

CONCEPTUALIZACIÓN



El Grupo de Investigación en Arquitectura, Urbanismo y Territorio (GIAUT) es un grupo de investigación joven que pretende desarrollar investigaciones que contribuyan al pensamiento crítico en las áreas de la arquitectura, el urbanismo y el ordenamiento del territorio.

El diseño del signo distinto parte del acrónimo del Grupo de Investigación en Arquitectura, Urbanismo y Territorio (GIAUT). Asume la tipología de colores y las tipografía propuesta en el concepto de imagen corporativa trabajado para la Facultad: colores gris plateado y amarillo

La tipografía, *sans serif* y geométrica, basada en las figuras básicas (circulo, cuadrado y triángulo) hablan de la búsqueda de la sencillez y la perfección.

1. IMAGEN CORPORATIVA DE LA FACULTAD DE ARQUITECTURA

EL DISEÑO DEL
IMAGOTIPO ASUME
COMO PUNTO DE
PARTIDA LA PROPUESTA
TIPOGRÁFICA DISEÑADA
PARA LA FACULTAD



2. RECEPTOR

¿A qué tipo de población están orientados los contenidos y productos del Grupo de Investigación?

- Cualquier tipo de población puede ser un receptor de los contenidos y productos de GIAUT, pues se propende por una visión transdisciplinar y multi-escalar que atañe a todo tipo de paisajes culturales

3. EMISOR

Según la teoría de los arquetipos de la personalidad de Jung, ¿cuál cree que se aproxima más a tu propia personalidad

ORIENTACIÓN A LAS PERSONAS

ORDEN/CONTROL



CAMBIO

ORIENTACIÓN AL PROPIO INDIVIDUO

CAMBIO *

EL MAGO. El mago suele ser muy carismático. Tienen una creencia verdadera en sus ideas y desean compartirlas con otros. A menudo son capaces de ver las cosas de una manera completamente diferente a otros tipos de personalidad y pueden usar estas percepciones para aportar ideas y filosofías transformadoras al mundo.

- Objetivo: comprender las leyes fundamentales del universo. Miedo: consecuencias negativas no deseadas. Debilidad: convertirse en un manipulador o egoísta. Talento: transformar la experiencia cotidiana de la vida de las personas al ofrecer nuevas formas de ver las cosas.

EL REBELDE. Cuando el rebelde ve algo en el mundo que no funciona, intenta cambiarlo. A los rebeldes les gusta hacer las cosas de manera diferente. Sin embargo, a veces los rebeldes pueden abandonar algunas buenas tradiciones solo por un ansia de reforma. Los rebeldes pueden ser carismáticos y animar fácilmente a otros a seguirlos en su búsqueda de la rebelión. Meta: derribar lo que no funciona. Miedo: ser incapaz de lograr un cambio. Debilidad: llevar su rebelión demasiado lejos y obsesionarse con ella. Talento: tener ideas grandes e indignantes e inspirar a otros a unirse a ellos.

- EL BUFÓN. Le encanta animar una fiesta con humor y trucos, sin embargo, tienen un alma profunda. Quieren hacer felices a los demás y con frecuencia pueden usar el humor para cambiar las percepciones de las personas. A veces, sin embargo, el bufón usa el humor para cubrir su propio dolor.

ORDEN Y CONTROL *

EL GOBERNANTE. Le encanta tener el control. A menudo tienen una visión clara de lo que funcionará en una situación determinada. Creen que saben lo que es mejor para un grupo o comunidad y pueden frustrarse si otros no comparten su visión. Sin embargo, generalmente tienen los intereses de los demás en el corazón, incluso si en ocasiones sus acciones son erróneas. Meta: crear una familia o comunidad próspera y exitosa. Miedo: el caos, ser socavado o derrocado. Debilidad: ser autoritario, incapaz de delegar. Talento: responsabilidad, liderazgo.

- EL CREADOR. Ha nacido para crear algo que aún no existe. Odia ser un simple consumidor pasivo, prefiriendo crear su propio entretenimiento. Los creadores suelen ser artistas o músicos, aunque se pueden encontrar en casi cualquier área de trabajo. Un estímulo para sacar a la luz su talento innato. Objetivo: crear cosas de valor duradero. Miedo: no crear nada importante. Debilidad: perfeccionismo y bloqueos creativos causados por el miedo de no ser excepcional. Talento: creatividad e imaginación.

