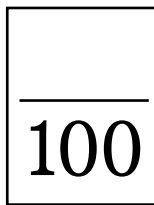


Teoría de la Imagen

Examen de Mejoramiento. Término 2. 2019

Miércoles 12 de febrero de 2020

11h00 - 13h00. B208



Nombre _____

Paralelo _____

Como estudiante de ESPO, me comprometo a combatir la mediocridad y a actuar con honestidad. Por eso, no copio ni dejo copiar.

FIRMA DEL ESTUDIANTE

Señale con un visto (✓) la ÚNICA respuesta correcta:

01. Características que destacan (Pop Out) (7 puntos)

____ Luego de prestar atención, nuestro subconsciente olvida lo observado, pues busca descansar para otras actividades mentales más importantes.

____ El término científico *Pop Out* expresa cómo percibimos las características primitivas más singulares y conspicuas en un gráfico, durante la visión temprana.

____ Una característica prominente es poco probable que atraiga nuestra atención consciente. Nuestro cerebro busca imágenes que puedan yuxtaponerse con otras, para olvidar rápido.

02. De lo Tridimensional a lo Bidimensional (7 puntos)

____ Los medios gráficos actúan como “ambientes” conceptuales en los que “entramos” cuando los enfrentamos. Una página de diario, más allá de los mensajes verbales que incluye, constituye un meta-mensaje visual, no-verbal, simbólico y básico, que enmarca la experiencia verbal, la condiciona, le da un “tono,” estableciendo una experiencia que es, a la vez, afectiva y cognitiva.

____ Los mensajes verbales de una página ocupan muy poco nuestra atención: nos fijamos conscientemente en la diagramación de la página, pero no hallamos ninguna conexión con nuestras costumbres y formas de pensamiento. No nos influye para nada.

____ La diagramación de una página está concebida para hablarle a la gente en un lenguaje no entendible y complicado. Está destinada a obtener indiferencia por parte de los lectores. Carece de importancia en la comunicación.

03. La Mirada (7 puntos)

____ Es sorprendente que nos atraigan las imágenes de personas: nuestros cerebros no poseen mecanismos especializados para detectar y reconocer rostros humanos.

____ El cerebro reconoce, al menos, un rasgo facial aislado: los ojos. Estamos en sintonía con la detección de rostros y ojos porque somos seres comunicativos y las expresiones faciales transmiten información emocional e interpersonal importante.

____ Si el rostro de las personas posee características estéticas agradables, entonces, sí es fácil e inmediato reconocerlo en cualquier superficie.

04. La Atracción de las Imágenes (7 puntos)

____ Múltiples ventanas, texto desplazable, nuevos medios, imágenes digitales, video bajo demanda, banners publicitarios y ventanas emergentes reducen el tiempo que el espectador necesita para comprender y responder a la información.

____ La comunicación visual es local; tiene límites de lengua, vocabulario y gramática, y no puede ser percibida ni por el alfabeto ni por el analfabeto.

____ La comunicación a través de imágenes no sirve para explicar algo oculto a la vista: ni la mecánica de una máquina o del cuerpo humano, ni una sección transversal de un objeto, ya que solo nos identificamos con algo que sea cercano a la realidad, exclusivamente con una fotografía.

05. Las Fotos como Texto (7 puntos)

____ Debido a la naturaleza icónica de una fotografía, lo que la fotografía muestra, a menudo, parece evidente. Sin embargo, lo que significa la fotografía sigue siendo potencialmente ambiguo y podría girar en muchas direcciones. Roland Barthes calificó de Polisemia a la capacidad de la fotografía para generar múltiples significados.

____ Las fotografías dependen del texto para ser completas. El texto las complementa y les da su significado total. Sin un texto, las imágenes pueden ser interpretadas de diferentes maneras. Esto es lo que Matthew Silverberg llamó Teoría Primaria del Significado.

____ Las palabras no son significantes, y simplemente denotan lo que está en la imagen. Las palabras sólo acompañan a una fotografía, no pueden ser parte de esa imagen. Son elementos separados que no pueden unirse, debido a su naturaleza misma.

