

MULTIMEDIOS/FOTÓGRAFOS/COM.VISUAL

1.- ¿SE UTILIZA PARA CONDENSAR EN POCAS PALABRAS EL ELEMENTO DOMINANTE DE UNA INFORMACIÓN Y PARA LLAMAR LA ATENCIÓN DEL LECTOR HACIA EL ELEMENTO ESENCIAL QUE SE QUIERE DESTACAR?

- A. El cuerpo
- B. El titular
- C. El párrafo

2.- SON ELEMENTOS DE LA NOTICIA LOS SIGUIENTES:

Título, antetítulo, intertítulo, intertítulo, sumario, texto, fotografía, pie de foto.

- A. Verdadero
- B. Falso

3.- LA CRÓNICA ES UN GÉNERO PERIODÍSTICO Y UN MEDIO DE OBTENCIÓN DE INFORMACIÓN MEDIANTE EL DIALOGO

- A. verdadero
- B. Falso

4.- LAS 6 W DE LAS NOTICIAS SON:

QUÉ, QUIÉN, CUANDO, DÓNDE, POR QUÉ, CÓMO.

- A. verdadero
- B. Falso

5.- ¿DEBEN RESTRINGIRSE AL MÁXIMO EN LA REDACCIÓN DE INFORMACIONES

A. LOS VERBOS

- B. Los pronombres
- C. Los adjetivos calificativos

6.- EN LA ESTRUCTURA DE LA NOTICIA A QUE SE DENOMINA LED (ENTRADA-ENTRADILLA)?

- A. Al cuerpo de la noticia Al cuerpo de la noticia
- B. Al sumario
- C. Cuerpo de la información
- D. Párrafo inicial

7.- LA NOTICIA DEBE INFORMAR DE MANERA?

- A. Clara, breve y precisa.
- B. Ampliada, cronológica y literaria
- C. interpretativa.

8.- LA NOTICIA SE LA PUEDE SE LA PUEDE UBICAR DENTRO DEL PERIODISMO:

- A. Informativo
- B. Interpretativo
- C. literario

9.- EL LED EN LA NOTICIA BUSCA.

- A. Atraer la atención del lector
- B. Condensar sinópticamente toda la noticia en aquellos datos esenciales para la cabal comprensión de la misma.
- C. Se destaca la esencia a los datos más sobresalientes del acontecimiento del que se quiere dar noticia.
- D. Todos los tres.

11.- EN LA ESTRUCTURA DE LA TÉCNICA DE LA PIRÁMIDE INVERTIDA LOS HECHOS SE RELATAN:

- A. De los hechos más importantes a los menos importantes.
- B. De los hechos menos importantes a los más importantes

12.- ¿QUÉ ES UN PROCESADOR DE TEXTOS?

- A. Es un programa para hacer círculos
- B. Es un programa para diseñar imágenes
- C. Es un programa para elaborar documentos

13. ES EQUIVALENTE LA OPCIÓN GUARDAR Y GUARDAR COMO?

- A. Sólo si es la primera vez que guardamos el documento
- B. Si
- C. Ninguna de las dos

14. LA EXTENSIÓN DE UN FICHERO CREADO POR WORD ES:

- A. .Dot
- B. .Doc
- C. .Word
- D. .Txt

15. ¿PARA QUÉ SIRVE EL MENÚ ARCHIVO?

- A. Para guardar cerrar, abrir, imprimir, etc.
- B. Para archivar los documentos de word
- C. Para encontrar comandos
- D. Para crear carpetas

16. CÓMO PUEDO CAMBIAR LA ORIENTACIÓN DE LA PÁGINA DE WORD?

- A. Volteando el monitor de la computadora
- B. Haz clic en el menú diseño de página/orientación horizontal o vertical.
- C. Configurando la impresora
- D. Reiniciando sesión.

18. - ¿EN QUÉ MENÚ SE ENCUENTRA LA OPCIÓN PARA CAMBIAR EL TIPO DE FUENTE EN WORD?

- A. En el menú inicio.
- B. En el menú diseño de página
- C. En el menú revisar
- D. En el menú inserta

19. ¿QUÉ OPCIONES PUEDO ENCONTRAR EN EL MENÚ DISEÑO DE PÁGINA?

- A. Copiar formato, tamaño de fuente, interlineado
- B. Orientación, tamaño, columnas, saltos, números de línea, guiones, etc.
- C. Tipo de fuente, estilos, reemplazar.
- D. Ortografía y gramática sinónimos, diccionarios.

20. ¿CÓMO PUEDO CAMBIAR EL NOMBRE DEL DOCUMENTO?

- A. Colocando un nuevo título
- B. Poniendo, viñetas
- C. Da clic en el menú archivo/guardar como/teclea el nuevo nombre.
- D. Clic en el menú insertar

21. ¿CÓMO PUEDO CAMBIAR MIS MÁRGENES EN LA HOJA DE WORD?

- A. Menú diseño de página/espacio
- B. Menú diseño de página/alinear
- C. Menú diseño de página/márgenes
- D. Menú diseño de página/márgenes

22.- CUÁL ES EL NAVEGADOR MÁS POPULAR?

- A. Altvista
- B. Google
- C. Yahoo
- D. Monografías

23.- CUÁL DE LAS SIGUIENTES PALABRAS NO ES UNA CUENTA DE CORREO ELECTRÓNICO?

- A. Hotmail
- B. Gmail
- C. Yahoo
- D. Faceboo
- E. Ninguno

24. UNO DE LOS SERVICIOS DE INTERNET CON MAYOR USO EN LA ACTUALIDAD ES:

- A. correo electrónico
- B. Video conferencia
- C. noticias
- D. redes sociales

25. PARA PODER VER EL CONTENIDO DE UNA PÁGINA WEB ES NECESARIO TENER INSTALADO EN EL COMPUTADOR.

- A. Un navegador web
- B. Un procesador de datos
- C. Un gesto de correo electrónico

26. PARA QUÉ SIRVEN LOS NAVEGADORES?

- A. Para Visualizar nuestros mensajes.
- B. Para chatear
- C.- Para buscar información

D. Para visualizar páginas web

27. CÓMO SE LLAMA LA PRIMERA PÁGINA QUE APARECE CUANDO ABRIMOS EL EXPLORADOR?

- A. Página principal
- B. Presentación
- C. Página de enlace

28. CUÁL ES EL SIGNIFICADO DE WWW: WORD, WIDE, WEB.

- A. Verdadero
- B. Falso

29. EL LUGAR DONDE SE GUARDAN LOS CORREOS QUE NOS HAN ENVIADO SE LLAMA:

- A. Bandeja de entrada
- B. Bandeja de salida
- C. Carpeta de ingreso
- D. Carpeta de proceso

30. De los cuatro enunciados cuáles de ellos están tildados correctamente?.

- A. Cayó el crepusculo sin que el, que estaba dormido, lo notara.
- B. Pepe es un liante: El novio de Marta no se fía de el.
- C. El Vicepresidente dijo que no iba a ser él quien le pusiera el cascabel al gato
- D. Todas

31. - En cuál de las cuatro oraciones se debe tildar “como”?

