

## INTERVENCIÓN SEÑALÉTICA DE ESPACIOS PÚBLICOS

El diseño señalético tiene una función social. Informa y orienta al público usuario a través de textos, pictogramas, organigramas, para una adecuada dinámica en el espacio. La funcionalidad del diseño señalético se complementa con los signos de la identidad institucional o empresarial, de modo que la comunicación es asumida explícitamente por la instancia corporativa, como parte de su proyecto de relaciones humanas y servicios.

Todo proyecto de señalética comienza por estudiar el espacio en el cual va a intervenir, para po-

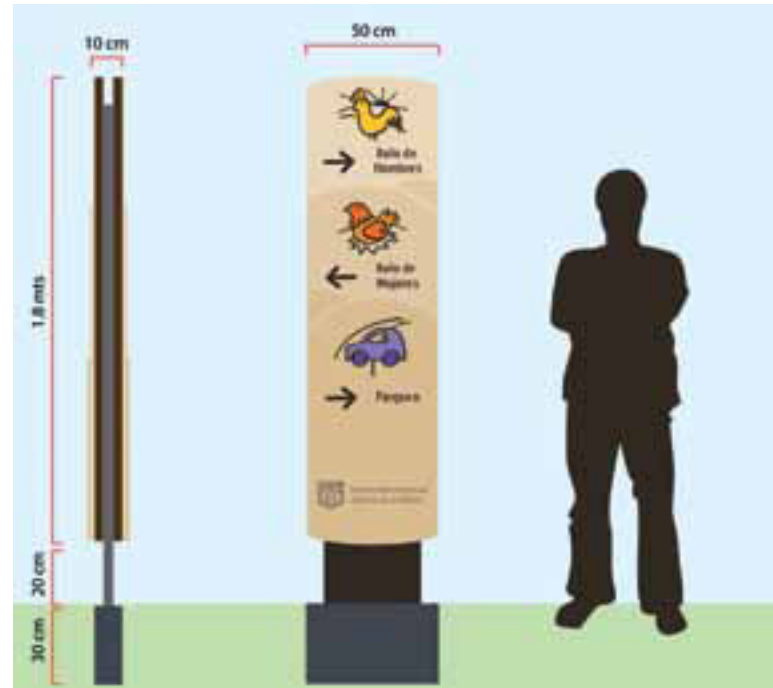
der definir el diseño conceptual, funcional y formal de las relaciones que se establecen entre la gente, el espacio y los puntos de interés. A través de los signos gráficos se propone un determinado modelo de orientación en el espacio que, a su vez, influirá en el comportamiento de los usuarios, en sus desplazamientos y accesos. En consecuencia, los efectos prácticos se conjugan con los efectos de educación ciudadana.

En la especialidad de Diseño Gráfico los proyectos de señalética se aplican a espacios urbanos, institucionales, comerciales, edu-

cativos, hospitalarios, de recreación, etc. Toda zona de interacción humana y de contextualización del ser / actuar humano en un espacio social requiere de la identificación de los lugares y de la orientación para una movilización funcional. Son las premisas de la elaboración del proyecto, pasando por las etapas de organización, información y realización. Los proyectos que se presentan a continuación reflejan la importancia de este marco estratégico. Asimismo, ponen de manifiesto la contribución del lenguaje y del tratamiento gráfico.



Señalética realizada para el Distrito de Magdalena del Mar. Por [Christian Uceda](#)



Señalética realizada para La Universidad Nacional Agraria la Molina  
Por [Stephanie Leidinger](#)

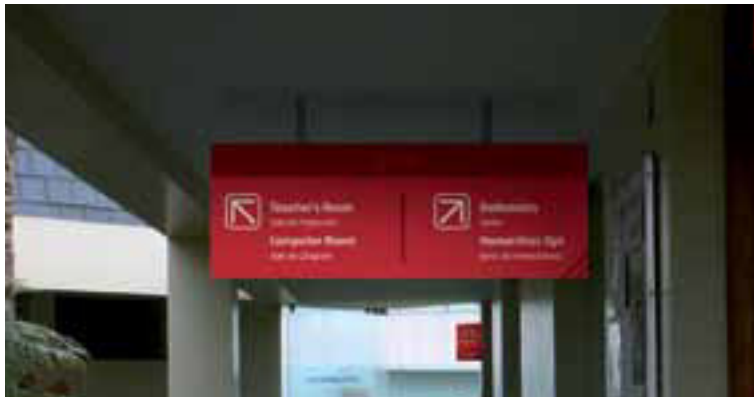


Señalética realizada para el colegio Markham College.  
Por [Jieying Li](#)

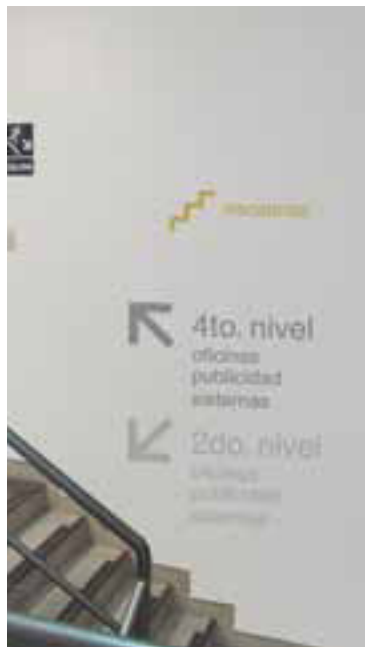
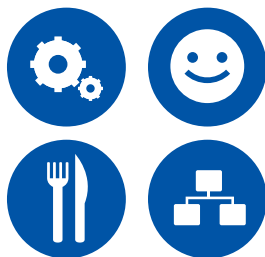




Señalética realizada para el colegio Cambridge.  
Por **Pietro Hadzich**.



Señalética realizada para Schroth Corporación Papelera.  
Por **Rodrigo de la Piedra**.





