

ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DEL LITORAL  
ESCUELA DE DISEÑO Y COMUNICACIÓN VISUAL

INTRODUCCIÓN AL DISEÑO NIVEL 0

ABRIL 2010

VERSIÓN 0

1. Para los títulos podemos emplear una fuente según...:

- a. El lenguaje del documento.
- b. La comprensión del documento.
- c. La estética del documento.
- d. El espíritu del documento y la sensación que nos interese crear.

2. El siguiente logotipo ha sido diseñado teniendo en cuenta el/la...:



- a. Principio de la semejanza
- b. Principio de continuidad
- c. Ley de la simplicidad

3. La siguiente tipografía es un/a:



- a. Logotipo
- b. Ligadura
- c. Abreviatura

4. Una vez elegida la tipografía correcta para un texto... ¿cuáles son los demás aspectos que debemos tener en cuenta en un diseño?:

- a. El cuerpo con el que trabajaremos, la longitud de la línea y el interlineado.
- b. La longitud y el interlineado.
- c. La tipografía y el cuerpo.
- d. El tamaño y la longitud.

5. La siguiente tipografía de P. Scher esta inspirada en...:



- a. El arte
- b. La música
- c. La literatura
- d. El cine

6. Dentro de una familia... ¿cuáles son las letras más legibles?:

- a. Las redondas y cursivas.
- b. Las redondas y negritas.
- c. Las estrechas y mayúsculas.
- d. Las redondas y minúsculas.

7. Qué relación significativa tiene la imagen con el texto “A los animales se les reconoce por sus huellas” en el siguiente afiche de la Coca-cola:

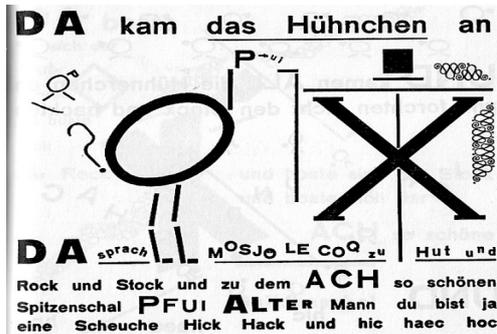


- a. Texto e imagen se complementan.
- b. El texto fija y concreta el significado de la imagen.
- c. El texto aporta significado distinto al expresado por la propia imagen.

8. En un negocio de productos infantiles de Guayaquil... ¿es aconsejable utilizar rótulos con colores pasteles?

- a. Sí, porque es claro y juvenil, a pesar de que ser padre ya es ser adulto.
- b. No, porque con luz intensa pierden fuerza.
- c. Sí, porque es sutil y romántico, nos recuerda a cuando éramos niños.
- d. No, porque son demasiado ligeros y simples, y el usuario pasa de largo sin comprar.

9. El siguiente cuento ha sido diseñado...:



- a. Usando la imagen para ilustrar el texto.
- b. Usando la tipografía en relación a la ilustración.
- c. Separando la palabra del contexto del lenguaje.

10. ¿Qué tienen en común los diseñadores P. Scher y A. Corazón?:

- a. La cultura occidental se representa en la cultura de los objetos y en el universo simbólico en el que nos movemos. Dentro de ese universo, el principal elemento es el alfabeto.
- b. La cultura occidental se representa en la cultura de los objetos y en el universo simbólico en el que nos movemos. Dentro de ese universo, el principal elemento es la estética.
- c. La cultura occidental se representa en la cultura de los objetos y en el universo simbólico en el que nos movemos. Dentro de ese universo, el principal elemento es el marketing.

11. La siguiente imagen es un/a...:

Antiguas  
Transición  
Modernas  
Mecanos

- a. Tipografía
- b. Familia tipográfica
- c. Fuente tipográfica
- d. Tipo

12. Un texto compuesto todo en mayúsculas, puede ser...:

- a. Legible pero tener muy baja comprensión.
- b. No legible pero tener muy alta comprensión.
- c. Legible y tener muy alta comprensión.
- d. No legible y tener muy baja comprensión.