- A. A veces no como en mi casa.
- B. Tardó como una hora.
- C. No sé cómo agradecerle tantos favores
- D. Huyó como una gacela

32. Cuál de los siguientes conceptos no es un plano de toma (cámara)

- A. PRIMER PLANO
- B. PRIMERISIMO PRIMER PLANO
- C. PLANO DETALLE
- D. CONTRA LUZ

34. Cuál de los siguientes conceptos no es un ángulo de toma (cámara).

- A. PICADO
- B. CONTRAPICADO
- C. ZOOM OUT-ZOOM IN

35. Cuál de las siguientes extensiones no corresponde a un tipo de formato de fotografía digital.

- A. JPG
- B. BMP
- C. GIF
- D. TIF
- E. MP3

36. Cuál de las siguientes extensiones no es un tipo de formato de archivo de audio.

- A. MP3
- B. WAV
- C. PNG

37. - Los Videos digitales se pueden guardar en archivos de distintos formatos. Cada uno se corresponde con una extensión específica del archivo que lo contiene. Existen muchos tipos de formatos de video. Cuáles de los que aquí se citan son formatos de video.

- A. AVI
- B. MPEG
- C. MOV
- D. TODOS

38. Qué es el Adobe premier Pro?

- A. Es un programa para hacer cálculos
- B. Es un programa para diseñar imágenes
- C. Es un programa (software) de edición de video

39. Qué es el Adobe Audition?

- A. Es un programa para hacer videos
- B. Es un programa para hacer imágenes
- C. Es un programa para hacer audio

40. Qué es el Adobe Illustrator?

- A. Es un programa para hacer documentos
- B. Es un programa para diseñar y editar gráficos verticales
- C. Es un programa para editar audio.

41. Qué es el Adobe Photoshop?

- A. Es un programa para hacer documentos.
- B. Es un programa para editar y retocar fotografías y gráficos.
- C. Es un programa para editar audio.

42. ¿Cómo se expresa al diseño?

- A. Como colores, dibujos y manchas.
- B. Como el arte, la técnica de traducir ideas en imágenes y formas visuales.
- C. Como formas, líneas y letras.

43. ¿Cuál es el objetivo del diseño?

- A. Mejorar la calidad de la imagen.
- B. Mejorar la calidad de vida de las personas.
- C. Mejorar el intelecto de los diseñadores

44. El diseño es:

- A. Es mejor la calidad de vida de las personas
- B. La edición, diseño de todo tipo de libros, periódicos, y revistas
- C. En proyectista con sentido estético que trabaja para la comunidad y no de forma personal, sino en un equipo organizado, produciendo objetos de gran consumo.

45. ¿Cuál es el proceso o labor destinado del diseño?

- A. Trazar, proyectar, alinear y diseñar
- B. Proyectar, coordinar, seleccionar y organizar
- C. Comunicar, observar, seleccionar y alinear

46. Cuáles son los ámbitos del diseño?

- A. El espacio. Los objetivos y los mensajes
- B. El objetivo, moda y el mensaje
- C. El objetivo, el espacio y moda

47. El diseño es una actividad que consiste en organizar, proyectar y realizar comunicaciones visuales para transmitir mensajes con:

- A. con organización y control
- B. Con objetivos claros y determinados
- C. Con eficacia y eficiencia.

48: ¿Cómo se los puede clasificar a los colores primarios?

- A. color más oscuro y menor cantidad de luz
- B. colores de luz y colores de pigmento
- C. colores opuestos y la cantidad de luz
- D. De colores primarios intenso y colores primarios compuesto

49: El color gris de acuerdo a la psicología del color significa: estabilidad.

- A. Verdadero
- B. Falso

50. El color AMARILLO de acuerdo a la psicología del color significa: Inteligencia, adelantador, tibieza, precaución, innovación.

- A. Verdadero
- B. Falso

51. El color Naranja de acuerdo a la psicología del color significa: Energía.

- A. Verdadero
- B. Falso

52. El color Rojo de acuerdo a la psicología del color significa: Energía vitalidad, poder, fuerza, apasionamiento, valor, agresividad.

- A. Verdadero
- Falso

53. El color Morado de acuerdo a la psicología del color significa: Serenidad.

- A. Verdadero
- B. Falso

54. Que produce el color:

- A. Odio mal humor sanciones de tristeza.
- B. Sensaciones, sentimientos, diferentes estados de ánimo, nos transmite mensajes
- C. Mezclas parciales que componen una la luz blanca, por eso a esta mezcla se le denomina, síntesis aditiva.
- D. Colores primarios, al rojo, el verde y el azul (RGB) cuya fusión de estos, crean componentes.

55. Los colores primarios se clasifican en:

- A. Violeta, Rojo, 7marillo.
- B. Naranja, azul, verde.
- C. Rojo, Amarillo, Azul.
- D. Amarillo, verde, rojo.

56. Las propiedades del color son:

- A. azul, verde, blanco.
- B. Tono, matiz, saturación.
- C. Tono, saturación, brillo.

57. Los colores fríos son las variaciones de azul y verde.

- A. Verdadero
- B. Falso

58. Los colores fríos y cálidos no pueden transmitir sensaciones.

- A. Verdadero
- B. Falso

59. La calidez y la frialdad atienden sensaciones térmicas.

- A. Verdadero
- B. Falso

60. La armonía es una composición de:

- A. más neutro y mayor extensión.
- B. color de dominio
- C. Todos los colores.
- D. es el de mediación

61. En todas las armonías cromáticas se pueden observar tres colores:

- A. azul, verde, blue
- B. amarillo, escala, gris
- C. Cálido, frío, templado
- D. dominante, técnico, mediación

62. El tónico se utiliza como?

- A. nota de animación o audacia
- B. como conciliador y modo de transición
- C. círculo cromático

63. Contraste de claro/oscuro o contraste de grises:

- A. una composición todos los colores.
- B. las armonías cromáticas
- C. Se origina de la modulación de un tono puro, saturándolo con blanco, negro o gris

64. Contraste de temperatura

- A. El contraste puede darse entre colores puros.
- B. Por la confrontación de éstos con otros no puros.
- C. combinar dos colores complementarios intensos.
- D. Es el contraste producido al confrontar un color cálido con otro frío

65. Contraste de complementarios

- A. Dos colores complementarios son los que ofrecen juntos mejores posibilidades de contraste
- B. combinar dos colores complementarios intensos.
- C. cálido con otro frío.
- D. color complementario

66. Las propiedades del color son?

- A. saturación y espectro
- B. Tono, saturación y brillo
- C. Matiz, saturación y color
- D. Color y brillo

67. ¿Cuáles son los colores primarios?

- A. Rojo, amarillo y azul
- B. 7marillo, verde y violeta
- C. 5lanco, verde y azul
- D. Azul, amarillo y rojo

68. ¿Los colores primarios componen la luz blanca y se les denominan?