Gimnasia



Gimnasio



Ballet



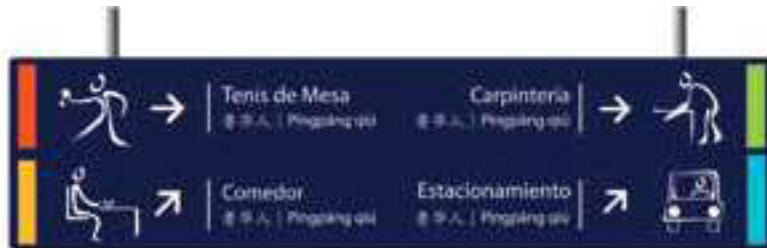
Cafeteria



Sala de Profesores



Aulas



Señalética realizada para el Colegio JUAN XIII.  
Por [Valeria Chiuyare](#)



## DISEÑO DE FERIAS

La feria es un evento empresarial y social, con una arquitectura efímera, cuya configuración depende de los objetivos del evento y de la imagen a transmitir. La identificación de las necesidades es el punto de partida para la organización de su espacio / tiempo. Su dinámica cuenta con un diseño que integra stands, mapas, escenarios para actividades, estructuras para la promoción. Las presentaciones consisten en la exhibición y promoción de marcas y productos y en actividades varias. Su organización está orientada hacia acciones rentables, en las cuales la participación del factor humano es esencial. Desde la representación de una

empresa, como actividad de marketing, hasta el paseo de compras no convencional o las negociaciones exitosas, la variedad de las funciones de una feria requiere de un diseño que asegure la dinámica prevista y aporte a la identidad e imagen tanto del evento como de las empresas participantes.

El diseño de una feria, con sus instalaciones y su dinámica, es un trabajo de equipo, en el cual intervienen varias competencias profesionales. El diseñador gráfico participa específicamente con el diseño de la identidad e imagen, aplicado a los stands, los escenarios y otras estructuras (servicios, señalética, display) así como con el diseño de la infor-

mación y comunicación. Para los estudios de diseño del curso de **Perfeccionamiento bajo Tutoría** del 5º año se ha tomado la decisión de realizar el ejercicio del proyecto integral del diseño de la feria, desde el concepto hasta la maqueta y el plan de actividades. Se trata de contar con la visión global del evento, de su espacio y de sus actividades, para mejor enfocar el diseño y la producción gráfica de los signos de identidad, imagen y dinámica de la feria. A continuación, se introducen algunos de los proyectos de feria propuestos este año.

2011

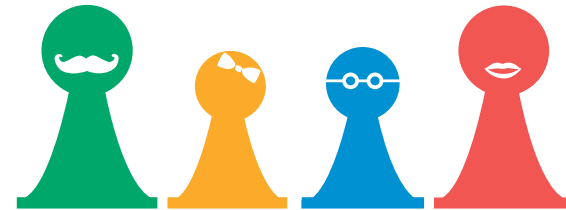
# LIMA TOY FAIR



¿DÓNDE? ¿CUÁNDO? ¿CÓMO?

cuadra 26





## JUEGOS DE MESA

### 1º FERIA INTERNACIONAL

Feria

#### JUEGOS DE MESA

Valeria Chiuyare  
Pietro Hadzich  
Stephanie Leidinger  
Adriana Mendiola  
Diana Morillo

Se propuso crear una feria internacional de Juegos de Mesa. La idea principal del espacio fue convertir la misma feria en un tablero de juego de mesa, ambientando el espacio con piezas gigantes características del rubro.

Los stands son ocupados por las empresas que fabrican juegos de

mesa como Mattel, Hasbro, Lego, Imaginarium, MB Games, Parker Brothers, etc.

Se busca que sea un lugar interactivo y creativo donde se pueda jugar los juegos de mesa que se promocionan. El público objetivo es integrado por familias en general.



### EL CABALLO

El caballo es una de las piezas más especiales del AJEDREZ ya que tiene la habilidad de poder saltar sobre las demás y moverse en forma de "L".

El ajedrez, además, fue inventado en el siglo XVIII como forma de practicar estrategias de guerra.

Todos ganamos en familia.

