

**DISEÑO GRÁFICO Y PUBLICITARIO (EDCOM-ESPOL)  
EXAMEN RECUPERACIÓN (14-03-17)  
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.**

**Por derechos de autor, no se mostrarán imágenes en este examen.**

**1. Indique qué juego semiótico se utilizó para la construcción de la Marca país y sistema de identidad gráfica de Singapur según las imágenes mostradas.**

**Señale 2 respuestas**

- a. La teoría formalista
- b. La teoría funcionalista
- c. Escuela de Viena
- d. Posestructuralismo y Deconstrucción
- e. Métodos iconográficos

**2. La siguiente imagen muestra que en nuestra contemporaneidad, desde una perspectiva antropológico-estética, la creación de mitologías desplegada en infinidad de medios produce relaciones de tipo \_\_\_\_\_ entre las marcas y los consumidores:**

- a. Psicológicas
- b. Ideológicas
- d. Culturales
- c. Comerciales
- e. Banales

**3. ¿Qué conceptos están asociados al diseño usado en el material gráfico del disco de este grupo música de los 90s? Señale dos respuestas.**

- a) La interpretación musical
- b) Representaciones iconográficas
- c) El placer fisiológico de los sentidos
- d) El aura
- e) El pensamiento apocalíptico

**4. A través de la siguiente marca española muy reconocida en Ecuador décadas atrás, podemos percatarnos que a lo largo del desarrollo del DC el usuario no compra marcas, sino...:**

- a. La estética que esas marcas simbolizan.
- b. El componente crítico que esas marcas simbolizan.
- c. La psicología que esas marcas simbolizan.
- e. La mirada que provoca el usar determinado producto.
- d. El componente antropológico que esas marcas simbolizan.

## 5. De la aclamada película Inception se obtienen estas conversaciones ...:

*“- ¿Cuál es el parásito más resistente? ¿Una bacteria? ¿Un virus? ¿Una tenia intestinal?  
- Lo que intenta decir el Sr. Cobb--  
- Una idea. Resistente. Altamente contagiosa. Una vez que una idea se ha apoderado del cerebro es casi imposible erradicarla. Una idea completamente formada y entendida, que se aferra...”*

”

**¿Cuál es el primer concepto del que nos está hablando?**

- a. Interpretación
- b. Juicio crítico
- c. Recepción
- d. Mirada
- e. Pensamiento interpretativo

**6. La marca Axe se caracterizó por la generación de publicidad controvertida con altas dosis de creatividad alrededor del concepto de la seducción. Al ver esta publicidad, indique qué tipo de teorías están involucradas.**

- a. J.Lyotard - las constelaciones y nubes de ideas
- b. T. Adorno -la dialectica negativa
- c. F. Nietzsche – Lo Apolonio y Dionisiaco
- d. M. Foucault – El biopoder
- e. U.Eco – Apocalipticos e Integrados

**7. Existen documentales sobre el uso de las redes sociales indicando que estas muestran nuestra versión editada de la realidad. De acuerdo a esta campaña de una conocida Red Social, qué factores se ven involucrados y por qué.**

**Indique 2 factores.**

- a. La contemplación estética
- b. La interpretación
- c. El juego de las facultades
- d. Lo subliminal
- e. La visibilidad
- f. El gusto

**8. Una conocida marca mostró un aviso viral tratando de parodiar a su principal competidor. Sin embargo Coca Cola con mucha facilidad le dio la vuelta al aviso. Que factor motivó la facilidad de respuesta del competidor.**

**Indique 2 factores.**

- a.El mensaje subliminal
- b. El juicio Juicio estético del consumidor
- c.La interpretación
- d.El gusto por la marca tradicional
- e.La mirada de la audiencia ante sucesos virales.
- f.La intuición del creativo

9. Este año 2015, la campaña de la Unicef en contra del “*cyberbullying*” ganó un premio Cannes Lions.

¿Qué conceptos están involucrados?

**Indique 2 factores.**

- a. La mirada
- b. La interpretación
- c. El aura
- d. Lo subliminal
- e. El juicio estético

**10. Esta conocida marca decide reemplazar su logo con emojis como parte de una estrategia publicitaria. Anteriormente otra marca había hecho una estrategia de reemplazar su nombre con nombres comunes de los usuarios. Indiqué qué teoría están involucradas**

**Indique 2 factores.**

- a. Deconstrucción
- b. Teoría formalista
- c. Historicismo
- d. Positivismo
- e. Evolucionismo
- f. T. Einfeldung

**Extra 5pts**

**Indique los campos estéticos asociados**

**Indique 2 factores.**

- a. Lo trágico
- b. La fealdad
- c. La belleza
- d. El aura
- e. Lo banal
- f. Lo cursi

**¡FIN!**

**(Consultar calificaciones  
sistema académico)**