- A. Síntesis preventiva
- B. Síntesis aditiva
- C. Síntesis administrativa
- D. Síntesis de color

69. ¿Cuáles son los colores secundarios?

- A. Azul, verde y violeta
- B. Verde, rojo y azul
- C. Azul, amarillo y verde
- D. Verde, violeta y naranja

70. ¿Qué significa el color anaranjado?

- A. Es el símbolo de la pasión ardiente y desbordada.
- B. es el símbolo de la deidad y es el color más luminoso.
- C. Estimula la vista y actúa sobre el sistema nervioso.
- D. Representa la alegría, la juventud, el calor, el verano.

71. ¿Que simboliza el color rojo?

- A. Simboliza el fracaso y la ruina.
- B. Simboliza la riqueza el triunfo y la buena fortuna.
- C. Es el símbolo de la inteligencia y la suspicacia.
- D. Es el símbolo de la pasión ardiente y desbordada, de la sexualidad y el erotismo.

72. ¿Qué es diseño gráfico?

- A. Es un conjunto de diseños para crear y estudiar.
- B. Es un conjunto de caricaturas para estudiar y manipular.
- C. Es un conjunto de elementos para producir y crear.
- D. Es un conjunto de artes para diseñar y trazar.

73. ¿Qué es el Photoshop?

- A. Es un conjunto de diseños para crear y estudiar
- B. Es un programa para crear imágenes.
- C. Es un editor de gráficos desarrollado por Adobe systems.
- D. Es un programa para hacer caricaturas desarrollado por Adobe systems.

74: ¿EL DISEÑO GRÁFICO SURGIÓ COMO DISCIPLINA?

- A. Dependiente
- B. Independiente
- C. Asociativa
- D. Ordenada

75. ¿EL CONCEPTO DE DISEÑO GRÁFICO ES UN CONJUNTO DE ELEMENTOS PARA?

- A. Crear y estudiar
- B. Estudiar y manipular
- C. Producir y crear
- D. Diseñar y trazar

76. ¿EL OBJETIVO DEL DISEÑADOR ES EL DE?

- A. mejorar la calidad de las personas
- B. mejorar la calidad de Vida de las personas
- C. mejorar la calidad del diseño
- D. mejorar la calidad del programa

78. ¿QUE COMPRENDE EL DISEÑO PUBLICITARIO?

- A. creación, maquetación y diseño de publicaciones
- B. Creación, maquetación y diseño digitales
- C. maquetación y diseño de dibujos
- D. diseño y creación de objetos

79. ¿LOS COLORES PRIMARIOS COMPONEN LA LUZ BLANCA Y SE LES DENOMINAN?

- A. Síntesis preventiva
- B. Síntesis aditiva
- C. Síntesis administrativa
- D. Síntesis de color

80. ¿CUÁLES SON LOS COLORES SECUNDARIOS?

- A. Azul, verde y violeta
- B. Verde, rojo y azul
- C. Azul, amarillo y verde
- D. Verde, violeta y naranja

81. ¿SE LLAMAN COLORES CÁLIDOS AQUELLOS QUE VAN DEL?

- A. Azul al Verde
- B. Verde al blanco
- C. Rojo al amarillo
- D. Amarillo al verde

82. ¿Qué SIGNIFICA ARMONÍA?

- A. Una composición de todos los colores que tienen una parte común
- B. Coordinar los diferentes valores que el color adquiere en una composición
- C. Es el complementario del color de dominio

83. ¿QUE TIPOS DE COLORES SE PUEDEN OBSERVAR EN LA ARMONÍA CROMÁTICA?

- A. Dominante, técnico y mediación
- B. Amarillo, azul y rojo
- C. Cálidos Y fríos
- D. Negro, morado y rojo

84. ¿CUÁNDO SE PRODUCE CONTRASTE?

- A. Cuando guardan alguna similitud y tienen algo en común.
- B. Cuando hay una mezcla de colores
- C. Cuando en una composición los colores no tienen nada en común no guardan ninguna similitud.

85. ¿CUÁNTOS TIPOS DE CONTRASTES EXISTEN?

- A. Mapa de Bits y píxeles
- B. No existen contrastes
- C. Grises, valor, saturación, temperatura, complementario, simultáneo.

86. ¿QUE ES EL COLOR DOMINANTE?

- A. Es el complementario del color de dominio
- B. Actúa como conciliador y modo de transición
- C. Utiliza como nota de animación o audacia
- D. Es el más neutro y de mayor extensión, sirve para destacar los otros colores

87. ¿QUE ES EL CONTRASTE DE TEMPERATURA?

- A. son los que ofrecen juntos mejores posibilidades de contraste
- B. Es el contraste producido al confrontar un color cálido con otro frío
- C. Puede darse entre colores puros o bien por la confrontación

88. ¿QUE SIGNIFICA EL COLOR ANARANJADO?

- A. Es el símbolo de la pasión ardiente y desbordada
- B. Es el símbolo de la deidad y es el color más luminoso
- C. Estimula la pista y actúa sobre el sistema nervioso
- D. Representa la alegría, la juventud, el calor, el verano

89. ¿QUE SIGNIFICA ARMONÍA?

- A. Coordinar los diferentes valores que el color adquiere en una composición.
- B. Coordinar los colores secundarios en secuencia.
- C. Realizar una mezcla de colores dominantes.
- D. Coordinar colores cálidos Y fríos para dar una mejor apariencia.

90. ¿CUÁNDO SE PRODUCE EL CONTRASTE?

- A. Cuando en una composición los colores tienen todo en común y guardan similitud.
- B. Cuando en una composición resalta el color negro y rojo.
- C. Cuando en una composición los colores no tienen nada en común no guardan ninguna similitud

91. ¿CUÁNDO SE PRODUCE UN CONTRASTE DE VALOR?

- A. Cuando se presentan dos Valores en igual contraste.
- B. Cuando resalta el color claro con el rojo.
- C. Cuando el color oscuro es más bajo que el amarillo.
- D. Cuando se presentan dos Valores diferentes en contraste simultáneo

92. ¿QUE ES EL CONTRASTE DE SIMILITUD?

- A. Es el fenómeno según el cual nuestro olfato, para un color dado exige simultáneamente el color complementario.
- B. Es el fenómeno según el cual nuestro tacto, para un color dado, exige simultáneamente el color complementario.
- C. Es el fenómeno según el cual nuestro ojo, para un color dado, exige simultáneamente el color complementario.

93: ¿QUE SIMBOLIZA EL COLOR ROJO?

- A. Simboliza el fracaso y la ruina.
- B. Simboliza la riqueza el triunfo y la buena fortuna.
- C. Es el símbolo de la inteligencia y la suspicacia.
- D. Es el símbolo de la pasión ardiente y desbordada, de la sexualidad y el erotismo.

94. ¿QUE SIMBOLIZA EL COLOR ANARANJADO?

- A. Representa la riqueza en abundancia.
- B. Representa la alegría, la juventud, el calor, el verano.
- C. Representa el éxito la buena fortuna.
- D. Representa el triunfo absoluto.