EL INOCENTE. A veces son criticados por ser soñadores ingenuos. Sin embargo, su actitud positiva y personalidad despreocupada puede elevar a otros como un soplo de aire fresco. El inocente siempre trata de ver lo bueno en el mundo y busca el lado positivo en cada situación. Meta: ser feliz. Miedo: ser castigado por hacer algo malo. Debilidad: confiar demasiado en los demás. Talento: fe y apertura mental.

ORIENTACIÓN A LAS PERSONAS *

- EL AMANTE. Busca la armonía en todo lo que hace. Le resulta difícil lidiar con los conflictos y puede tener dificultades para defender sus propias ideas y creencias frente a personas más asertivas. Objetivo: estar en una relación armónica con las personas, el trabajo y el entorno que aman. Miedo: sentirse no deseado o no amado. Debilidad: deseo de complacer a otros en riesgo de perder su propia identidad. Talento: pasión, aprecio y diplomacia.

- EL AMIGO. Representa a aquellos que son confiables, realistas y honestos. Algunas personas pueden describirlos como un poco negativos a veces. El amigo siempre está buscando pertenencia en el mundo y puede unirse a muchos grupos y comunidades para encontrar un lugar donde encajar. Objetivo: pertenecer. Miedo: quedarse fuera o sobresalir de la multitud. Debilidad: puede ser un poco demasiado cínico. Talento: honesto y abierto, pragmático y realista.

- EL CUIDADOR. Está lleno de empatía y compasión. Desafortunadamente, otros pueden explotar su buena naturaleza para sus propios fines. Los cuidadores deben prestar más atención a cuidarse a sí mismos y aprender a decir no a las demandas de los demás. Meta: ayudar a los demás. Miedo: ser considerado egoísta. Debilidad: ser explotado por otros. Talento: compasión y generosidad.

ORIENTACIÓN AL PROPIO INDIVIDUO *

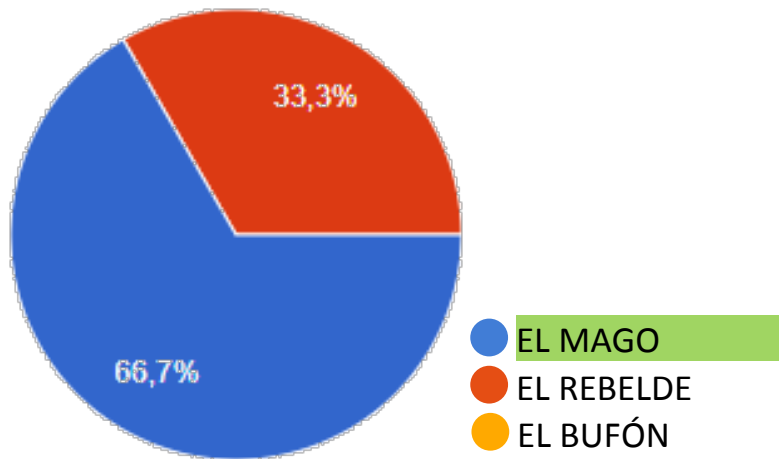
- EL SABIO. El sabio valora las ideas por encima de todo. Sin embargo, a veces se sienten frustrados por no poder saber todo sobre el mundo. Los sabios son buenos oyentes y, a menudo, tienen la capacidad de hacer que las ideas complicadas sean fáciles de entender para otros. A menudo se pueden encontrar en los roles de enseñanza. Meta: usar la sabiduría y la inteligencia para entender el mundo y enseñar a otros. Miedo: ser ignorante o ser percibido como un estúpido. Debilidad: no puede tomar una decisión porque cree que nunca tiene suficiente información. Talento: sabiduría, inteligencia y curiosidad.

- EL EXPLORADOR. El explorador nunca es feliz a menos que experimente emociones nuevas de forma más o menos constante. Puede disfrutar visitando diferentes países o puede estar feliz de aprender sobre nuevas ideas y filosofías. Sin embargo, le resulta difícil establecerse en un trabajo o una relación durante demasiado tiempo, a menos que el trabajo o la relación le permita conservar su libertad para explorar. Objetivo: experimentar la mayor cantidad de vida posible en una vida. Miedo: quedar atrapado o verse obligado a conformarse. Debilidad: deambular sin rumbo e incapacidad para aferrarse a las cosas. Talento: ser fiel a sus propios deseos y una sensación de asombro.

