mismo, la planta baja cuenta con amplias zonas de cocina, cuarto de ropas, baño de visitas y alcoba

de servicio, pero lo que más atrae de la distribución, es la extensa área del balcón. La planta alta cuenta con una alcoba principal con vestier y baño propio, otra alcoba secundaria también con baño propio, la sala estudio y el corredor hacia las escaleras.

Algunas tipologías de apartamento tienen terraza, extendiendo su área a 182 m².

4.1.3 Zonificación

Las visuales más cercanas que se pueden apreciar desde los apartamentos son las edificaciones más cercanas y los cerros de la ciudad.

Alrededor de la edificación se observan árboles de gran tamaño, guayacanes, pinos, eucaliptos y helechos generando una atmósfera circundante verde. El terreno está compuesto por relieves y cerros bajos con laderas. La zona permite fácil acceso al transporte público.



Imagen 45: exterior Guayacán de Avignon. Imagen tomada del blog de Carlos Hincapié (<http://blog.carloshincapie.com/2015/03/guayacan-de-avinon-t2.htm/> fecha de consulta 25 de febrero de 2017)

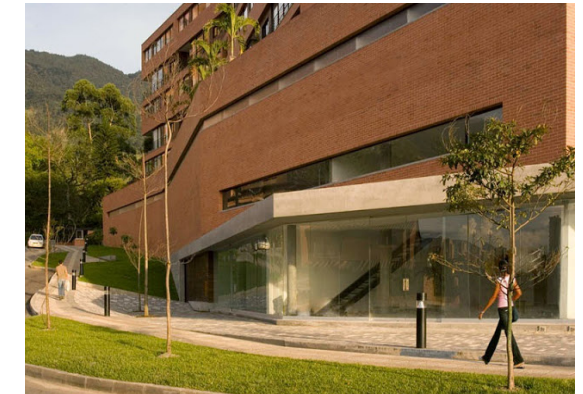


Imagen 46: locales comerciales Guayacán de Avignon. Imagen tomada del blog de Carlos Hincapié (<http://blog.carloshincapie.com/2015/03/guayacan-de-avinon-t2.htm/> fecha de consulta 25 de febrero de 2017)

4.2 | *Los habitantes ¿quiénes son?*

ANTONIO MEJÍA CORREA

Edad: 32 años

Nacionalidad: colombiano

Profesión: abogado

Personalidad y aspectos relevantes de su vida: relajado y tranquilo.

MARIA FERNANDA BETANCUR

Edad: 28 años.

Nacionalidad: colombiana

Profesión: ingeniera ambiental

Personalidad y aspectos relevantes de su vida: aventurera y activa

4.3 | *La casa natal*

Buscando llevar los hábitos y un pedazo del hogar natal al nuevo apartamento, se visitó la casa en donde Antonio vivió la mayor parte de su vida, esa casa que el cuerpo sabe y recuerda, la casa inolvidable.

Se realiza el recorrido acompañado

de su respectivo registro fotográfico, se observan texturas recurrentes de una finca típica campesina de una sola planta, con pisos de mosaicos, entornos rodeados de diferentes tipos de plantas y helechos, materos de barro, el uso recurrente de la madera, la rusticidad de las paredes de bareque, una cocina artesanal, herramientas para arar la tierra y una bicicleta.

4.4 | *Los hábitos*

El nuevo entorno recibirá al habitante en un espacio vacío que debe ser llenado partiendo de algunas costumbres que lleva la pareja en su maleta, tradiciones que no podían dejar atrás.

4.4.1 *Los hábitos de él*

Antonio ha vivido toda su vida en la típica casa campesina, es una persona a la que le gusta montar en bicicleta y estar rodeado de naturaleza, disfruta de un buen libro y dormir con los sonidos del campo, es culto y le gusta aprender nuevas cosas cada día.

“Quisiera llevarme la casa en donde nací a mi nuevo hogar”

“Me gusta montar en bicicleta en zonas rurales”

“Estar rodeado de naturaleza me da paz y tranquilidad”



Imagen 47: imaginario casa natal Antonio. Imagen tomada Pinterest (<https://es.pinterest.com/pin/427771664577200158> / fecha de consulta 25 de febrero de 2017).

4.4.2 Los hábitos de ella

María Fernanda se dedica a cuidar del medio ambiente, este hábito lo adquirió viajando, por este motivo, le gusta estar en espacios abiertos; disfruta leer de un buen libro, todas las mañanas practica yoga, le gusta compartir y cocinar con amigos y familia.

“Practico Yoga todos los días en la madrugada, mi espíritu y mi mente me lo agradecen cada día”

“Me gusta estar en espacios amplios y con buena iluminación, no me gusta sentirme encerrada”

“Compartir con mi familia y amigos hace parte importante de mi vida”

“Para mi es fundamental tener vida dentro de mi casa, yo cuido de mis plantas como si fueran mis hijas”



Imagen 48: imaginario hábito social. Imagen tomada del sitio web de CantabriaDModa (<https://www.cantabriadmoda.com/2016/08/26/tu-cocina-es-pequena/> fecha de consulta 25 de febrero de 2017)



Imagen 49: imaginario hábito yoga. Imagen tomada del sitio web Robolikesifit (<http://www.robolikesifit.com/post/131024492067/relax-be-breathe-via-instagram/> fecha de consulta 25 de febrero de 2017).

5 | SÍNTESIS

Se desarrolla una arquitectura con interpretaciones frescas para el estilo de vida de una familia joven y moderna en una ciudad tropical, un cruce entre la vida moderna y natural, permitiendo que la naturaleza fluya con una sensación de compatibilidad y libertad por todo el espacio construido.

5.1 | Argumentación

Este proyecto se desarrolla en el edificio Guayacán de Avignon torre 2 en la ciudad de Medellín, para responder a la necesidad de una **vivienda cargada de memoria**, tradición y sueños. Los habitantes, una pareja joven recién casada, en la cual el hombre es del municipio de Caldas, Antioquia y la mujer es de la ciudad de Medellín. **Los hábitos** son identificados y estudiados individualmente para crear ese **espacio de contacto**, logrando la **hapticidad en el diseño interior** del nuevo apartamento, partiendo de las generalidades y particularidades de la pareja que posteriormente lo habitará.

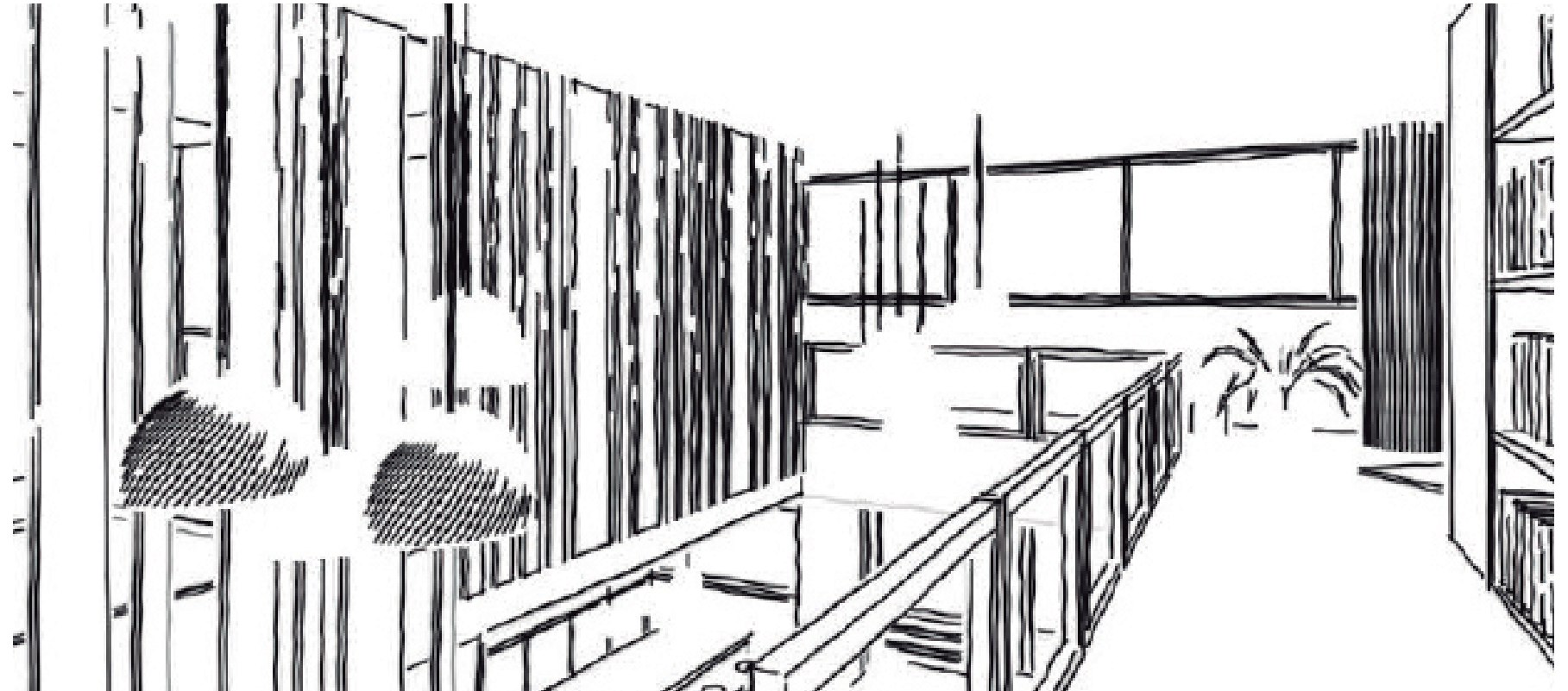


Imagen 50: ilustración interior apartamento Guayacán de Avignon, diseño propuesto para este apartamento. Imagen de autor

5.2 | Planimetría

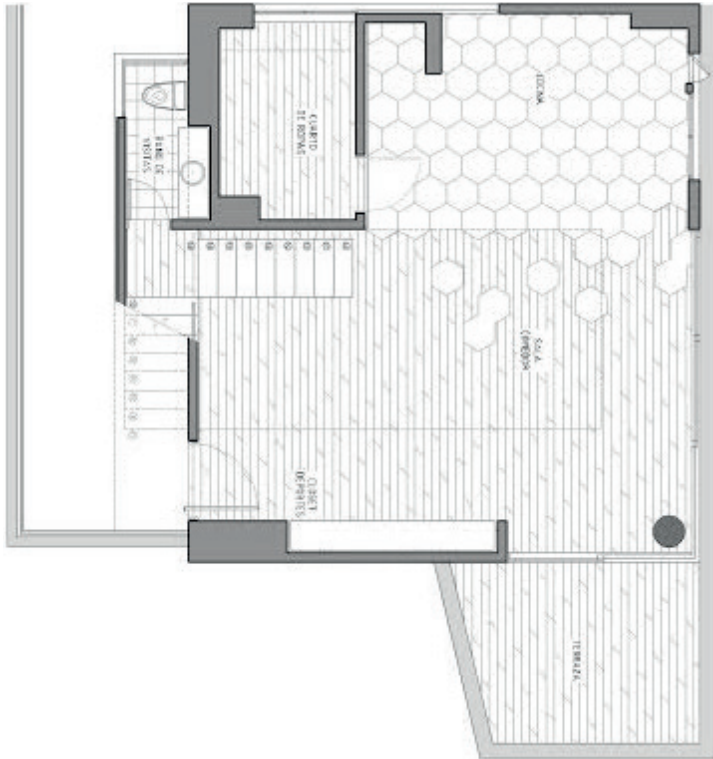


Imagen 51: planimetría primer piso - planta de acabados. En esta imagen se ve la diferenciación de texturas y formas que tendrá el primer piso. Imagen de autor.

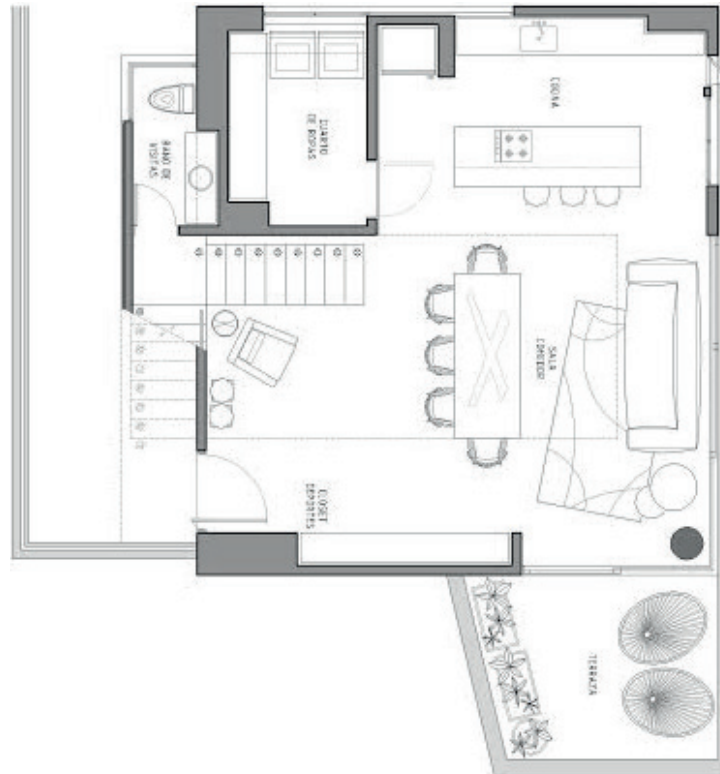


Imagen 52: planimetría primer piso - planta general. En esta imagen se ve la planta amoblada con el imaginario de la distribución propuesta. Imagen de autor.

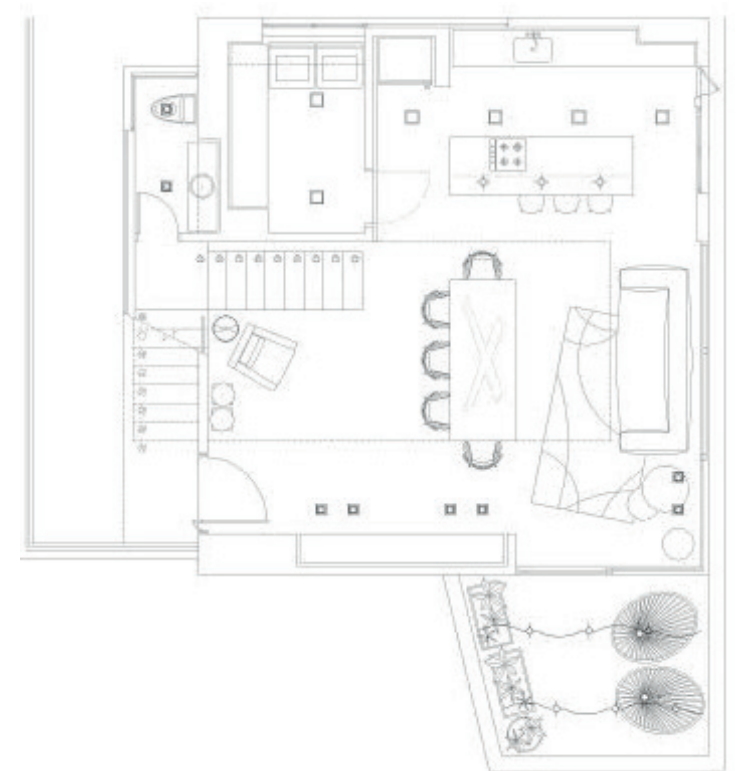


Imagen 53: planimetría primer piso - planta iluminación. En esta imagen se observa la distribución de las luminarias del primer piso. Imagen de autor.

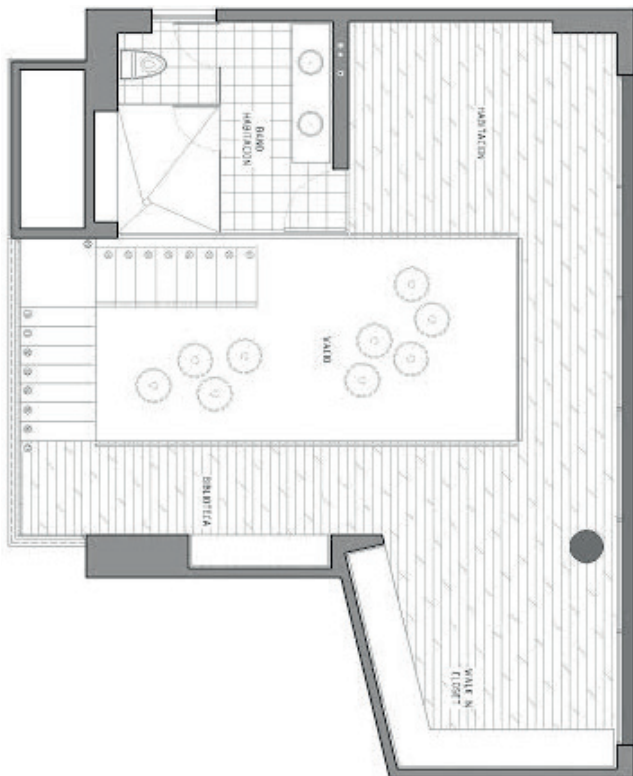


Imagen 54: planimetría segundo piso - planta de acabados. En esta imagen se ve la diferenciación de texturas y formas que tendrá el segundo piso. Imagen de autor.

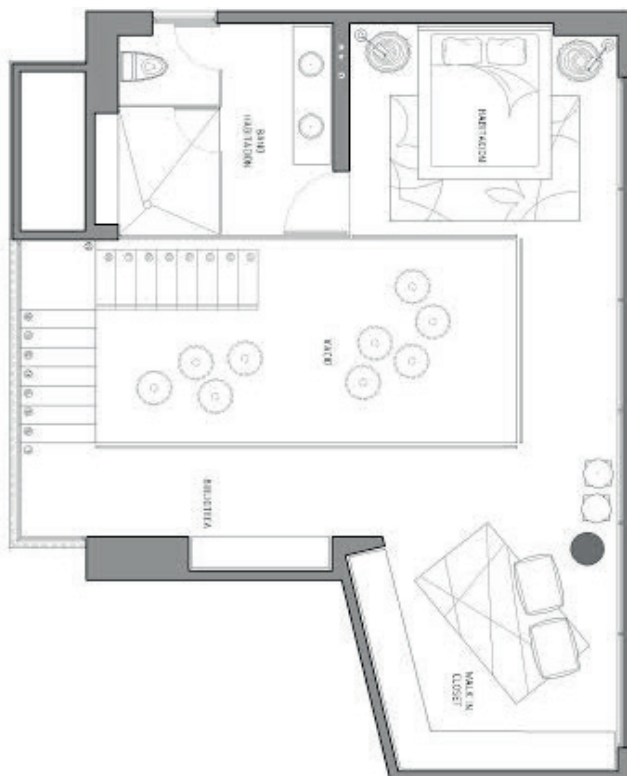


Imagen 55: planimetría segundo piso - planta general. En esta imagen se ve la planta amoblada con el imaginario de la distribución propuesta. Imagen de autor.

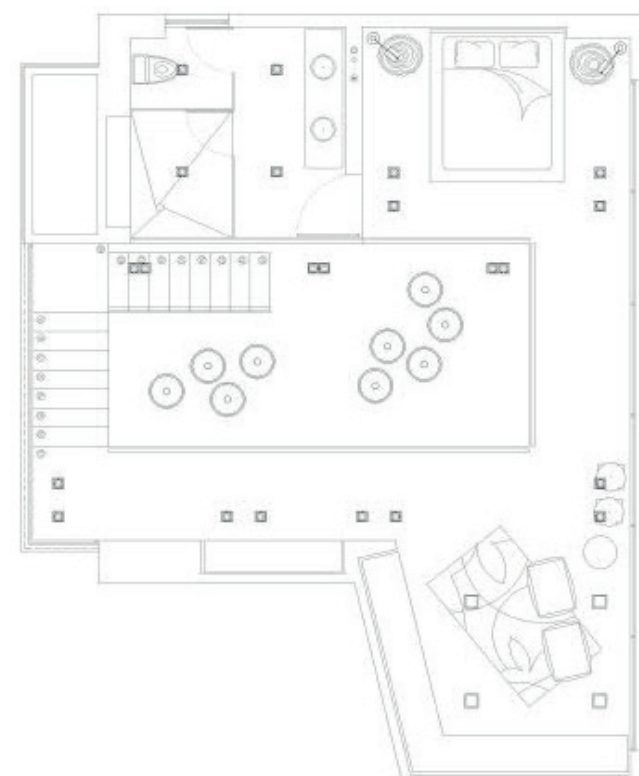


Imagen 56 planimetría segundo piso - planta iluminación. En esta imagen se observa la distribución de las luminarias del segundo piso. Imagen de autor.