95. ¿QUE SIMBOLIZA EL COLOR VERDE?

- A. Simboliza la disciplina el orden la templanza.
- B. Simboliza el respeto mutuo del uno hacia el otro.
- C. Simboliza la esperanza, la fecundidad, los bienes que han de venir.
- D. Simboliza la pasión desordenada

96. ¿QUE SIMBOLIZA EL COLOR BLANCO?

- A. Simboliza la energía del porvenir
- B. Significado es asociado con la pureza, fe, con la paz, alegría y actitud.
- C. Simboliza la prosperidad y el buen porvenir.
- D. Simboliza el respeto mutuo

97. LA MARCA ES: EL PRINCIPAL IDENTIFICADOR DEL PRODUCTO, UN AVAL QUE LO GARANTIZA SITUÁNDOLO EN UN PLANO SUPERIOR, AL CONSTRUIR UNA VERDADERA IDENTIDAD Y RELACIÓN EMOCIONAL CON LOS CONSUMIDORES.

- A. Verdadero
- B. Falso

98. LA MARCA ES: LA UNIÓN DE DOS FACTORES: LA IDENTIDAD CORPORATIVA Y LA IMAGEN CORPORATIVA.

- A. Verdadero
- B. Falso

99. IDENTIDAD: ESTA PLASMADO EN UN LOGO-SÍMBOLO, ES DECIR, EN UNA TIPOGRAFÍA DETERMINADA (LOGOTIPO) Y EN LA IMAGEN O RECURSOS GRÁFICOS QUE LA ACOMPAÑAN (ANAGRAMA).

- A. Verdadero
- B. Falso

100. LA IDENTIDAD ES COMO EMISOR Y LA IMAGEN COMO

- A. Receptor
- B. Transmisor
- C. Emisor

101. EL ISOTIPO: ES LA, IMAGEN O EL DIBUJO CON TODOS LOS COMPONENTES DE LA MARCA.

- A. Parte gráfica
- B. Parte escrita
- C. Parte en contexto

102. EL LOGOTIPO ES:

- A. El nombre de la marca
- B. Insignia de marca
- C. Ninguna de las anteriores

103. SON UN CONJUNTO DE RASGOS COLECTIVOS QUE IDENTIFICA A UNA INSTITUCIÓN DE OTRA Y TENEMOS DIMENSIONES QUE PODEMOS DECIR: CANTIDAD/CUALIDAD

- A. Verdadero
- B. Falso

104. SON UN CONJUNTO DE RASGOS COLECTIVOS QUE IDENTIFICA A UNA INSTITUCIÓN DE OTRA Y TENEMOS DIMENSIONES QUE PODEMOS DECIR: CUANTITATIVA/CUALITATIVA

- A. Verdadero
- B. Falso

105. SON UN CONJUNTO DE RASGOS COLECTIVOS QUE IDENTIFICA A UNA INSTITUCIÓN DE OTRA Y TENEMOS DIMENSIONES QUE PODEMOS DECIR: CARITATIVA/CUANTÍA

- A. Verdadero
- B. Falso

106. EL LOGOTIPO ES: EL NOMBRE DE LA MARCA

- A. Verdadero
- B. Falso

107. EL ISOTIPO: ES LA PARTE GRAFICA, IMAGEN O EL DIBUJO CON TODOS LOS COMPONENTES DE LA MARCA

- A. Verdadero
- B. Falso

108. EL LOGOTIPO ES: LA PARTE GRÁFICA, IMAGEN O EL DIBUJO CON TODOS SUS COMPONENTES.

- A. Verdadero
- B. Falso

109. EL ISOTIPO ES: EL NOMBRE DE LA MARCA.

- A. Verdadero
- B. Falso

110. IDENTIDAD: EL PRINCIPAL IDENTIFICADOR DEL PRODUCTO, UN AVAL QUE LO GARANTIZA SITUÁNDOLO EN UN PLANO SUPERIOR.

- A. Verdadero
- B. Falso

111. LA MARCA: ESTA PLASMADO EN UN LOGO-SÍMBOLO, ES DECIR, EN UNA TIPOGRAFÍA DETERMINADA (LOGOTIPO) Y EN LA IMAGEN O RECURSOS

- A. Verdadero
- B. Falso

112. LA MARCA ES: LA UNIÓN DE TRES FACTORES: LA IDENTIDAD CORPORATIVA, LA IMAGEN CORPORATIVA Y LA MISIÓN Y VISIÓN.

- A. Verdadero
- B. Falso

113. SON UN CONJUNTO DE RASGOS COLECTIVOS QUE IDENTIFICA A UNA INSTITUCIÓN DE OTRA Y TENEMOS DIMENSIONES QUE PODEMOS DECIR:

- A. CUANTITATIVA/CUALITATIVA
- B. CANTIDAD/CUALIDAD
- C. CARITATIVA/CUANTÍA

114. LA MARCA ES LA UNIÓN DE DOS FACTORES:

- A. LA IDENTIDAD CORPORATIVA Y LA IMAGEN CORPORATIVA.
- B. LOGOTIPO E ISOTIPO
- C. MISIÓN Y VISIÓN

115. CUÁL ES EL OBJETIVO PRINCIPAL DE LA SEMIÓTICA APLICADA A LA ELABORACIÓN DE PRODUCTOS COMUNICACIONALES?:

- A. Analizar el funcionamiento de los signos en la comunicación.
- B. Estudiar la historia de la comunicación humana.
- C. Desarrollar estrategias de marketing.

116. CUÁL DE LAS SIGUIENTES DISCIPLINAS SE RELACIONA DIRECTAMENTE CON LA SEMIÓTICA?

- A. Lingüística
- B. Biología
- C. Física

117. ¿CUÁL ES LA DIFERENCIA ENTRE DENOTACIÓN Y CONNOTACIÓN EN LA SEMIÓTICA?

- A. Denotación se refiere a los significados visibles, mientras que connotación se refiere a los significados implícitos o asociados.
- B. Denotación se refiere a los significados asociados, mientras que connotación se refiere a los significados visibles
- C. No existe diferencia entre los dos conceptos.

118. ¿QUÉ ELEMENTOS COMPONEN EL TRIÁNGULO SEMIÓTICO?

- A. Signo, significante y significado.
- B. Signo, interpretante y concepto.
- C. Signo, referente y significado.

119. ¿CUÁL ES EL OBJETIVO PRINCIPAL DE LA SEMIÓTICA APLICADA A LA ELABORACIÓN DE PRODUCTOS COMUNICACIONALES?

- A. Analizar el funcionamiento de los signos en la comunicación.
- B. Estudiar la historia de la comunicación humana.
- C. Desarrollar estrategias de marketing.

120. CUÁL DE LOS SIGUIENTES EJEMPLOS REPRESENTA UN SIGNO ICÓNICO?

- A. Una flecha que indica una dirección.
- B. Un logo de una empresa reconocida.
- C. La palabra "perro".

121. ¿CUÁL ES EL PAPEL DEL CONTEXTO EN LA INTERPRETACIÓN SEMIÓTICA?

