

DISEÑO GRÁFICO Y PUBLICITARIO (EDCOM-ESPOL)
EXAMEN PARCIAL I (06-07-11)
DISEÑO CONTEMPORÁNEO
Prof. M^a de los Ángeles Custoja

Alumno:

Calificación/50p:

Lea detenidamente el enunciado, observe las imágenes que lo acompañan y a partir de su análisis, responda a las siguientes preguntas solamente con la letra correcta:

1. Esta publicidad de la “*Revista Moderna*” (s. XX) muestra como el diseño moderno abarca el trabajo de pensadores, diseñadores... que se rebelan contra las tradiciones académicas e historicistas del s. XIX y hacen frente a los nuevos aspectos políticos, sociales y económicos del emergente mundo moderno, el siguiente anuncio hace referencia a como...:



SEALED IN STEEL

SO TROUBLE PROOF

*that even drowned in water
... it still runs on*

SO TROUBLE-PROOF that of the hundreds of thousands of owners, not one has paid a cent for service

THEY submerged it in water—and it still ran on. Think of the significance of such a test to you! Dust, dirt, moisture, rust—that lead to breakdowns and repair bills—are powerless to halt the operation of General Electric mechanism. In that small round casing on top of every General Electric Refrigerator, the entire mechanism is sealed in steel!

Here is a refrigerator that gives you all the advantages of electric refrigeration—and a great deal more besides. A mechanism so efficient that your electric current bills are cut to a few cents a day. An incredible quietness of operation the day you buy—and always. A freezing regulator that is right at your finger-tips. A snow white porcelain-lined cabinet that will wear like steel—because it is all-steel.

Years have passed since the first General Electric Refrigerators started running—and still they run on! Time itself has failed to check their trouble-free efficiency. Years have passed, yet—of the hundreds of thousands of owners—not one has paid a cent for service!

Prices now start as low as \$205 at the factory—and most people buy on our easy time payment plan. For our illustrated booklet, address Section G-5, Electric Refrigeration Dept. of General Electric Co., Hanna Bldg., Cleveland, Ohio.

Join us in the General Electric Hour broadcast every Saturday evening at 8 o'clock, Eastern Standard Time, over a nation-wide N. B. C. network.

GENERAL ELECTRIC
ALL-STEEL REFRIGERATOR

May 1930 Good Housekeeping

a. La cultura popular (1930) derivaba de la creciente urbanización de la población y la producción masiva alimentó muchas de las innovaciones del diseño moderno así como el enriquecimiento de la población en general.

b. El diseño moderno representa como innovación una nueva forma de entender la estética, teoría y función del mismo, en que el valor dominante es la imitación de la naturaleza o su representación literal.

c. Uno de los cambios mas visibles de este periodo es la adopción de objetos de producción moderna en la vida diaria con una finalidad de que unos pocos vivan mejor.

d. Es una tendencia de pensamiento que afirma el poder del ser humano de destruir su entorno, con la ayuda del conocimiento científico, tecnología y experimentación práctica.

2. En los años'80 resurgió un interés por el *Art Decó* desde el campo del diseño gráfico, la asociación con el cine negro y el glamour de los años'30 llevaron al uso de sus formas en publicidad como muestra esta etiqueta de cigarrillos, en la que domina:



a. Un estilo dominado por la línea curva, quebrada o greca y el adornos de inspiración natural sólo aplicados al diseño de modas e industrial.

b. Un estilo que toma fuerza a partir de la segunda guerra mundial en EEUU por la austeridad europea.

c. Un estilo opulento y fastuoso en reacción contra la forzosa austeridad causada por la primera guerra mundial. Su carácter rico y festivo se hace a medida de los ambientes modernos incluyendo interiores de grandes salas cine, teatros, trasatlánticos, rascacielos.

d. Un estilo eclético: Postimpresionismo, Expresionismo, fauvismo, y también del estilo racionalista de la escuela Bauhaus.

