

Nombre _____

Teoría de la Imagen Visual

Examen de Mejoramiento. Sept de 2016 (Sobre 100 puntos)

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

Seleccione con un visto (✓) la respuesta correcta. Las respuestas con borrones, tachones o corrector líquido serán anuladas.

FIRMA DEL ESTUDIANTE

01. Espacio y Empatía (5 puntos)

- _____ La interacción con edificios y paisajes genera respuestas. No solo vemos el paisaje o los ambientes: en el ver sentimos nuestro cuerpo proyectado en esos espacios.
- _____ Los colores, las formas, las calidades de superficie, las características de la luz, la escala, la direccionalidad, y todo lo que sabemos respecto de la historia de un edificio o de un lugar, contextualizan nuestra percepción y la cargan de significado.
- _____ La catedral gótica nos eleva, el paisaje toscano nos calma, el edificio cuadrangular nos endurece. Hay espacios que acentúan lo espiritual, espacios que acentúan lo sensual y espacios que acentúan el poder.
- _____ Todas las anteriores.
- _____ Ninguna de las anteriores.

02. La riqueza estereotipificada (5 puntos)

- _____ En un aviso de una compañía de seguros, la imagen de la riqueza está representada por un hombre de mediana edad, y por la lámpara con base de bronce y opalina verde que comunica distinción y tradición. La oficina está en un lujoso rascacielos, en el centro de una gran ciudad. Los anteojos denotan conocimiento. Las plumas y el reloj pulsera son objetos de lujo. El tipo de riqueza que se representa se basa en la ética del trabajo, ya que el hombre aparece en su oficina, posiblemente después de que los empleados se hayan ido. De esta manera, se apela al mito capitalista de que, por medio del trabajo, uno puede hacerse rico.
- _____ En una sociedad basada en el consumo, el sector productor tiene que esforzarse para que la gente desee enriquecerse, con el objeto de poder gastar más dinero y así mantener la tasa de crecimiento económico deseada por el sector productor. Los avisos publicitarios de una sociedad contribuyen a crear un permanente deseo de comprar. Pero, además, cargan de prestigio al hecho de tener, y de tener tanto, que es necesario asegurarlo para dar seguridad económica a la familia.
- _____ La obsesión con el dinero hace que incluso los objetos más simples, como una pluma Parker, sean presentados en ambientes de super-lujo. No es fácil vender una pluma a doscientos dólares, pero si se la asocia eficazmente con una casa de doscientos mil, se hace más posible. Así presentada, la pluma Parker promete al feliz comprador la sensación de haberse comprado todo el bienestar retratado en la foto del aviso.
- _____ Todas las anteriores.
- _____ Ninguna de las anteriores.

03. De lo tridimensional a lo bidimensional (5 puntos)

- _____ Los medios gráficos actúan como “ambientes” conceptuales en los que “entramos” cuando los enfrentamos. Una página de diario, más allá de los mensajes verbales que incluye, constituye un meta-mensaje visual, no-verbal, simbólico y básico, que enmarca la experiencia verbal, la condiciona, le da un “tono,” estableciendo una experiencia que es, a la vez, afectiva y cognitiva.
- _____ Los mensajes verbales de una página ocupan muy poco

nuestra atención: nos fijamos conscientemente en la diagramación de la página, pero no hallamos ninguna conexión con nuestras costumbres y formas de pensamiento. No nos influye para nada.

- _____ La diagramación de una página está concebida para hablarle a la gente en un lenguaje no entendible y complicado. Está destinada a obtener indiferencia por parte de los lectores. Carece de importancia en la comunicación.
- _____ Todas las anteriores.
- _____ Ninguna de las anteriores.

04. Idioma y Ciudadanía (5 puntos)

- _____ Los medios masivos hacen que el público sea muy activo. La industria del entretenimiento se basa en el principio de mover suficientes cosas en la pantalla de la televisión, de manera que la audiencia sienta fuertemente el deseo de moverse.
- _____ La ciudadanía se define como un conjunto de prácticas (jurídicas, políticas, económicas y culturales) que definen a una persona como miembro competente de una sociedad.
- _____ La escritura debe ser la única forma de alfabetización. Sin ella, las personas no deberían poder funcionar adecuadamente, como ciudadanos o como trabajadores. Las artes visuales deben ser siempre un tema marginal para los especialmente dotados.
- _____ Todas las anteriores.
- _____ Ninguna de las anteriores.

05. Lo que nos rodea (5 puntos)

- _____ Siempre es muy fácil descodificar la simbología de lo que nos rodea; es mucho más fácil que descodificar el significado de las formas de otra cultura. ¿Qué expresa mi ropa? ¿Qué expresa mi manera de caminar, de sentarme, el tono de mi voz? ¿Qué expresa el color de las casas de mi barrio? Nuestra propia cultura se hace visible todos los días, y estamos muy conscientes de ella.
- _____ El poder de la razón actúa constantemente en nuestra sociedad consumista. Los productos se comercializan sobre la base de lo que son o del servicio que prestan. Nunca se los relaciona con fantasías intangibles. La razón prima siempre sobre la imaginación.
- _____ Algunos vehículos se comercializan como “autos con músculo” (muscle cars). En un aviso publicitario sobre vehículos, el título (Hard Body) significa “cuerpo duro” (en inglés también “carrocería dura”). Hay aquí un doble refuerzo de la metáfora: los autos se venden sobre el argumento de proveer músculo al conductor.
- _____ Todas las anteriores.
- _____ Ninguna de las anteriores.