- A. El contexto proporciona información adicional para comprender los significados de los signos.
- B. La contextualización proporciona una idea base para la disociación de la información.

122. ¿QUÉ ES LA MARCA?

- A. Es una de las variables estratégicas más importantes de una empresa o institución.
- B. Es un nombre que permite que la empresa o institución se haga conocer.
- C. Es una variable que no incide en la estructura del presente o futuro de una empresa o institución.

123. UN CONJUNTO DE RASGOS COLECTIVOS QUE IDENTIFICAN A UNA INSTITUCIÓN DE OTRA. SE DENOMINA:

- A. Identidad
- B. Marca

124. ¿LA IDENTIDAD EN EL PRESENTE RESPONDE A LA PREGUNTA?

- A. ¿Quiénes somos?
- B. ¿Quiénes hemos sido hasta el momento?
- C. ¿Quiénes queremos ser?

125. PILAR FUNDAMENTAL DEL CAMBIO Y PRINCIPAL HERRAMIENTA DE LA TRANSFORMACIÓN CENTRADA EN LA DIMENSIÓN HUMANA. SE REFIERE A:

- A. Cultura organizacional
- B. Entrenamiento
- C. Desarrollo tecnológico
- D. Educación

126. ¿QUÉ ENTIENDE POR INFORMACIÓN? INSTRUMENTO PARA INTEGRAR VOLUNTADES, PERCEPCIONES Y CAPACIDADES (ESTATALES Y NO ESTATALES) FAVORABLES A LA CONSECUCCIÓN DE LOS O.E DEL ESTADO.

- A. Verdadero
- B. Falso

127. CUALES SON LOS OBJETIVOS DE LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN? INFORMAR, EDUCAR Y ENTRETENER.

- A. Verdadero
- B. Falso

128. QUÉ ES PRODUCCIÓN AUDIVISUAL. ES PRODUCIR UNA GRABACIÓN CON UNA IDEA Y UN OBJETIVO COMUNICACIONAL.

- A. Verdadero
- B. Falso

129. CUALES SON LOS 4 PUNTOS CLAVE QUE SE NECESITA PARA LA PRODUCCIÓN AUDIOVISUAL: PRESUPUESTO, DIFERENTES TALENTOS, RECURSO TÉCNICOS Y ORGANIZAR EL PROYECTO.

- A. Verdadero
- B. Falso

130. FASE O ETAPAS DE LA PRODUCCIÓN

- A. Pre producción, producción y post producción.
- B. Inicio, desarrollo y conclusión.
- C. Pre producción y post producción.

131. EN LA POST PRODUCCIÓN SE REALIZA: MONTAR TODA LA EDICIÓN

- A. Verdadero
- B. Falso

132. EL PLANO GENERAL ES: PRESENTA A LOS PERSONAJES DE CUERPO ENTERIO Y MUESTRA CON DETALLES EL ENTORNO QUE LES RODEA.

- A. Verdadero
- B. Falso

133. PLANO MEDIO CORTO ES: HASTA LA PRIMER COSTILLA O CORTANDO EL BUSTO.

- A. Verdadero
- B. Falso

134. PLANO DETALLE ES: ENFOCA UN OBJETO O PARTE DEL CUERPO QUE LUEGO PRODUCIRA UNA ACCIÓN O MAYOR EXPRESIVIDAD.

- A. Verdadero
- B. Falso

135. EL PLANO MEDIO ES: PRESENTA A LOS PERSONAJES DE CUERPO ENTERIO Y MUESTRA CON DETALLES EL ENTORNO QUE LES RODEA.

- A. Verdadero
- B. Falso

136. PLANO GENERAL ES: HASTA LA PRIMER COSTILLA O CORTANDO EL BUSTO.

- A. Verdadero
- B. Falso

137. PLANO MEDIO CORTO ES: ENFOCA UN OBJETO O PARTE DEL CUERPO QUE LUEGO PRODUCIRA UNA ACCIÓN O MAYOR EXPRESIVIDAD.

- A. Verdadero
- B. Falso

138. UN STORYTELLING ES: ES EL ARTE DE CONTAR UNA HISTORIA, CONSISTE EN CONTAR CON TUS USUARIOS CON EL MENSAJE QUE ESTAS TRANSMITIENDO.

- A. Verdadero
- B. Falso

139. LA ESENCIA DE LA MARCA ES: POTENCIAL EL GRUPO, VALORES Y QUE INSPIRA.

- A. Verdadero
- B. Falso

140. TARGET ES: EL PUBLICO OBJETIVO A QUIEN SE VA A DIRIGIR.

- A. Verdadero
- B. Falso

141. TRAMA ES: RETO PROBLEMA A SOLUCIONAR CON UN ARGUMENTO QUE UNA TODOS LOS ELEMENTOS.

- A. Verdadero
- B. Falso

142. TIPOLOGÍA ES: DESCRIBIR SI ES UNA HISTORIA EDUCATIVA, COTIDIANA, EPICA, PERSONAL, INFORMATIVA.

- A. Verdadero
- B. Falso

143. ABSTRACCIÓN ES: SEGÚN LAS IMAGENESS SEAN O NO UN REFLEJO DE LA REALIDAD.

- A. Verdadero
- B. Falso

144. ABSTRACTOS ES: CONVENCIONES. PALABRAS DE UN ROTULO.

- A. Verdadero
- B. Falso

145. EL STOP MOTION ES: SUCESIÓN DE IMÁGENES FIJAS, UNA ANIMACIÓN FOTO A FOTO.

- A. Verdadero
- B. Falso

146. EL LENGUAJE AUDIVISUAL SE INTEGRA: POR UN CONJUNTO DE SIMBOLOS Y NORMAS.

- A. Verdadero
- B. Falso

147. LA FUNCIÓN DEL NARRADOR ES: MARCAR LA HISTORIA GENERALMENTE INICIANDOLA Y CERRANDOLA.

- A. Verdadero
- B. Falso

148. UNA DE LAS CARACTERISTICAS DEL LENGUAJE AUDIOVISUAL ES: SISTEMA DE COMUNICACIÓN MULTISENSORIAL (VISUAL Y AUDITIVO)

- A. Verdadero
- B. Falso

149. UNA DE LAS CARACTERISTICAS DEL LENGUAJE AUDIOVISUAL ES: PROCESAMIENTO GLOBAL DE LA INFORMACIÓN QUE PROPORCIONA UNA EXPERIENCIA UNIFICADA.

- A. Verdadero
- B. Falso

150. UNA DE LAS CARACTERISTICAS DEL LENGUAJE AUDIOVISUAL ES: UN LENGUAJE SINTÉTICO ORIGINA UN ENCADENAMIENTO DE MOSAICO.

- A. Verdadero
- B. Falso

151. UN BLOGGER ES: UNO DE LOS SERVICIOS MÁS USADOS POR LAS PERSONAS EN INTERNET, ES MUY SENCILLO DE USAR.

- A. Verdadero
- B. Falso

152. UNA DE LAS CARACTERISTICAS DEL LENGUAJE AUDIOVISUAL ES: PROCESAMIENTO GLOBAL DE LA INFORMACIÓN QUE PROPORCIONA UNA EXPERIENCIA UNIFICADA.

