

**DISEÑO CONTEMPORÁNEO (EDCOM)
EXAMEN FINAL (02-09-11)**

Alumno:

Calificación/50p:

Apunte la respuesta correcta (5p/ci).

***ATENCIÓN Sres alumnos:**

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

_No usar lápiz ni bolígrafo rojo.

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

Muchas gracias por su comprensión.

1. Ya hemos visto a lo largo de la materia que un diseñador gráfico debe tener una cultura variada y, sobre todo, ha de ser capaz de captar estímulos procedentes de fuentes y lenguajes muy distintos, así como de interpretar sus potencialidades comunicativas. Este es el procedimiento habitual de colectivos como Tomato...

(Ver video “*Trainspotting*”)

El título *Trainspotting* tiene un doble significado, por un lado hace referencia a un pasaje del libro en el que Begbie y Renton conocen a un borracho en la estación de trenes. Begbie y Renton usan la estación para hacer sus necesidades y el borracho les pregunta, intentando hacer un chiste, si están haciendo "trainspotting". Por otra parte hace referencia al argot escocés en donde el termino "trainspotting" significa buscar una vena para inyectarse droga. El término anglosajón "trainspotting" se utiliza para refererirse a la afición relativamente popular en el Reino Unido de observar trenes. *Trainspotting* es considerada una de las películas de culto de los años'90.

¿Qué figura retórica podemos aplicar?

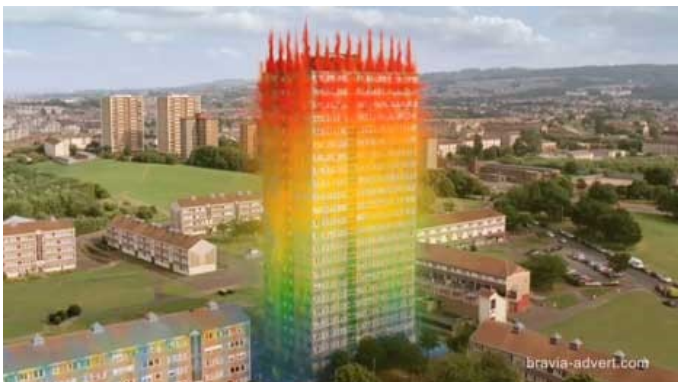
- a. Antífrasis
- b. Antonomasía
- c. Epífora
- d. Paronomasia
- e. Dilogía

2. La primera “A” helvetica Maeda está inspirada en la segunda que constituye un/a... ¿porqué?:



- a. Antropología de DC
- b. Poesía Visual
- c. Historia del DC
- d. Estética del DC
- e. Diseño Social

3. ¿Qué concepto se le ha aplicado al siguiente spot publicitario para Sony Bravia diseñado por Fallon London?:



- a. Antropología del Diseño
- b. Ética del Diseño
- c. Kansei
- d. Estética del DC
- e. Diseño Social

4. El *product placement* consiste en poner la marca o producto dentro de la historia que se está narrando con un objetivo...:



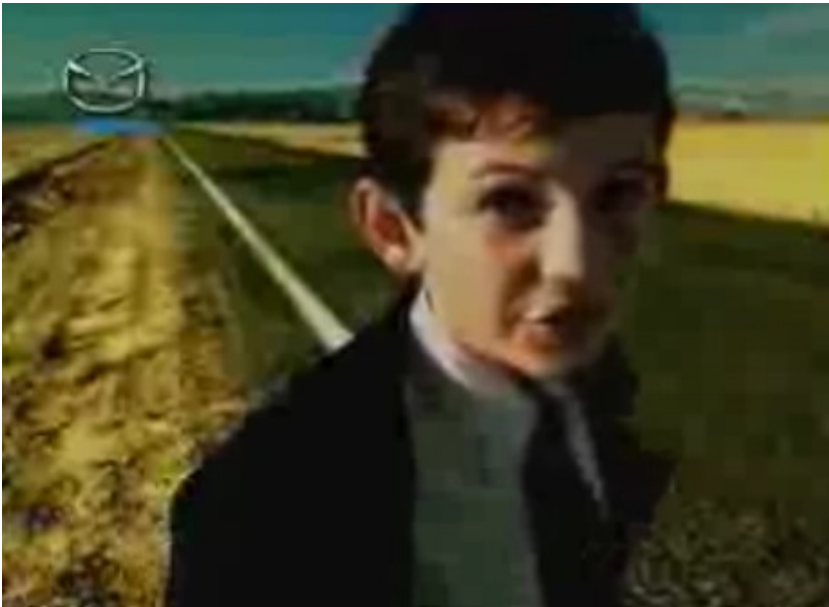
- a. Diseño identitario
- b. Diseño Social
- c. Antropología del DC
- d. Diseño de emociones
- e. Ética del DC

5. ¿Qué figura retórica se muestra en la siguiente imagen?



- a. Paradoja
- b. Antonomasía
- c. Antífrasis
- d. Paronomasia
- e. Paráfrasis

6. Las piezas que generan Kansei gustan a todo el mundo, incluso a los niños siendo estos buenos detectores del mismo... A través del siguiente spot publicitario “*Mazda Zoom Zoom*” ¿cómo podemos definir el kansei?:



(Ver video)

- a. Por el goce a través del entendimiento.
- b. Por el placer a través de la conciencia.
- c. Por el placer sin que intervenga el juicio.
- d. Por el goce a través de la razón.
- e. Por el disfrute a través de la experiencia.