06. Violencia (5 puntos)

- _____ A veces es obvia, a veces es oculta. La comercialización de computadoras abunda en ejemplos de violencia; a veces toma la forma de dominante machismo, ofreciendo un modelo de relación con la computadora que refleja y promueve un comportamiento totalmente antisocial: el usuario domina, manda y es el amo de la máquina.

Los medios electrónicos han acostumbrado a la gente a la imagen dinámica y los medios impresos tratan a veces de emular la sobrecarga sensorial que la televisión, los juegos de vídeo y la computadora pueden generar.

La ilegibilidad es otra forma de violencia, esta vez ejercida por diseñadores. Está de moda, particularmente en escuelas de diseño.

Todas las anteriores.

Ninguna de las anteriores.

07. Refuerzo mutuo (5 puntos)

Las películas norteamericanas de los cincuenta crearon y difundieron una vasta serie de estereotipos, posiblemente similares a algunos creados por la industria soviética.

Estos modelos crean representaciones de la felicidad, el amor, la vida en el trabajo, en familia, etc. y afectan la manera en que la gente “representa” esos estados en la vida real.

La vida en sociedad, en gran medida, está basada en la imitación y la repetición, pero los eventos que se desarrollan, día a día, siempre incluyen aspectos nuevos, aspectos que no pueden ser cubiertos por la experiencia pasada, aspectos cuya comprensión es negada cuando los medios insisten en rescatar de lo que sucede sólo aquello que repite lo conocido.

Todas las anteriores.

Ninguna de las anteriores.

08. Cognición y emoción (5 puntos)

La excitación provoca que la atención periférica disminuya. Ej: el enojo violento con una máquina dispensadora de boletos, y el consecuente acto erróneo de insertar monedas en las ranuras dispensadoras de boletos, en vez de echar un vistazo general a la máquina, y tratar de entender su funcionamiento. El constante aumento del enojo genera una reducción del campo de atención, derivando, a veces, en patear la máquina como respuesta mágica.

La gente tiende a suprimir el miedo cuando se aproxima a situaciones peligrosas, si tiene experiencia en tales situaciones; posiblemente como modo de asegurar un alto nivel de funcionamiento cognitivo. No es que no tengan temor, sino que han aprendido a suprimirlo.

El diseño de instrucciones, muchas veces, es complejo, porque los usuarios son seres humanos, no computadoras. Este problema es enfrentado por los diseñadores que trabajan en las instrucciones para procedimientos de emergencia, tales como en los aviones de pasajeros. Si el peligro reduce la eficiencia del funcionamiento cognitivo humano, y más aún para las personas sin experiencia en una situación dada (como es el caso para los pasajeros de líneas aéreas), el nivel de habilidad cognitiva esperado, en casos de emergencia, es bastante bajo.

Todas las anteriores.

Ninguna de las anteriores.

09. Vivian Maier (5 puntos)

Trabajó durante unos cuarenta años como niñera, sobre todo en la costa norte de Chicago, realizando fotografía durante su tiempo libre. Tomó más de 150.000 fotografías durante su vida, sobre todo de las personas y la arquitectura de la ciudad de Nueva York, Chicago y Los Ángeles, a pesar de que también viajó y fotografió todo el mundo.

Durante su vida, las fotografías de Maier fueron desconocidas e inéditas, y ella nunca imprimió muchos de sus negativos. Un coleccionista de Chicago, John Maloof, adquirió algunas de las fotos de Maier en 2007, mientras que otros dos coleccionistas con sede en Chicago, Ron Slattery y Randy Proa, también se encontraron algunas de las impresiones y negativos de Maier en sus cajas y maletas de todo al mismo tiempo.

Las fotografías de Maier fueron publicadas por primera vez en Internet en julio de 2008, por Slattery, pero el trabajo recibió poca respuesta. En octubre de 2009, Maloof vinculó su blog con una selección de fotografías de Maier en Flickr, y los resultados fueron “virales”, con miles de personas que expresaron interés. El reconocimiento de la crítica y el interés en la obra de Maier siguieron rápidamente, y, desde entonces, las fotografías de Maier se han exhibido en América del Norte, Europa, Asia y América del Sur, mientras que su vida y su obra han sido objeto de libros y películas documentales.

Todas las anteriores.

Ninguna de las anteriores.

10. Diferencia cultural y globalización (5 puntos)

La homogenización del mundo complica la comercialización de productos. La 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 somos iguales es señal de una sociedad avanzada. Las diferencias culturales crean desinformación, promueven decrecimiento y traen pobreza a la vida.

Todas las anteriores.

Ninguna de las anteriores.

