

ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DEL LITORAL  
ESCUELA DE DISEÑO Y COMUNICACIÓN VISUAL

EXAMEN DE UBICACIÓN  
INTRODUCCIÓN AL DISEÑO

DICIEMBRE 2010

VERSIÓN A-1

1. **Identifique la respuesta verdadera:**

- a) Si un color es más claro o más oscuro es gracias a su croma.
- b) Es posible entender la saturación como el contenido de color de una superficie evaluada en proporción a su luminosidad.
- c) La claridad de un color está más relacionada a la luminosidad que al brillo.
- d) Ninguna de las anteriores
- e) Todas las anteriores

2. **Respecto a los colores neutros se puede decir que:**

- a) El beige es literalmente un color neutro
- b) Sólo los grises son colores neutros
- c) El blanco pero no el negro y sí los grises son colores neutros
- d) Un color neutro es cualquier color con bajo brillo
- e) Ninguna de las anteriores

3. **Son variables tipográficas :**

- a) El kerning, el leading y el grosor de la fuente.
- b) El kerning, el grosor de la fuente y la inclinación de los ejes.
- c) El grosor de la fuente, la inclinación de los ejes y la proporción de los ejes.
- d) Todas las anteriores.
- e) Ninguna de las anteriores.

4. **Letra Gótica:**

- a) Aunque inicialmente el término Gótico se relacionaba con la letra negra utilizada por los primeros impresores alemanes, en el uso contemporáneo describe a una estructura de letra de un solo peso y sin ornamentación.
- b) La razón para asociar la palabra gótico con estas letras fue porque son letras tipo sans serif extremadamente bold, que se asemejaban a la intensidad de la letra alemana negra.
- c) Contrario a las letras tradicionales romanas, la mayoría de las letras góticas son sans serif. Si poseen serifas, éstas generalmente son pequeñas líneas del grosor de un cabello que sobresalen ligeramente de la estructura de la letra, creando por consiguiente, una letra de aspecto más formal.
- d) Todas las anteriores.
- e) Ninguna de las anteriores

5. **Para diseñar con letras de texto, tenemos que tomar en cuenta:**

- a) **Estética.** Se escoge una letra que le guste al cliente. A un cliente le puede gustar la Bodoni, a otro, la Baskerville.
- b) **Propiedad.** La fuente escogida debe ser apropiada tanto para la agencia como para el cliente. Las letras tienen personalidades, y diferentes diseños apelarán a diferentes agencias, y transmitirán diferentes sensaciones.
- c) **Legibilidad.** El lector debe poder leerla sin dificultad. Algunas veces la legibilidad es simplemente un asunto de tamaño de la letra; a menudo, sin embargo, es un asunto de diseño tipográfico.
- d) Todas las anteriores.
- e) Ninguna de las anteriores.

**6. El texto justificado:**

- a) Es el que tiene todas las líneas de la misma altura.
- b) El lector no tiene dificultad en encontrar el principio de la siguiente línea, porque las líneas están alineadas a la izquierda.
- c) Justifica el uso de puntuaciones, para lograr una mejor comunicación.
- d) Todas las anteriores.
- e) Ninguna de las anteriores.

**7. Anatomía de la letra**

- a) Altura Equis es el tamaño de la letra mayúscula y espacio entrepalabra.
- b) Altura Equis es la altura desconocida de la "q" minúscula, ascendente derecha y descendente izquierda.
- c) Altura Equis es la altura de la Equis mayúscula, counter, que es el espacio entre las palabras, y leading.
- d) Todas las anteriores.
- e) Ninguna de las anteriores.

**8. En el marketing, una paleta de colores saturados sugiere:**

- a) Animación, felicidad, dinamismo y espontaneidad.
- b) Femenidad, pero pueden atraer ambos sexos.
- c) Romanticismo, gentileza, seguridad y confianza
- d) Tradición, seriedad, respetabilidad.