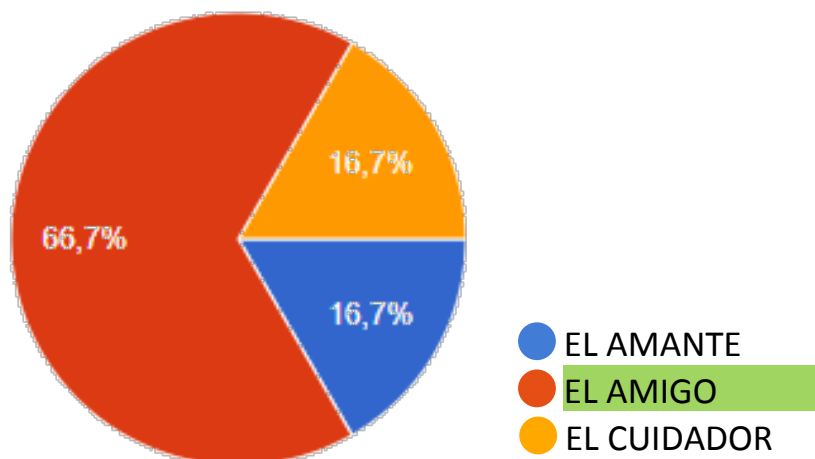
- EL HÉROE. El héroe se esfuerza ser fuerte y defender a los demás. Pueden sentir que tienen un destino que deben cumplir. Los héroes son valientes en su búsqueda de justicia e igualdad y se enfrentarán incluso a las fuerzas más poderosas si piensan que están equivocados. Objetivo: ayudar a los demás y proteger a los débiles. Miedo: ser percibido como débil o asustado. Debilidad: arrogancia, siempre necesitando otra batalla para luchar contra ella. Talento: competencia y coraje.

