



Teoría de la Imagen Examen de Mejoramiento

Término 1. 2017

Miércoles 13 de septiembre de 2017

Señale si es Verdadero (V) o Falso (F)

01. Identidad Corporativa (9 puntos)

La capacidad de impacto y de pregnancia de un símbolo de identidad es muy superior a la de un texto, porque las imágenes son más fuertes que las palabras.

Los conceptos de imagen e identidad corporativa se encuentran íntimamente ligados. Toda empresa debe crear una imagen corporativa que a su vez, y, por extensión, le otorgará una identidad propia e inconfundible.

La Imagen es la lectura pública de una institución: la interpretación que la sociedad construye a partir de sus experiencias con dicha institución.

02. Símbolo (9 puntos)

Los símbolos son aceptados después de diez años de haber sido creados. Antes de eso, son solamente dibujos sin significado.

El símbolo nunca representa, de ninguna manera, una idea que puede percibirse a partir de los sentidos, sino que está relacionado con los sentimientos, pensamientos y actitudes de su creador.

En todo símbolo icónico existe un doble referente: uno figurativo y otro de sentido o significado. Ej: la paloma de Picasso es un símbolo aceptado con un referente figurativo (el ave que representa) y un referente de sentido (la paz).

03. Alfabetidad Visual (9 puntos)

Debido a la separación, dentro de lo visual, entre Arte y Artesanía, y a las limitaciones del talento para dibujar, mucha Comunicación Visual se ha dejado en manos de la intuición y del azar. Como no se ha hecho ningún intento para analizarla o definirla en términos de estructura del modo visual, no se ha obtenido ningún método de aplicación.

La utilización de métodos visuales en la enseñanza carece de rigor y de fines claros. Se bombardea a los niños con ayudas visuales (diapositivas, películas, artificios audiovisuales), pero esto refuerza su experiencia pasiva como consumidores de televisión.

El individuo que crece en el moderno mundo occidental acepta las técnicas de la perspectiva que presentan un mundo sintético y tridimensional mediante la pintura y la fotografía, medios que, en realidad, son planos y bidimensionales. En cambio, un aborigen tiene que aprender a descodificar la representación de la dimensión que se da mediante la perspectiva en una fotografía. Tiene que aprender la convención; no puede verla espontáneamente.

04. Diferencia cultural y globalización (9 puntos)

La homogenización del mundo complica mucho la comercialización de productos. Las diferencias culturales permiten a las corporaciones reducir los costos de producción, porque vender a diferentes culturas incrementa las ganancias; los precios se basan siempre en los costos de producción, nunca en los usuarios.

Las culturas siempre se han empobrecido unas a otras mediante el comercio, los intercambios, las guerras, las alianzas, el medio ambiente y las migraciones. Hoy vivimos un muy positivo fenómeno en el que la Organización Mundial de Comercio quiere que las corporaciones puedan llevar a la corte a gobiernos nacionales cuya legislación obstaculice sus negocios. Esa es la mejor manera de que el libre comercio fluya y el mundo progrese.

Para Benetton todos somos iguales, por tanto, todos podemos usar la misma ropa. Creer que todos en el mundo debemos ser iguales es señal de una sociedad avanzada. Las diferencias culturales crean desinformación, promueven decrecimiento y traen pobreza a la vida.

Nombre _____

Paralelo _____

“Como estudiante de ESPOL me comprometo a combatir la mediocridad y a actuar con honestidad; por eso no copio ni dejo copiar.”

FIRMA DEL ESTUDIANTE

05. Fotografía (9 puntos)

El desarrollo de la fotografía hizo que el estado del artista (pintor) y su relación con la sociedad se vieran alterados para siempre.

La tarea del fotógrafo de noticias es conseguir fotografías claras que se puedan reproducir en el periódico. La calidad comunicativa no importa; no hay tiempo para tomar buenas fotos.

Los mejores fotógrafos del mundo se preocupan de poseer lo más nuevo en cámaras, lentes y luces. Saben muy bien que la buena fotografía depende exclusivamente de la tecnología.

06. Los códigos visuales en el cine (9 puntos)

La Composición es la organización de las relaciones en el interior de una imagen, especialmente con relación a la colocación de las figuras en el encuadre.

Los códigos iconográficos determinan las características de los personajes y de los ambientes en los distintos géneros cinematográficos. Permite un reconocimiento de los mismos por parte del espectador aún antes de que la acción se lo revele; por ejemplo, por la caracterización de “el bueno” o de “el malo” o de la “mujer fatal”.

La perspectiva occidental sólo responde a la búsqueda de una solución técnica para representar icónicamente los fenómenos de la tridimensionalidad del mundo natural en soportes bidimensionales.

07. Puesta en Escena (9 puntos)

El término viene del Teatro Chino, cuando Xuan Fuging, de la Dinastía Xen, gustaba de asistir a las funciones semanales de sus concubinas, en el siglo 12.

Describe la forma y composición de los elementos que aparecen en el encuadre. A los aspectos propios de lo cinematográfico se suman los compartidos con el espectáculo teatral: escenografía, iluminación, vestuario, maquillaje, reparto, dirección.

Describe la manera en que la reproducción es planificada por el director de fotografía y el editor.

08. Encuadres y ángulos (9 puntos)

En el Plano Americano, los límites superior e inferior del cuadro casi coinciden con la cabeza y los pies de la figura humana. Tiene un valor narrativo, pero también potencia un valor expresivo o dramático.

El Close-up Extremo muestra el rostro entero del personaje. Tiene un valor expresivo, psicológico y dramático.

En el Punto de Vista En Picado, la cámara está inclinada hacia arriba, a raíz del suelo. Crea una exaltación de superioridad en los personajes.

09. La Representación (9 puntos)

Los tres hechos esenciales de una imagen son: la selección de la realidad que ésta supone, la utilización, para tal fin, de un repertorio de elementos plásticos específicos y la ordenación de dichos elementos de una manera sintáctica con el objetivo de producir una forma de significación también específicamente icónica.

La representación se entiende perfectamente bien si no está conectada con la percepción de un estímulo de la realidad en el que se basa. La representación surge de la nada. En el caso de una imagen con un alto grado de abstracción, el proceso antes de la representación difiere muchísimo del que se da en una fotografía o de un retrato con modelo.

La representación es el resultado de un estudio sociocultural del público a quien se dirige nuestra imagen. Sin un estudio profundo y analítico, ni la imagen ni la representación son válidas.