5.3 | Representación gráfica



Imagen 57: planta ambientada del primer nivel. En esta imagen se evidencia el espacio del área social, cuarto de ropas y terraza, donde se logra ver la unión del espacio. Imagen de autor.



Imagen 58: planta ambientada del segundo nivel. En esta imagen se evidencia el espacio de habitación, donde se une el vacío entre ambas plantas . Imagen de autor.



Imagen 59: vista interior donde se observa mirando la conexión vertical que hay entre los dos pisos. Imagen de autor.



Imagen 61: vista interior donde se logra apreciar el espacio privado de la habitación. Imagen de autor.



Imagen 60: vista interior donde se aprecia el área de conexión entre la plata baja y la habitación. Imagen de autor.



Imagen 62: vista interior donde se aprecia la doble altura que se convierte en el espacio de unión de ambientes. Imagen de autor



Imagen 63: vista interior donde se observa el mobiliario para el espacio social y la cocina. Imagen de autor



Imagen 65: modelo tridimensional, vista interior 7.



Imagen 64: vista interior donde se observa los materiales y texturas usadas para el espacio social y la cocina. Imagen de autor.



Imagen 66: vista interior de la terraza como espacio de conexión con el exterior. Imagen de autor.

5.4 | Materialización



Imagen 67: maqueta. Fotografía del área de planta baja donde se aprecia la cocina. Imagen de autor.



Imagen 68: maqueta. Fotografía del área de planta baja donde se aprecia la zona social. Imagen de autor.



Imagen 69: maqueta. Fotografía del área de el puente de conexión entre ambas plantas. Imagen de autor.



Imagen 70: maqueta. Fotografía del área de habitación, donde se logran ver las texturas y las formas naturales. Imagen de autor.

REFERENCIAS GRÁFICAS

Imagen 1: imagen de la galería de recuperación Casa Colonial en Calle 64 / Nauzet Rodríguez. Fotografía de Pim Schalkwijk. Imagen tomada de página web (<https://s-media-cache-ak0.pinimg.com/564x/36/ef/4b/36ef4bd4413d7e0d2a68fcea705f02.jpg/>). Fecha de consulta 24 de febrero de 2017).

Imagen 2: Casa Thong. NISHIZAWAARCHITECTS. District 7, Ho Chi Minh, Vietnam. 2014. Imagen tomada de página web (<http://images.adsttc.com/media/images/570a/f194/e58e/ce29/ac00/0220/slideshow/photo10.jpg?1460334962/>). Fecha de consulta 10 mayo de 2016).

Imagen 3: Casa Ipes. Studio MK27 - Marcio Kogan, Lair Reis. San Pablo, Brasil. 2011. Imagen tomada de página web ([http://images.adsttc.com/media/images/5345/9514/c07a/8001/d900/0028/large_jpg/mk27_ipes_fernando_guerra_\(32\).jpg?1397069066/](http://images.adsttc.com/media/images/5345/9514/c07a/8001/d900/0028/large_jpg/mk27_ipes_fernando_guerra_(32).jpg?1397069066/)). Fecha de consulta 10 mayo de 2016).

Imagen 4: Casa Thong. NISHIZAWAARCHITECTS. District 7, Ho Chi Minh, Vietnam. 2014. Imagen tomada de página web (http://images.adsttc.com/media/images/5345/9514/c07a/800http://images.adsttc.com/media/images/570a/f2d7/e58e/ce29/ac00/0223/medium_jpg/photo09.jpg?1460335278/). Fecha de consulta 10 mayo de 2016).

Imagen 5: Pabellón de Barcelona del arquitecto Mies Van de Rohe. Imagen tomada de página web (<https://tuiteartees.files.wordpress.com/2013/01/20130104-pabellon-de-alemania-2.jpg/>). Fecha de consulta 17 mayo de 2016).

Imagen 6: el Pabellón Alemán / Mies Van der Rohe © Flickr: usuario- kalidoskopika. Imagen tomada de página web (http://images.adsttc.com/media/images/54c6/a195/e58e/ced6/7000/0007/large_jpg/Mies4.jpg?1422303611/). Fecha de consulta 17 mayo de 2016).

Imagen 7: Villa Savoye / Le Corbusier. Fotógrafo Flavio Bragaia. Imagen tomada de página web (http://images.adsttc.com/media/images/54c6/a195/e58e/ced6/7000/0007/large_jpg/Mies4.jpg?1422303611/). Fecha de consulta 17 mayo de 2016).

Imagen 8: la Casa Leis / Zumthor. Fotógrafo Ralph Feiner. Imagen tomada de página web (<http://www.archdaily.com.br/01-91503/casas-de-zumthor-para-locacao/>). Fecha de consulta 17 mayo de 2016).

Imagen 9: Casa de Hormigón con Ranura / AZL architects. Fotografía© Iwan Baan. Fachadas. Imagen tomada de página web (<http://www.archdaily.co/co/02-87812/casa-de-hormigon-con-ranura-azl-architects/>). Fecha de consulta: 17 mayo de 2016).

Imagen 10: Casa de Hormigón con Ranura / AZL architects. Fotografía© Iwan Baan. Interiores. Imagen tomada de página web (<http://www.archdaily.co/co/02-87812/casa-de-hormigon-con-ranura-azl-architects/>). Fecha de consulta: 17 de mayo de 2016).

Imagen 11: gráfico explicativo de las variables aplicadas a los diferentes temas y las características que entran en cada uno. Imagen de autor.

Imagen 12: iglesia municipal Caldas, Antioquia donde se visualiza su estilo colonial en la plaza principal. Imagen de autor.

Imagen 13: Casa tradicional campesina donde se visualiza el estilo de la vivienda campesina en el municipio de Caldas, Antioquia. Imagen de autor.

Imagen 14: Vista de la plaza municipio de Caldas donde se ve la interacción de las personas con este espacio. Imagen de autor.

Imagen 15: Alto de San Miguel. Refugio de vida silvestre y parque ecológico. Imagen de autor.

Imagen 16: puente Gilberto Echeverri Mejía, el cual es uno de los sistemas de comunicación vial importante para esta zona. Imagen de autor.

Imagen 17: Parque Lineal La Frontera, uno de los espacios hápticos cercanos al punto a intervenir. Imagen de autor.

Imagen 18: vista aérea del edificio Guayacán de Aviñón. Imagen tomada de página web: (<https://wikicolombia.wordpress.com/2011/05/30/guayacan-de-avinon-2-medellin/>). Fecha de consulta 20 de mayo de 2016).

Imagen 19: vista nocturna de la fachada frontal del edificio Guayacán de Aviñón. Imagen tomada de página web: (<https://wikicolombia.wordpress.com/2011/05/30/guayacan-de-avinon-2-medellin/>). Fecha de consulta 20 de mayo de 2016).

Imagen 20: planta primer piso. Imagen de autor.

Imagen 21: planta segundo piso. Imagen de autor.

Imagen 22: mapas de localización de Guayacan de Avinón. Imagen de autor.

Imagen 23: Residencia Kaufmann (Fallingwater). Frank Lloyd Wright (1936 – 1938) ilustración por Frederick Clifford Gibson. Imagen tomada de la página web (<https://s-media-cache-ak0.pinimg.com/736x/50/7b/e4/507be4c13b730e43810306a02523ca85.jpg/>). Fecha de consulta 20 de mayo de 2017)

Imagen 24: Casa del arquitecto Luis Barragán. Imagen tomada de la página web (http://images.adsttc.com/media/images/55e6/36ce/8450/b53b/1c00/02c5/medium_jpg/porteria.jpg?1441150664/). Fecha de consulta 20 de mayo de 2017)

Imagen 25: Casa en la Cascada / Frank Lloyd Wright 1936 – 1939. Fachada 1 . Imagen tomada de la página web(<http://www.archdaily.co/co/02-54599/clasicos-de-arquitectura-la-casa-en-la-cascada-frank-lloyd-wright/>. Fecha de consulta 22 de mayo de 2016).

Imagen 26: Casa en la Cascada / Frank Lloyd Wright 1936 – 1939. Fachada 2. Imagen tomada de la pagina web(<http://www.archdaily.co/co/02-54599/clasicos-de-arquitectura-la-casa-en-la-cascada-frank-lloyd-wright/>. Fecha de consulta 22 de mayo de 2016).

Imagen 27: Casa en la Cascada / Frank Lloyd Wright 1936 – 1939. Interior 1. Imagen tomada de la página web(<http://www.archdaily.co/co/02-54599/clasicos-de-arquitectura-la-casa-en-la-cascada-frank-lloyd-wright/>. Fecha de consulta 22 de mayo de 2016).

Imagen 28, 29 y 30: Casa en la Cascada / Frank Lloyd Wright 1936 – 1939. Plantas arquitectónicas. Imágenes tomada de la pagina web(<http://www.archdaily.co/co/02-54599/clasicos-de-arquitectura-la-casa-en-la-cascada-frank-lloyd-wright/>. Fecha de consulta 22 de mayo de 2016).

Imagen 31: Casa-Estudio Luis Barragán / Luis Barragán. 1947. Interior 1. Imagen tomada de la página web (<http://www.casaluisbarragan.org/>. Fecha de consulta 22 de mayo de 2016).

Imagen 32: Casa-Estudio Luis Barragán / Luis Barragán. 1947. Interior 2. Imagen tomada de la página web (<http://www.casaluisbarragan.org/>. Fecha de consulta 22 de mayo de 2016)

Imagen 33: Casa-Estudio Luis Barragán / Luis Barragán. 1947. Interior 3. Imagen tomada de la página web (<http://www.casaluisbarragan.org/>. Fecha de consulta 22 de mayo de 2016).

Imagen 34: Casa-Estudio Luis Barragán / Luis Barragán. 1947. Planta 1. Imagen tomada de la página web (<http://www.casaluisbarragan.org/>. Fecha de consulta 22 de mayo de 2016).

Imagen 35: Casa-Estudio Luis Barragán / Luis Barragán. 1947. Cortes. Imagen tomada de la página web (<http://www.casaluisbarragan.org/>. Fecha de consulta 22 de mayo de 2016).

Imagen 36: Casa Kaufmann / Richard Neutra. Vista de acceso principal. Imagen tomada de la página web (<http://www.archdaily.co/co/627978/clasicos-de-arquitectura-casa-kaufmann-richard-neutra/>. Fecha de consulta 20 de mayo de 2017).

Imagen 37: Casa Kaufmann / Richard Neutra. Vista general. Imagen tomada de la página web (<http://www.archdaily.co/co/627978/clasicos-de-arquitectura-casa-kaufmann-richard-neutra/>. Fecha de consulta 20 de mayo de 2017).

Imagen 38: Casa Kaufmann / Richard Neutra. Vista patio interior. Imagen tomada de la página web (<http://www.archdaily.co/co/627978/clasicos-de-arquitectura-casa-kaufmann-richard-neutra/>. Fecha de consulta 20 de mayo de 2017).

Imagen 39: Casa Kaufmann / Richard Neutra. Fachadas. Imagen tomada de la página web (<http://www.archdaily.co/>

[co/627978/clasicos-de-arquitectura-casa-kaufmann-richard-neutra/](http://www.archdaily.co/co/627978/clasicos-de-arquitectura-casa-kaufmann-richard-neutra/). Fecha de consulta 20 de mayo de 2017).

Imagen 40: Edificio Bohío / David Delgado Arquitectos. Bogotá-Colombia. Imagen tomada de la página web (<http://www.archdaily.co/co/625267/edificio-bohio-david-delgado-arquitectos/>. Fecha de consulta 25de mayo de 2016).

Imagen 41: Dos casas en Nichada / Alkhemist Architects. Tailandia. Imagen tomada de la página web (<http://www.archdaily.co/co/787527/dos-casas-en-nichada-alkhemist-architects/>. Fecha de consulta 25de mayo de 2016).

Imagen 42 Dos casas en Nichada / Alkhemist Architects. Tailandia. Imagen tomada de la página web (<http://www.archdaily.co/co/787527/dos-casas-en-nichada-alkhemist-architects/>. Fecha de consulta 25de mayo de 2016).

Imagen 43: La Palomera / Schmidt Arquitectos Asociados. Zapallar-Chile. Imagen tomada de la página web (<http://www.archdaily.co/co/769098/la-palomera-schmidt-arquitectos-asociados/>. Fecha de consulta 25de mayo de 2016).

Imagen 44: Corredores exterior de Guayacán de Avignón. Imagen tomada del blog de Carlos Hincapié (<http://blog.carloshincapie.com/2015/03/guayacan-de-avinon-t2.htm/> fecha de consulta 25 de febrero de 2017).

Imagen 45: exterior Guayacán de Avignón. Imagen tomada del blog de Carlos Hincapié (<http://blog.carloshincapie.com/2015/03/guayacan-de-avinon-t2.htm/> fecha de consulta 25 de febrero de 2017).

Imagen 46: locales comerciales Guayacán de Avignón. Imagen tomada del blog de Carlos Hincapié (<http://blog.carloshincapie.com/2015/03/guayacan-de-avinon-t2.htm/> fecha de consulta 25 de febrero de 2017).

Imagen 47: Imaginario casa natal Antonio. Imagen tomada Pinterest (<https://es.pinterest.com/pin/427771664577200158/> fecha de consulta 25 de febrero de 2017).

Imagen 48: Imaginario hábito social. Imagen tomada del sitio web de CantabriaDModa (<https://www.cantabriadmoda.com/2016/08/26/tu-cocina-es-pequena/> fecha de consulta 25 de febrero de 2017).

Imagen 49: Imaginario hábito yoga. Imagen tomada del sitio web Robolikesift (<http://www.robolikesift.com/post/131024492067/relax-be-breathe-via-instagram/> fecha de consulta 25 de febrero de 2017).

Imagen 50: ilustración interior apartamento Guayacán de Avignón con el diseño propuesto para este apartamento. Imagen de autor.

Imagen 51: planimetría primer piso - planta de acabados. En esta imagen se ve la diferenciación de texturas y formas que tendrá el primer piso. Imagen de autor.

Imagen 52: planimetría primer piso - planta general. En esta imagen se ve la planta amoblada con el imaginario de la distribución propuesta. Imagen de autor.

Imagen 53: planimetría primer piso - planta iluminación. En esta imagen se observa la distribución de las luminarias del primer piso. Imagen de autor.

Imagen 54: planimetría segundo piso - planta de acabados. En esta imagen se ve la diferenciación de texturas y formas que tendrá el segundo piso. Imagen de autor.

Imagen 55: planimetría segundo piso - planta general. En esta imagen se ve la planta amoblada con el imaginario de la distribución propuesta. Imagen de autor.

Imagen 56: planimetría segundo piso - planta iluminación. En esta imagen se observa la distribución de las luminarias del segundo piso. Imagen de autor.

Imagen 57: planta ambientada del primer nivel. En esta imagen se evidencia el espacio del área social, cuarto de ropas y terraza, donde se logra ver la unión del espacio. Imagen de auto.

Imagen 58: planta ambientada del segundo nivel. En esta imagen se evidencia el espacio de habitación, donde se une el vacío entre ambas plantas. Imagen de auto.

Imagen 59: vista interior donde se observa mirando la conexión vertical que hay entre los dos pisos. Imagen de autor.

Imagen 60: vista interior donde se aprecia el área de conexión entre la planta baja y la habitación. Imagen de autor.

Imagen 61: vista interior donde se logra apreciar el espacio privado de la habitación. Imagen de autor.

Imagen 62: vista interior donde se aprecia la doble altura que se convierte en el espacio de unión de ambientes. Imagen de autor.

Imagen 63: vista interior donde se observa el mobiliario para el espacio social y la cocina. Imagen de autor.

Imagen 64: vista interior donde se observa los materiales y texturas usadas para el espacio social y la cocina. Imagen de autor.

Imagen 65: modelo tridimensional, vista interior 7.

Imagen 66: vista interior de la terraza como espacio de conexión con el exterior. Imagen de autor.

Imagen 67: maqueta. Fotografía del área de planta baja donde se aprecia la cocina. Imagen de autor.

Imagen 68: maqueta. Fotografía del área de planta baja donde se aprecia la zona social. Imagen de autor.

Imagen 69: maqueta. Fotografía del área de el puente de conexión entre ambas plantas. Imagen de autor.

Imagen 70: maqueta. Fotografía del área de habitación, donde se logran ver las texturas y las formas naturales. Imagen de autor.

BIBLIOGRAFÍA

ALCALDÍA DE MEDELLÍN. *Periódico Cuentas Claras Comuna 14 El Poblado*. (Artículo en internet) <https://www.medellin.gov.co/irj/go/km/docs/wpccontent/Sites/Subportal%20del%20Ciudadano/Nuestro%20Gobierno/Secciones/Plantillas%20Gen%C3%A9ricas/Documentos/2013/Cuentas%20Claras%20Comuna/1%20octubre/comuna%2014%20baja.pdf> (Fecha de consulta: 20 de noviembre de 2016)

ARCHIGRAM: *Arquitectura Experimental en los 60*. Extraído de: <http://www.grancomo.com/2010/05/09/archigram-arquitectura-experimental-en-los-60/>. Fecha de consulta 22 de noviembre de 2016

DUQUE, Karina. *Clásicos de Arquitectura: Casa-Estudio Luis Barragán*. (artículo en internet) <http://www.archdaily.co/co/02-101641/clasicos-de-arquitectura-casa-estudio-luis-barragan-luis-barragan>. (Fecha de consulta 2 de junio 2016).

DUQUE, Karina. *Clásicos de Arquitectura: Casa Kaufmann / Richard Neutra*, (artículo en internet) <http://www.archdaily.co/co/627978/clasicos-de-arquitectura-casa-kaufmann-richard-neutra> (Fecha de consulta 2 de junio 2016)

FERRÁNDIZ GABRIEL, Javier. *Apolo y Dionisos*. Web: http://arquiteturavirtual.weebly.com/uploads/1/9/5/7/19576183/apolo_y_dionisos.pdf. p. 41. Fecha de consulta 22 de noviembre de 2016

LABS-EHLERT, Brigitte. Prólogo en: *Atmósferas: Entornos arquitectónicos-las cosas a mi alrededor*, Detmold, 2005. p.5

PALLASMAA, Juhani. *Los ojos de la piel*, La arquitectura de los sentidos. Barcelona: Editorial Gustavo Gili. 2006. p. 71

SECRETARÍA DE MEDIO AMBIENTE DE MEDELLÍN. *Manual de silvicultura urbana para Medellín- Gestión, Planeación y manejo de la infraestructura verde*. (Artículo en internet) <https://www.medellin.gov.co/irj/portal/medellin?NavigationTarget=navurl://0b1ee317520c6e77f397246b7c7b5a4b> (Fecha de consulta 20 de noviembre de 2016)

TATARKIEWICZ, Wladyslaw. *Historia de la Estética, La Estética Antigua*. Madrid: Ediciones Akal S.A., 2000. Cita indirecta. p.158

ZUMTHOR, Peter. *Atmósferas, Entornos Arquitectónicos - Las cosas a mi alrededor*. Barcelona: Editorial Gustavo Gili, S.L, 2006. Cita Extensa. p. 5



MÓDULO DE OFICINAS

TEMA:

Diseño de oficinas
Postobón

Profesores:

Carlos Franco
Santiago Gil

Andrés Peláez

Arquitecto

Claudia González

Arquitecta

Clara Montoya

Comunicadora Gráfica Publicitaria

Juan Camilo Rivas

Diseñador Visual

TABLA DE CONTENIDO



Imagen 1: VOX Architects. Yekaterinburg, Sverdlovsk Oblast, Russia. 2016. Imagen tomada de la página web (<http://www.archdaily.com/796045/clever-park-vox-architects/>). fecha de consulta 18 de noviembre de 2017).

INTRODUCCIÓN

1 ESPACIOS DE OFICINAS, PARÁMETROS ELEMENTALES

- 1.1 Identidad de marca
 - 1.1.1 Branding corporativo
 - 1.1.2 ADN de marca
- 1.2 Espacio funcional
- 1.3 Mobiliario y materialidad
- 1.4 La esencia de un espacio de trabajo

2 DELIMITACIÓN ESPACIAL

- 2.1 Postobón referente histórico de los colombianos
- 2.2 Edificio Coltejer como ícono del desarrollo industrial antioqueño
- 2.3 Área de Gestión Humana
- 2.4 Usos y necesidades del área de Gestión Humana

3 ESTUDIO DE CASOS

- 3.1 Diseño metodológico
- 3.2 Edificio de oficinas Bancolombia
- 3.3 Centro de innovación Bancolombia
- 3.4 Agencia In store media
- 3.5 Espacios funcionales adaptados a los distintos usos

4 ESPACIOS QUE MOTIVAN LAS INTERACCIONES

- 4.1 Diseño metodológico
- 4.2 Presentación y análisis de la información
 - 4.2.1 La población
- 4.3 Las oficinas actuales
 - 4.3.1 Funcionalidad de los espacios
 - 4.3.2 Materialidad y texturas
 - 4.3.3 La imagen corporativa

5 SÍNTESIS: LA UNIÓN DE LA DIVERSIDAD

- 5.1 Premisas de diseño
- 5.2 La idea
- 5.3 El proyecto
 - 5.3.1 Distribución de espacios
 - 5.3.2 Materialidad y aplicación
- 5.4 Resultado
- 5.5 Planimetría

INTRODUCCIÓN

El tema de esta investigación se enfoca en desarrollar el **diseño interior** de un espacio de oficinas para el área de **recursos humanos** de la empresa Postobón. Se busca como punto de partida contenidos alusivos a la **identidad de marca**, **espacios funcionales** de una oficina y **mobiliario y materialidad** del espacio, teniendo el apoyo de disciplinas de estudio como la arquitectura interior, el diseño industrial, la ergonomía y el branding.

