**EXAMEN DE ARTE Y DIAGRAMACIÓN**

**PAR. 3 - PRUEBA DE MEJORAMIENTO**

Nombre del Alumno

\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

Como estudiante de ESPOL me comprometo a combatir la mediocridad

y a actuar con honestidad; por eso no copio ni dejo copiar.

Firma de Compromiso \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

**Diga si es verdadero o falso: (V) (F)**

\_\_\_\_ Boxes o caja - un box es un espacio gráficamente delimitado que usualmente incluye un texto explicativo o sobre el asunto relacionado al artículo principal.

\_\_\_\_ Hilos - existen para separar elementos que, por algún motivo, pueden ser confundidos.

\_\_\_\_ Encabezado y Pie - marcan la cumbre y la base de la página, respectivamente, incluyendo marcas básicas como nombre del periódico, editorial, fecha, número de la edición y número de la página.

\_\_\_\_ Cuando es usado en la primera página, la cabecera incluye la marca del diario, precio y algunos nombres del equipo periodístico (presidente, director, editor-jefe).

\_\_\_\_ Espacios para publicidad, único elemento de contenido no-editorial de la diagramación, producido por el equipo comercial.

**Defina lo que significan los siguientes tipos de diagramación publicitaria.**

*Llene el espacio en paréntesis con el número correspondiente a su definición.*

1. **Windows ( )**
2. **Espacio en Blanco ( )**
3. **Panel ( )**
4. **Simetría ( )**
5. **Asimetría ( )**
6. **Superpanel o Madrian ( )**
7. **Circus ( )**

**1.** La mayoría del área del formato está ocupada por una imagen. Este tipo de diagramación publicitaria es utilizada cuando se necesita exponer el producto y existe poca descripción de las cualidades del mismo.

**2.** Este tipo de diagramación está ligada con el movimiento minimalista, conformado por mucho espacio circundante, por lo que existe más áreas en blanco que elementos gráficos. Dándole elegancia y constando de un nivel pragmático muy elevado.

**3.** Se asemeja a una diagramación editorial, constituida por columnas, filas, que contienen varias imágenes y texto extenso. Por lo general es utilizada en publicidad desplegada en revistas.

**4.** Siendo una diagramación ordenada, tradicional, favorece la percepción y lectura fluida. Sus elementos sostienen el mismo peso visual, tanto para la derecha, que para la izquierda del área del formato a trabajar, dividida verticalmente, por lo que no hay puntos de resalte focal.

**5.** Por lo contrario de la diagramación simétrica, el balance del peso visual es roto, dando un resalte focal a uno de los costados, con preferencia a la derecha.

MIÉRCOLES 17 DE SEPTIEMBRE DEL 2014

9h30 A 11h3

****

**6.** De alguna manera es una variación de la diagramación de panel, se puede percibir una serie de columnas sobremontadas.

**7.** Generalmente utilizada en doble página de forma horizontal. Existen elementos secundarios compuestos por una infinidad de detalles anexos a imágenes, que rondan a un elemento central.

**Complete los pares bipolos o contrarios.**

*Llene el espacio en blanco con la numeración de su opuesto correspondiente.*

\_\_\_\_ Equilibrio 1 Difusidad

\_\_\_\_ Simetría 2 Episodicidad

\_\_\_\_ Regularidad 3 Aleatoriedad

\_\_\_\_ Simplicidad 4 Profunda

\_\_\_\_ Unidad 5 Yuxtaposición

\_\_\_\_ Economía 6 Distorsión

\_\_\_\_ Reticencia 7 Variación

\_\_\_\_ Predictibilidad 8 Acento

\_\_\_\_ Actividad 9 Audacia

\_\_\_\_ Sutileza 10 Opacidad

\_\_\_\_ Neutralidad 11 Pasividad

\_\_\_\_ Transparencia 12 Espontaneidad

\_\_\_\_ Coherencia 13 Exageración

\_\_\_\_ Realismo 14 Complejidad

\_\_\_\_ Plana 15 Profusión

\_\_\_\_ Singularidad 16 Irregularidad

\_\_\_\_ Secuencialidad 17 Fragmentación

\_\_\_\_ Agudeza 18 Asimetría

*Llene el espacio en paréntesis con el número correspondiente a la definición de cada término.*

\_\_\_\_ Difusividad \_\_\_\_ Episodicidad

\_\_\_\_ Aleatoriedad –––– Profunda

\_\_\_\_ Yuxtaposición \_\_\_\_ Distorsión

\_\_\_\_ Variación \_\_\_\_ Variación

\_\_\_\_ Acento \_\_\_\_ Audacia

\_\_\_\_ Opacidad \_\_\_\_ Pasividad

\_\_\_\_ espontaneidad \_\_\_\_Exageración

\_\_\_\_ Complejidad \_\_\_\_ Profusión

\_\_\_\_ Irregularidad \_\_\_\_ Fragmentación

\_\_\_\_ Asimetría

**DEFINICIONES:**

**1-** Es la desconexión, o en un dado caso presenta conexiones pero débiles, muy al contrario de la continuidad, pero no se desliga del significado de la composición.