13. Las etiquetas y carteles de cervezas alemanas, suelen utilizar tipos de letras de inspiración gótica porqué...:



- a. Hay que tener en cuenta sólo la historia de una fuente.
- b. Hay que tener en cuenta sólo la geografía de una fuente.
- c. Hay que tener en cuenta el factor temporal y/o espacial de una fuente.

14. El siguiente afiche de A. Trochut se inspira en...:

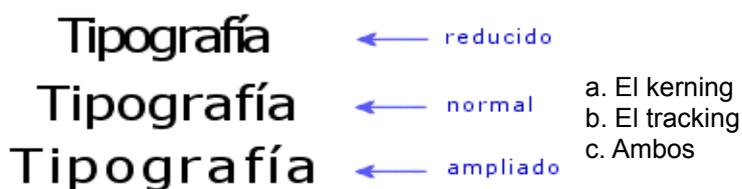


- a. Iconografía Pop
- b. Iconografía Surrealista
- c. Iconografía Constructivista
- d. Iconografía Futurista

15. Para un cartel que será observado a 10m y una valla publicitaria que será leída a 60m, la altura de la letra deberá ser de al menos...:

- a. 2 cm y 20 cm, respectivamente.
- b. 1 cm y 15 cm, respectivamente.
- c. 3 cm y 20 cm, respectivamente.
- d. 2,5 cm y 15 cm, respectivamente.

16. Respecto al espaciado entre las letras en la siguiente imagen se nos muestra...:



- a. El kerning
- b. El tracking
- c. Ambos

17. Para alcanzar una óptima legibilidad cuando se diseña con tipos y color se han de sopesar...:

- a. Valor e intensidad, y determinar la analogía apropiada entre las letras y su fondo.
- b. Tono e intensidad, y determinar la armonía apropiada entre las letras y su fondo.
- c. Tono, valor e intensidad, y determinar el contraste apropiado entre las letras y su fondo.

18. En el diseño que decora los laterales de los articulados de la metróvía de Guayaquil, podemos observar una variación de...:



- a. Planos curvados y quebrados
- b. Radiación y espiral
- c. Rotación y radiación
- d. Planos curvados

19. ¿Cuál es el elemento que caracteriza a la 3D?

- a. Los elementos de relación
- b. Los elementos conceptuales
- c. Los elementos constructivos
- d. Los elementos visuales

20. En las siguientes tipografías se ha aplicado...:



- a. Ley de la proximidad
- b. Principio de dirección común
- c. Principio de continuidad

21. El lenguaje visual en diseño gráfico es...:

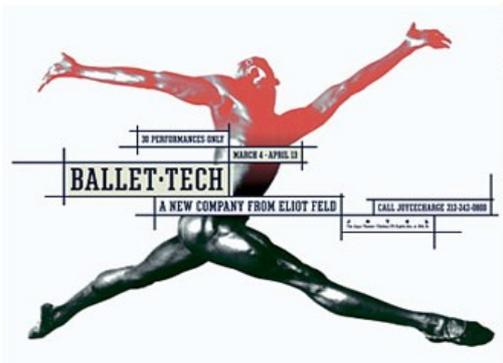
- a. La disposición libre de palabras en una forma.
- b. Saber comunicar el mensaje adecuado, con los recursos oportunos, dependiendo del grupo de personas o público al que vaya dirigido el mensaje.
- c. La sintaxis de la imagen, dirigida a un grupo específico de personas.

22. La siguiente tipografía tiene:



- a. Planta y alzado
- b. Planta, alzado y sección
- c. Sección y planta
- d. Alzado y sección

23. El siguiente afiche de P. Scher en rojo y negro esta inspirado en una:



- a. Iconografía Pop
- b. Iconografía Surrealista
- c. Iconografía Constructivista
- d. Iconografía Futurista

24. ¿Cuál de las siguientes premisas constituye una textura visual gráfica?:

- a. Un cuento infantil elaborado en tela.
- b. Una etiqueta con texto tipográfico y líneas de puntos que constituyen la trama de una imagen.
- c. Un juego elaborado con madera.