3. EMISOR

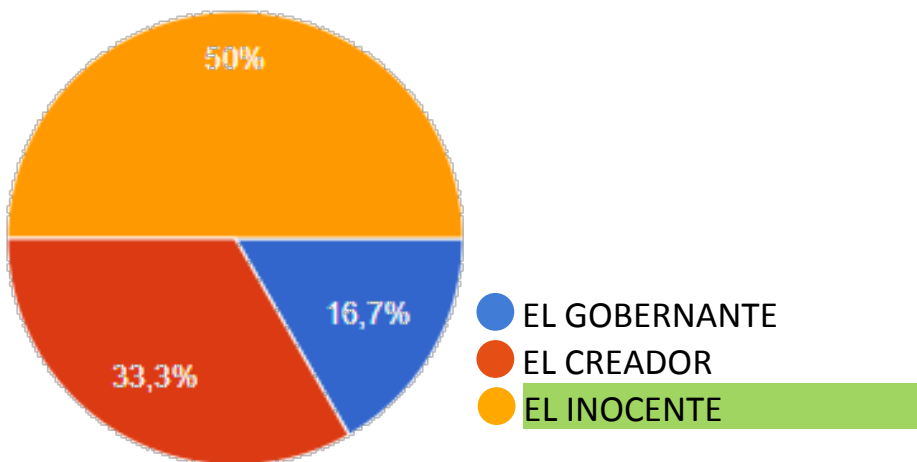
CAMBIO



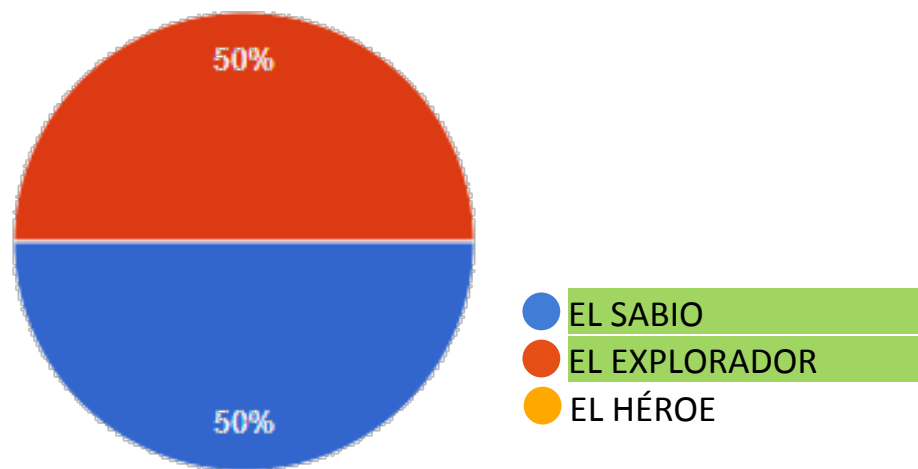
ORIENTACIÓN A LAS PERSONAS



ORDEN Y CONTROL



ORIENTACIÓN AL INDIVIDUO PROPIO

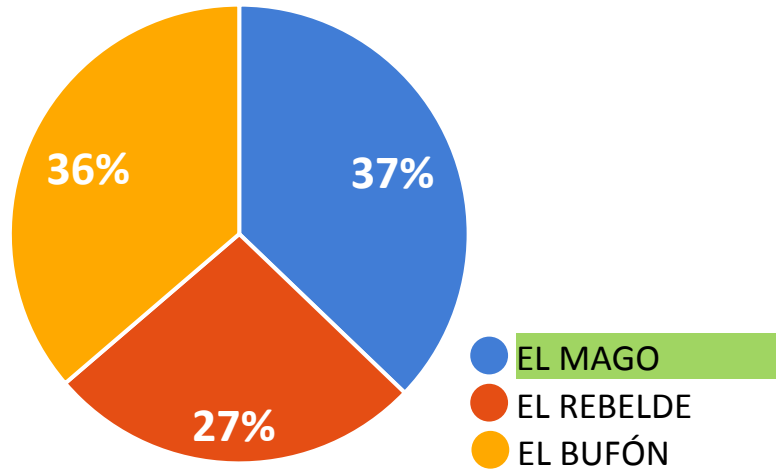


Así nos vemos:
(eso pensamos)

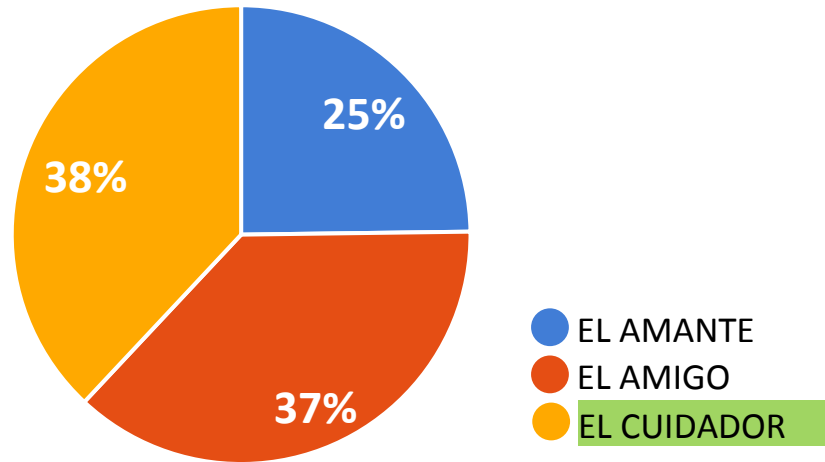
**Sabios
Inconformes,
soñadores,
carismáticos,
confiables**

