

Nombre: _____

Fecha: 16/02/16

Par.: 1()2()3()

No se aceptan tachones, ni corrector líquido. Una sola respuesta válida. Acorde al tema mencionado. Escribir en la línea en blanco el tema de concepto al que se hace referencia. Este examen es sobre 100.

“Como estudiante de ESPOL me comprometo a combatir la mediocridad y a actuar con honestidad; por eso no copio ni dejo copiar.”

.....
Firma de compromiso del estudiante

1. ESCOJA LA RESPUESTA CORRECTA: (2p c/u = 8p)

a) La función en el diseño se expresa mediante _____ dependiendo el área que se desenvuelva el diseño. (2p)

- a) Boceto b) Figura c) Forma d) Target

b) Cuál de los siguientes literales no son elementos básicos de la comunicación visual: (2p)

1. Punto, color, dimensión, escala, movimiento, línea, textura
2. línea, punto, contorno, color, textura, dimensión, movimiento.
3. línea, punto, color, dimensión, escala, movimiento, contorno
4. Línea, punto, contorno, color, textura, dimensión, escala.

c) Seleccione a que forma pertenece los siguientes elementos: Geométrica, plana, rectilínea, orgánica, irregulares, manuscrita y accidentales. (2p)

- a) Forma como líneas b) Formas como plano. C) Forma como punto d) Estructura

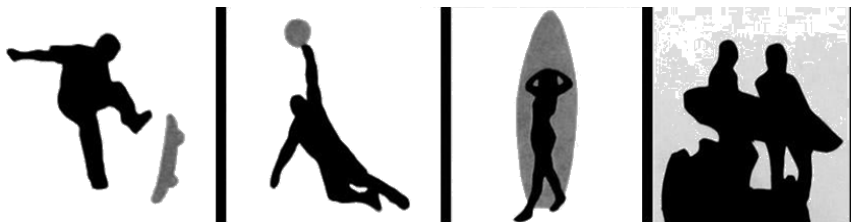
d) A qué nivel de la anatomía del discurso visual pertenece la siguiente imagen: (2p)

- a) Representacional
b) Abstracto
c) Simbólico
d) Figurativo



2. COMPLETE LOS SIGUIENTES ENUNCIADOS:

a) A qué figuras compuestas pertenece las siguientes imágenes: (4p)



b) Él _____ es un componente que pertenece a un sistema, el cual posee una forma bien definida hacia otros componentes; con un acomodamiento flexible. Este puede estar compuesto por elementos más pequeños, que son denominados como _____. Si estos al ser organizados se agrupan por croma, pero sus figuras y tamaños varían se convierten en una repetición por _____. (3P)

3. El siguiente afiche comunicacional cuyo concepto es “Heart link” ¿Qué técnica comunicacional uso? y justifique su respuesta. (4p):



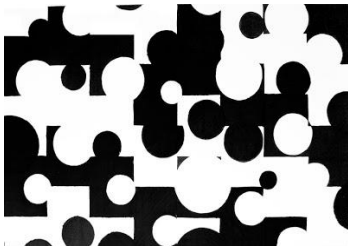
- a) equilibrio, asimetría, simplicidad
 - b) equilibrio, regularidad, fragmentación.
 - c) Equilibrio, simplicidad, unidad
 - d) Equilibrio, irregularidad, simplicidad
-
-

4. Indique el contenido de la siguiente imagen y justifique la respuesta (4p):



- a) Decodificación connotativa, consciente, Filtro V.H ético.
 - b) Decodificación Denotativa, consciente, Filtro V.H ambiental.
 - c) Decodificación cognotativa, inconsciente, Filtro V.H social.
 - d) Decodificación Denotativa, inconsciente, Filtro V.H anímico.
 - e) Decodificación connotativa-cognotativa, consciente, Filtro V.H cultural.
-
-

5. De La siguiente imagen identifique a cuál estructura pertenece y justifique su respuesta. (4p):



- a) Formal e inactiva
 - b) Informal y activa
 - c) Activa e informal
 - d) Activa y semiformal
-
-

6. Empareje los paramentos del diseño con los enunciados: (4 puntos)

- a. Son aquellos que están expuestos o impactados por los mensajes publicitarios.
- b. No puede entenderse sin los contextos sociales, económicos, políticos, culturales y tecnológicos que propiciaron su concepción y realización.
- c. Elemento que distorsiona potencialmente la comprensión del mensaje.
- d. Debe inscribirse en el paradigma simbólico de su emisor; no consiste en hablar del emisor sino en hablar como él.