25. En el siguiente afiche “El vidrio no esconde nada” se ha aplicado el/la...:



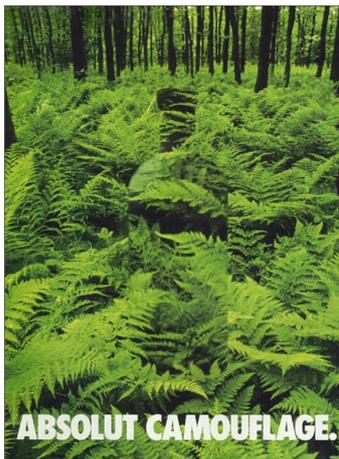
- a. Ley de la semejanza
- b. Principio de dirección común
- c. Principio de continuidad

26. En la siguiente propaganda gráfica de Pinturas Unidas el color es...:



- a. Natural
- b. Natural y artificial
- c. Artificial

27. En la siguiente publicidad de Absolut se ha aplicado el /la...:



- a. Principio de figura fondo
- b. Ley de la pregnancia
- c. Principio de continuidad

28. Observe el siguiente afiche... ¿son lo mismo sus figuras que sus formas?:



- a. No, cuando las formas diseñadas han sido rotadas en el espacio.
- b. Si, porque formas y figuras coinciden.
- c. Sí, cuando las formas diseñadas han sido rotadas en el espacio.
- d. Sí, porque las formas 3D son múltiples figuras 2D.

29. Según A. Corazón... ¿qué tienen en común un diseñador y un antropólogo?:

- a. Mirar y deducir el comportamiento y los usos de lo que nos rodea.
- b. La mirada no transversal y que no debe estar condicionada por nada.
- c. La mirada transversal (musical, literaria...) y que no debe estar condicionada por el usuario.

30. Percibimos que el diseño que decora la taza es simétrico...:



- a. Por su ilusión cóncava-convexa, que insinúa relieve.
- b. Por su segmento cuadrangular esférico, como una vela hinchada de un barco.
- c. Cuando se convierte en forma plana al trazar el eje A B y giramos la figura en vertical.

31. Qué sucedería si no hubiera contraste en un elemento visual gráfico:

- a. Todo el mensaje gráfico estaría recubierto de una tonalidad homogénea, sin gradaciones. La visión sería posible.
- b. Todo el mensaje gráfico estaría recubierto de tonalidades heterogéneas, con gradaciones.
- c. Todo el mensaje gráfico estaría recubierto de una tonalidad homogénea, sin gradaciones. La visión no sería posible.

32. El siguiente diseño de A. Trochut se trata de...:



- a. Logotipo
- b. Ligadura
- c. Abreviatura

33.Cuál de los siguientes objetivos debería haber cumplido el color en el diseño del poste de luz para la zona Rosa de Guayaquil:

- a. Simple elemento ornamental que no suscite emociones en el receptor.
- b. Que tenga el valor de persuasión por su capacidad de captar la atención y despertar el interés del receptor.
- c. Aumentar el valor de atención, suscitar emociones en el receptor e transmitir y jerarquizar la información.

34. La siguiente marca Cola-Cao en envase metálico color amarillo, naranja y café denota:

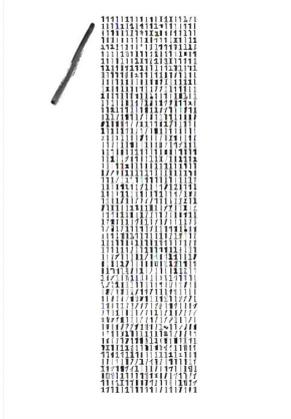


- a. Puntualidad
- b. Calidad
- c. Confianza
- d. Seguridad

35. ¿Hay en el diseño vida inteligente?

- a. No, porque predomina su aspecto publicitario y comercial.
- b. Sí, porque predomina una visión puramente estética.
- c. Sí, pero está penalizada por una visión puramente estética.