**JUEGOS DE MESA**  
1ª FERIA INTERNACIONAL

DEL 23 DE ABRIL AL 30 DE MAYO // EXPLANADA SUR DEL ESTADIO MONUMENTAL

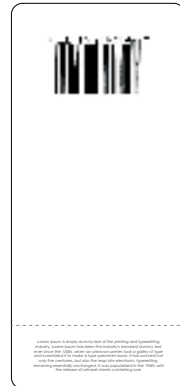


**JUEGOS DE MESA**  
1ª FERIA INTERNACIONAL

**ADULTO**

BOLETA N. 10  
EXPLANADA SUR DEL ESTADIO MONUMENTAL  
DEL 23 DE ABRIL AL 30 DE MAYO

**102943**





# 1<sup>ERA</sup> FERIA LUMA VINTAGE

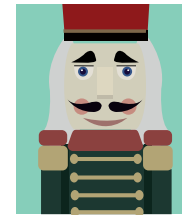
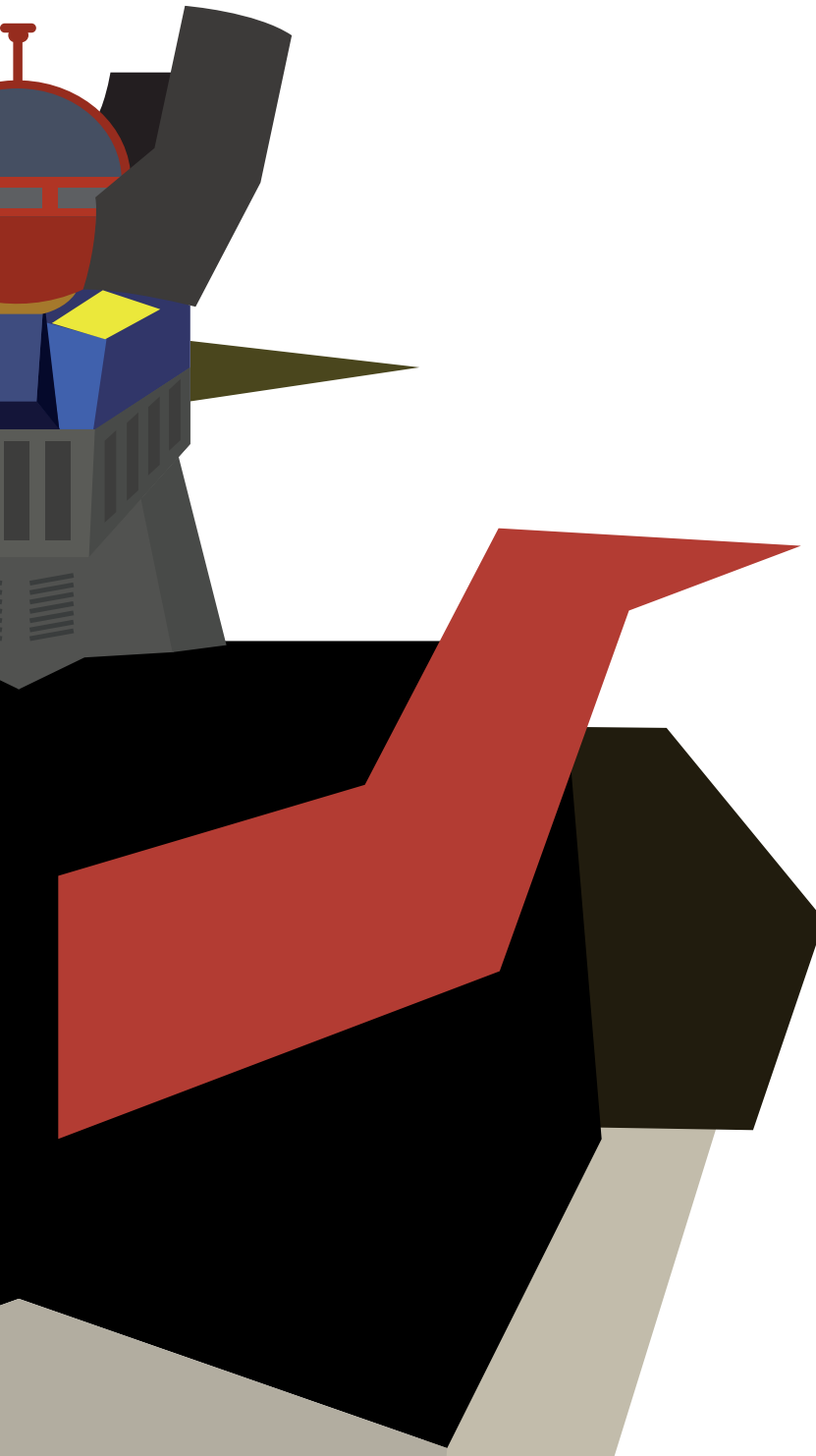
## Feria VINTAGE

Rocío Santos  
Pierina Mutsumura  
Kaori Asato  
Mabel Lanyi

El proyecto plantea un producto nuevo en el rubro de eventos con una feria sui géneris, una feria llena de moda, colecciones y diseño de objetos de culto. Es una Feria Vintage que tiene un mercado seguro en la ciudad actual, ya que sus productos pertenecen a la memoria colectiva del público.

Se evoca un ambiente que rememora las décadas pasadas, desde los años 20's hasta el presente. La feria es un aporte de cultura a la sociedad con estos productos de antaño pero nuevamente manufacturados, con la belleza y el estilo propios del Vintage.