La intención será otorgar valor a dichos espacios a través de las propiedades que los caracterizan, (**luz, color, materiales, texturas**), así como de dotarlos de unas adecuadas condiciones de uso y función.

Como soporte conceptual para comprender los temas planteados, se retomarán autores en cuyo discurso hablan de la **estrategia de una marca** y el **Brandig**, como es el caso de **Kotler, Phillip y Keller, Kevin Lane** con su libro



Imagen 2: referente conceptual de lo que se espera ver en el desarrollo del proyecto , oficinas Postobón, área de recursos humanos. Imagen de autor.

Dirección de Marketing donde enfatizan sobre la importancia de una marca en la percepción de las personas, y cómo esta percepción puede ofrecer una ventaja competitiva en el mercado, así mismo, hablan de la **identidad de marca** como la **identidad corporativa** asociada a todos aquellos valores que la compañía desea que el público asocie a su producto o servicio.¹

1. KOTLER, Phillip; LANE, Kevin. *Dirección de Marketing*. Duodécima edición. México: Pearson Educación, 2006. p. 140

Asociar el tema del **Brandig** al diseño interior de las oficinas se vuelve fundamental para reflejar la esencia de la marca, no obstante, un proyecto arquitectónico debe ir de igual forma acompañado a la **funcionalidad de los espacios**, cada área debe tener su propia justificación asociada a la ocupación requerida por las dependencias; lo mismo puede decirse del **mobiliario**, de este modo, la primera recomendación para buscar la funcionalidad del lugar es tener en cuenta sus necesidades, así como las características físicas y las personas que van a trabajar en él, para este tema se consultaron fuentes que ofrecieron una perspectiva particular sobre criterios para **la planificación y el diseño**.²

Como nuestro cuerpo, con su anatomía y otras cosas que no se ven, una piel, etc., así entiendo yo la arquitectura y así intento pensar en ella; como masa corpórea, como membrana, como material, como recubrimiento, tela, terciopelo, seda..., todo lo que me rodea. ¡El cuerpo! No la idea de

2. UNIÓN EUROPEA. **Vivarivum: Criterios para la planificación, programación, diseño y construcción de viveros, centros y hoteles de empresa**. Barcelona: Servicios Integrales de Artes Gráficas, Mayo 2015. p. 283

*cuerpo, ¡sino el cuerpo! Un cuerpo que me puede tocar*³.

En este punto, se vuelve imprescindible hablar sobre la decisión de la **materialidad**, es decir, al uso de un determinado material; esta elección, habitualmente depende de las características, necesidades y tipologías del lugar, el clima, e incluso por su durabilidad. *Como dice Zumthor, la única realidad de la arquitectura es que un espacio logre generarte o no una sensación*⁴

De igual forma, se considera como una exposición pública del tipo de arquitectura que se quiere realizar, en donde se hacen visibles los objetivos del arquitecto. Como fuente de consulta, se tomarán apartes del libro “La Biblia de los Materiales de Arquitectura” de Cristina Paredes, este libro es una recopilación de proyectos arquitectónicos organizados en capítulos por materiales constructivos.⁵

Teniendo las bases conceptuales claras,

3 ZUMTHOR, Peter. **Atmósferas: Entornos arquitectónicos- Las cosas a mi alrededor**. Barcelona: Gustavo Gili, S.A. 2006. p. 6

4 ZUMTHOR. Ibid. p. 8

5. PAREDES, Cristina. *La biblia de los materiales para el diseño y la construcción*. Barcelona: Lexus, 2013.p. 53



Imagen 3: aproximación diseño espacio interior oficina Postobón. Imagen de autor.

es cuando la pregunta de la investigación se debe hacer presente, como reflexión fundamental para continuar con el proceso investigativo. “Entro en un edificio veo un espacio y percibo una atmósfera y en décimas de segundos tengo una sensación de lo que es”⁶.

¿Cómo diseñar las nuevas oficinas del área de recursos humanos de la empresa Postobón,
6 ZUMTHOR. Ibid. pág.8

*en donde se incluyan la **identidad de marca, ambientes y espacios funcionales** de una oficina acordes a los diferentes grupos de trabajo y cómo lograr complementar este diseño con el **mobiliario y la materialidad**?*

La respuesta a esta pregunta se desarrollará en el transcurso del proyecto, sin embargo, es seguro, que actualmente,

las oficinas del área de recursos humanos de Postobón no responden a la pregunta anteriormente establecida, a raíz de esto, el objetivo será diseñar nuevos espacios que reflejen la identidad de la marca y cumplan con las necesidades y requerimientos de cada área de trabajo, así mismo, seleccionar el mobiliario que se adapte mejor al espacio y cumpla con las necesidades ergonómicas y prácticas de los usuarios y de las dependencias, igualmente seleccionar la materialidad que guarde concordancia con la estrategia planteada.

Se espera conocer a profundidad el entorno físico del lugar, tomar medidas de los espacios, realizar el registro fotográfico y hacer entrevistas al personal que habita el lugar para entender la dinámica de su trabajo.

La investigación se va a realizar en las oficinas de recursos humanos de la empresa Postobón ubicadas el piso 21 del edificio Coltejer, situado en la ciudad de Medellín, Colombia.

Se espera recopilar información sobre las oportunidades de mejora teniendo en cuenta los criterios de las personas que habitan el espacio, así mismo, se espera llevar el registro fotográfico del espacio habitado, por último, se pretende tomar las medidas físicas de cada espacio.

La información se va a recopilar por medio de un cuestionario realizado a la persona encargada, cuyos resultados posteriormente se van a ponderar para identificar los problemas recurrentes.

Las medidas tomadas de los espacios se recopilarán en planos y plantas arquitectónicas.



Imagen 4: Spaces Architects@ka, New Delhi, Delhi, India. 2013, formas y volumetrías como referentes. Imagen tomada de la página web (www.spacesarchitects-ka.com/). Fecha de consulta 18 de noviembre de 2017).

1 ESPACIOS DE OFICINAS, PARÁMETROS ELEMENTALES

Cuando se habla de una **oficina**, se trata de un **espacio** que contiene una **identidad, un ideal, una misión y visión** de una empresa que está localizada en un espacio físico, lo más importante para la **empresa** son los **empleados** que laboran y habitan estos espacios, trabajando por el progreso de la empresa.

Es pertinente entender el **espacio** mismo, ya que es el contenedor de todas las funcionalidades y componentes de la empresa como tal, y debe estar dispuesto a adaptarse según la **función** que requiera la empresa y los trabajadores que están en él; Luego por la **identidad de marca**, definida como el conjunto intrínseco de **interacciones entre marca y usuario**, sea entendido el “**usuario**” como un cliente de la marca o un empleado que trabaja para la misma; analizar el **espacio** como un conjunto intrínseco y que su **funcionalidad depende de los usuarios, mobiliario, dinámicas de trabajo y jerarquías de la empresa**, por último, tenemos el mobiliario, un elemento fundamental a la hora de definir la **espacialidad de una oficina** o de cualquier espacio que habite el hombre, el cual debe ir enfocado en su bienestar teniendo en cuenta la **ergonomía y acabados de los materiales presentes**.

Estas conceptualizaciones, abarcan la problemática que conlleva cualquier **intervención arquitectónica de oficinas**, permiten entender mejor el panorama, y más cuando se habla de que el espacio representa a la empresa como tal, ya que es por medio de este en el cual todos los trabajadores ejercen su día a día de la mejor forma posible, y la **arquitectura de oficinas** debe responder exactamente a eso, a proveer de un **ambiente laboral** que no restrinja las habilidades de sus trabajadores, sino que las **optimice** en términos de **productividad**, pero aún más importante, en términos de **satisfacción del trabajador** de sentirse a gusto de trabajar y representar a su respectiva empresa.

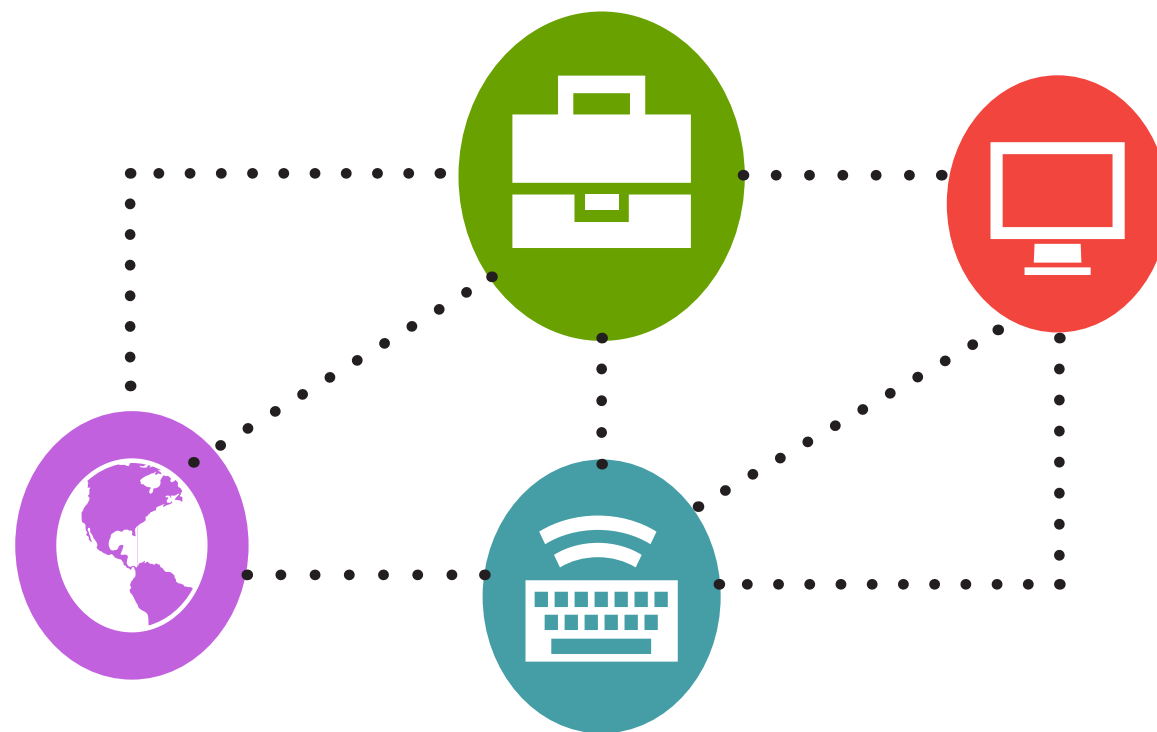


Imagen 5: gráfico explicativo de los componentes que se conectan en la oficina. Imagen de autor.

1.1 | Identidad de marca



Imagen 6: gráfico explicativo de los procesos del Branding corporativo. Imagen de autor.

1.1.1. Branding corporativo

El **branding corporativo** nos habla del proceso de **creación de marca**, abordándolo desde el ser de la organización, su filosofía, valores y cultura **corporativa**, trabajándolo sobre la **identidad**, para intentar influir sobre la imagen o reputación que tienen los públicos mediante la comunicación.

Este proceso de gestión (identificación, estructuración y comunicación) de los atributos propios de identidad para crear y mantener vínculos relevantes con sus públicos es lo que se conoce en los países anglosajones con el nombre genérico de “branding”⁷

Las organizaciones deben orientar sus esfuerzos a establecer una **identidad corporativa** fuerte, coherente y distintiva (de sus productos y/o servicios y de la organización en sí misma) y comunicarla adecuadamente a sus **públicos**.

7. CAPRIOTTI, Paul. *Branding corporativo. Fundamentos para la gestión estratégica de la identidad corporativa*. Santiago de Chile: Ed Libros de la empresa, 2009. p.11

La **identidad corporativa** hace referencia a los aspectos visuales que reflejan la **esencia de una marca** e incluye elementos como el logotipo y demás herramientas de soporte, tanto visuales como psicológicos que buscan llegar rápidamente a la mente del consumidor.

1.1.2. ADN de marca

El **ADN de una marca** es considerado como la **esencia**, es decir lo que caracteriza cierta compañía. Esta tiene como objetivo lograr la **identificación y el reconocimiento** de la misma, definiendo un perfil de **identidad propia** que otorgue ciertos rasgos de **personalidad** en una búsqueda por ocupar un **espacio** en la mente y en el corazón de las personas.

La definición del **ADN de una marca** resulta de un proceso creativo basado en la investigación para desarrollar un **concepto o una historia** a través de un análisis multidisciplinario, con el objetivo de dotar una **marca** de una **identidad propia, resumir lo que esta significa y finalmente establecer una promesa a sus consumidores**.

Así como los seres humanos poseemos un ADN, las marcas también lo tienen, es allí donde se configura toda la esencia, personalidad, atributos, identidad y el tipo de posicionamiento.

La **identidad** entonces es una **referencia para lograr vender mejor productos y servicios** a través de elementos diferenciadores que potencialicen el **ADN de una marca**. De esta forma, la **esencia** se convierte en una **estrategia de mercado** ya que el público paga por un plus de marca que simboliza **calidad, trayectoria y reconocimiento**, obteniendo valor y estableciéndose como un elemento intangible y estratégico.

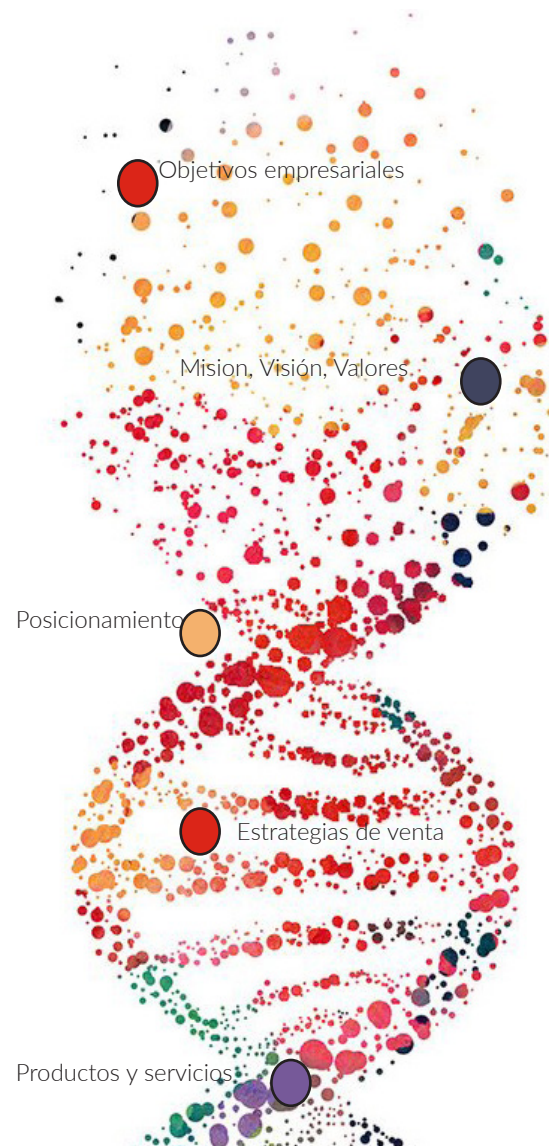


Imagen 7: gráfico explicativo de los componentes del ADN de marca. Imagen de autor.

1.2 | Espacio funcional

Los **espacios laborales** son los más importantes en el **comportamiento de la empresa**, porque son, efectivamente, aquellos **espacios** en donde se desarrollan todas aquellas **actividades** que componen el **subsistir de las empresas**, igualmente, son **espacios** que, en la actualidad, están experimentando cambios importantes en su estructura, en especial representada en la **tecnología de la comunicación**, estos **espacios** cada vez más **personalizados**, la estructura de los **espacios de oficina en la actualidad se puede diversificar** para poder **comunicarse mejor** entre los empleados, ofrecer otras **funcionalidades y beneficios** a los trabajadores e incluso poder conectarse de diversas partes de la oficina.

“El espacio de trabajo también está relacionado con la productividad, la filosofía de la empresa, la flexibilidad y, por último, pero no por ello menos importante, con el bienestar y la felicidad de los empleados”⁸.

⁸ VAN MEEL, Juriaan. *Como planificar los espacios de oficinas: Guía práctica para directivos y diseñadores*. Barcelona: Editorial Gustavo Gili, 2014. p. 57

Así como el **espacio de oficina** es un espacio abierto a la **comunicación entre sus trabajadores**, en especial cuando ya las empresas enfrentan al mercado e diferentes disciplinas de conocimiento: no se refiere solo a **crear un producto**, sino el **cómo y de qué forma hacer la presentación**, cómo promover el producto, cómo hacer su distribución.



Imagen 8: espacios nuevos con las características de: abiertos, funcionales y adaptables como se ve en la imagen del centro de innovación de Bancolombia en Ciudad del Río. Imagen de autor.

Esto significa enfocarse en una **oficina más abierta y vinculada con la conexión humana**, si ellos están **satisfechos, cómodos y felices de trabajar en su puesto**, se verán **mejores resultados** en el desarrollo de la empresa como tal, así

es como se debe conformar el espacio: un **hábitat laboral** para el hombre en donde, por medio de su **distribución y composición**, permite el **desarrollo integrado de las áreas de trabajo** que componen la organización que lo utiliza.

1.3 | **Mobiliario y materialidad**

El **mobiliario**, en especial **de oficinas**, se caracteriza por ser **eficiente**, ser compuesto de **objetos precisos, tareas específicas**, es el factor más influyente en el **oficio del trabajador**, ya que son esos elementos que influyen en la **acción y efectividad del trabajo en la oficina**, pero en este caso, va un poco más allá de ser simplemente como se puede deducir del **concepto de un mueble**. Igualmente, son **espacios que en la actualidad están experimentando cambios importantes en su estructura**.

La **personalización, la integración con los espacios personales** entre empleados,

facilitan el trabajo en equipo, la **intercomunicación** de dispositivos y la **velocidad de transmisión de datos** para una **fácil interacción** de los empleados a la hora de reuniones o **compartir información**; es claro que el papel de la **tecnología**, en especial en la oficina es crítico, pero esto también ha llevado a hacer mucho más importante el **mobiliario**.

“La utilización de datos antropométricos, aunque nunca sustituirá al buen diseño o al juicio ponderado del profesional, debe entenderse como una de las muchas herramientas del proceso de diseño”⁹.

El **diseño actual de mobiliarios de oficinas** se ha enfocado en **brindar bienestar** desde muchos frentes, pero a lo que **los diseñadores de mobiliario** le están apuntando es:

9. ZELNIK, Martín y PANERO, Julius. *Las dimensiones humanas en los espacios interiores*. Barcelona: Editorial Gustavo Gili, 2014. p. 8

primero en asegurarse que el personal entienda cuál es su trabajo y un sentido de pertenencia de su puesto y de su empresa, el mobiliario deberá ofrecerle la mayor comodidad y apoyo, entendiéndolo desde la parte física y de confort de posturas para las personas, desde conectividad, ajustes de posición de trabajo, conexión a internet y otras redes internas de trabajo, facilitarán el trabajo de concentración.



Imagen 9: referente de un espacio arquitectónico bien diseñado. Centro de innovación de Bancolombia en Ciudad del Río. Imagen de autor.

El **mobiliario** es entonces, una **herramienta que se adapta** a las necesidades del que los usa, es **el objeto** por el cual **el trabajador controla**, para **convertirlo** en una membrana o **extensión de su cuerpo**, en donde puede apoyarse para **concentrarse y operar eficientemente en la empresa**.