36. ¿A cuál de los siguientes diseñadores gráficos corresponde el siguiente nº 1?:



- a. A. Trochut
- b. A. Corazón
- c. B. Munari
- d. P. Scher

37. En diseño gráfico el color más típico es el...:

- a. Connotativo
- b. Esquemático
- c. Denotativo

38. El siguiente cartel de F. Depero es...:

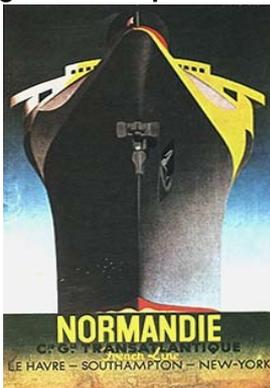


- a. Surrealista
- b. Pop
- c. Constructivista
- d. Futurista

39. El factor más determinante sobre la elección de una fuente para un texto largo debe ser...:

- a. La estética
- b. La legibilidad
- c. La comprensión

40. ¿Qué es lo que la ordena la percepción general del cartel?:



- a. El Principio de simetría
- b. El Principio de simplicidad
- c. La Ley de la experiencia

41. El siguiente logotipo por su estilo pertenece a...:



- a. A. Trochut
- b. A. Corazón
- c. P. Scher
- d. B. Munari

42. El papel del Diseño Gráfico en el diseño de juegos...:

- a. Es crear personajes en un entorno tridimensional para su mejor manejo por parte del usuario.
- b. Es crear ambientes y personajes como si se tratara de una narrativa cinematográfica, como en el "Laberinto del fauno".
- c. Es crear un conjunto de fotogramas como los de Escher, dando origen a varias imágenes en movimiento.

43. ¿Qué se pretende a través de estas 2 imágenes, la primera de F. Falconí y la segunda del Azúcar Valdez?

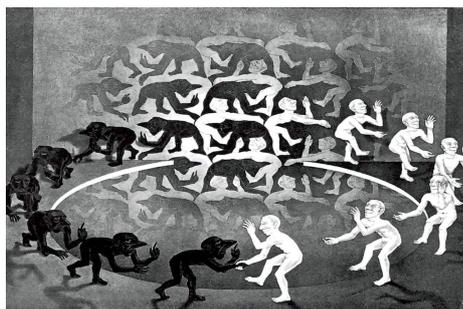


- a. A través del envase de azúcar Valdez potenciar lecturas sociopolíticas que desbordan el encanto de lo formal.
- b. A través de una obra de arte hecha con azúcar Valdez el objetivo es de criticar con logos e iconos la industria nacional de productos básicos.
- c. A través de ambas imágenes potenciar lecturas sociopolíticas que desbordan el encanto de lo formal.

44. Los cuentos de B. Munari se basan:

- a. En la interacción de los sentidos, los elementos básicos del diseño y el texto.
- b. En el juego de los sentidos y los elementos básicos del diseño.
- c. En la interacción de los sentidos, los elementos básicos del diseño y la inteligencia.

45. Observe la siguiente imagen de M.C. Escher e indique cuáles son las diferencias entre fondo y forma:



- a. Cuando dos campos tienen la misma línea límite común, la figura es la que adquiere forma y no el fondo.
- b. La figura no se presenta como un objeto con definición: sólido y estructurado.
- c. La figura no da la impresión de tener un color local sólido y el fondo pareciera etéreo y vago.
- d. El observador ve la figura como más lejana y la recuerda mejor que el fondo.

46. Al siguiente logotipo se le ha aplicado el...:



- a. Principio de la buena comunicación
- b. Principio del cierre
- c. Principio de dirección común

47. El siguiente anuncio presenta el principio de...:



- a. Continuidad
- b. Proximidad
- c. Simetría

48. En el siguiente anuncio de Johnnie Walker en color dorado se pretende...:



- a. La idea de que se trata de whisky la realza el color muestra de elegancia gráfica en referencia al producto.
- b. La idea de que se trata de una bebida alcohólica la realza la textura.
- c. Hacer aparecer el logotipo en todo tipo de lugares y de las formas más inesperadas.

49. ¿Cuál de los siguientes diseñadores aplica el “pensamiento productivo” de la Gestalt?:

- a. D. A Dondis
- b. B. Munari
- c. A. Corazón

50. En el siguiente afiche cuyo eslogan es “Sácale todo el jugo a internet” la relación imagen y lenguaje consiste en...:



- a. Palabra e imagen se complementan, aunque cada una de ellas posea sus propias leyes y funcionalidad.
- b. Contraponer el lenguaje verbal y el lenguaje visual.
- c. Palabra e imagen se complementan, porque ambas poseen las mismas leyes y funcionalidad.

FIN