**9. Identifique el ejemplo correcto para el color icónico:**

- a) Usé el violeta en una gráfica católica porque es señal de penitencia.
- b) En la nota de un periódico sobre la asignación del nuevo párroco en una iglesia de la ciudad, se adjuntó la única foto de archivo del sacerdote, celebrando la misa con vestiduras violeta.
- c) Usé el violeta como fondo de un empaque de perfume femenino porque me implica fantasía y seducción.
- d) Ninguno de los anteriores
- e) Todos los anteriores

**10. Según Joan Costa, existen varias tipologías de color.Cuál de los siguientes enunciados es falso para el color esquemático:**

- a) Se ha despojado de matices, sutilezas tonales y medias tintas para mostrar su naturaleza gráfica plana y saturada
- b) Es un color abstracto y simplificado, concentrado en lo esencial.
- c) El color de un disco PARE es un ejemplo de esta tipología.
- d) Ninguno de las anteriores
- e) Todos los anteriores

**11. Según Eva Heller, los cuatro colores más apreciados por el público adulto en Europa en su respectivo orden son:**

- a) azul, verde, rojo, negro, respectivamente
- b) rojo, azul, verde, amarillo, respectivamente
- c) verde, rojo, azul y negro, respectivamente
- d) azul, rojo, negro, verde, respectivamente
- e) Ninguno de las anteriores

**12. Según el estudio de Eva Heller, los opuestos psicológicos de cortés/brutal, calor/frío y odio/amor son:**

- a) amarillo/negro, rojo/azul, negro/rojo, respectivamente
- b) rosa/rojo, naranja/azul, negro/rojo, respectivamente
- c) amarillo/rojo, naranja/azul, negro/rosa, respectivamente
- d) rosa/negro, rojo/azul, rojo/rojo, respectivamente
- e) Ninguna de las anteriores

**13. Identifique la respuesta verdadera:**

- a) El esquema más simple que se puede construir usando el principio de orden es el monocromático.
- b) El esquema análogo posee el principio de armonía por balance.
- c) Cualquier esquema complementario dividido usa cuatro colores.
- d) Ninguna de las anteriores
- e) Todas las anteriores

**14. Identifique la respuesta falsa:**

- a) Existen 6 pares de complementarios en el círculo de color de Itten.
- b) En el sistema sustractivo se considera que el amarillo y el azul son opuestos.
- c) En el sistema aditivo se considera que el rojo y el verde son complementarios
- d) La mezcla sustractiva de complementarios forma el negro
- e) La mezcla aditiva de complementarios forma el blanco

**15. Respecto al tono del color, se puede decir que:**

- a) Una tonalidad rojo-naranja puede parecer siena tostada si la saturación y brillo se reduce
- b) El tono es el lugar que un color ocupa en el espectro
- c) Matiz es el lugar que un color ocupa en el espectro
- d) Todas las anteriores
- e) Ninguna de las anteriores

**16. Identifique la respuesta falsa:**

- a) El croma se define como la pureza relativa de un color
- b) Un color con un grado de desaturación lucirá más apagado
- c) El croma y la saturación son términos disímiles
- d) Un color con cero croma es un neutro
- e) Todas son verdaderas excepto una

**17. Cuando conviertes una imagen en blanco y negro:**

- a) Eliminas el tono, no así las relaciones tonales
- b) El tono permanece, no así las relaciones tonales
- c) El tono permanece, con sus relaciones tonales
- d) Eliminas el tono al igual que las relaciones tonales
- e) Ninguna de las anteriores

**18. Comunicación Visual es:**

- a) Una nube
- b) Un cartel
- c) Un dibujo técnico
- d) Todo lo anterior
- e) Ninguno de lo anterior

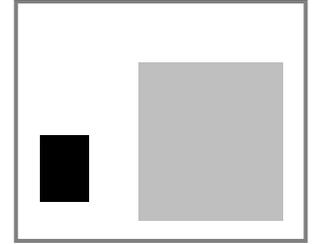
**19. Qué tipo de equilibrio es el que se muestra a continuación**

- a) Contraste
- b) Posición
- c) Asimétrico
- d) Simétrico
- e) Ninguno de los anteriores



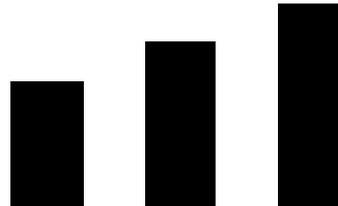
20. **Cuál es el tipo de Equilibrio Asimétrico que hay en el siguiente gráfico.**

- a) Dirección
- b) Valor**
- c) Posición
- d) Simétrico
- e) Ninguno de los anteriores



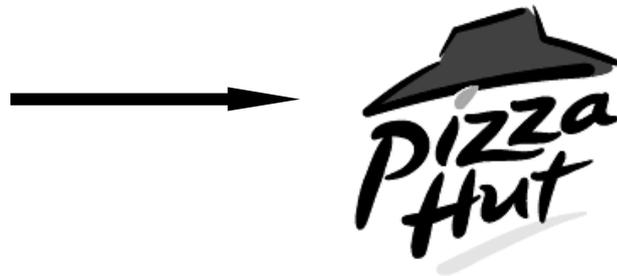
21. **Qué elemento del diseño se muestra a continuación:**