3. El diseño gráfico comercial entre las dos guerras mundiales experimenta una evolución importante en la proyección gráfica del cartel, se buscaron nuevas modalidades y técnicas para que cada comunicación se distinguiera de las demás, como:



Niklaus Stoecklin

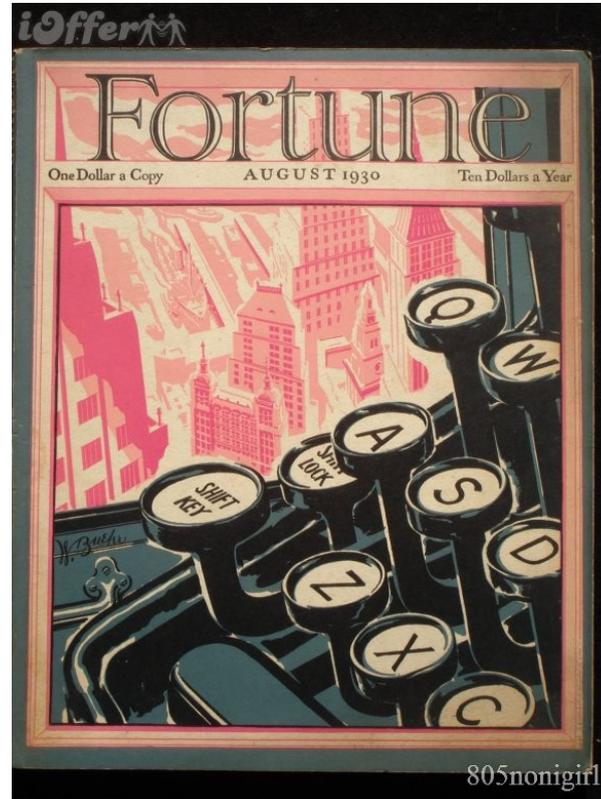
- a. Límites en la utilización variada de la tipografía.
- b. Mayor utilización de la fotografía.
- c. Influencia de los movimientos artísticos de principios del s. XX como el cubofuturismo.
- d. Dibujo más sintético y menos figurativo, se busca la esencialidad de la imagen y su integración con el texto.

4. En fuerte contraste con la opulencia del *Art Decó* estaba la pobreza generada por la Gran Depresión en EEUU. Algunos de los mas bellos trabajos gráficos vienen del WPA, que era un programa de trabajo que proporcionaba empleo e ingresos a los desempleados durante la Gran Depresión, especialmente en el ámbito:



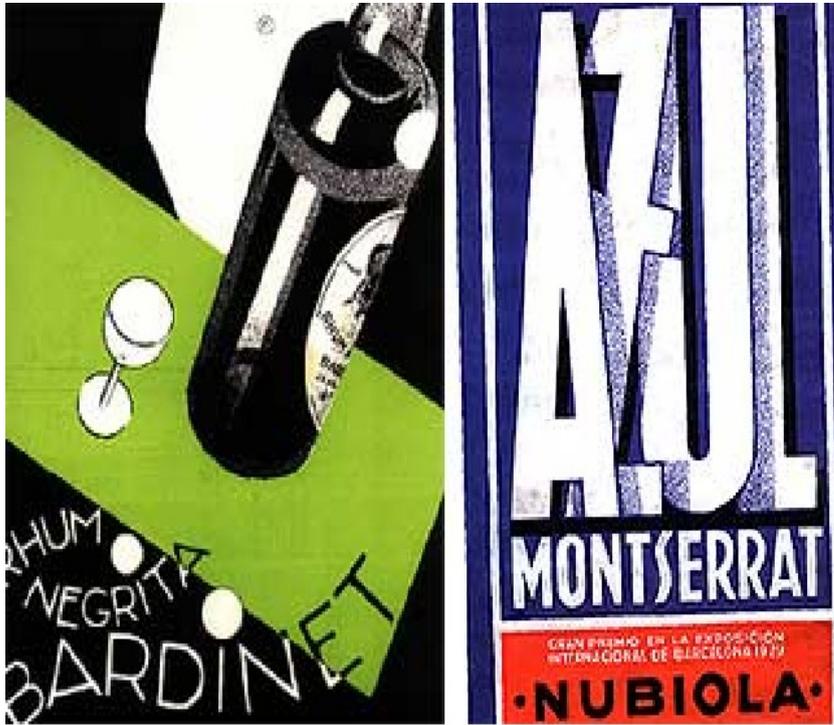
- a. Económico a partir de la cultura.
- b. Cultural a partir del diseño gráfico.
- c. Social a partir de la economía.
- d. Político a partir de lo social.