# 5ta Feria de juguetes

# RETRO

## Feria JUGUETES

Christian Uceda  
Axel Muñoz  
Gerardo Rojas  
Luciana Rodriguez

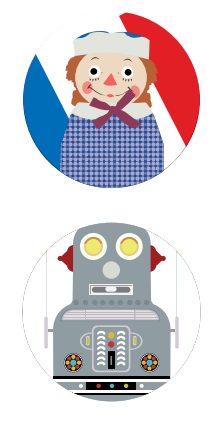
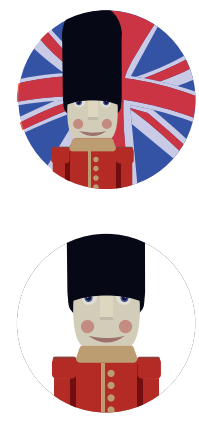
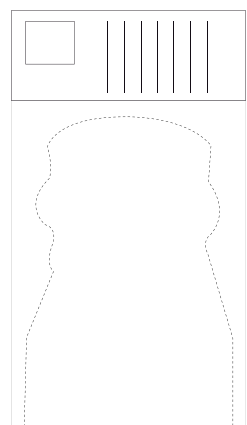
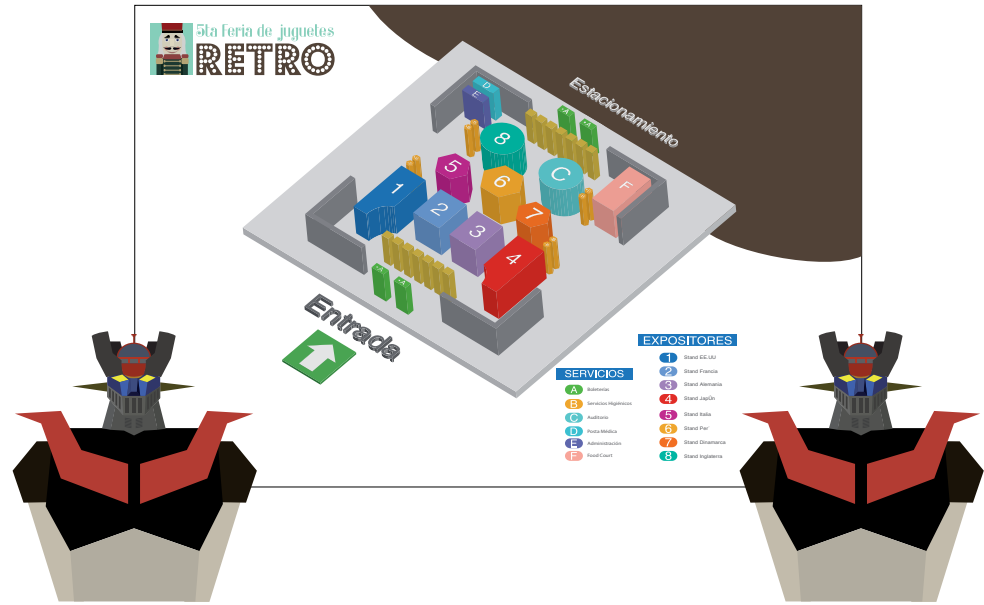
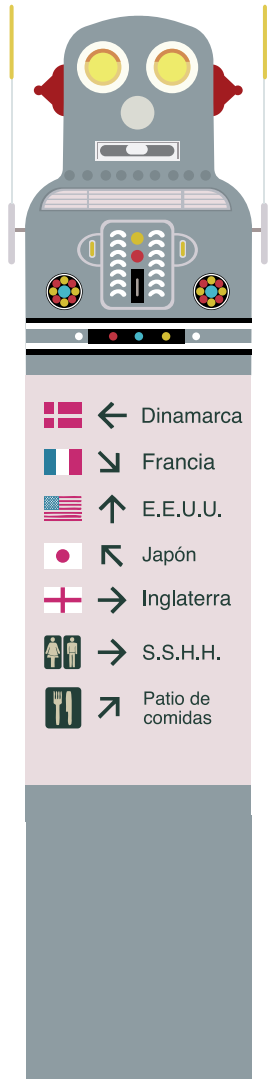
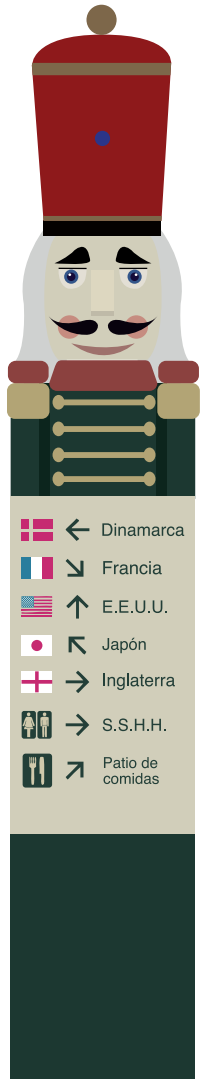
La Marca Feria de Juguetes Retro fue creada con el fin de promover y hacer una oda a la venta de juguetes que hicieron historia en décadas anteriores y que recordamos hasta el día de hoy, desde la famosa pieza de Lego hasta las nuevas tecnologías como son las consolas de juegos virtuales y juguetes con chips electrónicos.

Estarán presentes aquellos juguetes que, ya sea por su popularidad o por lo que significaron en nuestra infancia, deberíamos

recordar. Todos estos juguetes estarán a la venta en la feria y en nuevas ediciones, conservando las formas tradicionales.

El objetivo general es que los clientes perciban la Feria, no sólo como un espacio de tiendas con productos de alta calidad, vinculados a un legado cultural, sino como un lugar que interactúa con ellos, en la medida de que pueden utilizar los juguetes y consolas sin necesidad de comprarlos.







# UNDER GROUND

FERIA DE CONTRACULTURAS

## Feria Underground

Estefanía Li  
Cindy Cuadros  
María Inés Sotillo

El concepto sobre el que se ha elaborado la Feria Underground es el de crear un espacio en que se celebre la diversidad de identidades y gustos del público general. La Feria Underground ha sido desarrollada para convocar a los diversos grupos que disfrutan de las contraculturas y satisfacer sus necesidades de consumo alrededor de sus gustos específicos. Para esto, la feria ha creado espa-

cios comerciales y de entretenimiento y servicios especialmente desarrollados para cada una de las contraculturas que se considerarán importantes y numerosas. La aplicación del diseño desarrollado para la Feria Underground toma en cuenta las piezas gráficas fundamentales tales como el logotipo, los afiches, el cronograma y diversas piezas de merchandising.

**UNDERGROUND**  
FERIA DE CONTRACULTURAS

Del **7**  
al **13**  
de **MAYO**

**CONCURSO DE BAILE**  
hora 11:00pm

**CONCURSO DE ATUENDOS**  
hora 8:00pm

**PELÍCULA**  
Proyección de Película.  
hora: 9:00pm.

**11 DÍA**  
**POP-RETRO**  
DE MAYO

Asociación: **YAMAHA** *Coca-Cola* **BEMBRAS** **Punera**

**UNDERGROUND** 9/05 **DÍA REGGEEAE**

**UNDERGROUND** 10/05 **DÍA METALGOTH**



**UNDERGROUND**  
FERIA DE CONTRACULTURAS

Inicio

Tickets

Lugar

Comida

Conciertos

Programa

Inicio

Inicio

**blur**

Inicio



## INTERVENCIÓN GRÁFICA DE EDIFICIOS

El edificio es el resultado de un proyecto arquitectónico en el cual se hace presente la acción de muchos factores, que corresponden al conjunto situacional de la construcción. Cuál es su propósito, para quién es, qué pretende ser, tener, significar, comunicar, dónde se ubica y cómo interactúa con su entorno, qué tipo de diálogos entabla con los usuarios y con los no usuarios: he aquí preguntas frecuentes que encuentran respuestas en las decisiones arquitectónicas y en los sistemas funcionales que hacen de cada edificio un espacio adecuado para las actividades humanas. En convergencia

con el diseño arquitectónico y las pautas de construcción e implementación de estructuras y servicios, el diseño gráfico aporta nuevos elementos a la propuesta estructural y funcional. Aporta elementos expresivos y discursivos, que inciden en la personalidad del espacio, que informan, sugieren, plantean lecturas afectivas, juegan, intervienen con formas, ritmos, colores, iconos, escenas. El edificio se vuelve un escenario que invita a las personas a desempeñar ciertos roles, a recibir información, a experimentar ciertos estados de ánimo. Se trata de una tendencia con una larga historia.





