

**DISEÑO GRÁFICO Y PUBLICITARIO (EDCOM-ESPOL)
EXAMEN FINAL (08-09-15)
DISEÑO CONTEMPORÁNEO**

Alumno:

Calificación/50p:

Lea detenidamente el enunciado, observe las imágenes y/o texto adjunto y a partir de su análisis, responda a las siguientes preguntas solamente con la letra correcta y proceda a justificar en máx. 1 línea (5c/p):

EN EL PRESENTE EJEMPLAR SE HAN OBVIADO LAS IMÁGENES

***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. Este año 2015, la campaña “*Fashion Unites Against Child Labour*” ha ganado la categoría gráfica en Cannes Lions con esta campaña ¿Qué conceptos están involucrados?

- a. Diseño experiencial
- b. Diseño regional
- c. Diseño sustentable
- d. Diseño social
- e. Diseño de moda

2. El diseño de la siguiente marca pertenece a la...:

- a. Modernidad y Posestructuralismo
- b. Posmodernidad y Deconstrucción
- c. Posmodernidad y T. Einfeldung
- d. Modernidad y Estructuralismo
- e. Posmodernidad y T. Pura Visibilidad

3. El diseñador Peter Mussfeldt diseñó en 1972 el Logo del Banco del Pacífico, que consistía en la fusión de las letras B, D y P. Desde el 2000 esta marca ha tenido variaciones y en el 2015, vuelve parcialmente a su forma original pero eliminado su eje vertical. ¿Por qué se dieron estos cambios?

- a. Adaptación a moda
- b. Fallas de interpretación
- c. El aura del símbolo
- d. Optimización de visibilidad y legibilidad
- e. Falla de rendimiento

4. El diseñador gráfico A. Corazón en su libro “*El hombre hace letras*” (1985) cuenta...:

“Gracias a las letras escuchamos la voz de hombres que nunca conoceremos, los pensamientos de aquellos que hace siglos ya no viven en la tierra pero siguen viviendo en las páginas de un libro”

¿Cuál es el concepto estético del que nos está hablando Corazón?

- a. Interpretación
- b. Gusto
- c. Recepción
- d. Mirada
- e. La a y la d

5. ¿Qué conceptos están asociados al diseño usado en el material gráfico del disco de este grupo música de los 90s?

1. La interpretación
2. El aura
3. El placer fisiológico
4. La mirada
5. El gusto
6. La antropología de las representaciones simbólicas

- a) 1 y 2
- b) 3 y 6
- c) 3 y 5
- d) 2 y 6
- e) 2 y 4

6. La careta del siguiente programa donde se presenta obras de arte, diseño, música, literatura, etc. de artistas emergentes, la podríamos considerar...:

- a. De carácter estético
- b. De Diseño emocional
- c. De carácter antropológico
- d. De Diseño social
- e. De carácter ético

7. En la década del 2000 se lanzó una campaña publicitaria llamada “*Belleza Real*” que quería desmitificar la industria de la moda y mostraba a la mujer real esperando causar empatía con sus consumidoras. Al poco tiempo en muchos países se redireccionó la campaña utilizando “modelos más comerciales”. ¿En que se basó la problemática?

1. La contemplación estética
2. La interpretación
3. El aura
4. Lo subliminal
5. El juicio estético

- a) 1 y 2
- b) 1 y 5
- c) 3 y 5
- d) 4 y 5
- e) 2 y 4

8. 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.
- d. El componente antropológico que esas marcas simbolizan.
- e. La teoría que esas marcas simbolizan.

9. La siguiente empresa produce alimentos transgénicos y a pesar de tener gran éxito comercial tiene una baja imagen corporativa mundial y ha sido demandada por atentar contra el ambiente y las personas. Por esta razón existe muchas contracampañas de parte de distintas organizaciones y personas. ¿Qué conceptos están asociados?

1. La fealdad
2. El aura
3. Lo banal
4. Lo trágico
5. La dialéctica negativa
6. La belleza
7. Lo kitsch

- a) 2, 3, 5
- b) 1, 4, 5
- c) 5, 6, 7
- d) 1, 2, 7

10. ¿Porqué es necesaria la Antropología en el diseño contemporáneo?

- a. Por que los diseñadores gráficos operan dentro de su propia cultura
- b. Por que el diseño gráfico es un oficio
- c. Por que los diseñadores operan con signos que contribuyen a modificar comportamientos sociales
- d. Por que a menudo se dirige diversos grupos de personas del mismo contexto geográfico
- e. Todo lo anterior

**(Consultar calificaciones
sistema académico)**