**2-** Es cuando es impreciso, pero y con lleva a un ambiente, que puede expresar un sentimiento o calor.

**3-** Es cuando hay desorganización planificada en la diagramación.

**4-** Expresa la interacción de estímulos visuales, la cual posee al menos 2 elementos en comparación.

**5-** Es una imagen simplificada que no posee perspectiva ni profundidad.

**6-** Es desviación de la forma auténtica

**7-** Los elementos se intercambian mediante un tema que es el dominante, aunque hay variación no se sale del tema.

**8-** Cuando algo es realzado en un fondo uniforme.

**9-** Es, por su misma naturaleza, una técnica visual obvia. Debe usarse con atrevimiento, seguridad y confianza en sí mismo pues su propósito es conseguir una visibilidad óptima.

**10-** Es el reposo y equilibrio absoluto, inmóvil.

**11-** Es la falta aparente del plan y de gran carga **emotiva.**

**12-** Es recurrir a lo extravagante, llevando su expresión mucho más allá de lo real para intensificar su mensaje.

**13-** Está enriquecido de elementos, hace uso de la ornamentación.

**14-** Es la división de los elementos, cada elemento esta separado y aunque se relacionan cada uno también conservan su carácter individual.

**15-** Es la contraparte, es cuando hay muchos elementos en el plano, y debe hacerse un proceso de organización para su significado.

**16-** Es lo contrario es lo insólito, aquello que es inesperado dentro de la diagramación.

**17-** Es cuando falta un equilibrio geométrico y visual, es cuando el peso se encuentra alojado de mayo manera en uno de los puntos del plano.

**18-** La inestabilidad es la contraparte la ausencia de un equilibrio pero debido al efecto de la diagramación, puede ser más atractivo o más dinámico.

Componentes básicos del periódico.

**A. Componentes fijos:**

**Dos son los componentes básicos que integran un periódico: TEXTOS E INFORMACIÓN GRÁFICA, elementos en su mayoría transitorios que diariamente se repone con material nuevo para cambiar el contenido de la publicación. No obstante, en las paginas de un periódico, podemos encontrar partes fijas, es decir, que permanecen constantes día con día. Estas son:**

*Llene la línea que antecede a la descripción con las respuestas adecuadas, que a continuación se exponen:*

**a.** EL LOGOTIPO O LOGO **b.** LOS FOLIOS **c.** LOS TÍTULOS PERMANENTES **d.** EL MENBRETE **e.** LA BANDERA

\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ También llamada rotulo, titulo o cabecera, es el nombre, la marca de fabrica de un periódico y debe ser legible, atractiva y distintiva. Para diseñar una bandera, es necesario seleccionar cuidadosamente la clase de letra y el logotipo de la misma.

\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ Es una información que proporciona el nombre del periódico, su lugar de publicación, su editor, nombre del director y a veces, subdirector o jefe de información, fecha de fundación del periódico, el tomo numero de ejemplares del día y numero correspondiente a los años que tiene de ser publicado. Así mismo, si el periódico tiene un lema, deberá colocarse también en le membrete.

\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ No son otra cosa que los números de las páginas, pero en el uso periodístico incluye también el nombre del periódico y la ciudad donde se edita, la fecha y el número de plana. En la primera pagina, comprende también el tomo y el número de edición, como parte integral del membrete e inclusive también a veces el precio del ejemplar.

\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ Es la identificación una pagina o de una sección del periódico, realizada generalmente con tipos (letras) grandes o adornos, por ejemplo los utilizados en las paginas deportivas o de sociales, etc.

\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ Son los encabezados que dan el nombre de un texto cuyo contenido varia, no así el titulo, que siempre será el mismo. La cabeza de una columna fija o sección permanente puede consistir en uno o dos renglones breves que a veces son acompañados de un dibujo o fotografía, que puede ser u retrato del columnista. También se le agregan e este encabezado algunos element0os de adorno como recuadros, sobretítulos o rayas, para hacerlos mas atractivos.

**B. Componentes transitorios:**

**Este tipo de componentes de un periódico corresponden a los textos e información grafica que día con día se van cambiando, debido a que la información se genera de igual manera, es nueva y fresca.**

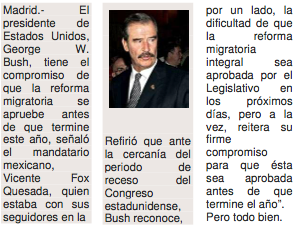
*Llene la línea que antecede a la descripción con las respuestas adecuadas, que a continuación se detallan:*

**a.** TEXTOS **b.** INFORMACIÓN GRÁFICA **c.** Títulos

\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ Son los primeros que el lector ve al tomar el periódico y aunque la información que se transmite corresponde al 2 % del contenido total de la edición.

\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ Es la información escrita de las notas, reportajes, entrevistas, etc.; que explica con detalle lo que aconteció. Estos textos normalmente dentro del diagramado de un periódico simulan figuras como por ejemplo: L – S – U – T.

**Ejemplo de diagramado en forma de U**



\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ Es otro componente transitorio, representa un elemento importante para darle colorido y atracción, como complemento de la información.