- 1. La Redundancia
- 2. La identidad
- 3. El diseño
- 4. El Estrépito
- 5. Los consumidores

Seleccione la alternativa que reúna el conjunto de enunciados verdaderos.

- a. a5, c4, d2, b3
- b. d1, c4, b2, a3
- c. a5, c4, b5, d1
- d. c4, d5, b2, a3

7. El procedimiento organizado y racional de una excelente campaña publicitaria o piezas se ven reflejados en el análisis de una realidad. Ordene del 1 al 8, los pasos para organizar la metodología de diseño presentado en la materia. (4p)

- (__) Corrección de alternativas seleccionadas
- (__) Reconocimiento de tendencias
- (__) Ordenamiento de alternativas seleccionadas
- (__) Intuición de tendencias
- (__) Ordenamiento de los parámetros a seguir
- (__) Selección de alternativas
- (__) Visualización de alternativas finales
- (__) Borrador de alternativas

8. Comente la siguiente imagen e identifique la ley de Gestalt que aplica esa publicidad pertenece. (5p)



Ley de Gestalt: _____

9. CASO DE ESTUDIO.

Francia es un país muy rico y de gran diversidad cultural, que ha forjado a Europa y el mundo entero en muchas expresiones tanto culturales como políticos. Sus valores de libertad, igualdad y fraternidad y su Declaración de los Derechos del Hombre y del Ciudadano, son herencias que la humanidad entera recoge de esta cultura.

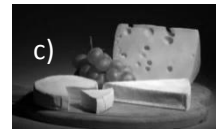
La Cultura de Francia es un factor presente en el desarrollo de los de países relativamente nuevos, como Canadá y Estados Unidos.

La gastronomía de Francia está considerada una de las más importantes del mundo. Está caracterizada por su variedad, fruto de la diversidad regional francesa, tanto cultural como de materias primas, pero también por su refinamiento.

La marca país de Francia posee trazos sutiles como creados por una pluma, además de mostrar los colores representativos de su bandera, y una hermosa mujer, la famosa Marianne, símbolo de su patria, forma parte del diseño. Los autores aseguran rescatar valores como **libertad, independencia**, imaginación, tradición y cultura, además de sensualidad, romance y placer. Con el texto, “Nos vemos en Francia”, busca la renovación de la industria turística, uno de los fuertes de la economía gala.

a) Identificar el nivel de identidad, escogiendo el o los literales que haga referencia a Francia (10p.)

- 1) Objetual: _____, _____
2) Ambiental: _____
3) Cultural: _____
4) Visual: _____



b) Cuál es el nivel de identidad verbal presentado en el caso de Francia: (5p.)

c) Cuál es el nivel de identidad cultural presentado en el caso de Francia. (5p.)

d) El caso Francia hace referencia en su descripción a: (5p.)

- | | |
|-----------------------------------|---|
| 1. aspecto simbólico, la función. | 4. aspecto práctica, la forma |
| 2. aspecto práctica, la figura. | 5. aspecto estética, la identidad objetual. |
| 3. aspecto estética, la forma. | 6. aspecto simbólico, la figura. |

e) Escriba un título que haga referencia al caso Francia. (5p.)

10. Ejercicios prácticos (30p)

a. Imagine que una agencia le encarga la elaboración de una cortinilla para un programa de televisión titulado “Bestiario ilustrado” que trata sobre el trabajo profesional que realizan creativos emergentes (diseñadores, artistas, fotógrafos, músicos, etc.) en Ecuador. Diseñe conjuntamente el título acompañado de un ícono acorde al contenido del programa y justifíquelos (10p)

b. En un cuadrado de 8x8cm, diseñe un ejemplo de comunicación irreverente jugando con la forma-figura (10p):

c. Diseñe una estructura sobre un tema científico vinculado con la naturaleza a través de los siguientes pasos: 1. Boceto módulo, 2. Tamaño módulo, 3. Insertar en una estructura, 4. Aplicar color módulo, 5. Supermódulo, 6. Estructura formal similitud B/N, 7. Estructura formal de similitud a color y 8. Conceptualización (10p):

a)

b)

c)
