

**DISEÑO GRÁFICO Y PUBLICITARIO (EDCOM-ESPOL)
EXAMEN FINAL (04-09-12)
DISEÑO CONTEMPORÁNEO**

Alumno:

Calificación/100p:

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

***ATENCIÓN Sres alumnos:**

_Recuerden escribir con buena letra, si se equivocan no sobreponer letras, sino tachar y volver a escribir al lado.

_No usar lápiz ni bolígrafo rojo.

_Sólo será calificado aquello que ustedes hayan apuntado en el examen, el profesor no puntuará suposiciones.

Muchas gracias por su comprensión.

1. El programa "*Bestiario ilustrado*" és un "*road movie*" televisivo que va en busca de creadores emergentes, como creativo es su formato gráfico: un "*programa de autor*" a medio camino entre el reportage y la ficción. En la siguiente careta de entrada al programa que taxonomía de intergéneros se ha trabajado...:



- a. La Estética del DC
- b. La Antropología del DC
- c. El Diseño social
- d. La teoría del DC
- e. La Ética del DC



2. Comprender cómo la tipografía ha hecho visible nuevas imágenes literarias y cómo los poetas han renovado el lenguaje de la poesía, puede cooperar al entendimiento de la composición tipográfica en aplicaciones de diseño editorial, publicitario... En la siguiente infografía, la relación filosófica que se establece entre la imagen y el texto está basada en...?:

- a. La intuición de lo que se dice en un texto tradicional como estructura y núcleo del significado.
- b. El juicio estético a través de la crítica literaria y política.
- c. El gusto a través de una amplia significación para la cultura de los lectores.
- d. La interpretación a través de un tipo de diseño que produce poemas-objetos.
- e. La b y la c.

3. ¿Qué tienen en común el envase y su 'etiquetaje'?



- a. La mirada
- b. La visibilidad
- c. El gusto
- d. El aura
- e. La interpretación

4. La relación estética que se establece entre la imagen y el texto está basada en...?:



a. La praxis

b. La poiesis

c. La teckné

d. La anaphés

e. La nemnié

5. A lo largo de la materia hemos visto que el usuario no compra productos, sino...:



¡NO SUFRIR!

CEREBRINO
MANDRI
CONTRA EL
DOLOR -
FÓRMULA SENCILLA
QUE NO PUEDE PRODUCIR SÍ-
MPTOS Y NO TIENE ACCIÓN
TÓXICA NINGUNA.
ESPECIALIDAD NACIONAL

USOS

Una cucharadita con agua
UNA, DOS ó TRES veces,
vence todo dolor. El remit-
tismo febril cura tomándo-
lo TRES ó CUATRO veces,
repartidas durante el día.
En el dolor crónico, tomado
en ayunas, OCHO ó DIEZ
días en cada mes.

Solicite prospecto al

Laboratorio MANDRI, Provenza, 203.-BARCELONA

- La teoría que estos productos representan.
- La estética que estos productos representan.
- El método que estos productos representan.
- La carga antropológica que estos productos representan.
- La práctica que estos productos representan.

6. Analice la siguiente publicidad... ¿A qué concepto de los analizados en DC hace referencia la siguiente publicidad?:



- a. Antropología del consumo
- b. Teoría evolucionista
- c. Antropología del diseño
- d. Escuela de Viena
- e. Teoría de la Einfühlung

7. La siguiente cortinilla gráfica forma parte de/l...: **(Ver video 1)**



- a. La estética DC
- b. Diseño Social
- c. La antropología DC
- d. Diseño emocional
- e. La ética DC

8. En la siguiente publicidad las teorías de la Gestalt se han aplicado mediante el...:



- a. Juego tipográfico-figuras
- b. Juego tipográfico
- c. Juego retórico
- d. Juego figuras
- e. Juego retórico, tipografía & figuras

9. La siguiente publicidad forma parte de/l...:



- a. La estética que esas marcas simbolizan.
- b. La crítica que esas marcas simbolizan.
- c. La psicología que esas marcas simbolizan.
- d. Los mitos y arquetipos que esas marcas simbolizan.
- e. La teoría que esas marcas simbolizan.

10. La marca Danone de yogures de origen español y con presencia en EEUU y algunos países latinoamericanos originalmente constaba de envases de porcelana, después de vidrio y hoy de plástico, pero este último aun convive con el de cristal... Pero a pesar de los altos costes que esto supone ¿cuál puede ser el motivo de esta permanencia en el mercado?



- a. El aura
- b. La memoria
- c. El gusto
- d. La felicidad
- e. La b y la d

¡FIN!

**(Consultar calificaciones
sistema académico)**