5. La revista *Fortune* (1930), juega un papel destacado en el Diseño editorial de entreguerras: en una época en que las publicaciones económicas eran poco más que números y estadísticas impresas en B/N, ella marcó una tendencia en el diseño de libros & revistas de todo tipo, desde la diagramación hasta el uso de la fotografía, ilustración y tipografía que todavía sigue vigente...



- a. Es una revista de finanzas vinculada con el auge económico de los EEUU.
- b. Es una revista científica vinculada con la cultura popular de los EEUU.
- c. Es una revista de finanzas vinculada con el crack de 1929.
- d. Es una revista científica vinculada con la 1ª GM europea.

6. Quizá sea la española la única vanguardia artística en el mundo que enseguida fue de dominio público a través del cartel republicano, sus características fueron:



Josep Sala, *Ron Negrita* &
Blanqueador Azul (anónimo).

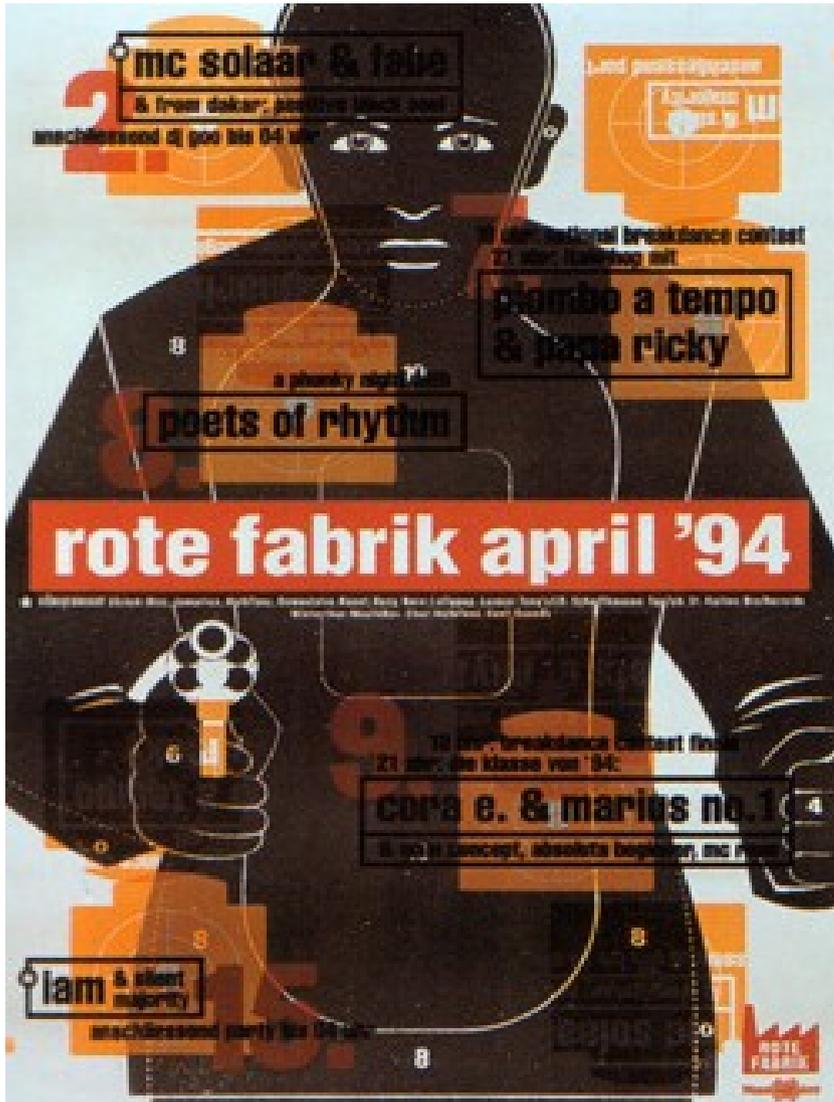
a. La utilización de la tipografía de palo seco y la fotografía, constituyen la principal novedad. Hasta entonces ilustrar cubiertas de libros o anuncios con fotografías y no con dibujos era una auténtica proeza.