3. EMISOR

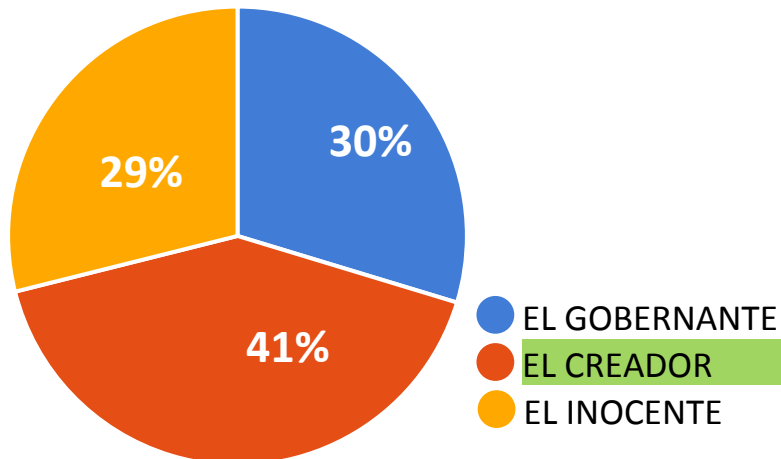
CAMBIO



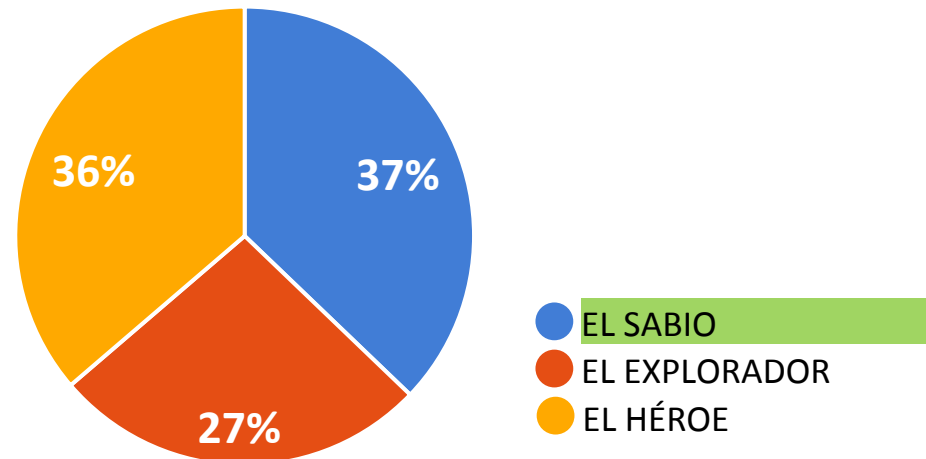
ORIENTACIÓN A LAS PERSONAS



ORDEN Y CONTROL



ORIENTACIÓN AL INDIVIDUO PROPIO



Así somos:
(según el test de Jung)

**Sabios
Creativos
carismáticos
empáticos**

3. EMISOR

PROCESO DE DISEÑO

SUJETO	ARQUETIPO	PUNTUACIÓN ALCANZADA	PUNTUACIÓN MÁXIMA	% DE PUNTUACIÓN
S1	Creador	10	12	83%
	Amigo	9	12	75%
	Sabio	8	12	67%
	Héroe	7	12	58%
	Amante	7	12	58%
	Gobernante	7	12	58%
	Cuidador	6	12	50%
	Rebelde	6	12	50%
	Bufón	6	12	50%
	Mago	6	12	50%
	Inoncente	5	12	42%
	Explorador	4	12	33%

Así somos:
[según el test de Jung]

Sabios
Creativos
carismáticos
empáticos

Se procesaron 6
sujetos de 9 posibles
en el momento
(2020-1)

PROCESO DE DISEÑO

3. EMISOR

	ARQUETIPO	PUNTUACIÓN ALCANZADA	PUNTUACIÓN MÁXIMA	% DE PUNTUACIÓN
Cambio	Mago	57	84	10%
	Rebelde	33	84	6%
	Bufón	53	84	9%
Orientación a las personas	Cuidador	54	84	9%
	Amigo	48	84	8%
	Amante	26	84	4%
Orden/control	Creador	60	84	10%
	Gobernante	53	84	9%
	Inocente	42	84	7%
Orientación al propio individuo	Sabio	65	84	11%
	Explorador	47	84	8%
	Héroe	46	84	8%
		584	1008	100%

Así somos:
(según el test de Jung)

Sabios
Creativos
carismáticos
empáticos

Se procesaron 7
sujetos de 8 posibles
en el momento
(2020-1)

GRIS PLATA

práctico y precioso, moderno, personal y elegante, técnico



NARANJA

diversión, exotismo, sociabilidad,
juvenil, no convencional,

Así somos:
(según el test de Jung)

**Sabios
Creativos
carismáticos
empáticos**

**VERIFICA LA AFINIDAD
CON LOS COLORES DE
LA FACULTAD**

5. CREACIÓN COMPARTIDA



PROCESO DE DISEÑO

PARA EL DISEÑO DEL SIGNO DISTINTIVO SE ESTABLECIÓ UN PROCESO COLABORATIVO A PARTIR DE LA CONCEPTUALIZACIÓN INICIAL. DESDE EL INICIO SE ENTENDIÓ QUE EL ACRÓNIMO ERA UNA ESTRATEGIA PERTINENTE, EN ESE SENTIDO, PROBAR LA TIPOGRAFÍA DISEÑADA CON LA CADENA “GIAUT” SIRVIÓ INCLUSO PARA PERFILAR LAS FORMAS Y PROPORCIONES DE ALGUNOS CARACTERES. POR EJEMPLO: I, U, M, W.