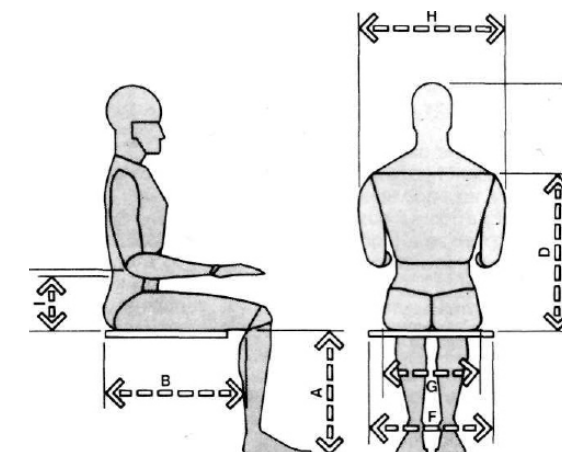


Imagen 10: dimensiones antropométricas necesarias para el diseño de una silla. Imagen tomada del libro *Las dimensiones humanas en los espacios interiores*. p. 44

1.4 | La esencia de un espacio de trabajo

Como se ha observado anteriormente, entender la **identidad de marca**, el **espacio funcional y el mobiliario** y la **materialidad de una oficina** ayudará a crear una mejor percepción en el momento de entrar a este espacio, que es ese **hábitat en donde una empresa se identifica** y se hace suya, esto revela **un profundo análisis de cómo funciona y como es su hábitat de trabajo y es en donde los trabajadores se “ponen la camiseta”** en el sentido de **representar y cooperar entre todos**, hacer de ese un espacio en donde **todos y cada uno** pone parte en beneficio no solo de la empresa, sino de ellos mismos **como personas y profesionales**.

“Cuando los espacios de trabajo son diseñados como un ecosistema de zonas diferenciadas y ajustes, los trabajadores pueden seleccionar espacios adecuados que encajen con su forma de pensar y con su actividad a medida que trabajan en su día. Este entendimiento nos ayuda a integrar la tecnología en el espacio de trabajo en una manera que ayude a las personas a descargar cognitivamente la información en el ambiente físico (la oficina), y los ayude a sentirse menos agobiados”¹⁰.

¹⁰ SMITH, Allan. Steelcase showcases office concept product ideas to make workers think better (Artículo de Internet). Tomado de: www.steelcase.com/press-releas.es/. Fecha de consulta: enero de 2017.



Imagen 11: gráfico explicativo de cómo se conecta globalmente una oficina. Imagen de autor.

2 DELIMITACIÓN ESPACIAL

Para dar inicio a esta etapa se investigará la historia de la marca Postobón, observando el contexto sociocultural de los lugares en donde se desarrollará el diseño arquitectónico de las oficinas. La delimitación incluye a la ciudad de **Medellín** y al **edificio Coltejer**, ya que es allí en donde se encuentra ubicada el área de Recursos Humanos de esta tradicional compañía. Para entender el área se analizarán las necesidades de los grupos internos para generar un clima organizacional estable.



Imagen 12: imagen de las empleadas de una de las plantas de Postobón. Imagen tomada de la página web de la empresa: (<https://i.ytimg.com/vi/Zvn3Z-3bPZE/0.jpg/>). Fecha de consulta 23 de febrero de 2017).

2.1 | *Postobón referente histórico de los colombianos*

Postobón es una compañía fundada desde 1094 que ha dejado huella en Colombia gracias a su “**innovación, visión de negocios, capacidad de adaptación y transformación**”, condiciones que le permiten mantener el liderazgo con compromiso, sostenibilidad y con el desarrollo del país”¹¹.

La compañía pertenece a la **Organización Ardila Lülle**, una de las principales organizaciones industriales

¹¹ POSTOBÓN, quiénes somos. (artículo en internet) <http://www.postobon.com/la-compania/quienes-somos> (fecha de consulta 14 de diciembre de 2016).

de América Latina y cuenta con la **mayor participación de mercado** en la **industria de las bebidas no alcohólicas** en Colombia y es “la empresa con **capital 100% colombiano** más grande en ingresos en este sector, y el talento humano asciende a cerca de 12.000 personas”¹².

Esta compañía se ha caracterizado en la historia por promover entre los empleados, clientes, proveedores y demás grupos de interés, las más altas conductas éticas con el fin de fortalecer “la cultura existente, mejorar los controles internos, y calidad en la información,

¹² POSTOBÓN, compañía. (artículo en internet) <http://www.postobon.com/la-compania/quienes-somos> (fecha de consulta 14 de diciembre de 2016).

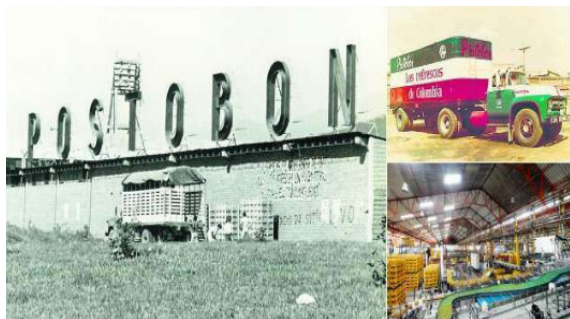


Imagen 13: Postobón a través del tiempo. Imagen tomada de la página web de la empresa: (<https://i.ytimg.com/vi/Zvn3Z-3bPZE/0.jpg/>). Fecha de consulta 23 de febrero de 2017).

previniendo así el deterioro de su reputación”,¹³ ya que Postobón, a lo largo de su historia ha demostrado ser una empresa idónea para el comportamiento basado en parámetros morales y éticos, ésto se ha logrado gracias a las buenas relaciones con la sociedad.

Postobón, también se ha **comprometido** con el **deporte colombiano** a través de la historia de la compañía, siendo **patrocinador de equipos**, buscando así nuevas promesas del deporte en Colombia. “Es patrocinador de las

¹³ POSTOBÓN, deportes. (artículo en internet) <http://www.ligapostobon.com.co/deportes/team-manzana-postobon-es-una-realidad-152293> (fecha de consulta 22 de enero de 2017).

respectivas selecciones nacionales de ciclismo en Pista, Ruta, BMX, MTB, Paracycling y Fútbol”¹⁴.

Postobón a través del tiempo se fue posicionando en la mente de los colombianos, ya que la marca los ha acompañado en fiestas, comidas, momentos especiales, llevando consigo el mensaje: **momentos para compartir con familia y amigos**.



Imagen 14: trabajadores Postobón. Imagen tomada de la página web de la empresa: (<https://i.ytimg.com/vi/Zvn3Z-3bPZE/0.jpg/>). Fecha de consulta 23 de febrero de 2017).

¹⁴ LIGA POSTOBÓN, gobierno corporativo. (artículo en internet) <http://www.postobon.com/la-compania/quienes-somos> (fecha de consulta 14 de diciembre de 2016).

2.2 | Edificio Coltejer como ícono del desarrollo industrial antioqueño

El Edificio Coltejer o Centro Coltejer fue construido sobre el antiguo teatro Junín y el Hotel Europa, en el conjunto arquitectónico mejor ubicado de la ciudad, justo en la intersección de la Avenida La Playa y el pasaje peatonal de Junín, una zona que reunía la mayor actividad comercial y humana del Medellín de entonces. La construcción inició en 1968 y terminó cuatro años después, en 1972, convirtiéndose hasta 1977 en el edificio más alto del país.

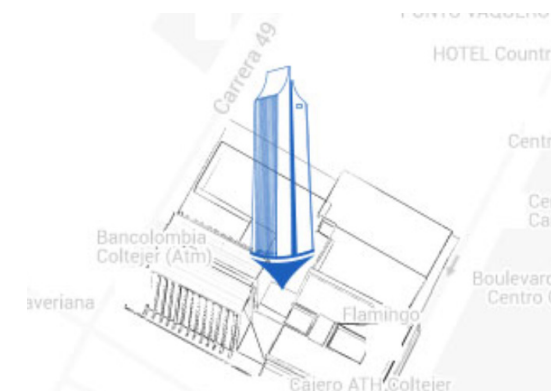


Imagen 15: ilustración ubicación edificio Coltejer. Imagen tomada de la página web (<http://www.coltejer.com/>). Fecha de consulta 23 de enero de 2017).

En la cultura popular se extendió la versión de que el diseño puntiagudo del edificio, con unas grandes ventanas en sus costados occidental y oriental, en el piso treinta y cuatro, como ojo para enhebrar el hilo de una aguja, correspondía al de una lanzadera textil, industria bandera de la ciudad. Pero “en el año 2007 el arquitecto Raúl Fajardo, quien lo levantó, explicó en entrevista a la televisión local que el diseño no es más que la respuesta a la solicitud del gerente de la textilera Rodrigo Uribe Echavarría de darle un remate llamativo a su torre de oficinas”¹⁵. De todos modos, su forma de aguja demuestra el desarrollo de la ciudad con respecto a los textiles y su empresa Coltejer.

El edificio Coltejer fue construido inicialmente para albergar a la alta esfera ejecutiva de la empresa insignia del gremio textil colombiano, Compañía Colombiana de Tejidos: COLTEJER, decidiendo invertirle todo a la tecnología y al diseño para conseguir un edificio innovador que respondiera a las necesidades y expectativas.

¹⁵ WIKIPEDIA, Centro Coltejer. (artículo en internet) http://es.wikipedia.org/wiki/Centro_Coltejer (fecha de consulta 18 de diciembre de 2016).

“El área construida fue de 42.000 metros cuadrados, con 36 pisos, 3 sótanos, 150 parqueaderos y 9 ascensores”¹⁶.

Este edificio desde su comienzo fue amado pero también fue criticado por la modernidad que muchas personas de esa época no asimilaban; cuarenta y cinco años después, y aunque ya no es el edificio más alto de Colombia, si lo continúa siendo en Medellín. Por su forma y su historia el Edificio Coltejer es considerado todavía como el principal referente arquitectónico de la ciudad.

¹⁶ RIAÑO, Mauricio. (artículo en internet) <http://www.metrocuadrado.com/noticias/actualidad/40-anos-del-mito-de-la-lanzadera-gigante-1466> (fecha de consulta 14 de diciembre de 2016).



Imagen 16: Edificio Coltejer, vista general- Medellín, Colombia. Imagen de autor.

2.3 | Área de Gestión Humana

En una empresa, el área de Gestión Humana es la **encargada** de la **selección, formación, contratación y despido** de las distintas categorías de empleados de una empresa, además del **“manejo de las relaciones laborales, el fortalecimiento de la cultura organizacional y la promoción de un buen clima laboral.”**¹⁷ Teniendo como objetivo garantizar los procesos administrativos que guíen el desarrollo de los colaboradores en todas las áreas, desde la concepción de los perfiles de las personas, sus lugares de trabajo y sus interacciones, pasando por su desarrollo en conocimientos, habilidades, bienestar y salud.



Imagen 17: equipo de trabajo representado por colores. Imagen de autor.

¹⁷ CREACION EMPRESAS, plan de viabilidad. (artículo en internet) <http://www.creacionempresas.com/plan-de-viabilidad/que-es-un-plan-de-empresa-viabilidad/organizacion-y-recursos-humano> (fecha de consulta 14 de diciembre de 2016).

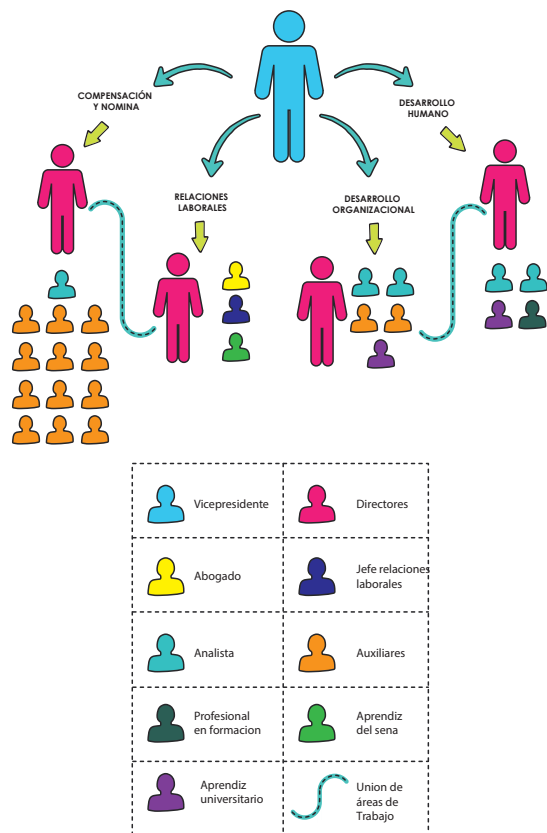


Imagen 18: organigrama explicativo de la jerarquía de cargos en el área de gestión humana de la empresa Postobón. Imagen de autor.

El anterior **organigrama** se estructuró por **funciones, áreas o departamentos** con sus respectivos jefes y cada uno de los empleados que hacen parte de este grupo, con el objetivo de ubicar cada puesto de trabajo según las necesidades, relaciones, jerarquías y dependencias,



Imagen 19: cultura de innovación. Gráfica explicativa de la unión en un trabajo en equipo. Imagen tomada de la página web de Postobón (<http://www.postobon.com/>). Fecha de consulta 16 de enero de 2017).

Su aporte permite a las organizaciones **garantizar** el enganche del personal idóneo y capaz de aportar a la ejecución de la estrategia definida por la empresa, **desarrollar las competencias** que **aumenten la productividad** a través de programas de formación y entrenamiento del personal, desarrollar actividades orientadas al **bienestar de los colaboradores y de sus familias** e integrar

los aspectos legales requeridos en **salud ocupacional y seguridad industrial**".¹⁸

La gestión del talento humano significa conquistar y mantener personas dentro de la organización que trabajen y den lo máximo de sí mismos con actitud positiva y favorable para lograr los objetivos y metas de la empresa, por lo cual cada dependencia aunque esté en un mismo espacio de trabajo, deben tener diferentes lugares para el desarrollo de cada actividad.

2.4 | Usos y necesidades del área de Gestión Humana

Generalmente la función de Gestión Humana está compuesta por áreas tales como reclutamiento y selección, contratación, capacitación, administración o gestión del personal durante la permanencia en la empresa. Cada área interna tiene unas necesidades

¹⁸ VECINO, Jose Manuel. (artículo en internet) <http://www.degerencia.com/articulo/importancia-del-area-de-gestion-humana-para-la-empresa>(fecha de consulta 22 de enero de 2017).

básicas como: lugares amplios, archivadores generosos en espacio para la recolección de información, espacios iluminados, salas de juntas para entrevistas y capacitaciones, oficinas por departamentos, buena ventilación, entre otros aspectos que conforman un clima organizacional basado en “el respeto y la calidad de vida de los empleados, la comunicación organizacional, el liderazgo, el trabajo en equipo”¹⁹. Todos estos aspectos son importantes a la hora de la creación de un área de gestión para los empleados que son los impulsores de la organización, capaces de dotarla de la inteligencia, talento y aprendizaje indispensables para su constante renovación y competitividad en un mundo lleno de cambios y desafíos. Los empleados tienen la necesidad de crecer y de desarrollarse a nivel personal y laboral; por lo tanto, deben ser vistos como fuente de impulso propio y no como agentes inertes o estáticos.

¹⁹ WIKIPEDIA, Recursos Humanos. (artículo en internet) https://es.wikipedia.org/wiki/Recursos_humanos#cite_ref-2 (fecha de consulta 22 de enero del 2017).

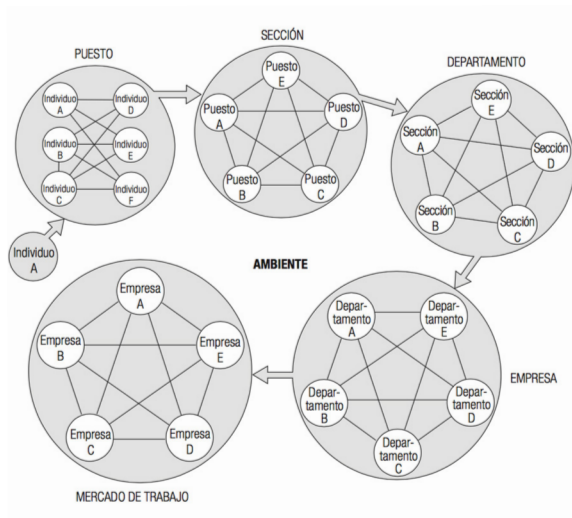


Imagen 20: un ejemplo de sistemas y subsistemas. Imagen tomada de la página web (<https://es.slideshare.net/pabloomonti/sistemas-y-subsistemas-2010/>). Fecha de consulta 17 de enero de 2017)

Una organización funciona como un sistema dentro del cual sus componentes interactúan entre sí y también con los elementos relevantes del ambiente.

Los puestos de trabajo individuales forman grupos dentro de secciones en un departamento, estos departamentos unidos forman una empresa, la cual debe tener un ambiente unificador para todos.

Es común ver en una empresa, un empleado que además de sus tareas usuales se dedique a otras labores; por lo

tanto, las empresas medianas y grandes han visto la necesidad de crear unidades o áreas administrativas especializadas en desarrollar equipos de trabajo multifuncionales y multidisciplinarios.

A través de los años, las empresas han asumido nuevas responsabilidades conceptuales y técnicas sujetas a nuevas exigencias en las organizaciones entre las cuales se destacan:

- Nueva visión del hombre, del trabajo y de la empresa.
- Necesidad de atender al usuario interno y externo.
- Creación de condiciones para una administración participativa basada en equipos.
- Necesidad de crear valor y agregar valor a las personas, a la empresa y al cliente.
- Búsqueda de la innovación y la creatividad.
- Visión orientada hacia el futuro y hacia el destino de la empresa y las personas.



Imagen 21: grupo de trabajo en interacción. Imaginario del grupo de trabajo de Postobón en su rutina. Imagen tomada de la página web: (http://www.managementjournal.net/media/k2/items/cache/f4f22cc30678ed543fb0cf0f0573c909_XL.jpg/). fecha de consulta 20 de febrero de 2017).



Imagen 22: trabajadores de la empresa Postobón. Imagen tomada de la página web de la empresa: (<https://i.ytimg.com/vi/Zvn3Z-3bPZE/0.jpg/>). Fecha de consulta 23 de febrero de 2017).



Imagen 23: fabrica Postobón. Imagen tomada de la página web de la empresa: (<http://www.postobon.com/>). fecha de consulta 23 de febrero de 2017).

3 CASOS DE ESTUDIO

Con el fin de comprender cuál es la forma de diseño funcional en un espacio de oficinas, donde un grupo determinado de personas comparten su día a día, se deben tomar en cuenta referentes de proyectos de arquitectura e interiorismo donde se destaquen áreas multifuncionales y de esparcimiento con propuestas innovadoras. Esto con el fin de dar solución a el ambiente de pesadez que existe actualmente en las oficinas de recursos humanos de Postobón.

3.1 | Diseño metodológico

En esta etapa de la investigación se realizará el estudio de tres casos de éxito en el diseño arquitectónico de oficinas, los proyectos estudiados serán: **el edificio de oficinas de Bancolombia, el Centro de Innovación de Bancolombia y la Agencia In Store Media.**

Será una investigación de tipo **descriptiva comparativa** con el fin de identificar qué relaciones existen entre estos proyectos de éxito y su pertenencia en el desarrollo de la idea.

Los temas a evaluar se enfocarán en el **mobiliario y la materialidad, la funcionalidad de los espacios** y el uso en **la identidad de marca.**

La información se buscará a través de visitas a las oficinas de los proyectos seleccionados, ubicados en la ciudad de Medellín, por su facilidad y cercanía, (el **centro de Innovación de Bancolombia y el edificio de las oficinas de Bancolombia**). La información de **la Agencia In Store Media** se recogió por medio de plataformas digitales y la página web oficial, ya que esta oficina, se encuentra ubicada en la ciudad de México.

También se recopilará información por medio de **entrevistas** a las personas que trabajan diariamente en estas oficinas, por otra parte, la visita también servirá para llevar a cabo un detallado **estudio fotográfico.**



Imagen 24: área de esparcimiento. Mat Office en China. Imagen tomada de la página web Archdaily (<http://www.archdaily.co/co/search/projects/categories/interiores-de-oficina/country/china/offices/mat-office/year/2016/>). fecha de consulta 20 de enero de 2017).

3.2 | Edificio de oficinas Bancolombia

Ubicación: Medellín, Colombia

Arquitecto: Gabriel Arango /
Juan José Escobar

Año: 2009

Este edificio integra las oficinas de Bancolombia en una sola sede, está construido en dos volúmenes de 12 pisos conectados entre sí por un puente de vidrio a la vista; sus dimensiones, métodos constructivos y sus prácticas arquitectónicas implementadas para que opere de manera **sostenible**, hacen de esta obra un referente urbano.



Imagen 25: edificio Bancolombia. Imagen de autor.

Con miras a reducir las emisiones asociadas a los automotores y estimular el uso del transporte público, el edificio cuenta con un número limitado de parqueaderos y se ubica estratégicamente a pocos pasos de la línea del Metro y de tres avenidas principales.