- A. Verdadero
- B. Falso

153. LA SIMETRÍA ES: CUANDO SE PRODUCE EN UN ENCUADRE APARECE REPETIDO UN ELEMENTO DE MANERA QUE PARECE REFLEJO DE UN ESPEJO.

- A. Verdadero
- B. Falso

154. UN BLOG ES: UNA PAG WEB EN LA QUE SE PUBLICAN REGULARMENTE ARTICULOS CORTOS CON CONTENIDO ACTUALIZADO Y NOVEDOSO.

- A. Verdadero
- B. Falso

155. UN PLANO: HACE REFERENCIA A LA PROXIMIDAD DE LA CAMARA CON LA REALIDAD CUANDO DE REALIZA UNA FOTOGRAFÍA O SE REGISTRA UNA TOMA.

- A. Verdadero
- B. Falso

156. LA SEMANTICA ES: RECURSOS ESTILISTICOS Y RECURSOS DIDACTICOS.

- A. Verdadero
- B. Falso

157. La comunicación es un campo de estudio dentro de las ciencias sociales que trata de explicar cómo se realizan los intercambios comunicativos y cómo éstos afectan a la sociedad.

- A. Verdadero
- B. Falso

158. ¿QUÉ ES ADOBE ILUSTRADOR?

- A. Es una aplicación de que te permite crear logotipos, iconos, dibujos, tipografías e ilustraciones complejas para cualquier medio.
- B. Es una aplicación de que te permite modificar imágenes y fotografías digitalizadas.
- C. Es una aplicación de que te permite realizar múltiples formatos compatibles, png, pdf, jpg, svg, incluso video MP4 o gif.
- D. Es una aplicación de contenidos interactivos y animados alucinantes de forma muy fácil.

159. ¿SELECCIONE EL ANCHO Y ALTO DE LA MESA DE TRABAJO PARA REALIZAR UN BANNER?

- A. 1280 PX POR 240 PX
- B. 1280 PPP POR 520 PPP
- C. 240 PX POR 120 PX
- D. 240 PPP POR 210 PPP

160. ¿PARA QUÉ SIRVE LA HERRAMIENTA UNIFICAR?

- A. Para unir como un solo elemento o forma.
- B. Para restar el o los objetos que se encuentran por delante al objeto que se encuentre debajo del todo, incluidas las áreas superpuestas.
- C. Permite manipular rápidamente distintas formas y trazos, de modo que puedas crear otras formas más complejas y combinarlas, sin tener que volver a trazarlas.
- D. Elimina la intersección, y deja el resto de la forma.

161. ¿SELECCIONE DONDE SE ACTIVAR LA HERRAMIENTA AVANZADA EN ADOBE ILLUSTRADOR?

- A. En la parte izquierda de la mesa de trabajo.
- B. En la parte derecha de la mesa de trabajo.
- C. En la parte inferior de la mesa de trabajo.
- D. En la parte superior de la mesa de trabajo.

162. ¿CÓMO REALIZAMOS UNA MÁSCARA DE RECORTE?

- A. Ponemos la figura delante de la imagen clic derecho mascara de recorte.
- B. Ponemos la imagen delante de la figura clic derecho mascara de recorte.
- C. Verificamos que la figura este delante de la imagen, seleccionamos la figura y la imagen, clic derecho mascara de recorte.
- C. Verificamos que la imagen este delante de la figura, seleccionamos la figura y la imagen, clic derecho mascara de recorte.

163. ¿QUÉ CIENCIAS INCLUYE LA COMUNICACIÓN? LAS CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN ABARCAN UNA GRAN VARIEDAD DE ESPECIALIDADES, ENTRE LAS QUE DESTACAN: COMUNICACIÓN SOCIAL, PERIODISMO, RELACIONES PÚBLICAS, COMUNICACIÓN INSTITUCIONAL, REDES, TELECOMUNICACIONES, PUBLICIDAD Y COMUNICACIÓN AUDIOVISUAL.

- A. Verdadero
- B. Falso

164. MODELO TOTALITARIO LA TENDENCIA DE TODA PROPAGANDA ES EL TOTALITARISMO PORQUE ES UN MEDIO PARA CONQUISTAR EL ESTADO.

- A. Verdadero
- B. Falso

165. MODELO LIBERAL LOS ESTADOS DEMOCRÁTICOS, BAJO LA PRESIÓN POPULAR, SE VIERON OBLIGADOS A DESMANTELAR LAS ORGANIZACIONES OFICIALES DE PROPAGANDA QUE HABÍAN MONTADO DURANTE LA GUERRA, AUNQUE SIGUIERON DESARROLLANDO TÁCTICAS “CIENTÍFICAS”.

- A. Verdadero
- B. Falso

166. IMAGEN CORPORATIVAES: LA IMAGEN NO SE GESTIONA DIRECTAMENTE, YA QUE ES PROPIEDAD DEL PÚBLICO, SINO QUE LOS PROFESIONALES DE LAS RELACIONES PÚBLICAS LA GESTIONAN INDIRECTAMENTE, TRABAJANDO SOBRE LA IDENTIDAD.

- A. Verdadero
- B. Falso

167. LA IDENTIDAD CORPORATIVA O IDENTIDAD VISUAL (IVC) ES LA MANIFESTACIÓN FÍSICA DE LA MARCA. HACE REFERENCIA A LOS ASPECTOS VISUALES DE LA IDENTIDAD DE UNA ORGANIZACIÓN.

- A. Verdadero
- B. Falso

168. LOGOTIPO EN TIPOGRAFÍA RECIBE ESTE NOMBRE EL TIPO QUE LLEVA DOS LETRAS FUNDIDAS EN UNA.

- A. Verdadero
- B. Falso

169. ISOTIPO: UN ICONO CAPAZ DE REPRESENTAR A LA MARCA POR SI MISMO, SIN IR ACOMPAÑADO DE NINGÚN TEXTO O NOMBRE. DOS CONOCIDOS CASOS SON LACOSTE Y APPLE.

- A. Verdadero
- B. Falso

170. MARCA.- PALABRA SÍMBOLO IMAGEN O SU ADECUADA COMBINACIÓN PARA IDENTIFICAR LOS ARTÍCULOS O SERVICIOS DE UNA FIRMA Y DIFERENCIARLOS DE LA COMPETENCIA.

- A. Verdadero
- B. Falso

171. MERCHANDISING ES: ES LA PARTE DEL MÁRQUETIN QUE TIENE POR OBJETO AUMENTAR LA RENTABILIDAD EN EL PUNTO E VENTA. SON ACTIVIDADES QUE ESTIMULAN LA COMPRA EN EL PUN TO DE VENTA.