5. CREACIÓN COMPARTIDA

REDEFINIDOS LOS CARACTERES SE HICIERON VARIACIONES EN EL DISEÑO Y REALIZÓ UNA ENCUESTA DE ACEPTACIÓN

Creación de imagen de GIAUT

docs.google.com/forms/d/e/1...

Aplicaciones Arquitectura y urba... Otros marcadores

Creación de imagen de GIAUT

Formulario para compartir ideas dentro del proceso de creación del signo distintivo de GIAUT

*Obligatorio

Dirección de correo electrónico *

Tu dirección de correo electrónico

A)

B)

C)

Creación de imagen de GIAUT

docs.google.com/forms/d/e/1FAIp...

Aplicaciones Arquitectura y urba... Otros marcadores

CONCEPCIÓN DEL SIGNO DISTINTIVO

El Grupo de Investigación en Arquitectura, Urbanismo y Territorio (GIAUT) es un grupo de investigación joven que pretende desarrollar investigaciones que contribuyan al pensamiento crítico en las áreas de la arquitectura, el urbanismo y el ordenamiento del territorio.

El diseño del signo distintivo parte del acrónimo del Grupo de Investigación en Arquitectura, Urbanismo y Territorio (GIAUT). Asume la tipología de colores y la tipografía propuesta en el concepto de imagen corporativa trabajado para la Facultad: colores gris plateado y naranja.

La tipografía, sans serif y geométrica, basada en las figuras básicas (círculo, cuadrado y triángulo) hablan de la búsqueda de la sencillez y la perfección.

En cuanto al uso de colores, se elige uno de la gama naranja porque expresa diversión, exotismo, sociabilidad, juventud y se asocia a lo no-conventional. Por su parte el gris plateado suele asociarse con lo práctico y precioso, moderno, personal, elegante y técnico.

¿En qué medida le parece apropiado el concepto?

1 2 3 4 5

poco apropiado ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ muy apropiado

Argumente su respuesta anterior *

Tu respuesta

De las variantes presentadas, ¿Cuál le resulta mejor?

☐ Variante A

☐ Variante B

☐ Variante C

De la opción elegida por usted, ¿Qué elementos le agradan más? ¿Por qué? *

Creación de imagen de GIAUT

docs.google.com/forms/d/e/1FAIp...

Aplicaciones Arquitectura y urba... Otros marcadores

De la opción elegida por usted, ¿Qué elementos le agradan más? ¿Por qué? *

Tu respuesta

De la opción elegida por usted, ¿Qué elementos le agradan menos? ¿Por qué? *

Tu respuesta

¿En qué medida cree que esta imagen puede ser representativa del grupo de investigación? *

1 2 3 4 5

☐ ☐ ☐ ☐ ☐

Argumenta su respuesta anterior *

Tu respuesta

¿Desea agregar algún comentario? *

Tu respuesta

☐ Envíame una copia de mis respuestas.

Enviar

5. CREACIÓN COMPARTIDA

REDEFINIDOS LOS CARACTERES SE HICIERON VARIACIONES EN EL DISEÑO Y REALIZÓ UNA ENCUESTA DE SATISFACCIÓN

Creación de imagen de GIAUT - F x

docs.google.com/forms/d/16Dt...

Aplicaciones Arquitectura y urba... Otros marcadores

Creación de imagen de GIAUT

Preguntas Respuestas 7

CONCEPCIÓN DEL SIGNO DISTINTIVO

¿En qué medida le parece apropiado el concepto?

7 respuestas

Medida	Respuestas	Porcentaje
1	0	0%
2	0	0%
3	0	0%
4	2	28,6%
5	5	71,4%

Argumente su respuesta anterior

7 respuestas

-
- Es pertinente la estrategia de usar el acrónimo, que es fácil de recordar.
- Representa los valores del grupo de investigación
- Describe y detalla las especificidades del programa, y la imagen que quiere proyectar
- Apropiado por que considera las escalas del espacio desde el área de estudio del grupo.
- Es interesante la composición de color y llama la atención

Creación de imagen de GIAUT - F x

docs.google.com/forms/d/16Dt...

Aplicaciones Arquitectura y urba... Otros marcadores

Creación de imagen de GIAUT

Preguntas Respuestas 7

De las variantes presentadas, ¿Cuál le resulta mejor?