La intervención mural con sus funciones decorativas o didácticas data de la antigüedad y nunca se ha interrumpido. Hoy en día las técnicas y recursos son de los más variados. Asimismo, el enfoque de la intervención, pero siempre hay una constante: la expresión de la identidad. La intervención gráfica de los edificios, en exteriores o interiores, de tipo artístico o informativo, decorativo o funcional, formal o informal, remite siempre a una identidad que se quiere mostrar a la gente.

Los ejercicios gráficos de intervención de edificios son muy variados. Un ejemplo interesante de los estudios de diseño realizados en 2011 es la intervención gráfica del edificio Tinkuy de Servicios Estudiantiles PUCP, que ha pasado ya de proyecto a realidad.

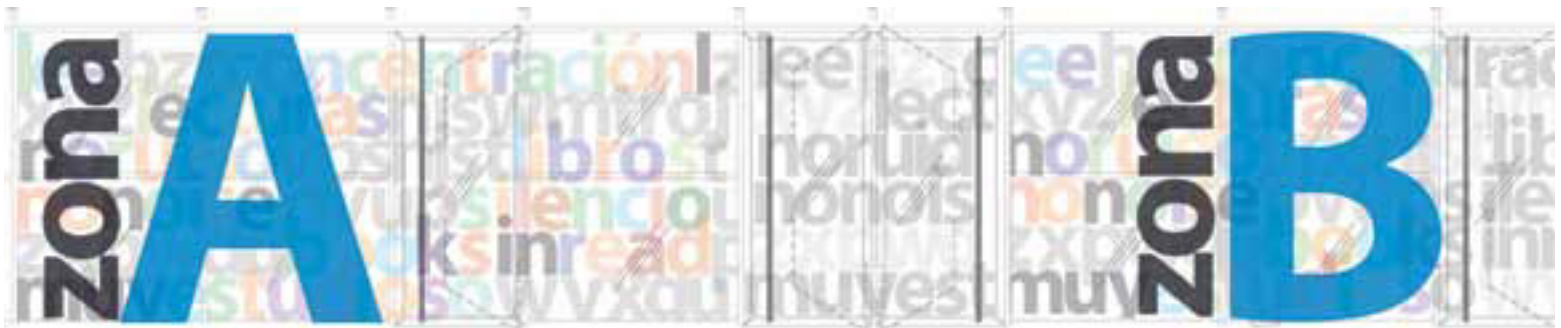
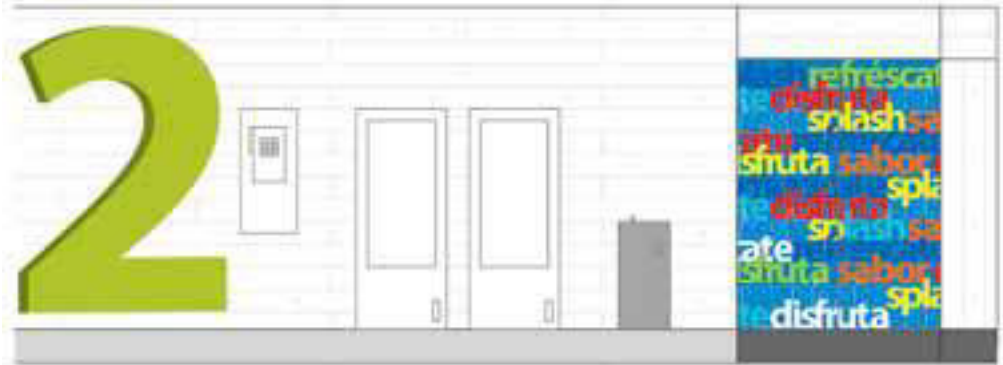


## INTERVENCIÓN GRÁFICA DE EDIFICIOS

Grupo ganador  
Proyecto Tinkuy

Natalie Taghiof  
Juan Carlos Gambini  
Jesús Fuentes

“La línea a seguir o el estilo, es proponer mediante el uso de la tipografía, un juego de palabras que indique los servicios que encontraremos en el edificio. Esto es formar con las palabras frases que refuercen y acompañen la señalética del lugar dándole un sentido lúdico y diverso, en color, para que el público interactúe logrando un efecto de movimiento y planos diversos en el diseño de la estructura.”