- a) Escala**
- b) Dirección
- c) Contorno
- d) Línea
- e) Ninguno de los anteriores



22. **Lo indicado en el gráfico adjunto es un:**

- a) Elemento icónico
- b) Elemento lingüístico**
- c) Marco Referencial
- d) Entorno
- e) Ninguno de los anteriores



23. **¿Cuál de las siguientes ramas del diseño tiene menos que ver con comunicación?**

- a) Diseño Gráfico
- b) Diseño de Modas
- c) Diseño Industrial**
- d) Todas de las anteriores
- e) Ninguna de las anteriores

24. **Indique que tipo de balance esta presente en el siguiente gráfico.**

- a) Simétrico
- b) Asimetría por dirección
- c) Asimetría por Contraste**
- d) Todas las anteriores
- e) Ninguna de las anteriores



25. **Indique cuál de las siguientes afirmaciones explica lo que es Diseño.**

- a) Diseño a más de embellecer las cosas, también está enfocado a exclusivamente servir físicamente y moralmente al artista que lo creó.
- b) Diseño es buscar satisfacer problemas del medio cambiando las cosas del entorno para el bien de la comunidad.**
- c) Diseño es ver y hacer las cosas de otra manera.
- d) El Diseño no es nada más que la expresión de los sentimientos del artista.

26. Todos las formas de diseño publicitario implican un doble proceso:

- a) Internamente, un desarrollo creativo; externamente, un desarrollo comunicacional.
- b) Intrínsecamente ver elemento por elemento; extrínsecamente, ver todo como una unidad.
- c) Ver y luego realizar
- d) Todas las anteriores
- e) Ninguna de las anteriores

27. Un diseño que satisfaga totalmente la necesidad de un cliente es responsabilidad del diseñador porque de lo contrario sería una irresponsabilidad ética.

- a.- Las 2 afirmaciones son verdaderas y la segunda explica a la primera
- b.- Las 2 afirmaciones son verdaderas pero la segunda no explica a la primera
- c.- La primera afirmación es falsa y la segunda verdadera
- d.- La primera afirmación es verdadera y la segunda es falsa.
- e.- Las dos afirmaciones son falsas.

28. Uno de los campos laborales para el diseñador gráfico son los medios impresos porque Crea y combina texto e imágenes en las revistas de manera llamativa

- a.- Las 2 afirmaciones son verdaderas y la segunda explica a la primera
- b.- Las 2 afirmaciones son verdaderas pero la segunda no explica a la primera
- c.- La primera afirmación es falsa y la segunda verdadera
- d.- La primera afirmación es verdadera y la segunda es falsa.
- e.- Las dos afirmaciones son falsas.

29. El diseñador debe ser un comunicador efectivo porque Todo lo que realiza lo hace para satisfacerse a sí mismo.

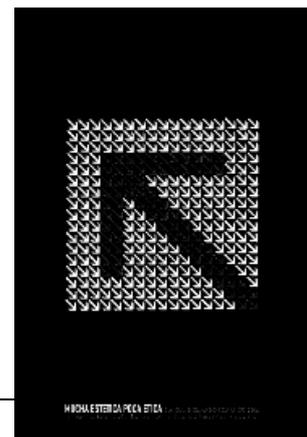
- a.- Las 2 afirmaciones son verdaderas y la segunda explica a la primera
- b.- Las 2 afirmaciones son verdaderas pero la segunda no explica a la primera
- c.- La primera afirmación es falsa y la segunda verdadera
- d.- La primera afirmación es verdadera y la segunda es falsa.
- e.- Las dos afirmaciones son falsas.

30. Diseño es la transformación y adaptación del entorno objetual para satisfacer necesidades físicas y psíquicas de la sociedad porque el diseño es igual al arte

- a.- Las 2 afirmaciones son verdaderas y la segunda explica a la primera
- b.- Las 2 afirmaciones son verdaderas pero la segunda no explica a la primera
- c.- La primera afirmación es falsa y la segunda verdadera
- d.- La primera afirmación es verdadera y la segunda es falsa.
- e.- Las dos afirmaciones son falsas.

31. El siguiente afiche del diseñador gráfico ecuatoriano P. Iturralde, acompañado del siguiente eslogan: "contra el plagio de ideas, la alienación de culturas y la imposición de culturas. Contra la deshonestidad de la gráfica publicitaria y la contaminación visual", tiene una función...