7. D. Carson es un diseñador gráfico autodidacta y sociólogo, que su gusto por el surf lo llevó a diseñar la revista *Transworld Skateboarding*. En su trabajo antepone la emoción antes que la razón, formula que aplicó a la revista *Ray Gun* en los '90, caracterizada por la ausencia de retículas y la constante innovación tipográfica que dió como resultado una revista única:

"El trabajo de David Carson comunica, pero a un nivel que sobrepasa los centros lógicos y racionales del cerebro y va directamente a una parte que entiende sin tener que pensar. De esta forma su diseño es como la música: entra a nuestras mentes antes de que pueda ser detenida". D. Byrne.

¿De qué ámbito de estudio está hablando D. Byrne?

- a. Antropología del DC
- b. Diseño Social
- c. Diseño y Ética
- d. Diseño y Literatura
- e. Estética del diseño DC



8. Los medios audiovisuales nos hacen percatar constantemente que vivimos rodeados de diseño, nos ponemos el diseño, lo usamos como prótesis de nuestro cuerpo e incluso nos mata un diseño... a través del diseño podemos crear instituciones, creencias... en definitiva, conocimientos; desde esta última óptica de análisis, hablamos de....:

- a. Ética del DC
- b. Figuras retóricas en DC
- c. Diseño emocional
- d. Antropología del DC
- e. Historia del DC

9. ¿Qué figura retórica muestra la siguiente publicidad tipográfica?



todo encaja



encaja
creative packaging

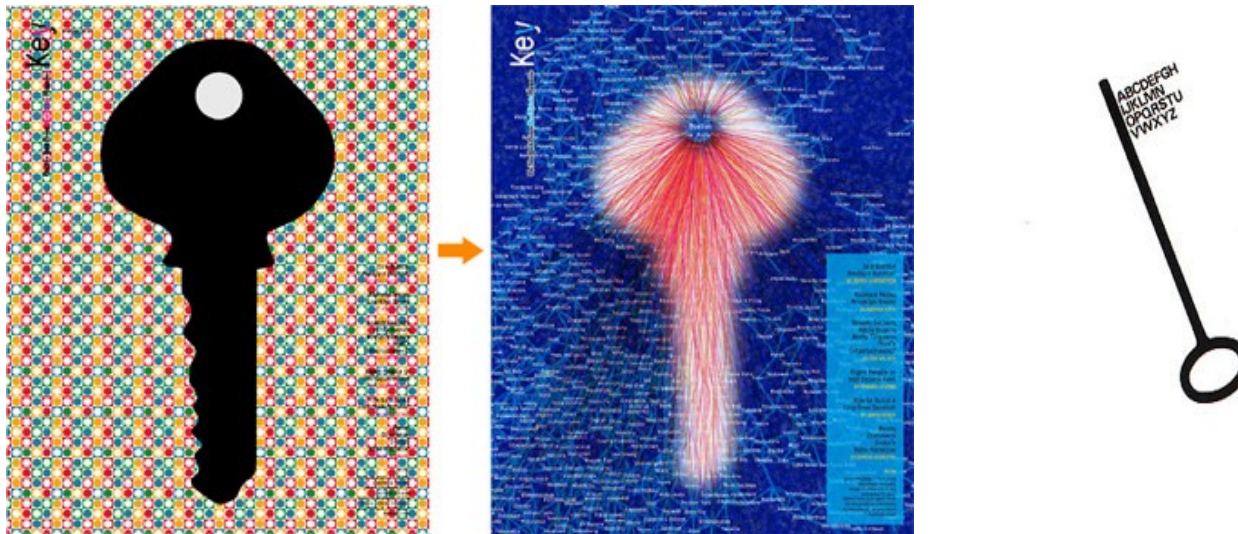


todo
encaja
creative packaging

- a. Epítome & Gradación
- b. Gradación & Metáfora
- c. Metáfora & Paralelismo
- d. Paralelismo & Dilogía
- e. Juego de palabras & Derivación

10. J. Maeda es un diseñador gráfico que hace poco ha publicado "*Las Leyes de la Simplicidad*", donde ofrece una clase magistral de enseñanzas zen para sobrevivir al mundo asfixiado por la información y saturado de tecnología que hemos construido:

"Lo posdigital tiene que ver con procesar lo ambiguo y lo incorrecto. Frente a un pedazo de papel arrugado, los humanos somos capaces de ver diez cosas diferentes en el ordenador, normalmente, sólo una. Creo que cuando los ordenadores sean más avanzados crearán conjeturas, y serán capaces de emitir pensamientos que no sean binarios. Lo posdigital es cuando el ordenador se vuelve tan humano como nosotros, cuando se vuelve tan analógico como nosotros."



Teniendo en cuenta el texto, las siguientes obras gráficas de Maeda-Brossa tienen en común...:

- a. La ley de la pregnancy
- b. Diseño y literatura
- c. Poesía visual
- d. Los procesos de diseño
- e. la ley de la simplicidad

FIN!!