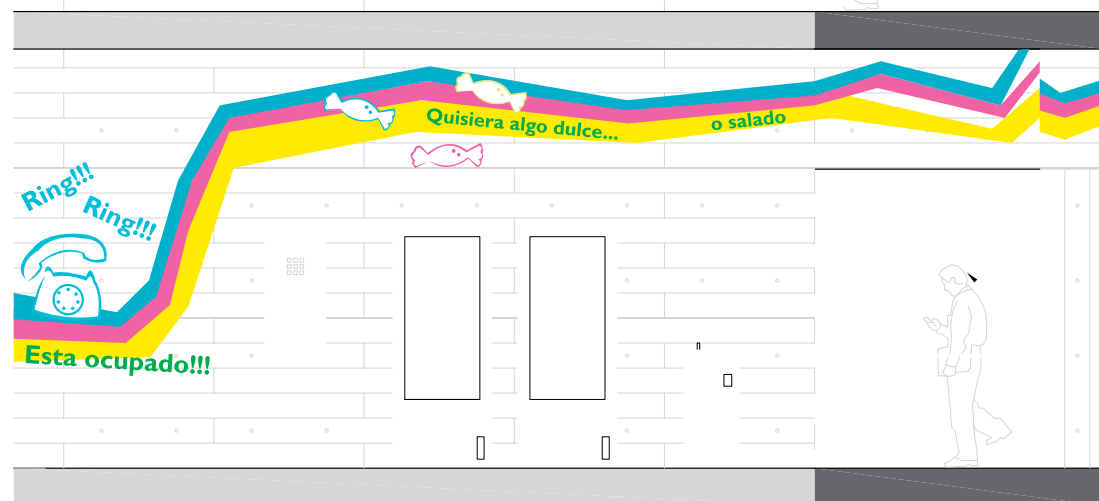
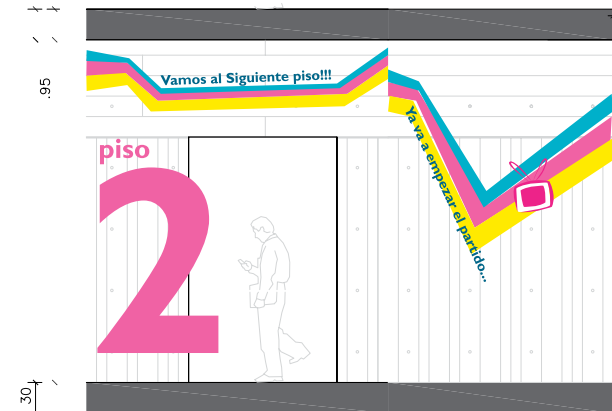
## INTERVENCIÓN GRÁFICA DE EDIFICIOS

Grupo  
Floating Chicos

Kaori Asato  
Christian Cancho  
Adderly Díaz  
Mabel Lanyi

“Consiste en un conjunto de líneas dinámicas que a modo de guía acompañarán al usuario por los distintos espacios que recorren el edificio.

La línea será el elemento principal y unificador de todos los demás elementos gráficos. Para generar un mayor dinamismo en el recorrido, se trabajará con líneas angulosas de diversos grosores. A su vez, la sencillez ayudará a que sirva como complemento de la estructura, mas no que compita con ella.”



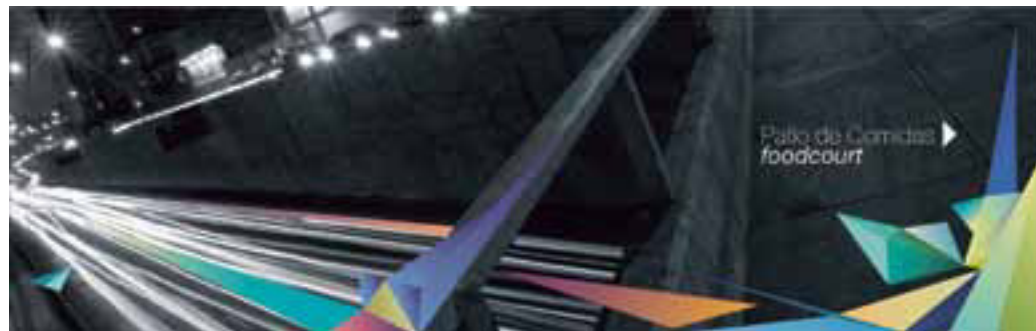


## INTERVENCIÓN GRÁFICA DE EDIFICIOS

Grupo Ash

Valeria Chiuyare  
Rodrigo de la Piedra  
Estefanía Li  
Gerardo Rojas Samaniego  
Luciana Rodríguez  
Christian Uceda

“Los elementos utilizados en la gráfica de la propuesta son formas geométricas triangulares. Se decidió usar estos elementos debido a que la estructura del edificio cuenta con bastante dinamismo, con lo cual se sigue la línea arquitectónica de éste. A las formas planteadas se les agregó la intervención fotográfica para generar un vínculo estrecho del estudiante con el edificio a través del mecanismo de la identificación. Por esto, se utilizaron imágenes tanto de la ciudad como de la universidad.”





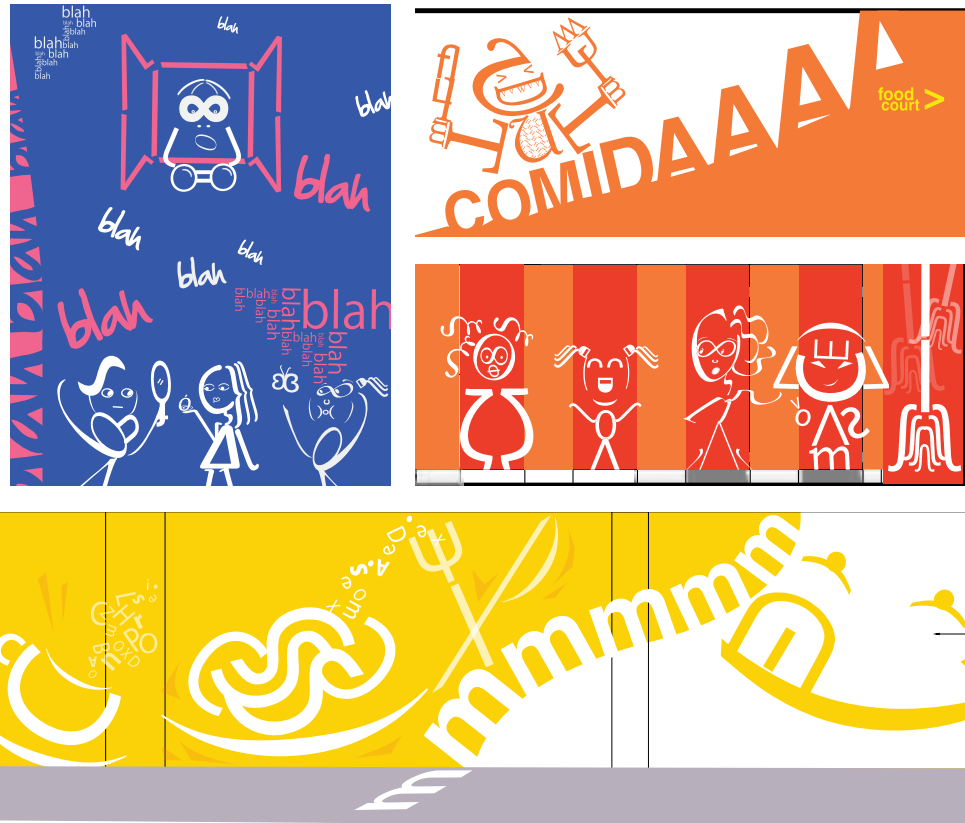


## INTERVENCIÓN GRÁFICA DE EDIFICIOS

### Grupo Indómita

Cindy Cuadros  
Lucía Gutiérrez  
Rocío Santos  
María Inés Sotillo  
Carlos Ureta