Sus dimensiones, método constructivo y la suma de prácticas arquitectónicas implementadas para que opere de manera sostenible, hacen de esta obra un referente urbano.

Estas estrategias sumadas a la **calidad del ambiente interior**, los sistemas de monitoreo de consumo de agua y energía, la renovación urbana de lo que antes fuera la antigua fábrica de cementos Argos, entre otras, permitieron al edificio alcanzar el sello LEED Oro.²⁰

²⁰ ROMERO, Iván Darío. Dirección General Bancolombia (Artículo en internet) <http://blog.360gradosenconcreto.com/edificio-direccion-general-bancolombia-proyecto-leed-en-colombia/> (Fecha de consulta: 14 de diciembre de 2016).



Imagen 26: interior oficinas Bancolombia. Imagen de autor.



Imagen 27: sello de certificación LEED oro. Imagen tomada de la página web del Bbva (<https://www.bbva.com/es/wp-content/uploads/2016/09/ciudad-bbva-obtiene-la-certificacion-leed-oro-2-e1473245937733-1920x0-c-f.jpg/>). Fecha de consulta 20 de febrero de 2017).



Imagen 28: lobby. Centro de Innovación Bancolombia. Imagen de autor.

3.3 | Centro de Innovación de Bancolombia

Ubicación: Medellín, Colombia

Arquitecto: Studio Sur

Año: 2015

Bancolombia es el banco con mayor presencia en todo el territorio colombiano, con filiales en USA, Panamá, Puerto Rico, Salvador, Perú y España. Como parte de su proceso de transformación, el banco ha hecho de la innovación un elemento fundamental dentro de su cultura organizacional y su estrategia de negocio.

La arquitectura interior de estas oficinas trabajan **entorno** al concepto de **innovación** reflejado a través de espacios inspiradores, que contribuyen a facilitar los procesos cotidianos y complejos de esta entidad.

El reto fue desarrollar un espacio único y diferenciador dentro de un esquema de oficinas preestablecido, entendiendo a fondo la cultura empresarial hasta el punto de convertirse en motor inspirador.

Un espacio inspirador, donde se pueden desencadenar procesos complejos.

Se evidencian ambientes con diversidad en su materialidad, acentos de color llamativos sin perder el matiz sobrio de los estándares de la organización. Tipologías de mobiliario orientados a la colaboración y el trabajo en equipo con mínimos espacios privados e individuales.²¹

El Centro de Innovación Bancolombia, opera desde marzo del 2015 en una sede alterna en Ciudad del Río, muy cercana a la principal del banco, pero suficientemente retirada para estar al margen de los líos diarios del negocio.

Allí se piensa a futuro, en plazos de 5, 10 y 15 años. Es un **espacio de cocreación** donde se reúnen empleados del banco, pero también aliados externos, con quienes trabajan en el desarrollo de soluciones digitales para el mercado.

²¹ GUTIÉRREZ, Liliana. Centro Innovación Bancolombia (Artículo internet) <http://www.studiosur.net/proyectos/centro-innovacion-bancolombia/> (Fecha de consulta: 14 de Diciembre de 2016.)

Desde empresas aliadas, organizaciones, universidades y amigos de la innovación, tienen espacio allí para ser disruptivos con sus propuestas enfocadas en lo digital.

Por dicho centro pasan a diario unas 100 personas, 30 % empleados del banco y el resto, personal externo.

“Incubamos proyectos de transformación” como la app Nequi y otras iniciativas para mejorar la experiencia de los clientes”, indicó Andrés Villegas, director de Innovación de Bancolombia.

La tarea es clara: cómo llevar a clientes empresariales, grandes y pequeños, soluciones tecnológicas eficientes, al igual que a personas naturales ajenas a la tecnología.²²

²² SIERRA, Juan Felipe. Bancolombia enfrenta retos digitales desde su Centro de Innovación. (Artículo internet) <http://www.elcolombiano.com/negocios/bancolombia-crea-su-futuro-desde-centro-de-innovacion-BC4664074> (Fecha de consulta: 14 de diciembre de 2016.)

Es un espacio de cocreación donde se reúnen empleados del banco, pero también aliados externos, con quienes trabajan en el ZELNIK, Martin y PANERO, Julius.



Imagen 29: área de trabajo. Centro de Innovación Bancolombia. Imagen de autor.

3.4 | Agencia In Store Media

Ubicación: Ciudad de México, México

Arquitecto: Space Mex Design

Año: 2014

In Store Media, es una **agencia de shopper marketing** que ayuda a las marcas a impactar a los consumidores con herramientas de gestión propias coordinando campañas publicitarias exitosas a nivel nacional e internacional,

ayudando así a fortalecer su identidad y cultura empresarial para crear una forma innovadora y transparente de mejorar el trabajo en equipo y la productividad con calidad de sus usuarios.

El proyecto se desarrolla en un solo nivel, inspirado en la funcionalidad para lograr mayor equilibrio trabajo – vida, movimiento y dinamismo; logrado desde los materiales en pisos hasta la iluminación y los plafones.

Inspirado en la funcionalidad para lograr mayor equilibrio trabajo – vida, movimiento y dinamismo; logrado desde los materiales en pisos hasta la iluminación y los plafones. El enfoque de diseño para este proyecto es hacerlo versátil al máximo, acentuando sus formas de trabajo en puntos estratégicos con espacios colaborativos.



Imagen 30: detalle de cielos e iluminación. In Store Media. Imagen tomada de la página web de la empresa (<http://www.in-storemedia.com/mx/>. Fecha de consulta 20 de enero de 2017).

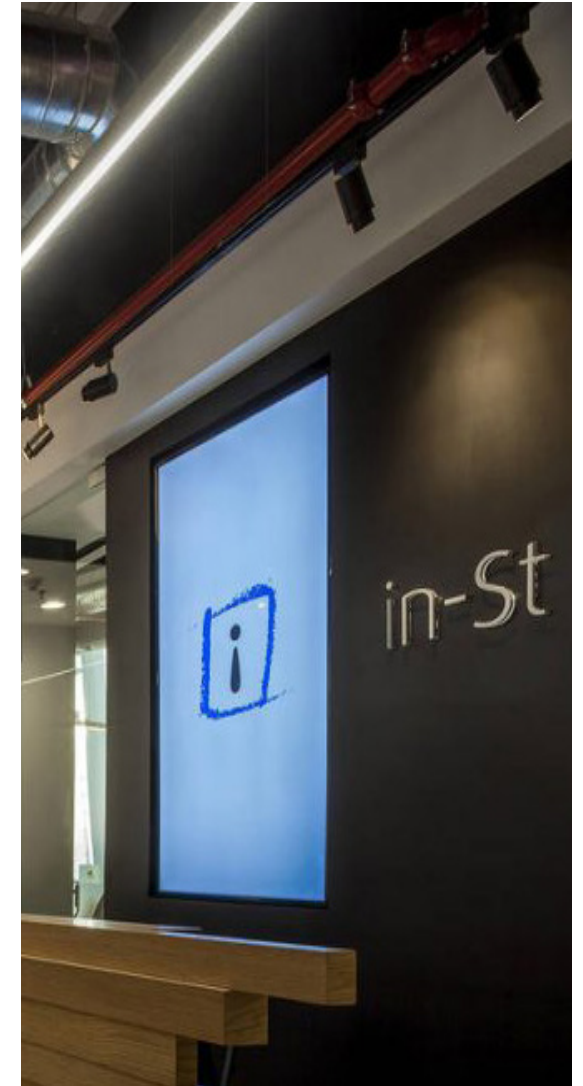


Imagen 31: Front Desk. In Store Media. Imagen tomada de la página web de la empresa (<http://www.in-storemedia.com/mx/>. Fecha de consulta 20 de enero de 2017).



Imagen 32: área de trabajo. In Store Media. Imagen tomada de la página web de la empresa (<http://www.in-storemedia.com/mx/>). Fecha de consulta 20 de enero de 2017).

Uno de los conceptos rectores fue generar y crear un **espacio abierto y flexible** que los haga sentir en un **ambiente confortable**; con espacios para reuniones casuales, que propicie el trabajo en equipo para el intercambio de información y colaboración de igual a igual.

El enfoque de diseño para este proyecto, es hacerlo **versátil** al máximo, acentuando sus formas de trabajo en puntos estratégicos con espacios colaborativos, para la conexión cara a cara ó a distancia con otras personas, lugares especiales de concentración y áreas de socialización para compartir experiencias e información y así aprender de todos.

Todos los espacios del proyecto hablan de esta **apertura y transparencia**, atendiendo valores de la empresa, concentración, confidencialidad y ambiente energizante. En el espacio se **aprovecha la luz natural al máximo**.²³

Se pretende comprender el **equilibrio** que debe existir entre la **estética y la funcionalidad**, donde se priorice el bienestar y la **interacción de los usuarios**, y se permita la adaptación del espacio a las diferentes actividades diarias.

²³ MARTÍNEZ, Ileana. Corporativo In store media. (Artículo en internet) <http://www.arquired.com.mx/arq/design/in-store-media-disenado-space-arquitectura/> (Fecha de consulta: 14 de diciembre de 2016).

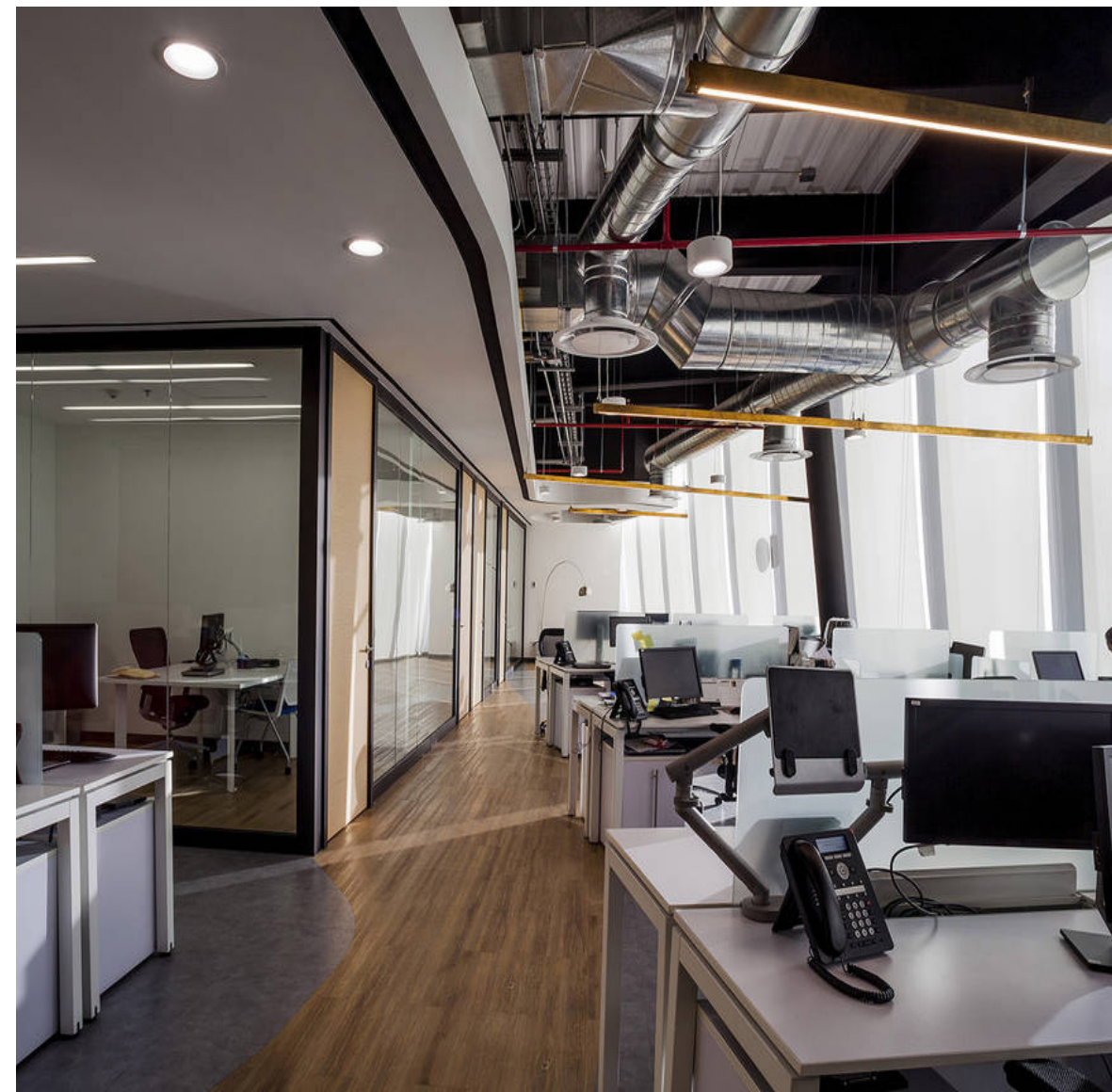


Imagen 33: área de trabajo. In Store Media. Imagen tomada de la página web de la empresa (<http://www.in-storemedia.com/mx/>). Fecha de consulta 20 de enero de 2017).

3.5 | Espacios funcionales adaptados a los distintos usos

Los responsables de una oficina han de buscar la **funcionalidad del espacio**. Ello quiere decir que cada recoveco del espacio tiene que estar justificado. Lo mismo puede decirse del mobiliario. De este modo, la primera recomendación



Imagen 34: silla decorativa. Imagen tomada de la página web (<http://www.tugo.com.co/>). Fecha de consulta 20 de enero de 2017).

para buscar la funcionalidad del lugar es atender a las necesidades del inmueble, así como a las características físicas del local y las personas que van a trabajar en él.

¿Ello quiere decir que lo estético desaparezca? En absoluto, solo que a la hora de organizar internamente este espacio, sus responsables han de primar el para qué sirve cada mueble antes que lo bonito que este pueda resultar en la oficina, sin que él mismo cumpla una función concreta que facilite el trabajo.

En este proceso, también es clave contar con la opinión de los miembros de la organización, especialmente a la hora de determinar el tipo de mobiliario que es fundamental, y descartar el que sea prescindible. De igual modo, la valoración de los integrantes de la empresa resultará muy útil a la hora de analizar pasado el tiempo, cómo se ha integrado la decoración del espacio a su hábito de trabajo.



Imagen 35: oficina Le Campus. México. Imagen tomada de la página web del lugar (<http://www.lecampus.com.mx/>). Fecha de consulta 23 de enero de 2017).

Finalmente, la funcionalidad del espacio también depende de la orientación de los muebles y de tener en cuenta las horas de luz y la exposición al sol con la que cuenta la oficina. De este modo obtendrán los mejores resultados basados en la funcionalidad de los espacios y mobiliarios de la oficina.²⁴

24 ANTÚNEZ, Miguel. Funcionalidad en la oficina. (Artículo en internet) <http://www.fasaworld.es/blog/funcionalidad-en-la-oficina-o-como-decorar-de-la-manera-adecuada/> (Fecha de consulta: 14 de diciembre de 2016).

4 ESPACIOS QUE MOTIVAN LAS INTERACCIONES

En la etapa práctica o trabajo de campo, se expondrá qué se hizo, para qué y cómo, a través de un plan de trabajo que sigue puntos como el tipo de investigación que se aborda, profundizando sobre el tipo de población, identificando fuentes confiables de información, de igual forma, se mencionarán las variables y se explicarán las técnicas de recolección de información, los instrumentos, los procedimientos para finalizar con el plan de análisis.



Imagen 36: imaginario interacción social. Imagen extraída del banco de imágenes Dreamstime. (<https://www.dreamstime.com/stock-illustration-silhouettes-successful-business-people-working-meeting-sketch-collection-image52009082/>) Fecha de consulta 25 de febrero de 2017).

4.1 | Diseño metodológico

La investigación se inicia a través de un recorrido por las instalaciones de las oficinas actuales del **Área de Recursos Humanos** de Postobón, ubicadas en el piso 21 del Edificio Coltejer.

A través de ejercicios de **observación, entrevistas y encuestas**, se obtuvo información suficiente para comenzar con el proceso de diseño, adicionalmente, el cliente suministró los **planos en planta** del piso y en el sitio se corroboraron algunas **medidas**.

4.2 | Presentación y análisis de la información

4.2.1 La población

Con el fin de conocer a profundidad su población, investigamos el organigrama en cuya estructura se muestran su jerarquía, las relaciones entre las diferentes dependencias y las funciones de los cargos.

El esquema lo encabeza el **Vicepresidente General** de Recursos Humanos, seguido de los directores de los grupos de Compensación y Nómina, Relaciones Laborales, Desarrollo Organizacional y Desarrollo Humano.

El grupo de **Compensación y Nómina**, es el que se encarga de presupuestos, salarios y liquidaciones.

El grupo de Relaciones Laborales tiene contacto directo con los usuarios internos en relación a la solución de problemas y por consiguiente las conciliaciones.

El grupo de **Desarrollo Organizacional** de igual forma tiene contacto con los usuarios internos y es la dependencia que se encarga de la cultura e infraestructura organizacional.

El grupo de **Desarrollo Humano** se ocupa de los usuarios internos y externos, de la planeación, selección, vinculación, promoción, remuneración y evaluación.

Al analizar esta información detalladamente, se encontraron algunas relaciones entre los grupos que llevarán a tomar decisiones relevantes para el desarrollo del proyecto.

4.3 | Las oficinas actuales

El análisis se trabajará a partir de tres temas fundamentales que contribuirán a encontrar las necesidades del espacio,

por lo tanto, se evaluará el estado actual de las oficinas en cuanto a la funcionalidad de los espacios, la materialidad y texturas y la imagen corporativa de la compañía.

4.3.1 Funcionalidad de los espacios

Entre el recorrido se observaron espacios cerrados con un deficiente uso de las luminarias, de igual forma, se evidenció un desaprovechamiento de la **luz natural** y de la vista que se genera a través de los constantes ventanales que rodean perimetralmente cada piso, ya que la ubicación de las oficinas impide el aprovechamiento de esta cualidad.

El personal de cada área está dividido entre varias oficinas, impidiendo la **libre interacción** y comunicación entre las personas de las mismas dependencias.

Se encontraron problemas de **asoleamiento** derivados de las ganancias solares que se presentan tanto en horas de la mañana como en la tarde haciendo el lugar térmicamente más caluroso y por

consiguiente, generando una atmósfera de inconformidad por el calor.

En cuanto al tema de la **acústica**, se percibió una alta reverberación, debido a que las paredes de las oficinas son de poco espesor y en materiales no adecuados, por lo tanto, el sonido que emerge de las actividades que se realicen en cada espacio trasciende hacia las otras oficinas.

El estilo con el cual fue diseñado el piso se remite a los años 80s, un diseño basado en un ambiente tradicional ya desactualizado, a raíz de esto, se percibe una atmósfera que no motiva las interrelaciones.



Imagen 37: los tonos marrones son el color predominante. Imagen de autor.

4.3.2 Materialidad y texturas

Los pisos, las puertas, ventanas y puestos de trabajo son en tonos marrones que no contrastan con el blanco de las paredes y el azul del material de las sillas.



Imagen 38: mobiliario antiguo en tonos oscuros. Imagen de autor.

La **madera** en tonos oscuros es el material predominante. Se observa deterioro en la infraestructura, como en los techos, pisos y en algunos muebles, según nos informa el cliente, no se ha realizado ninguna remodelación de las oficinas desde que la compañía migro al Edificio Coltejer.

La ambientación está cargada de plantas artificiales y objetos personales a la vista. Para la privacidad tienen vidrios opacos con textura.

El mobiliario no cumple con las condiciones ergonómicas que debe tener un puesto de trabajo.

4.3.3 La imagen corporativa

Generalmente, una oficina cuenta con una recepción en donde la marca está presente como un punto focal que da la bienvenida y ubica a los visitantes identificando la marca. Sin embargo, en este caso, esta oficina no cuenta con una recepción ni con una imagen clara del distintivo o logo de Postobón.

Tampoco se observa señalética en el espacio, por lo tanto, los visitantes se pierden cuando llegan, ya que no hay una comunicación que les indique hacia donde dirigirse.

La única forma de exhibir la marca se evidencia en algunos pendones

instalados aleatoriamente en las oficinas, con mensajes desactualizados porque utilizan el **logo corporativo antiguo**.

Se observa que **no hay un manejo adecuado de la identidad visual**, esto implica que los empleados no se sientan identificados y carentes de sentido de pertenencia hacia la compañía.



Imagen 39: los mensajes no son acordes para el público interno, este tipo de mensajes están dirigidos a el publico externo. Imagen de autor.



Imagen 40: logo desactualizado de Postobón. Imagen de autor.

