

CONCEPTUALIZACIÓN



Proyección Social
FACULTAD DE ARQUITECTURA

Compromiso e Impacto social
Territorio - Sostenibilidad

El isologo para el área de Proyección Social de la Facultad de Arquitectura, busca representar mediante la geometría básica de una mano el espíritu cooperativo y social, así como el compromiso con los problemas propios de la comunidad y el territorio, representados por el espacio negativo en forma de perfil de ciudad.

1. IMAGEN CORPORATIVA DE LA FACULTAD DE ARQUITECTURA



Proyección Social
FACULTAD DE ARQUITECTURA

Compromiso e Impacto social
Territorio - Sostenibilidad

De la tipología de colores pensados para la Facultad de Arquitectura, se asume solo el gris plateado (práctico y precioso, moderno, personal y elegante, técnico); no así la gama naranja, que es sustituida por el azul, asociado a la sabiduría, la integridad y la fidelidad, además de ser —según Eva Heller (*)— el color más apreciado por las personas.

La tipografía, *sans serif*, hablan de la búsqueda de la sencillez y la perfección.

2. RECEPTOR

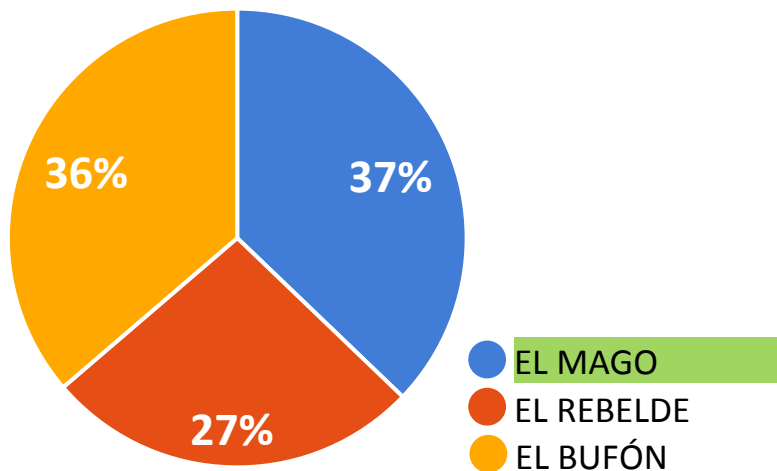
¿A qué tipo de población están orientados los contenidos y productos del Grupo de Investigación?

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

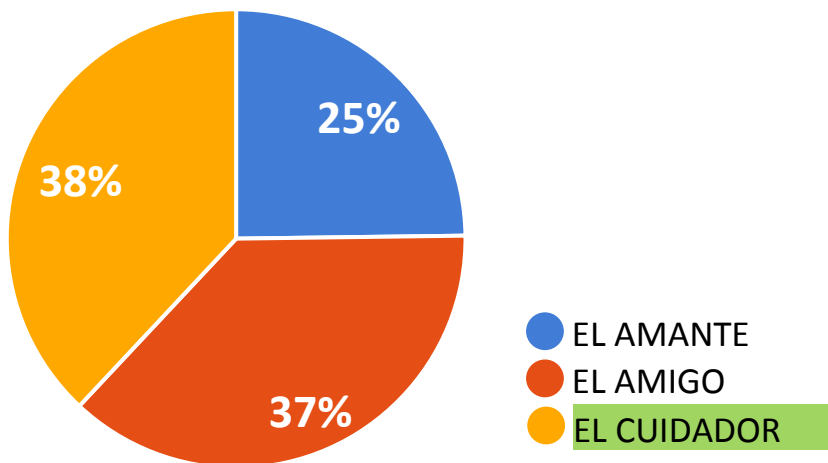
(*) Heller, Eva (2008). Psicología del Color. Barcelona: Gustavo Gilli