b. Se anunciaban todo tipo de productos con dibujos expresionistas.

c. El diseño de libros vivió una época dorada en la que se experimentó con la tipografía y se incorporó la fotografía en las portadas y, ya declarada la guerra, los carteles de propaganda se convertían en auténticos manifiestos vanguardistas.

d. Las letras del jabón de lavar ropa, las cajetillas de cigarrillos... incorporaban una tipografía sombreados y combinaciones de colores inusuales, se puso de moda el papel pintado de inspiración cubista.

7. En el diseño gráfico postmoderno el "*deconstructivismo*" dió su nombre a uno de los mayores movimientos tipográficos de los '80-'90: "*Tipografía deconstructiva*", que tenía su origen en la tipografía de los Dadaístas y Futuristas en los años'20-30 y más tarde, de la Poesía Concreta durante los años'50-60. Un ejemplo de este diseño es El Punk, que fue:



a. Una aversión por la tecnología contemporánea y sus posibilidades.

b. Una experimentación con tipografía del diseño gráfico deconstructivo, reflejo de un mundo de difusa comunicación indirecta a través de las emisiones de las poderosas tecnologías de la información.

c. Unas estrategias de apropiación, yuxtaposición, malversación, montaje, collage, repetición, facilitado por las extraordinarias capacidades de la tecnología.

d. Etiquetas de ropa, muestras de bordados, menus de cafeterías, tickets usados, lo cotidiano como objeto "perceptual" para la tipografía.

8. Desde una perspectiva ideológica del diseño contemporáneo que tienen en común estos *Converse punk* de moda hoy en día con las sandalias hippies de los'60....:



- a. En que desde 1908-30 se vinculan con el mundo de las estrellas deportivas.
- b. En que hoy se identifican con el heavy metal & gothic.
- c. En que los años'50 *Converse* se ha convertido en icono de la juventud, la moda, la música, las estrellas de cine y la rebeldía.
- d. En que los'70 estas zapatillas se adaptan a los jóvenes que se identifican con el Rock&Roll.

9. De la desilusión que diseñadores y directores de arte sentían hacia los requerimientos propuestos por el sector de la publicidad a f.s. XX surgirá "*First things first 2000 Manifesto*" (lo primero es lo primero), que fue una llamada a una forma mas radical de diseño y una crítica al diseño "sin valores", un ejemplo de ello son *Adsbusters* & "*Culture jamming*", que podríamos definir a través de la imagen como:



a. Relacionados con ideas de subversión: se reutilizan elementos de medios bien conocidos para crear un nuevo trabajo con mensaje diferente, a menudo opuesto al original y usando comentarios satíricos.

b. Reinventan los paradigmas anticuados de la cultura de consumidor como base de un nuevo entendimiento de la forma de ver de la vida, buscando ideas irresistibles para ofrecer una nueva perspectiva.

c. Inmersos en la era de lo visual y lo virtual el sustento en materia discursiva textual es mínimo, por el contrario su resistencia contracultural tiene un carácter simbólico-artístico. Lo que inicio como una revista hoy es una marca.

d. Proponen no utilizar las mismas dinámicas comerciales que utiliza el mercado, el marketing y en general el comercio. La estética del color sigue presente, el modo de plasmar el colorido es ya digital y no manual.

10. El siguiente cartel recuerda a...:



- a. Carteles comunistas.
- b. Carteles cinematográficos de Bollywood.
- c. Carteles cinematográficos de Hollywood.
- d. Carteles fascistas.

Josep Renau

FIN