“Hemos elaborado este proyecto a base de dos ejes centrales: el público usuario y la universidad. El público usuario es el principal referente para la elaboración del concepto. Se trabajó a partir del estilo de vida de los jóvenes universitarios de hoy. Así, la propuesta se basa principalmente en la creación de personajes caricaturescos en actitudes cotidianas y típicas del estudiante universitario, contruidos con caracteres tipográficos. Se propone colocarlos de acuerdo a la función realizada en el espacio que es acompañado con esta gráfica.”





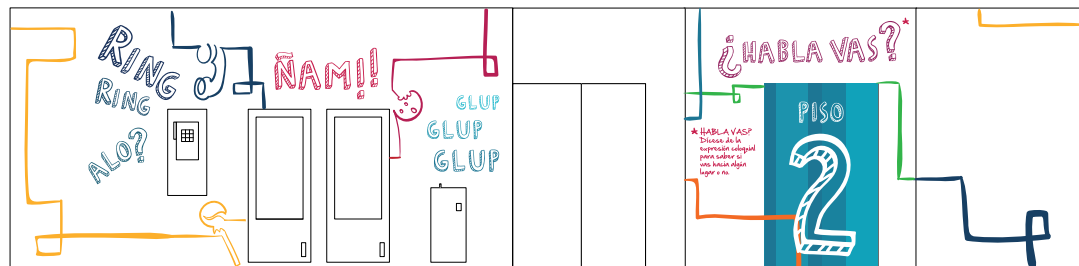
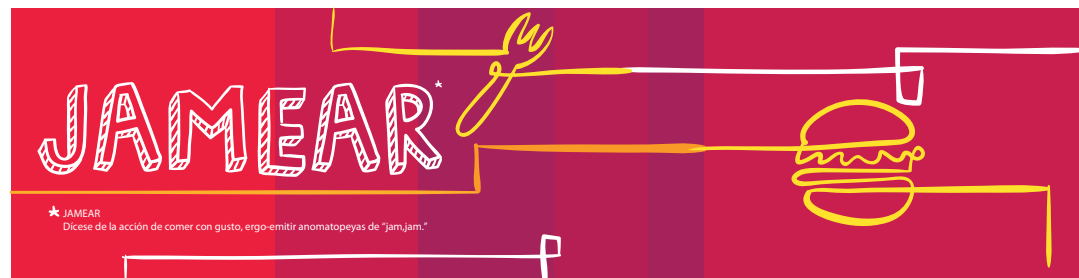
## INTERVENCIÓN GRÁFICA DE EDIFICIOS

Grupo 300 DPI

Paola Castillo  
Pietro Hadzich  
Stephanie Leidinger  
Adriana Mendiola  
Diana Morillo  
Axel Muñoz

“Bajo el concepto de relax y lo informal tomamos el vocabulario juvenil que se escucha a diario entre amigos y que se denomina “jerga” para intervenir el edificio con frases divertidas y consejos. Cada palabra que proviene de esta jerga que la mayoría de jóvenes maneja ha sido definida para aquéllos que no estén familiarizados con ella, simulando de manera lúdica un diccionario.”

La línea gráfica propuesta es bastante suelta, constituida por líneas, pictogramas y tipografía hecha a mano para generar sensaciones de soltura y relaxo.”





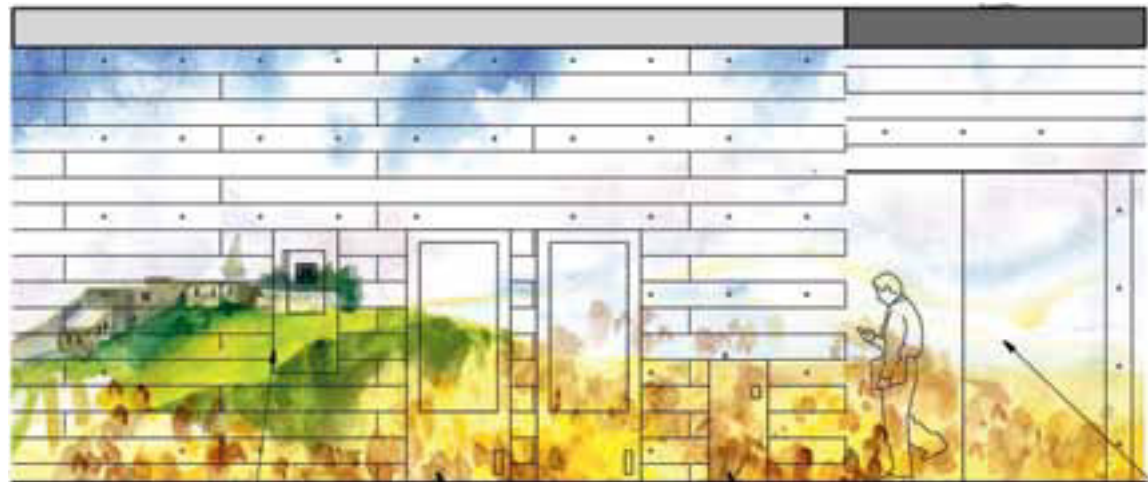
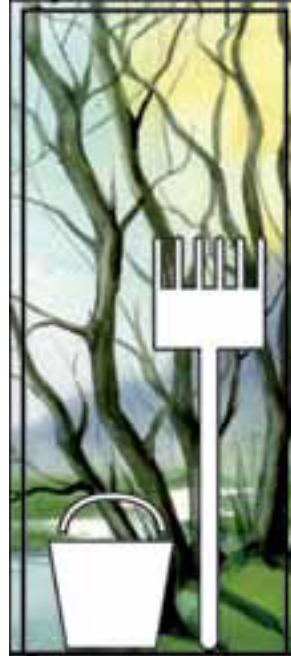
## INTERVENCIÓN GRÁFICA DE EDIFICIOS