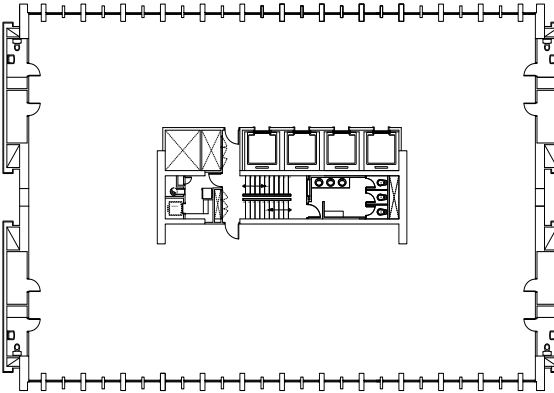


Imagen 41: planimetría original del espacio sin ninguna intervención espacial. Imagen de autor.



Imagen 42: Logo vigente de Postobón. Imagen tomada de la página web de la empresa. (<http://www.postobon.com/>) / fecha de consulta 24 de febrero 2017).

Los tonos marrones, el exceso de uso de la madera en el lugar, el logo desactualizado, los muebles antiguos y oscuros, la distribución del espacio, el desaprovechamiento de la luz natural, los vidrios opacos, todos estos, son detalles que denuncian la necesidad de renovación y cambio para una compañía como Postobón y más aún para el área de Recursos Humanos.

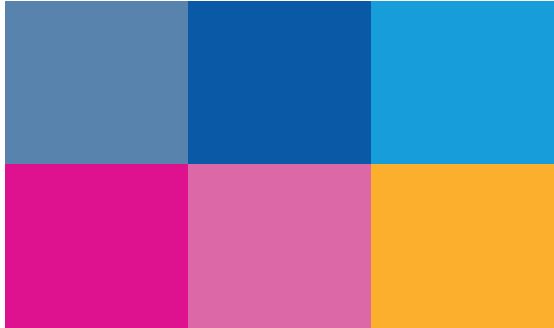


Imagen 43: colores corporativos actuales. Imagen de autor.

5 SÍNTESIS: LA UNIÓN DE LA DIVERSIDAD

Una **arquitectura integral** que reúna la identidad de la empresa, aplicándola en sus áreas de oficinas de forma tal que se cree un entorno háptico, donde el recurso primordial sea la interacción entre los diferentes usuarios y su adaptabilidad dentro del espacio.

5.1 Premisas de diseño



La premisa será trabajar como un conjunto de grupos que se relacionan entre sí, representando la unión como una “fortaleza” encontrando en común un **tejido de relaciones** a partir de las diferencias.

El objetivo es **lograr que todos los usuarios se interrelacionen y socialicen**.

Se deben descubrir las fortalezas del espacio para propiciar la **expresión grupal y la interacción social**, resaltando la diversidad como valor intrínseco de la organización, generando **entornos de unión y colaboración**.

Tomando en cuenta los diferentes cargos del departamento de recursos humanos, y las diferentes actividades que en él se realizan. Se hace un estudio de relación, referente a todas las disciplinas, agrupándolas según la relación que existe entre ellas, y encontrando de esta forma los puntos de unión que determinaran el diseño.

En este sentido, se generan cinco grupos de trabajo que determinan la zonificación del espacio.

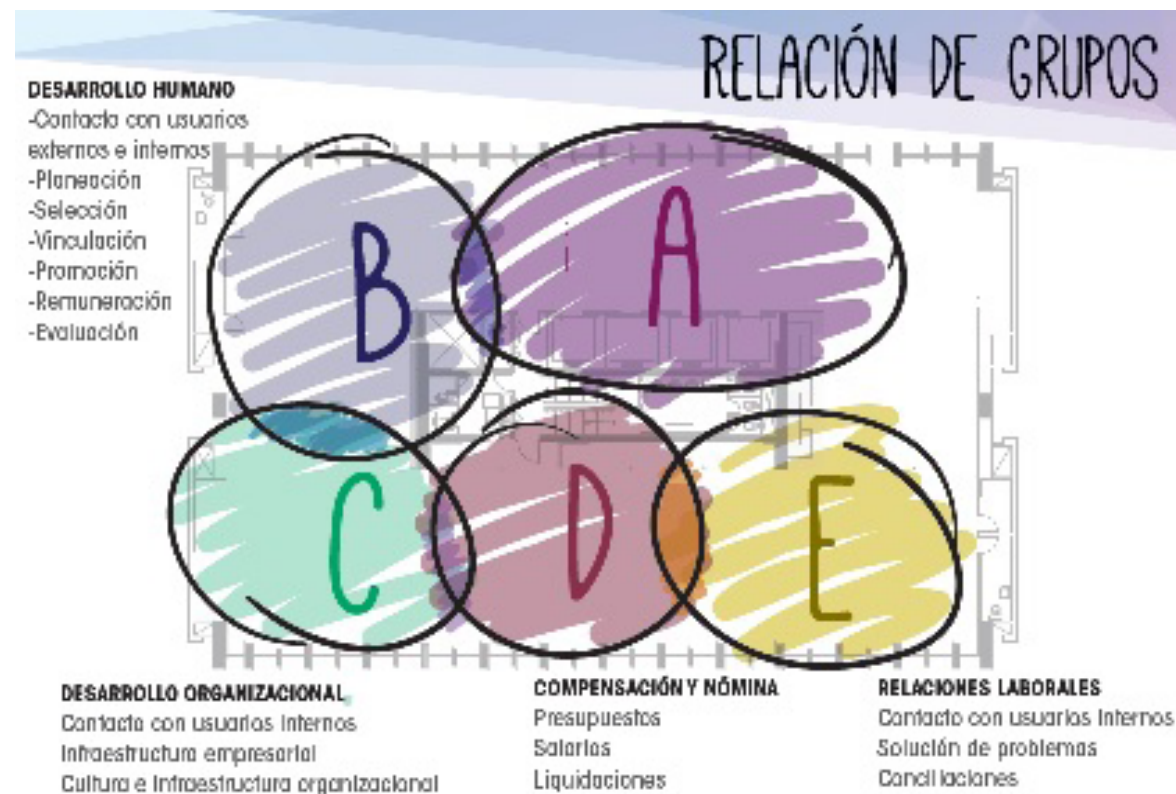


Imagen 44: gráfico que hace referencia a la relación entre los grupos según los diferentes equipos de trabajo en el área de Recursos Humanos de la empresa Postobón. Imagen de autor.

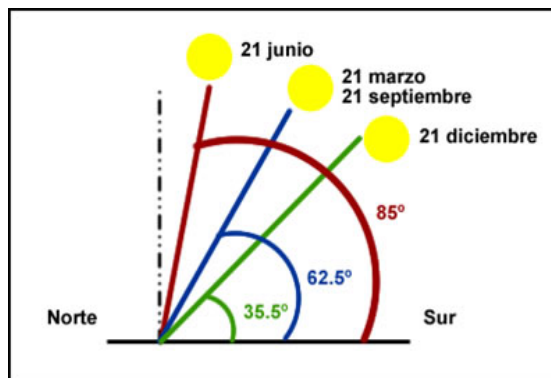


Imagen 45: gráfica de incidencia solar, donde se ven los diferentes ángulos de asoleamiento según las fechas.

Si bien es sabido que es fundamental permitir el **ingreso del sol** en ambientes de oficinas para alcanzar un nivel máximo de **confort** y **bienestar**, por otra parte, no se debe desconocer que **la incidencia excesiva** o directa **de la luz solar** a través de las ventanas, puede convertirse en una inconformidad para los empleados y en **un riesgo** para el mantenimiento del mobiliario y elementos que forman parte de la oficina.

Es necesario conocer las horas de incidencia solar y su afectación en la planimetría, de forma tal que con este previo conocimiento se pueda lograr una adecuada distribución y organización de cada uno de los espacios que conforman el departamento.

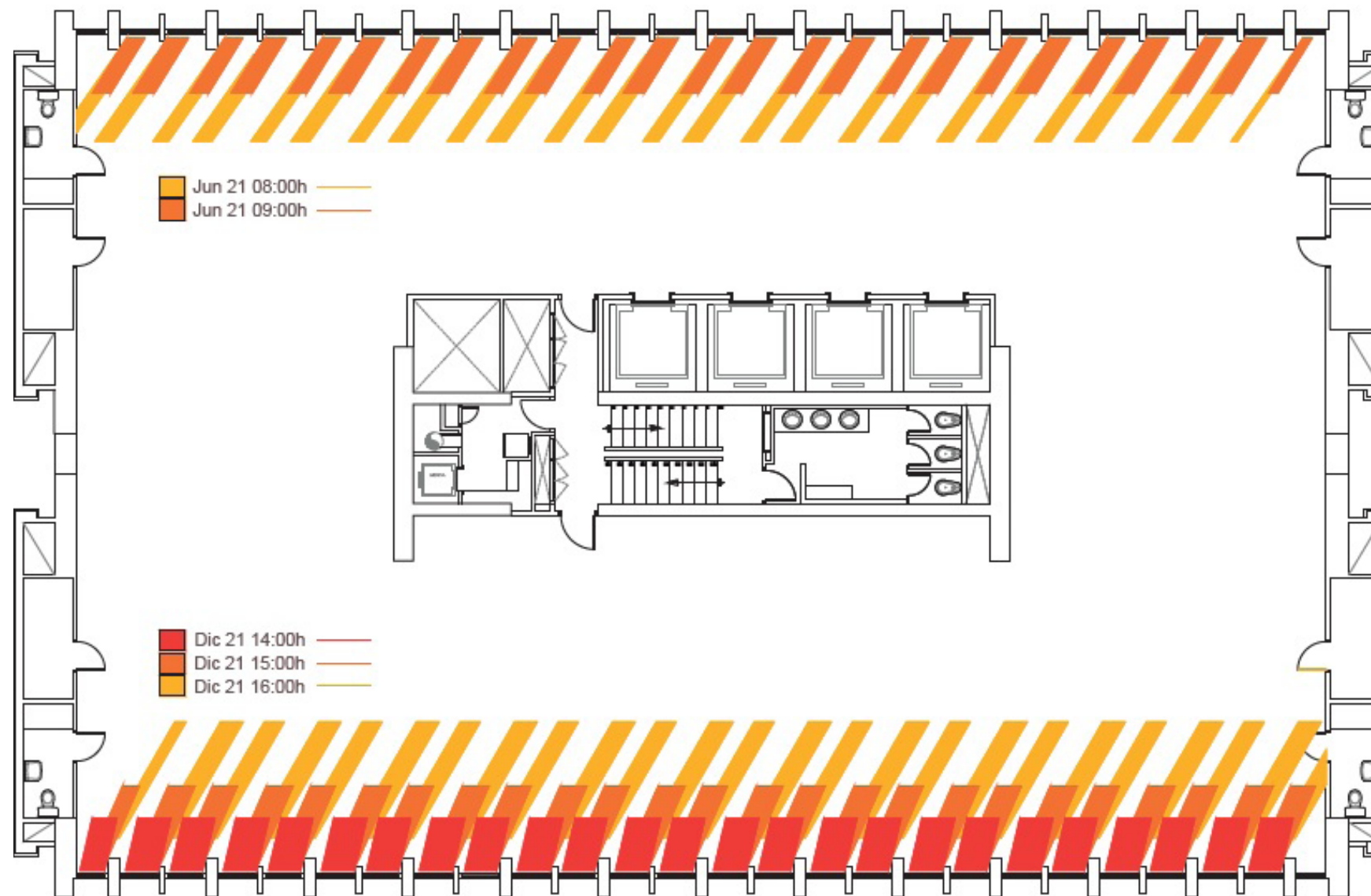


Imagen 46: planta de incidencia solar en el espacio ubicada en la oficina de Recursos Humanos de Postobón en el Edificio Colteger. Imagen de autor.

5.2 | La idea

El proyecto se desarrolla alrededor de un **eje central existente**, donde se encuentra la circulación vertical del edificio Coltejer, y donde también se encuentran los servicios básicos para el local. Se determinaron áreas con funciones específicas según los cargos y actividades que se desarrollaran.

El **punto de conexión** es el área ubicada frente a los elevadores y acceso principal al departamento. En esta área que funciona tipo recepción, se organizan las visitas y entrevistas que llegan al departamento.

El **módulo de interacción dinámica**, está conformado por el eje central del proyecto, donde se centralizan las **actividades colectivas**. Se constituirá por las zonas de conferencia y capacitaciones, un área de esparcimiento y descanso; y las salas de entrevistas.

El motor de identidad será donde se desarrollarán las actividades de los

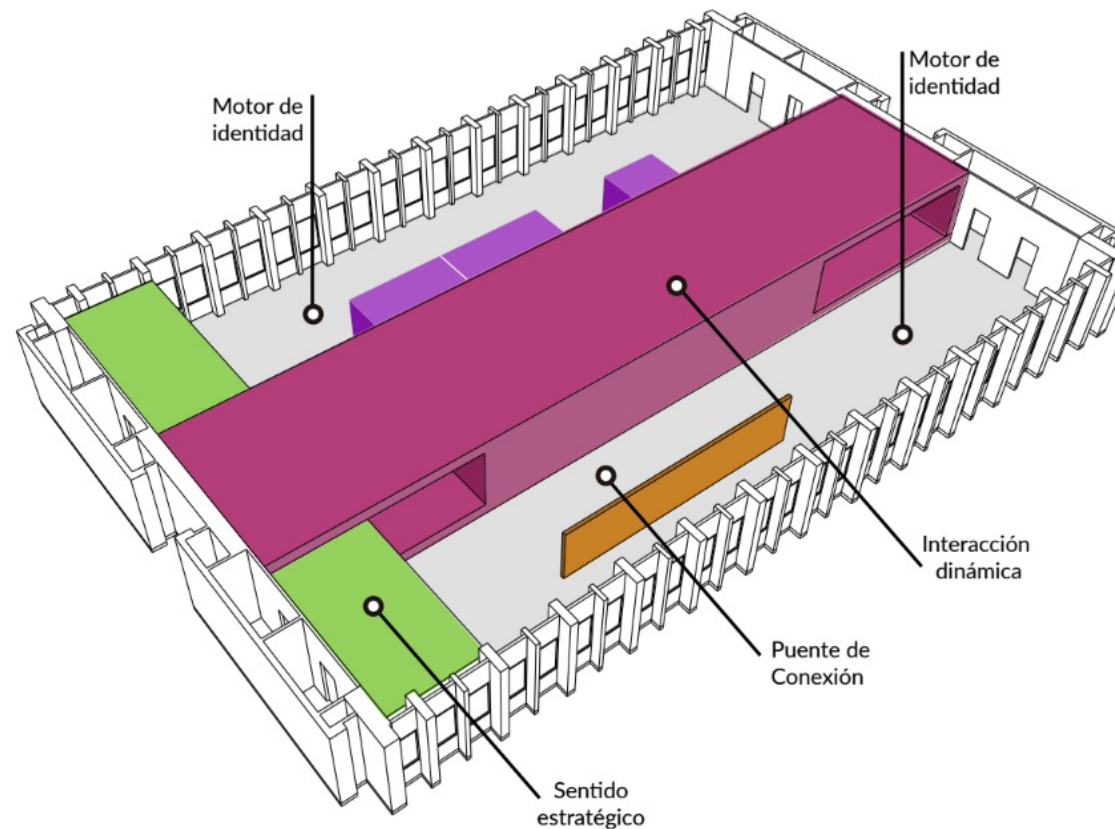


Imagen 47: isometría del espacio a intervenir, planeado inicialmente a través de un eje central que unirá las áreas de trabajo según cargos y actividades desarrolladas por equipos. Imagen de autor.

equipos de trabajo que conforman el departamento de recursos humanos; en estas áreas se encontrarán los **módulos de trabajo y los módulos de interacción colectiva**, donde se dará la posibilidad del **intercambio de ideas** y el fácil desarrollo de las actividades, brindando así un **ambiente laboral dinámico**.

El área de sentido estratégico centraliza las oficinas privadas que corresponden a los directores de cada área del departamento, y la presidencia que dirige las actividades.

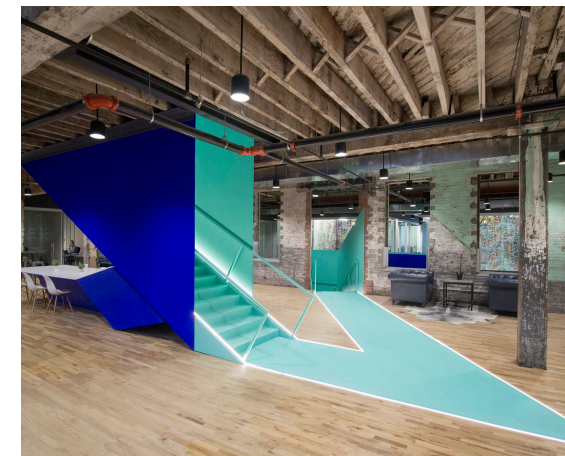


Imagen 48: oficinas Leaser Coworkers. Referente tenido en cuenta por el diseño y el color aplicado. Imagen tomada de la página web (<http://www.archdaily.pe/pe/788457/coworks-leaser-architecture/>). Fecha de consulta 24 de enero de 2017).



Imagen 49: oficinas Space Mex. Tenidas en cuenta por sus volumetrías y contrastes. Imagen tomada de la página web (<http://http://spacemex.com/>). Fecha de consulta 24 de enero de 2017).

5.3 | El Proyecto

5.3.1. Distribución de espacios

El concepto de **zonificación del espacio**, está planificado de forma tal que todas las áreas del departamento tengan una **conexión**, las **áreas abiertas** y la **iluminación natural** conforman el espacio en su totalidad, brindando un **ambiente confortable** con espacios casuales, que propician el trabajo en equipo y la **interacción**.

El enfoque de diseño para este proyecto, es hacerlo **versátil** al máximo, acentuando sus formas de trabajo en puntos estratégicos con **espacios colaborativos**, para la **conexión** cara a cara o a distancia con otras personas, **lugares especiales de concentración** y **áreas de socialización** para **compartir experiencias** e información y así aprender de todos.

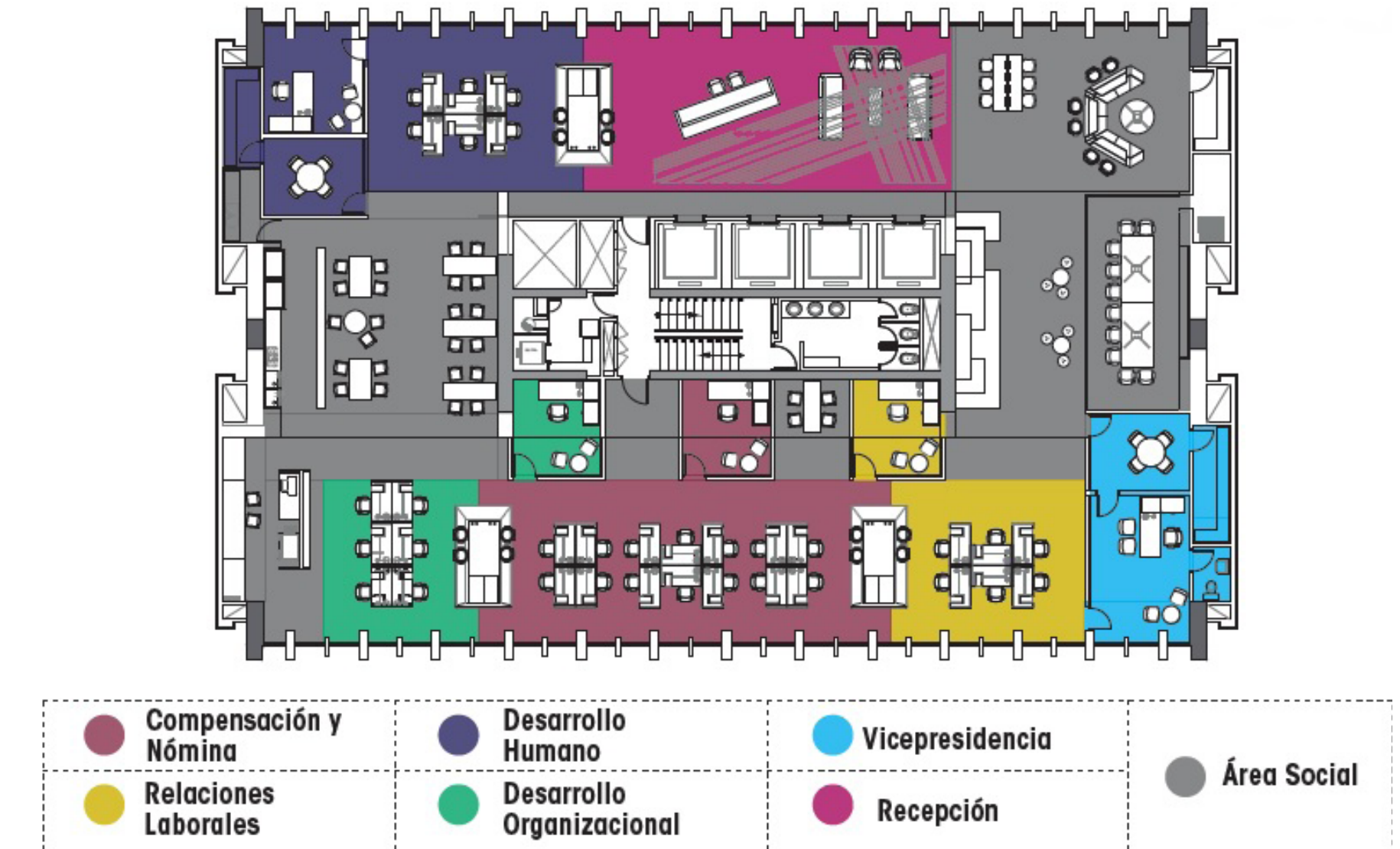


Imagen 50: planta de zonificación de áreas. Colorización por equipos de trabajo, ejercicio que contribuyó en la organización del proyecto.