3. EMISOR

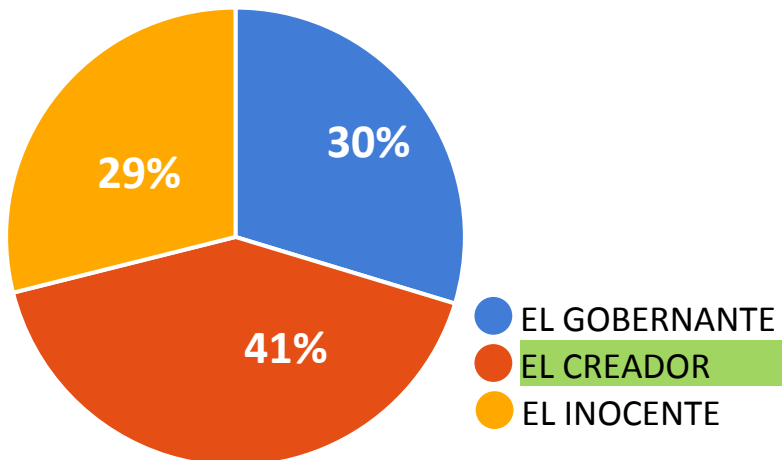
CAMBIO



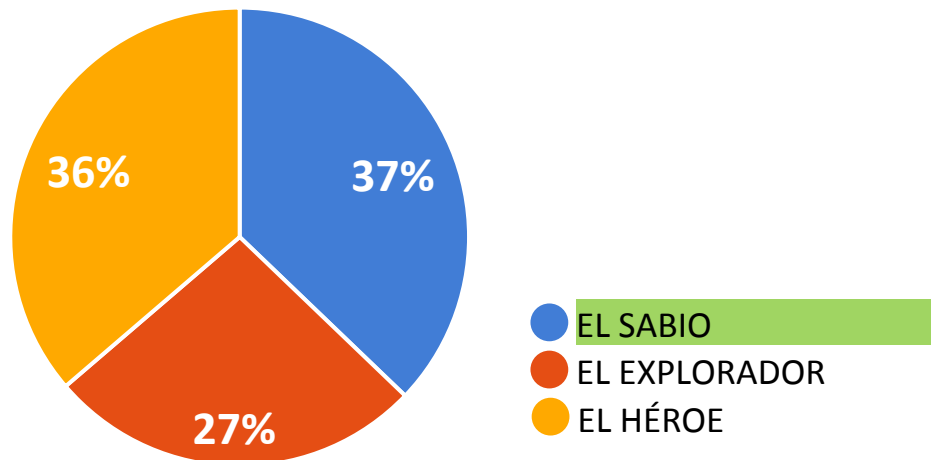
ORIENTACIÓN A LAS PERSONAS



ORDEN Y CONTROL



ORIENTACIÓN AL INDIVIDUO PROPIO



Así somos:
(según el test de Jung)*

Sabios
Creativos
carismáticos
Empáticos

*Información obtenida
previamente en el
trabajo de creación del
signo distintivo de
GIAUT

4. PSICOLOGÍA DEL COLOR



Proyección Social
FACULTAD DE ARQUITECTURA

Compromiso e Impacto social
Territorio - Sostenibilidad

AZUL

Sabiduría, integridad y sinceridad.

GRIS PLATA

práctico y precioso, moderno, personal y elegante, técnico

Así somos:
(según el test de Jung)

Sabios
Creativos
carismáticos
empáticos

**Se realiza una
selección oportuna
de colores
propuestos para la
identidad de la
facultad**



Proyección Social
FACULTAD DE ARQUITECTURA

Compromiso e Impacto social
Territorio - Sostenibilidad

PARA EL DISEÑO DEL SIGNO DISTINTIVO SE ESTABLECIÓ UN PROCESO COLABORATIVO ENTRE LA DIRECCIÓN DE LA FACULTAD Y EL COORDINADOR DE PROYECCIÓN SOCIAL, ASUMIENDO EL CONCEPTO INICIAL Y LOS RESULTADOS DE LOS TEST DE JUNG REALIZADOS AL PROFESORADO PREVIAMENTE.

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/>