06. Frank Gehry (7 puntos)

____ Es un arquitecto canadiense, famoso debido a su facilidad de crear a partir de cemento rústico y vidrio, para que sus edificios sean prácticamente transparentes.

____ Es un arquitecto que rompe esquemas al crear de afuera hacia adentro, como si el edificio fuese una escultura. Sus obras parecen formadas por elementos que han caído al azar, sin ningún orden.

____ Es un arquitecto famoso por su diseño de la Biblioteca Nacional de New York, considerada su obra maestra, donde utilizó, como base, las formas naturales de los árboles del Central Park.

07. Oswaldo Guayasamín (7 puntos)

____ La Edad de la Ira es su homenaje al feminismo naciente en los años setenta. Guayasamín pinta mujeres con sus manos grandes, tratando de representar el maltrato que sufren en el mundo masculino.

____ La Edad de la Ira es su segunda gran serie pictórica o etapa artística. La temática fundamental son las guerras y la violencia, lo que el hombre hace en contra del hombre.

____ La Edad de la Ira es un homenaje a las madres del mundo. En sus pinturas, podemos apreciar colores más vivos, que reflejan el amor y la ternura entre madres e hijos, y la inocencia de los niños. La ira se la representa en la mirada de las mujeres, que tratan de proteger a sus niños del mal que los rodea.

08. La Violencia (7 puntos)

____ Es muy limitada en la publicidad y juegos de video, pues estas industrias están reguladas por la IEA, International Ethics Association, asentada en París, desde 1997.

____ Los medios electrónicos han acostumbrado a la gente a la imagen pasiva. Por eso, los medios impresos no tratan de emular la sobrecarga sensorial que la televisión, los juegos de video y la computadora pueden generar.

____ La ilegitimidad es una forma de violencia, ejercida por diseñadores. Está de moda, particularmente en escuelas de diseño.

09. La Fantasía de la Aventura (7 puntos)

____ Los vehículos todo terreno no están interesados, en absoluto, en explotar los valores básicos del “hombre solo frente a todo,” “en competencia consigo mismo,” “ejerciendo su libertad” y “demostrando su fuerza, su habilidad y su coraje.” Todos estos valores son ajenos a la cultura, por lo tanto se los mantiene lejos de su imagen.

____ Un aviso muestra una serie de vehículos vadeando un río, y crea una aventura realizable para los poseedores de un vehículo todo terreno. A través de avisos como éste, la publicidad, los medios y la industria del entretenimiento promueven actitudes y modelos de conducta positivos que contribuyen al engrandecimiento de los valores de responsabilidad de los conductores.

____ El peligro de la imitación es claro en un aviso de zapatos deportivos que muestra la huella de una suela en la cara aplastada de un joven. No sería sorprendente si al día siguiente de su publicación, aparecieran en salas de primeros auxilios varios casos de adolescentes con mandíbulas y pómulos fracturados por imitadores del aviso.

10. La Fantasía del Peligro (7 puntos)

____ El argumento de venta de un auto deportivo es “A 179 millas por hora, todo lo que usted siente es el palpar de su corazón.” En un país donde la máxima velocidad permitida es 65 millas por hora, las 179 son una excelente oferta que debe ser ejecutada por los usuarios, sin importar la responsabilidad.

____ El argumento de venta del auto Saturn es su seguridad; su habilidad de proteger al conductor a pesar de los más horribles accidentes. Asegura que uno sale ileso después de haber chocado contra un árbol, a ciento veinte kilómetros por hora. Y haber caído en un precipicio de treinta metros. Esa es la peor manera de crear conductores responsables.

____ “Hombre muere en otro de los muchos accidentes de la ciudad, debido al mal tiempo,” reza el titular de un periódico. Los caminos y el mal tiempo arrancan a la gente de sus casas y la asesinan sin piedad. Los conductores son víctimas de las circunstancias y las tragedias viales siempre los sorprenden.