5.3.2. Materialidad y aplicación

Al diseñar este proyecto se buscó reflejar la **imagen corporativa** de la empresa, en el **estilo de vida activo** y la pasión por la cultura del país. Esto dio lugar a colores brillantes y combinaciones con maderas naturales, lo cual facilitó la creación de una **atmósfera** y humor alusivos a la marca Postobón.

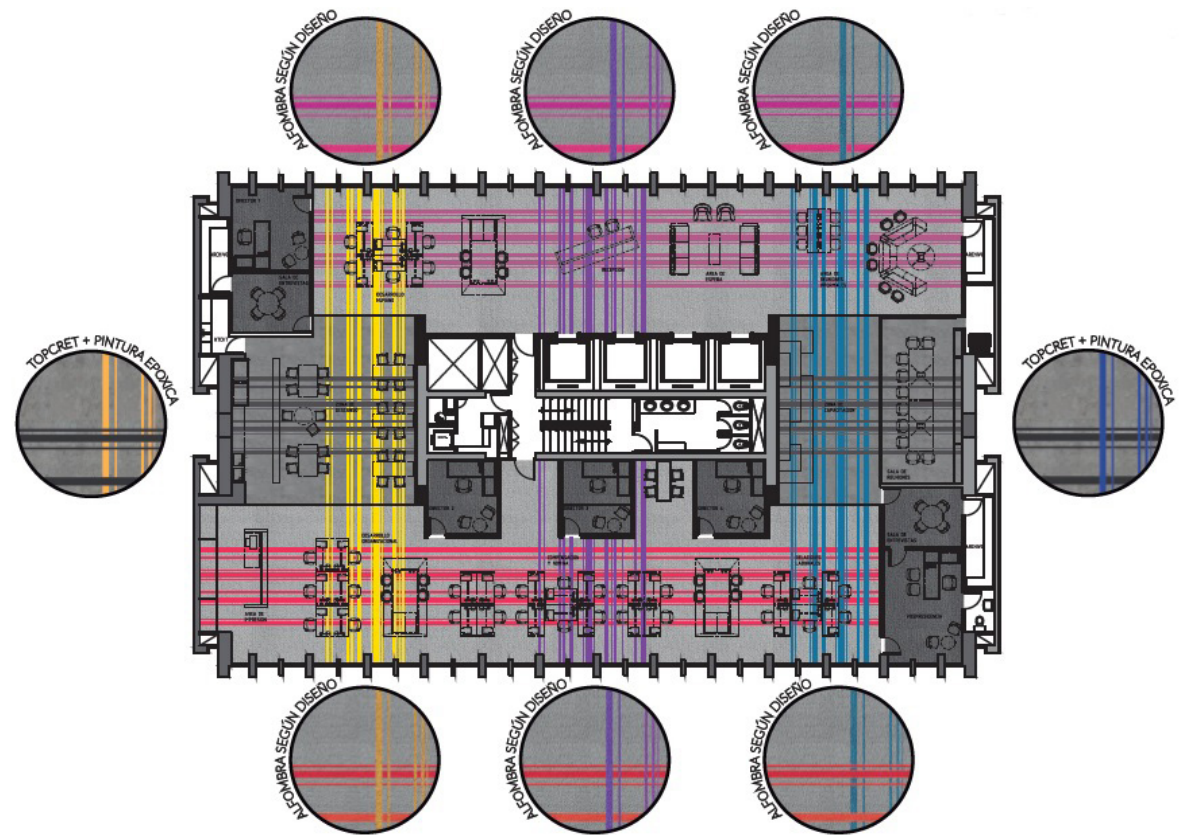


Imagen 51: distribución de espacios y aplicación de materialidad al piso según el diseño propuesto.

El piso general de alfombra con un entramado que representa la unión de todos los grupos de trabajo se convierte en protagonista, resaltando cada una de las áreas con un color específico que las simboliza, y que junto con los escritorios de color blanco le da carácter a la imagen de la empresa.

Las oficinas de los directores y la presidencia, personificadas con colores sobrios y vidrio traslúcido para incrementar la visión y comunicación con los equipos de trabajo.

Se buscó reflejar la imagen corporativa de la empresa en el estilo de vida activo y la pasión por la cultura del país.

El proyecto fue realizado en una planta de un solo nivel, donde se encuentra establecido el departamento de recursos humanos de la empresa Postobón, donde el desafío fue diseñar un complejo con espacios para cumplir diferentes funciones y propósitos, convirtiéndola en una oficina dinámica, que inspire a los empleados e invitados a compartir en un entorno colectivo.



Imagen 52: color del mobiliario por áreas de trabajo. Imagen de autor.



Imagen 53: selección de colores y acabados para todos los espacios. Imagen de Autor.

5.4 | Resultado

El diseño refleja la **identidad de la marca** enfocándose en el estilo de vida de todos quienes conviven en su día a día.

Las divisiones no existen y únicamente tienen privacidad las oficinas gerenciales y de presidencia. Las salas de reuniones y áreas de capacitación se convierten en espacios multifuncionales, acompañados de un mobiliario dinámico que se adapta a las actividades y necesidades de cada momento.

Los grupos de trabajo están organizados cómodamente, logrando que cada individuo tenga su área propia y personal dentro de cada pool de trabajo, con espacio suficiente para la circulación y movilidad de cada persona. Además, hay lugares de trabajo estacionarios y lugares para reuniones temporales con mesas altas y sillas ergonómicas.

Todo esto hace que este proyecto conforme un espacio multifuncional, dinámico y organizado que inspire a los

empleados y visitantes a vivir la vida según la ideología de Postobón.

El desafío fue diseñar un complejo, con espacios para cumplir diferentes funciones y propósitos, convirtiéndola en una oficina dinámica, que inspire a los empleados e invitados a compartir en un entorno colectivo

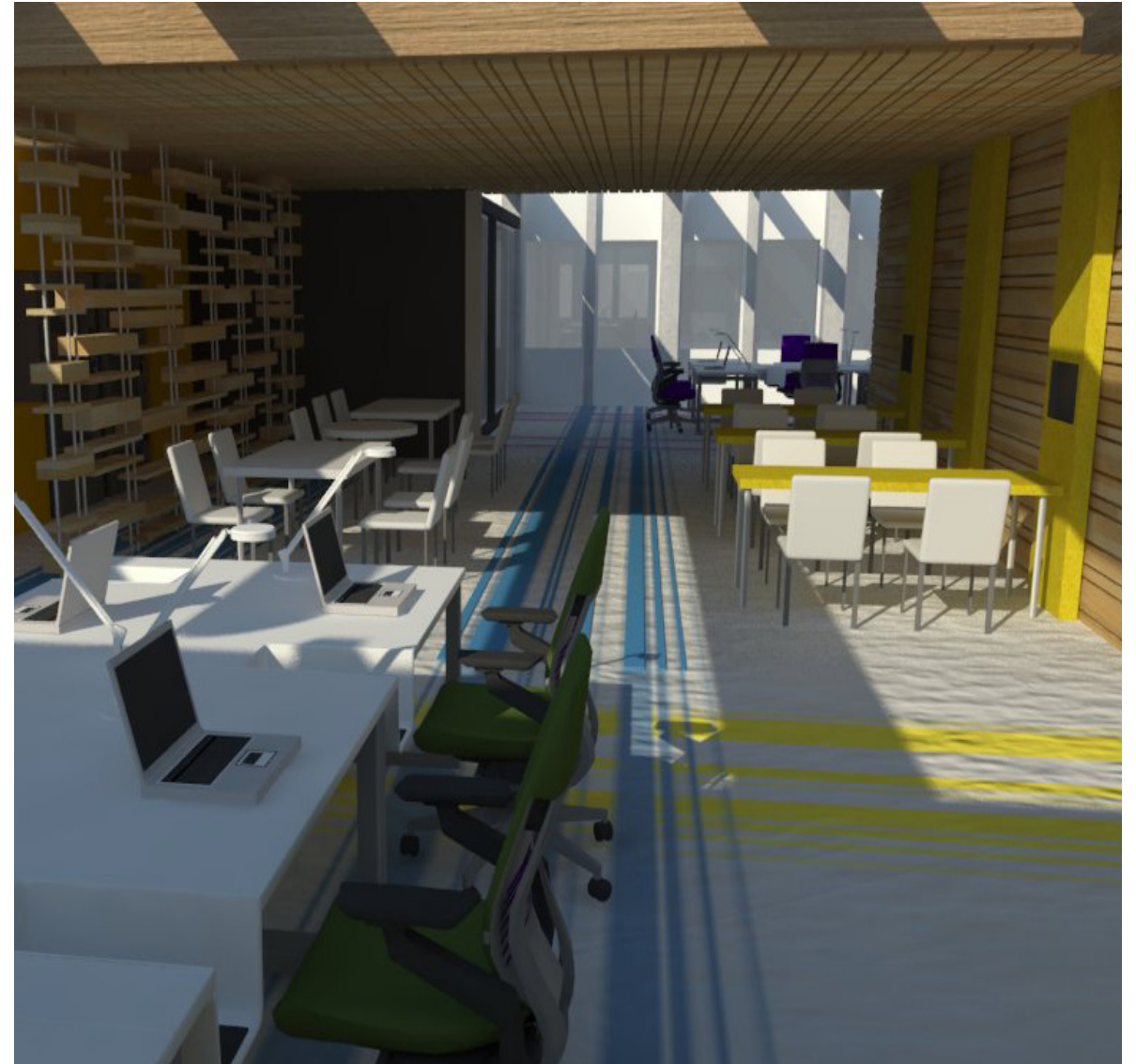


Imagen 54: render1. En esta imagen se visualiza el área de esparcimiento. Este será el espacio en donde se pretende la mayor interacción entre los empleados.



Imagen 55: render 2. En esta imagen se visualiza la recepción de la oficina del área de Recursos Humanos de la empresa Postobón. Será la primera cara amigable que el cliente y el empleado se encuentre al ingresar a las instalaciones.



Imagen 56: render 3. En esta imagen se visualiza el área de trabajo, donde se logra visualizar también el espacio de interacción y las oficinas de los gerentes de cada área.

5.5 | Planimetría

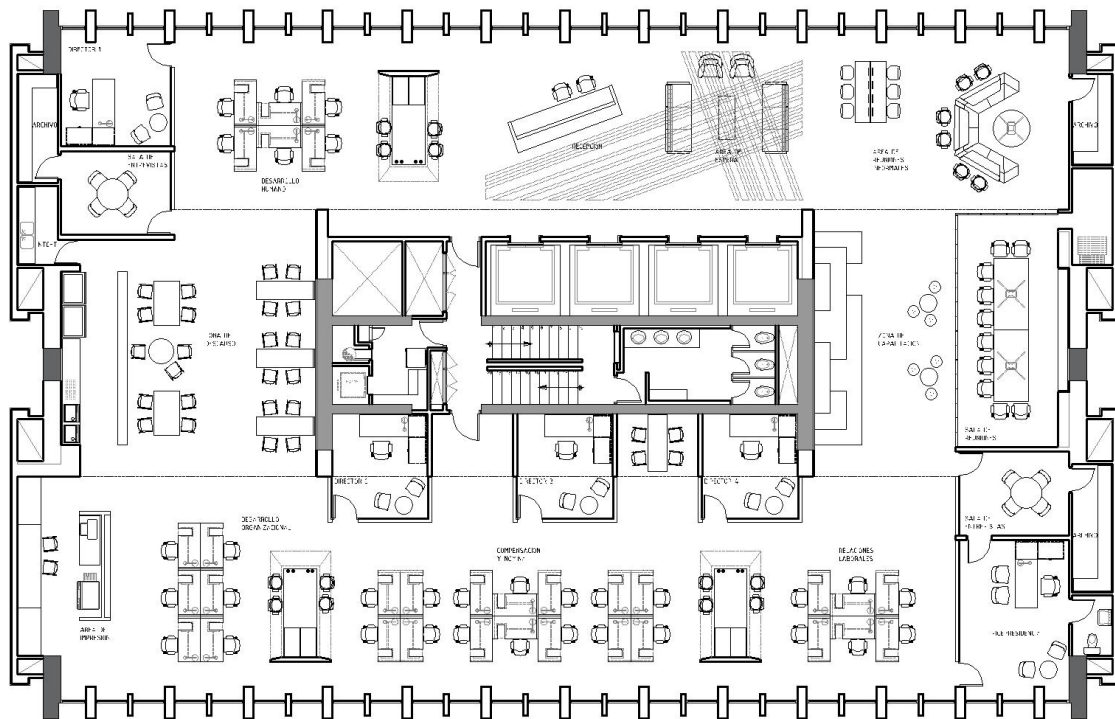


Imagen 57: planimetría general piso 21 del edificio Colteger - planta de distribución de espacios. En la imagen se ve la diferenciación de áreas de trabajo dentro del espacio. Imagen de autor.

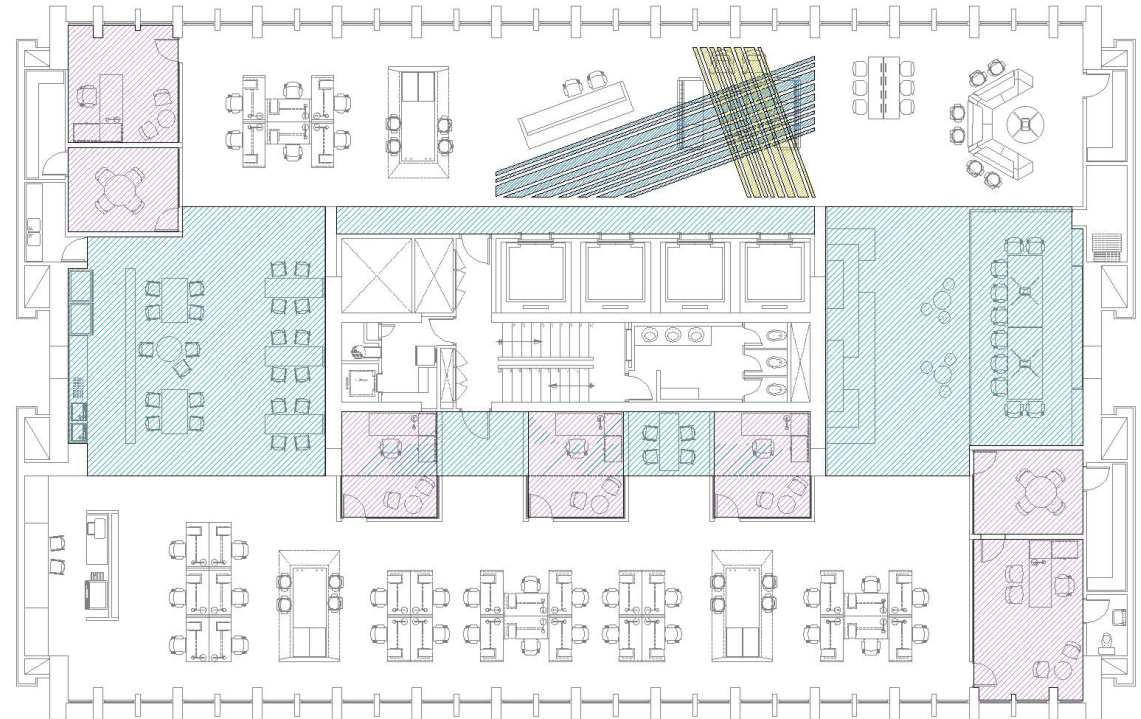


Imagen 58: planimetría general piso 21 del edificio Colteger - planta de cielos. En la imagen se ve la diferenciación de alturas que tendrán los cielos. Imagen de autor.

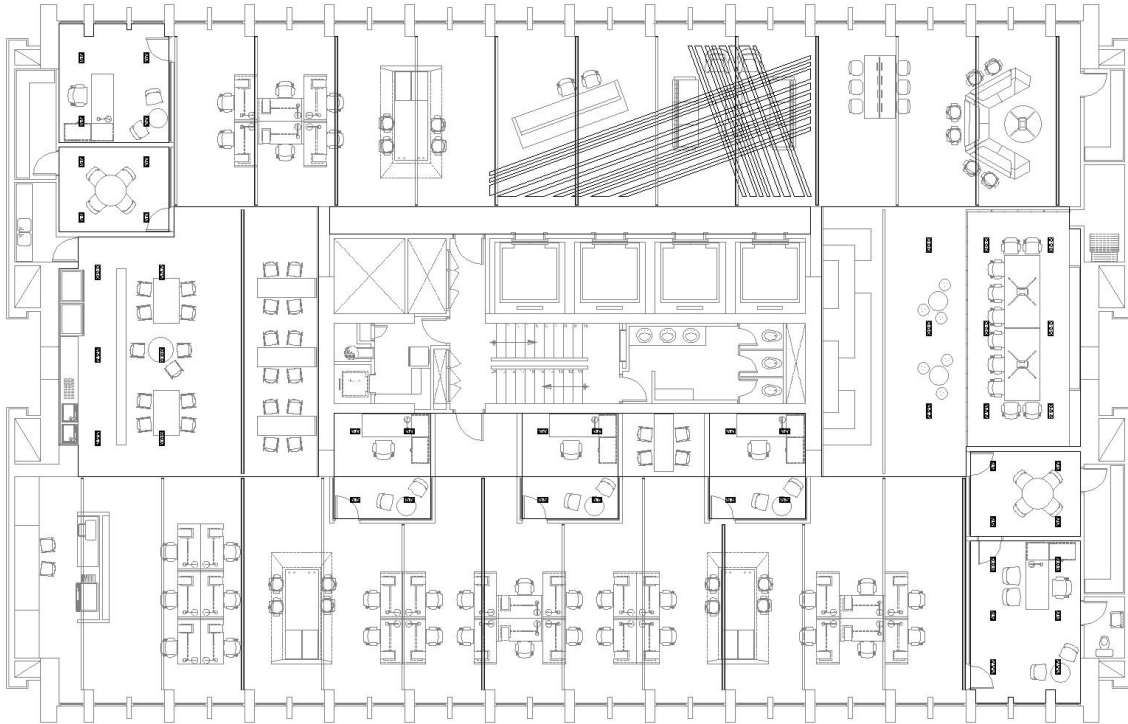


Imagen 59: planimetría general piso 21 del edificio Colteger - planta de iluminación. En la imagen se ve la distribución de luminarias propuestas. Imagen de autor.

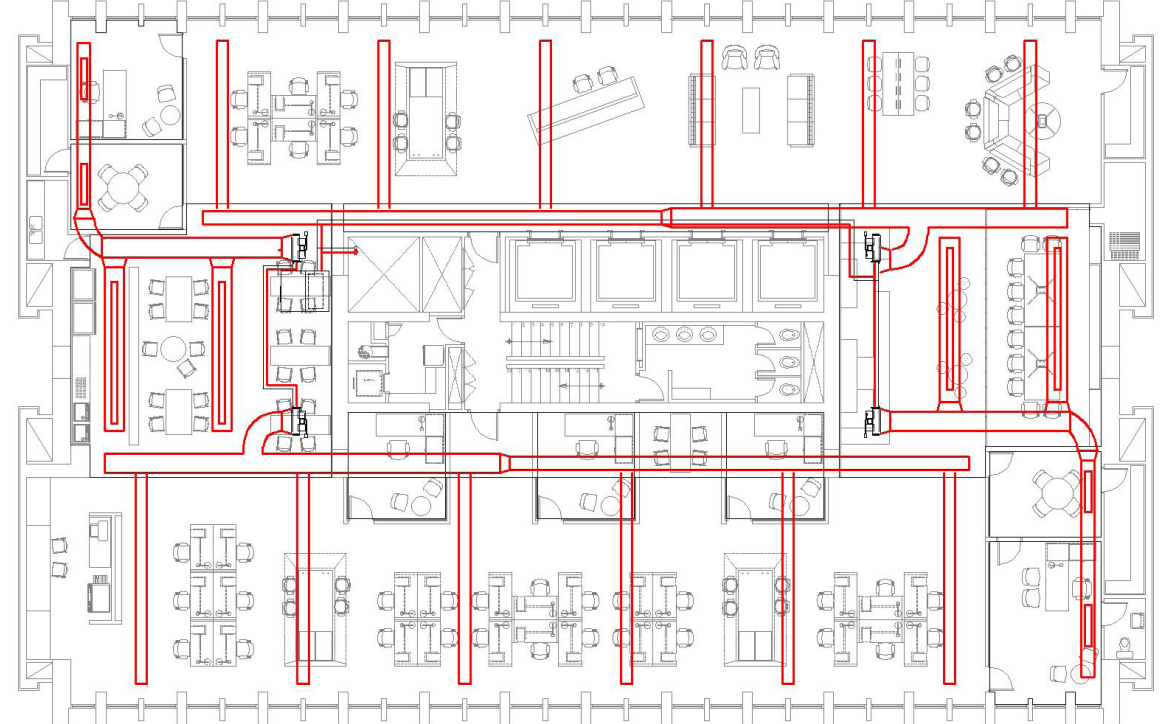


Imagen 60: planimetría general piso 21 del edificio Colteger - planta de ductos. En la imagen se ve la distribución de ductos para el aire acondicionado. Imagen de autor.