Grupo Los Periquitos

Gisella Basso  
Daniel Ezeta  
Katherine Sandoval

“Siguiendo la línea ecológica que tanto caracteriza a la universidad, junto a la tradición de los alumnos de usar los espacios verdes para estudiar o pasar el tiempo, se quiso llevar la naturaleza al edificio, de modo que el usuario siga identificándose con la idea de naturaleza y el confort que produce.

Para valorar el trabajo realizado por los alumnos de la especialidad de Diseño Gráfico se utilizó el recurso de la ilustración paisajista con trazos sueltos y colores vivos.”





## DISEÑO DE ESPACIOS GRÁFICOS

La ilustración crea espacios para ubicar ideas, símbolos, historias, escenas, personajes, objetos o simplemente para la contemplación de estos espacios. Sola o en interacción con un texto, la ilustración hace realidad visible un recuerdo o una construcción conceptual. Los espacios que surgen a través del arte de la ilustración se instalan en libros, afiches, postales, paneles, muros, etc. Los soportes conllevan a una inserción en el contexto en el cual ocurre el encuentro de la mirada con la imagen, que influye en la lectura de lo representado.

Crear imágenes de espacios para las historias que imaginamos o leemos o vemos, es un ejercicio imprescindible para llegar a aprovechar su capacidad de comunicación, no sólo de ideas sino también de percepciones o emociones. Los contenidos movilizados por la representación de los espacios

contribuyen de manera subyacente a la construcción de sentido y a la comprensión de las acciones y de los personajes.

La variedad de los espacios por crear es grande; mágicos o míticos, simbólicos o surrealistas, espacios de leyenda o espacios de máximo naturalismo, el poder de evocación del universo de la historia se traduce en opciones de referentes y lenguaje visual. Es grande también la variedad de los destinatarios: niños, adolescentes, jóvenes, adultos, de todas las culturas, todos encontramos en la ilustración del espacio de una historia la puerta para ingresar en ella.

Entre los ejercicios de diseño de espacios gráficos un interés especial recae en la ilustración de los mundos imaginarios, así como emergen de los cuentos populares, de las leyendas, de los mitos o de la literatura. El camino de la imaginación a la imagen es un



## LA CASA DE ASTERION



2



3



4



5

camino que actualiza lo vivido y lo conocido, a la vez que estimula para encontrar nuevas maneras de expresar las imágenes mentales. Pero el juego entre la idea y la imagen no se limita a los mundos imaginarios. Puede ingresar a lo cotidiano, por la vía de la publicidad. En los dos casos, la importancia de la memoria colectiva es evidente, es ella la que permite la interpretación de los signos de la imagen por lo general, y de los espacios creados en particular.

## MUNDO DEL FUTURO



6



7



8



9

1. Kristhel Ramos
2. Mariana Medrano
3. Marines Aquije
4. Alessandra Casanova
5. Estefanía Cox
6. Ximena Hernández
7. Jenny Bartolomé
8. Jennifer Vilchez
9. Ximena Almenara



## Escenarios de publicidad



Agencia: Koi Motion  
Eduardo Roncal, Ernesto Alvarez,  
Hugo Kuroki, Jessika Marisca,  
Aldo Estrada

Agencia: **Formaidea**

Aranxta González, Fernando Canchanya, Ángela Nakankari, Raúl Patiño, José Mendiola

Agencia: **The Bridge**

Elizabeth García, Felix Marín, Daniel Flores, Romina Montero, Arlet Révolo



## DISEÑO DE ESCENARIOS CINEMATOGRAFICOS

El cine recrea o crea espacios, en el sentido más amplio de la palabra. Genera universos que tienen sus propias coordenadas audiovisuales, universos que permiten al público comprenderlos como modos de ser / pensar / imaginar / representar determinada realidad, de maneras muy diferentes, aunque siempre relacionadas con la realidad que conocemos. Basta con pensar en el cine de ciencia ficción, para comprender cómo la necesidad de verosimilitud obliga a los creadores a adentrarse en la composición del espacio, del tiempo y de la identidad, para conjugar los elementos que los traducen en

imagen y sonido y desarrollar una visión argumentativa del mundo que nace en la pantalla.

Pero en la producción cinematográfica hay también la creación de espacios propiamente dichos, funcionales en el rango de la ubicación y la representatividad. Hay locaciones escogidas y trabajadas para el propósito de la película, hay construcciones que levantan ante nuestras miradas ciudades enteras, hay escenografías. Consideremos todos estos espacios como los escenarios semióticos de las películas, con implicaciones funcionales para la representación y significación

### Título 1: Fractal

Dirección: Valeria Chiuyare, Rodrigo de la Piedra, Guillermo Fajardo, Jieying Li, Raúl Pasco, Christian Uceda

### Título 2: Diarios

Dirección: Paola Castillo, Pietro Hatzich, Stephanie Leidinger, Adriana Mendiola, Diana Morillo, Axel Muñoz, Gerardo Rojas

### Título 3: Happy Weepy Town

Dirección: Miguel Noa

### Título 4: Virus Pop

Dirección: Gonzalo Espinoza

### Título 5: Indi

Dirección: Lucía Baertl

### Título 6: Glam

Dirección: Megumi Watanabe, Angela Nakankari, Fernanda Peláez