7 respuestas

Variante	Respuestas	Porcentaje
Variante A	2	28,6%
Variante B	5	71,4%
Variante C	0	0%

De la opción elegida por usted, ¿Qué elementos le agradan más? ¿Por qué?

7 respuestas

- Las líneas verticales que dividen o le dan una pausa a cada palabra que define el tema central del grupo
- Los tres son variantes de una idea anterior, pero el esquema del texto | ARQUITECTURA | URBANISMO | TERRITORIO | me parece más sobrio
- La separación con punto lleno. Correspondencia geométrica
- Que los tres conceptos no están tan separados por ningún elemento
- Son todos iguales solo varía la sedación espacial entre las categorías. el círculo como separador es la diferencia.
- En verdad las siglas son muy interesantes, los elementos que separan Arquitectura, Urbanismo y Territorio, "I" de las tres opciones me parece la mejor lograda



OPCIÓN MÁS VOTADA

5. CREACIÓN COMPARTIDA

REDEFINIDOS LOS CARACTERES SE HICIERON VARIACIONES EN EL DISEÑO Y REALIZÓ UNA ENCUESTA DE SATISFACCIÓN

Creación de imagen de GIAUT - F x

docs.google.com/forms/d/16Dt...

Aplicaciones Arquitectura y urba... Otros marcadores

Creación de imagen de GIAUT

Preguntas Respuestas 7

De la opción elegida por usted, ¿Qué elementos le agradan menos? ¿Por qué?

7 respuestas

N/a

Ninguno

Ninguno.

La separación con puntos

Son todos iguales solo varia la sedación espacial entre las categorías. Los colores hacen pesado el diseño.

La que lleva el guión medio

¿En qué medida cree que esta imagen puede ser representativa del grupo de investigación?

7 respuestas

Medida	Respuestas	Porcentaje
1	0	0%
2	0	0%
3	0	0%
4	2	28.6%
5	5	71.4%

Argumenta su respuesta anterior

7 respuestas

Creación de imagen de GIAUT - F x

docs.google.com/forms/d/16Dt...

Aplicaciones Arquitectura y urba... Otros marcadores

Creación de imagen de GIAUT

Preguntas Respuestas 7

Argumenta su respuesta anterior

7 respuestas

Identidad- color

La simplicidad se ajusta a la visión compartida que se tiene de la arquitectura. Los colores tienen que ver con la juventud del colectivo profesoral y, al mismo tiempo, la seriedad

Representa los intereses del grupo de investigación

Representa el concepto de lo que busca el grupo de investigación

Apropiado por que considera las escalas del espacio desde el área de estudio del grupo.

Es una composición agradable

¿Desea agregar algún comentario?

7 respuestas

N/A

no

Ninguno

Ninguno

Grupo de Investigación en Arquitectura, Urbanismo y Territorio (GIAUT - S) SUSTENTABLES

Interesante la elección del color y la forma

Referencias

- Atarama-Rojas, T., Castañeda-Purizaga, L., & Agapito-Mesta, C. (2017). Los arquetipos como herramientas para la construcción de historias: Análisis del mundo diegético de “intensamente”. *Ámbitos Revista Internacional de Comunicación*.
- Castro, S. (2018). Personalidad de marca: Los 12 arquetipos de Carl Jung. Mercado Negro.
<https://www.mercadonegro.pe/branding/personalidad-de-marca-los-12-arquetipos-de-carl-jung/>
- García Jara, R., Araujo Medina, L., Vega Barbosa, J., Trillos Celis, J. H., Méndez Amaya, J. A., & Ramirez Martinez, J. E. (2020). Programa Pi-e Aliado: Ruta de Desarrollo Tecnológico e Innovación.
- García Jara, R., Vega-Barbosa, J., Araujo Medina, L., Trillos Celis, J. H., & Ramírez Martínez, J. E. (2020). Ruta de Innovación: Programa Propiedad Industrial para emprendedores Pi-e Aliado Fase Diagnóstico. Universidad Santo Tomás. Villavicencio
- Kapferer, J.-N. (2008). The New Strategic Brand Management: Creating and Sustaining Brand Equity Long Term (4.a ed.). Kogan Page
- Jung, C. G. (1988): *Arquetipos e inconsciente colectivo*. Barcelona: PAIDOS IBERICA.
- Psicología del Color. (2020). Psicología por colores [Psicología del Color]. *Psicología del Color*.
<https://www.psicologiadelcolor.es/psicologia-por-colores/>