REFERENCIAS GRÁFICAS

Imagen 1: VOX Architects. Yekaterinburg, Sverdlovsk Oblast, Russia. 2016. Imagen tomada de la página web (<http://www.archdaily.com/796045/clever-park-vox-architects/>). fecha de consulta 18 de noviembre de 2017).

Imagen 2: referente conceptual de lo que se espera ver en el desarrollo del proyecto , oficinas Postobón, área de recursos humanos. Imagen de autor.

Imagen 3: aproximación diseño espacio interior oficina Postobón. Imagen de autor.

Imagen 4: Spaces Architects@ka, New Delhi, Delhi, India. 2013, formas y volumetrías como referentes. Imagen tomada de la página web (www.spacesarchitects-ka.com/). Fecha de consulta 18 de noviembre de 2017).

Imagen 5: gráfico explicativo de los componentes que se conectan en la oficina. Imagen de autor.

Imagen 6: gráfico explicativo de los procesos del Branding corporativo. Imagen de autor.

Imagen 7: gráfico explicativo de los componentes del ADN de marca. Imagen de autor.

Imagen 8: espacios nuevos con las características de abiertos, funcionales y adaptables como se ve en la imagen del centro de innovación de Bancolombia en Ciudad del Río. Imagen de autor.

Imagen 9: referente de un espacio arquitectónico bien diseñado. Centro de innovación de Bancolombia en Ciudad del Río. Imagen de autor.

Imagen 10: dimensiones antropométricas necesarias para el diseño de una sillas. Imagen tomada del libro Las dimensiones humanas en los espacios interiores. p. 44

Imagen 11: gráfico explicativo de cómo se conecta globalmente una oficina. Imagen de autor.

Imagen 12: imagen de las empleadas de una de las plantas de Postobón. Imagen tomada de la página web de la empresa: (<https://i.ytimg.com/vi/Zvn3Z-3bPZE/0.jpg/>). Fecha de consulta 23 de febrero de 2017).

Imagen 13: Postobón a través del tiempo. Imagen tomada de la página web de la empresa: (<https://i.ytimg.com/vi/Zvn3Z-3bPZE/0.jpg/>). Fecha de consulta 23 de febrero de 2017).

Imagen 14: trabajadores Postobón. Imagen tomada de la página web de la empresa: (<https://i.ytimg.com/vi/Zvn3Z-3bPZE/0.jpg/>). Fecha de consulta 23 de febrero de 2017).

Imagen 15: ilustración ubicación edificio Coltejer. Imagen tomada de la página web (<http://www.colteger.com/>). Fecha de consulta 23 de enero de 2017).

Imagen 16: edificio Coltejer, vista general- Medellín, Colombia. Imagen de autor.

Imagen 17: equipo de trabajo representado por colores. Imagen de autor.

Imagen 18: organigrama explicativo de la jerarquía de cargos en el área de gestión humana de la empresa Postobón. Imagen de autor.

Imagen 19: cultura de innovación. Gráfica explicativa de la unión en un trabajo en equipo. Imagen tomada de la página web de Postobón (<http://www.postobon.com/>). Fecha de consulta 16 de enero de 2017).

Imagen 20: un ejemplo de sistemas y subsistemas. Imagen tomada de la página web (<https://es.slideshare.net/pabloomonti/sistemas-y-subsistemas-2010/>). Fecha de consulta 17 de enero de 2017).

Imagen 21: grupo de trabajo en interacción. Imaginario del grupo de trabajo de Postobón en su rutina. Imagen tomada de la página web: (http://www.managementjournal.net/media/k2/items/cache/f4f22cc30678ed543fb0cf0f0573c909_XL.jpg/). fecha de consulta 20 de febrero de 2017).

Imagen 22: trabajadores de la empresa Postobón. Imagen tomada de la página web de la empresa: (<https://i.ytimg.com/vi/Zvn3Z-3bPZE/0.jpg/>). Fecha de consulta 23 de febrero de 2017).

Imagen 23: fabrica Postobón. Imagen tomada de la página web de la empresa: (<http://www.postobon.com/>). fecha de consulta 23 de febrero de 2017).

Imagen 24: área de esparcimiento. Mat Office en China. Imagen tomada de la página web Archdaily (<http://www.archdaily.co/co/search/projects/categories/interiores-de-oficina/country/china/offices/mat-office/year/2016/>). fecha de consulta 20 de enero de 2017).

Imagen 25: edificio Bancolombia. Imagen de autor.

Imagen 26: interior oficinas Bancolombia. Imagen de autor.

Imagen 27: sello de certificación LEED oro. Imagen tomada de la página web del Bbva (<https://www.bbva.com/es/wp-content/uploads/2016/09/ciudad-bbva-obtiene-la-certificacion-leed-oro2-e1473245937733-1920x0-c-f.jpg/>). Fecha de consulta 20 de febrero de 2017).

Imagen 28: lobby. Centro de Innovación Bancolombia. Imagen de autor.

Imagen 29: área de trabajo. Centro de innovación Bancolombia. Imagen de autor.

Imagen 30: Detalle de cielos e iluminación. In Store Media. Imagen tomada de la página web de la empresa (<http://www.in-storemedia.com/mx/>). Fecha de consulta 20 de enero de 2017).

Imagen 31: Front Desk. In Store Media. Imagen tomada de la página web de la empresa (<http://www.in-storemedia.com/mx/>). Fecha de consulta 20 de enero de 2017).

Imagen 32: área de trabajo. In Store Media. Imagen tomada de la página web de la empresa (<http://www.in-storemedia.com/mx/>).

storemedia.com/mx/. Fecha de consulta 20 de enero de 2017).

Imagen 33: área de trabajo. In Store Media. Imagen tomada de la página web de la empresa (<http://www.in-storemedia.com/mx/>. Fecha de consulta 20 de enero de 2017).

Imagen 34: silla decorativa. Imagen tomada de la página web (<http://www.tugo.com.co/>. Fecha de consulta 20 de enero de 2017).

Imagen 35: oficina Le Campus. México. Imagen tomada de la página web del lugar (<http://www.lecampus.com.mx/>. Fecha de consulta 23 de enero de 2017).

Imagen 36: imaginario interacción social. Imagen extraída del banco de imágenes Dreamstime. (<https://www.dreamstime.com/stock-illustration-silhouettes-successful-business-people-working-meeting-sketch-collection-image52009082/> Fecha de consulta 25 de febrero de 2017).

Imagen 37: los tonos marrones son el color predominante. Imagen de autor.

Imagen 38: mobiliario antiguo en tonos oscuros. Imagen de autor.

Imagen 39: los mensajes no son acordes para el público interno, este tipo de mensajes están dirigidos al público externo. Imagen de autor.

Imagen 40: logo desactualizado de Postobón. Imagen de autor.

Imagen 41: planimetría original del espacio sin ninguna intervención espacial. Imagen de autor.

Imagen 42: Logo vigente de Postobón. Imagen tomada de la página web de la empresa. (<http://www.postobon.com/> fecha de consulta 24 de febrero 2017).

Imagen 43: colores corporativos actuales. Imagen de autor.

Imagen 44: gráfica que hace referencia a la relación entre los grupos según los diferentes equipos de trabajo en el área de Recursos Humanos de la empresa Postobón. Imagen de autor.

Imagen 44: gráfico que hace referencia a la relación entre los grupos según los diferentes equipos de trabajo en el área de Recursos Humanos de la empresa Postobón. Imagen de autor.

Imagen 45: gráfica de incidencia solar, donde se ven los diferentes ángulos de asoleamiento según las fechas.

Imagen 46: planta de incidencia solar en el espacio ubicada en la oficina de Recursos Humanos de Postobón en el Edificio Colteger. Imagen de autor.

Imagen 47: isometría del espacio a intervenir, planeado inicialmente a través de un eje central que unirá las áreas de trabajo según cargos y actividades desarrolladas por equipos. Imagen de autor.

Imagen 48: Oficinas Leeser Coworkers. Referente tenido en cuenta por el diseño y el color aplicado. Imagen tomada de la página web (<http://www.archdaily.pe/pe/788457/coworks-leeser-architecture/>. Fecha de consulta 24 de enero de 2017).

Imagen 49: oficinas Space Mex. Tenidas en cuenta por sus volumetrías y contrastes. Imagen tomada de la página web (<http://http://spacemex.com/>. Fecha de consulta 24 de enero de 2017).

Imagen 50: planta de zonificación de áreas. Colorización por equipos de trabajo, ejercicio que contribuyó en la organización del proyecto.

Imagen 51: distribución de espacios y aplicación de materialidad al piso según el diseño propuesto.

Imágen 52: color del mobiliario por áreas de trabajo. Imagen de autor.

Imagen 53: selección de colores y acabados para todos los espacios. Imagen de Autor.

Imagen 54: render1. En esta imagen se visualiza el área de esparcimiento. Este será el espacio en donde se pretende la mayor interacción entre los empleados.

Imagen 55: render 2. En esta imagen se visualiza la recepción de la oficina del área de Recursos Humanos de la empresa Postobón. Será la primera cara amigable que el cliente y el empleado se encuentre al ingresar a las instalaciones.

Imagen 56: render 3. En esta imagen se visualiza el área de trabajo, donde se logra visualizar también el espacio de interacción y las oficinas de los gerentes de cada área.

Imagen 57: planimetría general piso 21 del edificio Colteger - planta de distribución de espacios. En la imagen se ve la diferenciación de áreas de trabajo dentro del espacio. Imagen de autor.

Imagen 58: planimetría general piso 21 del edificio Colteger - planta de cielos. En la imagen se ve la diferenciación de alturas que tendrán los cielos. Imagen de autor.

Imagen 59: planimetría general piso 21 del edificio Colteger - planta de iluminación. En la imagen se ve la distribución de luminarias propuestas. Imagen de autor.

Imagen 60: planimetría general piso 21 del edificio Colteger - planta de ductos. En la imagen se ve la distribución de ductos para el aire acondicionado. Imagen de autor.

BIBLIOGRAFÍA

- ANTÚNEZ, Miguel. Funcionalidad en la oficina. (Artículo en internet) <http://www.fasaworld.es/blog/funcionalidad-en-la-oficina-o-como-decorar-de-la-manera-adecuada/> (Fecha de consulta: 14 de diciembre de 2016)
- CAPRIOTTI, Paul. *Branding corporativo. Fundamentos para la gestión estratégica de la identidad corporativa*. Santiago de Chile: Ed Libros de la empresa, 2009. p. 273
- CREACION EMPRESAS, plan de viabilidad. (artículo en internet) <http://www.creacionempresas.com/plan-de-viabilidad/que-es-un-plan-de-empresa-viabilidad/organizacion-y-recursos-humano> (fecha de consulta 14 de diciembre de 2016).
- GUTIÉRREZ, Liliana. Centro Innovación Bancolombia (Artículo internet) <http://www.studiosur.net/proyectos/centro-innovacion-bancolombia/> (Fecha de consulta: 14 de Diciembre de 2016)
- KOTLER, Phillip; LANE, Kevin. *Dirección de Marketing*. Duodécima edición. México: Pearson Educación, 2006. p. 816
- LIGA POSTOBÓN, gobierno corporativo. (artículo en internet) <http://www.postobon.com/la-compania/quienes-somos> (fecha de consulta 14 de diciembre de 2016)
- MARTÍNEZ, Ileana. Corporativo In store media. (Artículo en internet) <http://www.arquired.com.mx/arq/design/in-store-media-disenado-space-arquitectura/> (Fecha de consulta: 14 de diciembre de 2016)
- PAREDES, Cristina. *La biblia de los materiales para el diseño y la construcción*. Barcelona: Lexus, 2013.p. 924
- POSTOBÓN, compañía. (artículo en internet) <http://www.postobon.com/la-compania/quienes-somos> (fecha de consulta 14 de diciembre de 2016).
- POSTOBÓN, deportes. (artículo en internet) <http://www.ligapostobon.com.co/deportes/team-manzana-postobon-es-una-realidad-152293> (fecha de consulta 22 de enero de 2017)
- POSTOBÓN, quiénes somos. (artículo en internet) <http://www.postobon.com/la-compania/quienes-somos> (fecha de consulta 14 de diciembre de 2016)
- RIAÑO, Mauricio. (artículo en internet) <http://www.metrocuadrado.com/noticias/actualidad/40-anos-del-mito-de-la-lanzadera-gigante-1466> (fecha de consulta 14 de diciembre de 2016).
- ROMERO, Iván Darío. Dirección General Bancolombia (Artículo en internet) <http://blog.360gradosenconcreto.com/edificio-direccioin-general-bancolombia-proyecto-leed-en-colombia/> (Fecha de consulta: 14 de diciembre de 2016).
- SIERRA, Juan Felipe. Bancolombia enfrenta retos digitales desde su Centro de Innovación. (Artículo internet) <http://www.elcolombiano.com/negocios/bancolombia-crea-su-futuro-desde-centro-de-innovacion-BC4664074> (Fecha de consulta: 14 de diciembre de 2016)
- SMITH, Allan. Steelcase showcases office concept product ideas to make workers think better (Artículo de Internet). Tomado de: <http://www.steelcase.com/press-releas.es/>. Fecha de consulta: enero de 2017
- UNIÓN EUROPEA. *Vivarivum: Criterios para la planificación, programación, diseño y construcción de viveros, centros y hoteles de empresa*. Barcelona: Servicios Integrales de Artes Gráficas, Mayo 2015. p. 283
- VAN MEEL, Juriaan. *Como planificar los espacios de oficinas: Guía práctica para directivos y diseñadores*. Barcelona: Editorial Gustavo Gili, 2014. p. 144
- VECINO, Jose Manuel. (artículo en internet) <http://www.degerencia.com/articulo/importancia-del-area-de-gestion-humana-para-la-empresa>(fecha de consulta 22 de enero de 2017)
- WIKIPEDIA, Centro Coltejer. (artículo en internet) http://https://es.wikipedia.org/wiki/Centro_Coltejer (fecha de consulta 18 de diciembre de 2016).
- WIKIPEDIA, Recursos Humanos. (artículo en internet) https://es.wikipedia.org/wiki/Recursos_humanos#cite_ref-2 (fecha de consulta 22 de enero del 2017).
- ZELNIK, Martin y PANERO, Julius. *Las dimensiones humanas en los espacios interiores*. Barcelona: Editorial Gustavo Gili, 2014. p. 320
- ZUMTHOR, Peter. *Atmósferas: Entornos arquitectónicos- Las cosas a mi alrededor*. Barcelona: Gustavo Gili, S.A. 2006. p. 6

POSTURA PERSONAL



Andrés Peláez

*Arquitecto.
Universidad Pontificia Bolivariana.
Medellín, Colombia.*

Después de culminar esta etapa, donde pasé por varias ramas de la arquitectura interior, puedo decir que mi mirada hacia esta es completamente nueva y diferente. La arquitectura está netamente ligada a los sentidos, esta debe transmitir, generar experiencias en los usuarios, debe evocar recuerdos, emociones.

Apropiarse de los entornos, hacer crear conciencia a partir de la forma como se habita un espacio, vivir como se quiere y estimular constantemente, es realmente fácil a partir de la memoria, por un intento constante de sorprender a través de la arquitectura, colocar en sintonía todos los sentidos de quien habita ese espacio y lograr emocionar.

Es ahí cuando la arquitectura se convierte en una reflexión material sobre la condición humana, para permitir creaciones integrales que nacen desde la sensibilidad emocional y que surgen en medio de una innegable búsqueda por generar atmósferas que conmuevan, lograr hacernos más humanos, mirar con más detalle las reacciones del cuerpo, preocuparnos más por el individuo como parte esencial del espacio y pensar con más detalle cada uno de los elementos que componen un paisaje interior.

Es así como puedo concluir que la arquitectura es nada más y nada menos que de gustos y emociones, de amor y pasión por lo que se hace, entendiendo que el interiorismo es una mezcla de infinidad de disciplinas y fue un placer poder involucrarme en cada una de ellas, ya que siento un gran interés por el diseño aparte de la arquitectura, el diseño gráfico, el industrial, las artes plásticas, la poesía, el branding, siento que ya hacen parte de mi vida y sé que de ahora en adelante los aplicaré en mis proyectos.



Clara Montoya

*Comunicadora Gráfica Publicitaria.
Universidad de Medellín.
Medellín, Colombia.*

Analizar un entorno arquitectónico solo por su materialidad y funcionalidad significa perder de vista la cualidad estética que es la que le permite tener un significado, un sentido más profundo, y aunque el término de la estética no se mencione a través de los capítulos trabajados en esta investigación, si es un valor implícito en su desarrollo, ya que intentamos darle a la arquitectura un sentido más allá de los sentidos.

Para que usted pueda comprender mi punto de vista, es importante contar que los grandes filósofos, maestros y arquitectos en la historia de las bellas artes y la arquitectura, dedicaron parte de su obra a estudiar sobre este tema.

“Para Zumthor la atmósfera es una categoría estética. En su libro *Atmósferas*, el arquitecto permite al lector entender el papel que juega esta categoría en su obra y qué significa para él”¹.

En el texto, el autor habla de la atmósfera como esa sensibilidad que generan los espacios bien contruidos, ambientes que merecen tener el adjetivo de lo que significa ser bello. Por lo tanto, para crear entornos con tal sentido, es imprescindible, indagar, conocer, explorar e investigar, como método y herramienta para encontrar la magia de un espacio.

1. ZUMTHOR, Peter. *Atmósferas, Entornos Arquitectónicos - Las cosas a mi alrededor*. Barcelona: Editorial Gustavo Gili, S.L, 2006.3p Cita Breve



Claudia González

Arquitecta.
UNIVERSIDAD RAFAEL URDANETA.
Maracaibo, Venezuela.

Para mí esta especialización fue una experiencia donde hemos aprendido a entender lo tangible y lo intangible, recorrimos diferentes ramas de la arquitectura, tocando temas nuevos donde nos dieron herramientas que ayudaron a abrir nuestras mentes más allá de lo existente, para darnos cuenta que la arquitectura simplemente es parte de la imaginación de cada uno, donde los sentidos conforman un fragmento primordial del diseño y que existe algo en común dentro de todas nuestras ideas y diseños.

De esta forma, comenzamos a entender que existe algo más profundo dentro de esta rama, por medio de la cual podemos expresar sensaciones, sentimientos y vivencias, las cuales podemos hacer percibir al mundo de miles de maneras. Tenemos la capacidad de crear a partir de nuestra imaginación, razón por la cual compartimos la carrera más diversa y dinámica que existe.



Juan Camilo Rivas

Diseñador Visual
Fundación Universitaria Bellas Artes.
Medellín, Colombia.

Cuando abrimos la mente a nuevas experiencias, hacemos un paralelo entre lo que vemos, oímos, tocamos, olemos, saboreamos y algo muy importante es lo que sentimos.

La arquitectura interior me hizo aprender que en la vida siempre enfocamos inconscientemente nuestra atención a las “cosas” que nos recuerden nuestras experiencias personales a través del tiempo; lo cual al juntar la mente racional de arquitectos y la curiosidad estética de diseñadores, hicimos que nacieran espacios creados a partir de un análisis profundo de la relación de los sentidos, la arquitectura, el yo y el entorno, enriqueciendo nuestra propia experiencia para sentir la arquitectura de tal modo que crear sea una mera consecuencia de nuestro sentir y más aún lograr generar en otros esa percepción corpórea y espiritual.