- a. Política
- b. Económica
- c. Ética
- d. Cultural



32. ¿Qué tienen en común estas marcas: Dunkin' Donuts & Volvo, que les permiten ser recordadas por los usuarios?



- a. La ley de la experiencia
- b. El principio de la dirección común
- c. El principio de continuidad
- d. La ley del nombre propio

33. ¿Cuál es la función del diseño del siguiente producto fabricado en Ecuador?



- a. Estético
- b. Económico
- c. Social
- d. Ético

34. Analice la señalización recién creada de las rutas que realizan los alimentadores de la metrovía, basada en una “M” pintada en el piso. Según las normas básicas del diseño dicha señalética consigue...:



- a. Promover el desarrollo de la sociedad nacional
- b. Confundir a los usuarios del sistema metrovía
- c. Orientar al ciudadano del sistema metrovía
- d. Informar al usuario del sistema metrovía

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



- a. El kerning
- b. El tracking
- c. Ambos
- d. Un poco de cada uno

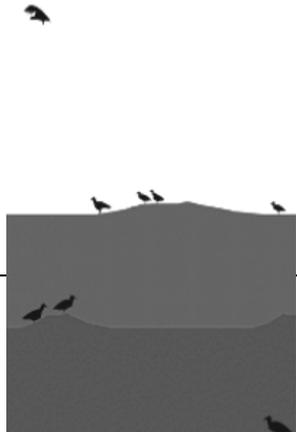
36. En los siguientes 2 logos del Ministerio de Cultura y de Obras Públicas respectivamente, domina la...:



- a. Diversidad visual
- b. Identidad visual
- c. Modernidad visual
- d. Redundancia visual

37. El siguiente afiche de P. Iturralde titulado “Gallinazos” (franjás amarillo, azul y rojo), el diseñador nos muestra una crítica...:

- a. Al aspecto social del diseño gráfico
- b. Al aspecto político del diseño gráfico
- c. Al aspecto económico del diseño gráfico
- d. Al aspecto cultural del diseño gráfico



38. La Cervecería Nacional S.A, basa el prestigio de su marca en...:



- a. La historia de la fuente.
- b. La geografía de la marca.
- c. En el factor temporal y/o espacial de la fuente.
- d. En el factor temporal y/o espacial de la marca.

39. ¿Cuál de las siguientes revistas nos hablan del diseño gráfico en Ecuador?:

- a. Retrovisor
- b. Fortuna
- c. La Revista
- d. Vistazo

40. La señalización del espacio público sirve para...:

- a. Decorar
- b. Vender
- c. Seducir
- d. Orientar

41. Para crear un logotipo destinado a la empresa pública, su diseñador debería ser elegido...:

- a. Por decisión del gerente de la empresa
- b. Bajo concurso público
- c. A dedo por el ministerio competente
- d. Por decisión de los usuarios

42. Al siguiente logotipo se le ha aplicado...:



- a. Ley de la buena comunicación
- b. Ley del cierre
- c. Ley de la simplicidad
- d. Ley de la experiencia

43. ¿Cuál sería el significante del logo del canal ecuatoriano RTS?:



- a. "El canal de las noticias"
- b. El sonido
- c. Red Telesistema
- d. Las letras

44. ¿Cuál sería el referente de la marca de farmacias ecuatorianas Cruz Azul?:



- a. El diseño de la palabra "farmacia"
- b. El diseño de la "marca registrada"
- c. El diseño de la cruz azul.
- d. El diseño de la palabra "cruz azul"

45. El siguiente afiche titulado “A los animales se les reconoce por sus huellas” es un...:



- a. Símbolo
- b. Índice
- c. Ícono
- d. Signo

46. La siguiente marca es un/a...:



- a. Logotipo
- b. Isotipo
- c. Isologo
- d. Imagen tipo

47. La siguiente señal de tránsito es un...:



- a. Isologo
- b. Logotipo
- c. Índice
- d. Isotipo

48. La siguiente marca es un/a...:



- a. Ícono
- b. Señal
- c. Signo
- d. Símbolo

49. La siguiente imagen ha sido diseñada teniendo en cuenta el/la...:



- a. Principio de la semejanza
- b. Principio de continuidad
- c. Ley de la simplicidad
- d. Ley de los arcos dorados

50. El siguiente dibujo del escritorio de Windows es un...:



- a. Índice
- b. Ícono
- c. Símbolo
- d. Signo