

# DISEÑO CONTEMPORÁNEO (EDCOM) EXAMEN PARCIAL I (28/06/2016)

Alumno:

Calificación/ 30p:

1. Apunte la respuesta correcta y argumente brevemente en máx. 1 línea la opción elegida (5p/cp):

**Por respeto a la autoría del diseño las imágenes fueron eliminadas intencionalmente.**

**1. Mapuguaquen (sonido de la tierra) son altavoces de arcilla artesanales hechos a mano inspirados en las vasijas de barro, tradicionalmente utilizadas en Chile para almacenar agua de lluvia. Elaborados con materiales regionales y naturales como la arcilla, madera y lana de oveja son altavoces ecológicos, social y culturalmente sustentables, que además de ser un objeto, son portadores culturales.**



**Indique el tipo de investigación que se realizó para desarrollar este artefacto y explique por qué.**

- a. Investigación a través del diseño
- b. Investigación para el diseño
- c. Investigación sobre el diseño
- d. investigación a priori
- e. Investigación social



2. El packaging de la marca de chocolate fino ecuatoriana Toak ha ganado múltiples premios. En su packaging incluye muestras del cacao. Qué teorías críticas de DC se aplican a esta creación?

<https://toakchocolate.com>

**Indique 1 factor.**

- a. Atribucionismo y diseño sensorial
- b. Determinismo y diseño experiencial
- c. Funcionalismo y diseño social
- d. Métodos iconográficos y diseño sostenible
- e. Escuela de Viena y diseño antropológico



#### 4. Qué fenómeno/s se están describiendo el texto: "Iberoamérica: territorio de diseño"

Fronteras y zonas de encuentros que nos llevan a preguntarnos: ¿Cuál es el espacio de movimiento y de oportunidad para los diseñadores en iberoamérica?. ¿Hay demanda de diseño en la región? ¿Hay desarrollo empresarial que demande diseño? ¿Hay una cultura de productos y de comunicación?. ¿Hay una voz singular que se distinga de la voz del diseño anglosajón y europeo en general?. ¿Existen propuestas diferentes a las de los grandes bloques de producción estética mundial?.

*(Bienal de Diseño Madrid)*

- a. Artesanía e historicismo
- b. Kitsch, moda y estética
- c. Antropología y diseño regional
- d. Diseño social e historiografía
- e. Aura y ética



## 5. Los criterios de clasificación de una marca gráfica son una orientación hacia el símbolo o hacia el nombre ....:

- a. El pensamiento historicista & Método B. Munari
- b. El pensamiento positivista & Método Archer
- c. El pensamiento atribucionista & Método A. Moles
- d. El pensamiento formalista & Método G. Bonsiepe
- e. La Escuela de Viena & Método B. Löbach

## 6. Relacione métodos con diseñadores:



1

2

- a. González y Olea
- b. B. Munari
- c. C. Jones
- d. J. LLovet

3

4

- a. 1d, 2c, 3d, 4a
- b. 1a, 2b, 3c, 4d
- c. 1c, 2d, 3b, 4a
- d. 1b, 2c, 3a, 4d



**7. ¿Qué fenómeno/s se están describiendo en el siguiente texto y con qué historiografía se pueden relacionar?:**

*El estudio de diseño Pulsum Brands ha rediseñado la imagen de el Aguardiente Pedrito Coco, un licor tradicional y muy popular.*

- a. Identidad y Método sociológico
- b. Kistch y teoría Einfühlung
- c. Identidad, kistch y Positivismo
- d. Identidad y Evolucionismo
- e. Diseño latinoamericano y Determinismo

## 8. Interprete el fenómeno basado en la siguiente lectura:

“Las estrategias de diferenciación plantearon a Axe como una marca icono de la juventud, dirigida a un target masculino, basada en el atributo de “atracción”.

La estrategia implantada por Unilever fue la continuidad en el lanzamiento de un nuevo perfume de Axe por año. Aunque se trataba de un producto de uso diario, la variedad de fragancias le permitía al consumidor utilizar una fragancia para todos los días y, por ejemplo, una distinta para ocasiones especiales.

1. Fetichización de objetos de consumo
2. Creación de Arquetipos
3. Historiografía
4. Simulacro
5. Moda
6. Transferencia aureática



**9. Para crear el Packaging de República del Cacao, un estudio de diseño suizo programó enviar a Ecuador diseñadores por 2 meses para recopilar información y contar la historia mediante sus productos. Durante este tiempo, viajaron por varias provincias documentando relatos, ilustraciones etc., para luego sintetizar la información y desarrollar una propuesta de packaging estratégico.**

**¿Con cuál de los siguientes métodos tiene relación?**

- a. Método A. Moles
- b. Método Diana
- c. Método de J. Llovet
- d. Método de B. Archer
- e. Método C. Jones



10. Partiendo de los pensamiento historiográficos, establezca un orden cronológico para la siguiente serie de objetos diseñados:

1

2

3

4

5

a) 1, 2, 5,3,4

b) 1,3,5,2,4

c) 3,2,5,1,4

d) 1,2,3,4,5

## 11. Relacione una pieza publicitaria con una escuela o tendencia :



1

2

3

4

5

- a) Escuela de Viena
- b) Positivismo
- c) Funcionalismo
- d) Formalismo
- e) teoría Einfühlung

Respuestas

- a. 1d, 2e, 3b, 4c, 5b
- b. 1d, 2b, 3e, 4a, 5c
- c. 1a, 2e, 3c, 4b, 5d
- d. 1b, 2d, 3e, 4a, 5c



## 5. Interprete el fenómeno basado en la siguiente lectura (extra 3 pts):

En el año 1954, Lucille Plant, de Jhon Walter Thomson difundió la publicidad testimonial en el cual el objetivo perseguido era el de favorecer a un producto/servicio mediante la asociación con una persona.

La estrategia consiste en acentuar el prestigio de un producto al de una personalidad a la que se le otorga reconocida autoridad en determinados aspectos, ya sea un artista, un científico o un deportista. El apoyo testimonial de la personalidad puede, en algunos casos, ser explícito a través de alguna frase de aprobación sobre el producto,

Por ejemplo Shakira favorece a Unicef; Katy Pery a Cover Girl o Cristiano Ronaldo a Clear.

1. Creación de Arquetipos
2. Historiografía
3. Simulacro
4. Fetichización de objetos de consumo
5. Transferencia aureática



**(Consultar calificaciones  
sistema académico)**