- A. Verdadero
- B. Falso

172. LAS TECNOLOGÍAS DE LA INFORMACIÓN Y LA COMUNICACIÓN (TIC) SON UN CONJUNTO DE TÉCNICAS, DESARROLLOS Y DISPOSITIVOS AVANZADOS QUE INTEGRAN FUNCIONALIDADES DE ALMACENAMIENTO, PROCESAMIENTO Y TRANSMISIÓN DE DATOS.

- A. Verdadero
- B. Falso

173. GÉNERO PERIODÍSTICO DE INTERPRETACIÓN ES: CORRESPONDE AL EDITORIAL, EL COMENTARIO O COLUMNA, LA CRÍTICA Y EL ARTÍCULO. LOS QUE COMENTAN LA ACTUALIDAD ATRAVÉS DE ARTÍCULO, EL COMENTARIO, EL EDITORIAL Y LA CRÍTICA,

- A. Verdadero
- B. Falso

174. GÉNERO PERIODÍSTICO DE INFORMACIÓN ES: LOS GÉNEROS PERIODÍSTICOS QUE TRATAN LA ACTUALIDAD A TRAVÉS DE LA NOTICIA, LA CRÓNICA, EL REPORTAJE Y LA ENTREVISTA

- A. Verdadero
- B. Falso

175. GÉNERO PERIODÍSTICO DE OPINIÓN ES: CORRESPONDE AL EDITORIAL EL COMENTARIO O COLUMNA, LA CRÍTICA Y EL ARTÍCULO

A. Verdadero

B. Falso

ANSWER: A

176. UN LEAD ES: RASGOS FORMALES, EL LEAD ES EL PRIMER PÁRRAFO DE UNA NOTICIA. EN OTROS GÉNEROS INFORMATIVOS ESTE PÁRRAFO SE CONOCE COMO “ENTRADILLA”, PERO ES DIFERENTE EN EL CASO DE LA NOTICIA, DONDE COBRA UNA RELEVANCIA FUNDAMENTAL.

A. Verdadero

B. Falso

177. TITULAR ES LA PARTE DE LA INFORMACIÓN QUE INDICA SU CONTENIDO PRINCIPAL Y QUE PUEDE SER COMPLEMENTADO CON EL ANTETÍTULO SUBTÍTULOS Y SUMARIOS.

A. Verdadero

B. Falso

178. TITULO ES LAS LÍNEAS QUE ENCABEZAN UNA INFORMACIÓN O UN ORIGINAL PUBLICITARIO Y QUE DESTACAN DEL RESTO DE LA COMPOSICIÓN, NO SOLO POR SU SITUACIÓN PREFERENTE EN LA PARTE SUPERIOR, SINO TAMBIÉN POR EL MAYOR CUERPO DE LOS TIPOS QUE LO FORMAN.

A. Verdadero

B. Falso

179. RELACIONES PÚBLICAS SON: ES LA ACTIVIDAD PROFESIONAL CUYO FIN ES, MEDIANTE GESTIONES PERSONALES O MEDIANTE LAS TÉCNICAS DE DIFUSIÓN O COMUNICACIÓN, INFORMAR SOBRE PERSONAS, EMPRESAS, INSTITUCIONES A FIN DE MOLDEAR, INFLUIR Y DIRIGIR LA OPINIÓN DE PERSONAS O EQUIPOS EN SU FAVOR

A. Verdadero

B. Falso

180. PUBLICIDAD ES: ARTE CIENCIA Y TÉCNICA UTILIZADOS CONVENIENTEMENTE EN LA REALIZACIÓN ORAL VISUAL O IMPRESA DE UN MENSAJE CON FINES COMERCIALES QUE INFORMA DE UN PRODUCTO O UN SERVICIO O BENEFICIO Y, COMO CONSECUENCIA DESPIERTA EN EL DESTINATARIO EL DESEO DE SU ADQUISICIÓN.

- A. Verdadero
- B. Falso

181. BOLETÍN DE PRENSA ES UNA NOTICIA ES: INFORMACIÓN ESPECIALMENTE DESTINADA A LOS MEDIOS EN QUE UN ORGANISMO PUBLICO, ASOCIACIÓN O EMPRESA DIFUNDE UN HECHO O UNA OPINIÓN EN RELACIÓN A SUS ACTIVIDADES, EN GENERAL O ALGÚN HECHO EN PARTICULAR.

- A. Verdadero
- B. Falso

182. EL MARKETING ES LA REALIZACIÓN DE TODAS LAS ACTIVIDADES INDUSTRIALES, COMERCIALES O DE SERVICIO QUE DIRIGEN EL FLUJO DE SUS PRODUCTOS Y SERVICIOS DEL FABRICANTE AL CONSUMIDOR O USUARIO Y QUE COMPRENDE LAS TÉCNICAS QUE PROPORCIONAN INFORMACIÓN NECESARIA Y SUFICIENTE SOBRE EL MERCADO

- A. Verdadero
- B. Falso

183. LA LLAMADA PRENSA AMARILLA O SENSACIONALISMO, UN PERIODISMO DE INVESTIGACIÓN MEZCLADO CON TITULARES INCENDIARIOS, ALEJADOS EN MUCHOS CASOS DE LA NEUTRALIDAD Y DEL RIGOR PERIODÍSTICO, CUYO OBJETIVO PRIMORDIAL ES VENDER CUANTOS MÁS EJEMPLARES MEJOR.

- A. Verdadero
- B. Falso

184. LA CRÓNICA ES UNA OBRA LITERARIA QUE NARRA HECHOS HISTÓRICOS EN UN ORDEN CRONOLÓGICO .EN LA CRÓNICA LOS HECHOS SE REFIEREN EN ORDEN TEMPORAL Y SE DEFINE COMO UNA HISTORIA ESCRITA POR TESTIGOS PRESENCIALES Y EN DONDE SE OBSERVA EL ORDEN DE LOS ACONTECIMIENTOS EN EL TIEMPO

- A. Verdadero
- B. Falso

185. ES UN RELATO PERIODÍSTICO DE MAYOR EXTENSIÓN CON UN CIERTO ESTILO LITERARIO. YA NO PRIMA LA ACTUALIDAD DEL TEMA QUE SE EXPONE, AUNQUE SUELEN TENER UN PRINCIPIO DE ACTUALIDAD.

- A. Reportaje
- B. Entrevista
- C. Crónica
- D. Crítica

186. ENTREVISTA DE PREGUNTA-RESPUESTA SERÁ UNA ENTREVISTA INFORMATIVA. PARA LAS ENTREVISTAS EN PROFUNDIDAD SE PERMITE EL USO DEL ESTILO LITERARIO, LA DESCRIPCIÓN Y UNA REDACCIÓN MÁS RELAJADA, YA QUE NO PRIMA LA BÚSQUEDA DE INFORMACIÓN.