Las imágenes pueden ser fotografías, bocetos, mapas, diagramas, graficas, dibujos, caricaturas, etc.

**Los títulos suelen llamarse también: Cabeza, encabezamiento, encabezado o rótulo y puede adoptar varias formas.**

*Llene la línea que antecede a la descripción con las respuestas adecuadas, que a continuación se detallan:*

**a.** NOTA DE 8 **b.** CABECERA **c.** ESCALONADO **d.** CINTILLO O BALAZO **e.** SUB TÍTULOS, SUMARIOS o SECUNDARIOS

\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ cuando el titulo abarca toda la plana, por encima de la bandera.

\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ cuando comprende dos o tres líneas.

\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ es el encabezado de la noticia más importante del día, abarca todo lo ancho del periódico por debajo del folio en la primera plana. Es el título principal.

\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ es un pequeño sobretítulo colocado encima del título principal.

\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ son los que van colocados abajo del título principal, con la finalidad de ampliar la información.

**EL PROTOTIPO en el diseño integral de un periódico.**

Componentes preliminares.

**Todo proyecto de diseño integral, concebido y previsto para su realización y producción industrial, exige la elaboración de un detallado prototipo. Este prototipo, en el caso de un proyecto de periódico, tiene que ser valorado bajo tres aspectos fundamentales:**

1 \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

2 \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

3 \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

**a.** El aspecto estético. **b.** El aspecto económico. **c.** El aspecto del orden de la lectura. **d.** El aspecto periodístico. **e.** El aspecto ergonómico. **f.** el aspecto técnico.

Los mismos que corresponden a LA FORMA, EL CONTENIDO y LA FABRICACIÓN; por tanto son factores de enorme interés para el plan financiero del proyecto.

**DOS PUNTOS**

**Diseño editorial y diseño publicitario**

En todas estas manifestaciones de comunicación y publicidad, existen algunos puntos comunes que se deben tener en cuenta en la mayoría de las circunstancias:

**A) Desde el punto de vista como Producto, el diseño editorial** \_\_\_\_\_\_\_\_

**B) Desde el punto de vista como producto, el diseño publicitario \_\_\_\_\_\_\_\_**

*Coloque en los espacios sobra las líneas, la numeración correspondiente al enunciado correcto.*

**1** El diseñador debe conocer el producto, para poder transmitir sus características, sus ventajas, novedades, en definitiva, ha de conocerlo para poder convencer al público.

**2** Debemos saber qué tipo de contenido vamos a maquetar, es decir, de qué tipo de publicación estamos hablando.

**. . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . . .**

**A) Desde el punto de vista de el público consumidor, el diseño editorial** \_\_\_\_\_\_\_\_

**B) Desde el punto de vista de el público consumidor, el diseño publicitario \_\_\_\_\_\_\_\_**

*Coloque en los espacios sobre las líneas, la numeración correspondiente al enunciado correcto*

**1** Ha de saber a qué público va dirigida la publicación. No es lo mismo una revista para jóvenes aventureros, que para amas de casa. La composición depende en gran medida de saber quién es el público destinatario de la misma.

**2** Además del conocimiento del producto, hay otro aspecto importantísimo que no debemos olvidar a la hora de crear un anuncio: el estudio del público al que va dirigido.

Debemos tener presente qué es lo que espera el usuario del producto para poder ofrecérselo, convencerlo, estimularlo, en otras palabras, darle una razón para comprarlo o adquirirlo. La base para crear un buen diseño que será capaz de transmitir las características o atributos del producto de la forma más clara posible.

**Desde el punto de vista de los medios:**

**A) El diseño editorial \_\_\_\_\_\_\_**

**B) El diseño publicitario \_\_\_\_\_\_\_**

*Coloque en los espacios sobre las líneas, la numeración correspondiente al enunciado correcto*

**1** Dependiendo del producto (ya sea un objeto, una empresa, un servicio) su publicidad será más eficaz en un medio o en otro. Es decir, no es lo mismo anunciar un producto nuevo de cosmética, en una revista dirigida a la mujer como “Mía” o la tan conocida revista del corazón “Hola”, que anunciarlo en una revista especializada en negocios. La revista especializa en negocios no es el medio más adecuado para anunciar este producto, puesto que no va dirigido a las personas que pueden estar interesadas en dicho producto.

**2** Cada medio, ya sea un tipo de revista o un periódico determinado, tiene sus propias características en cuanto a formato, composición, contenido de las páginas, e, incluso, jerarquía de elementos. Debemos saber cómo vamos a estructurar la información en el medio.

**Desde el punto de vista de la competencia:**

**A) El diseño editorial y el diseño**

**publicitario \_\_\_\_\_\_\_\_**

*Coloque en el espacio sobre la línea, la numeración correspondiente al enunciado correcto*

**1** El conocimiento o reflexión de algunos puntos de la competencia, como la respuesta del público hacia su publicidad y por tanto a su producto, puede ser útil a la hora de valorar nuestro trabajo.

**2** Los factores que determinan una buena comunicación, deben separarse; formar un conjunto coherente y funcional no es lo más indicado.