- A. Reportaje
- B. Entrevista
- C. Crónica
- D. Crítica

187. ES UN GÉNERO INTERMEDIO ENTRE LA NOTICIA Y EL REPORTAJE. ES UN TEXTO BREVE, AUNQUE MÁS LARGO QUE UNA NOTICIA, EN EL QUE SE EXPLICA UN ACONTECIMIENTO DESDE EL PUNTO DE VISTA TEMPORAL

- A. Reportaje
- B. Entrevista
- C. Crónica
- D. Crítica

188. ES UN TEXTO EN EL QUE SE EVALUAN LAS CARACTERÍSTICAS DE UNA PELÍCULA, UNA FUNCIÓN DE TEATRO, ETC. TIENE UNA GRAN IMPORTANCIA INFORMATIVA PORQUE DARÁ AL LECTOR LAS CLAVES DEL ACONTECIMIENTO. ES UN PERIODISTA ESPECIALIZADO EN UN TEMA CONCRETO EL QUE REALIZARÁ LAS CRÍTICAS.

- A. Reportaje
- B. Entrevista
- C. Crónica
- D. Crítica

189. EL ARTICULISTA EXPONE SU OPINIÓN ACERCA DE UNA INFORMACIÓN DE ACTUALIDAD PERIODÍSTICA.

- A. Artículo
- B. Columna
- C. Editorial

190. ES UN ARTÍCULO DE SECCIÓN FIJA EN EL QUE CONSAGRADOS PERIODISTAS O ESCRITORES COMENTAN HECHOS O ASPECTOS DE LA REALIDAD SEGÚN SU OPINIÓN.

- A. Artículo
- B. Columna
- C. Editorial

191. EN ÉL SE EXPRESA LA OPINIÓN DEL DIARIO SOBRE HECHOS QUE HAN OCURRIDO DURANTE LA JORNADA INFORMATIVA. SUELE SER ESCRITO POR EL DIRECTOR O EL SUBDIRECTOR.

- A. Artículo
 - B. Columna
 - C. Editorial
- ANSWER: C

192. LA NOTICIA: SE COMUNICA UN HECHO CON LA MÁXIMA EXACTITUD. SE NECESITA LA MÁXIMA CLARIDAD Y BREVEDAD EN LA REDACCIÓN DE LOS HECHOS.

- A. Verdadero
- B. Falso

193. EL REPORTAJE: ES UN RELATO PERIODÍSTICO DE MAYOR EXTENSIÓN CON UN CIERTO ESTILO LITERARIO. YA NO PRIMA LA ACTUALIDAD DEL TEMA QUE SE EXPONE, AUNQUE SUELEN TENER UN PRINCIPIO DE ACTUALIDAD.

- A. Verdadero
- B. Falso

194. LA ENTREVISTA: LA ENTREVISTA DE PREGUNTA-RESPUESTA SERÁ UNA ENTREVISTA INFORMATIVA. PARA LAS ENTREVISTAS EN PROFUNDIDAD SE PERMITE EL USO DEL ESTILO LITERARIO, LA DESCRIPCIÓN Y UNA REDACCIÓN MÁS RELAJADA, YA QUE NO PRIMA LA BÚSQUEDA DE INFORMACIÓN.

- A. Verdadero
- B. Falso

195. LA CRÓNICA: ES UN GÉNERO INTERMEDIO ENTRE LA NOTICIA Y EL REPORTAJE. ES UN TEXTO BREVE, AUNQUE MÁS LARGO QUE UNA NOTICIA, EN EL QUE SE EXPLICA UN ACONTECIMIENTO DESDE EL PUNTO DE VISTA TEMPORAL. SE UTILIZA PARA CUBRIR ACTOS COMO INAUGURACIONES, EXPOSICIONES, CONCIERTOS.

- A. Verdadero
- B. Falso

196. LA CRÍTICA: ES UN TEXTO EN EL QUE SE EVALUAN LAS CARACTERÍSTICAS DE UNA PELÍCULA, UNA FUNCIÓN DE TEATRO, ETC. TIENE UNA GRAN IMPORTANCIA

INFORMATIVA PORQUE DARÁ AL LECTOR LAS CLAVES DEL ACONTECIMIENTO. ES UN PERIODISTA ESPECIALIZADO EN UN TEMA CONCRETO EL QUE REALIZARÁ LAS CRÍTICAS.

- A. Verdadero
- B. Falso

197. EL ARTÍCULO (DE OPINIÓN): EL ARTICULISTA EXPONE SU OPINIÓN ACERCA DE UNA INFORMACIÓN DE ACTUALIDAD PERIODÍSTICA

- A. Verdadero
- B. Falso

198. LA COLUMNA: ES UN ARTÍCULO DE SECCIÓN FIJA EN EL QUE CONSAGRADOS PERIODISTAS O ESCRITORES COMENTAN HECHOS O ASPECTOS DE LA REALIDAD SEGÚN SU OPINIÓN.

- A. Verdadero
- B. Falso

199. EL EDITORIAL: EN ÉL SE EXPRESA LA OPINIÓN DEL DIARIO SOBRE HECHOS QUE HAN OCURRIDO DURANTE LA JORNADA INFORMATIVA. SUELE SER ESCRITO POR EL DIRECTOR O EL SUBDIRECTOR.

- A. Verdadero
- B. Falso

200. LA OPINIÓN PÚBLICA ES LA TENDENCIA O PREFERENCIA, REAL O ESTIMULADA, DE UNA SOCIEDAD HACIA HECHOS SOCIALES QUE LE REPORTEN INTERÉS.

- A. Verdadero
- B. Falso

201. WILLIAM RANDOLPH HEARST (SAN FRANCISCO, 29 DE ABRIL DE 1863 - BEVERLY HILLS, 14 DE AGOSTO DE 1951) FUE UN PERIODISTA Y MAGNATE DE LA PRENSA ESTADOUNIDENSE.

- A. Verdadero
- B. Falso

202. EL TÍTULO DE UNA NOTICIA ES: ANUNCIA CON EL MENOR NUMERO DE PALABRAS EL CONTENIDO DE UN MENSAJE, EN UN ANUNCIO LA FRASE MAS DESTACADA DE TODAS LAS QUE APARECEN EN EL.

- A. Verdadero
- B. Falso

203. SUBRAYE LA RESPUESTA CORRECTA. ¿CÓMO SE EXPRESA AL DISEÑO?

- A. Como colores, dibujos y manchas.
- B. como el arte, la técnica de traducir ideas en imágenes y formas visuales.
- C. Como formas, líneas y letras.

204. ¿CUÁL ES LA FUNCIÓN QUE DESEMPEÑA EL DISEÑADOR GRÁFICO?

- A. Determinar la forma gráfica de los mensajes (utilizando textos e imágenes)
- B. Diseñar la tipografía.
- C. Codificar mensajes.
- D. Transmitir su habilidad en forma gráfica.

205. ¿CUÁL ES EL OBJETIVO DEL DISEÑO?

- A. Mejorar calidad de la imagen
- B. Mejorar la calidad de vida de las personas
- C. Mejorar el intelecto de los diseñadores

206. EL DISEÑO ES

- A. Mejorar la calidad de vida de las personas
- B. La edición, diseño de todo tipo de libros periódicos revistas
- C. Un proyectista con sentido estético que trabaja para la comunidad y no le forma personal, sino en un equipo organizado, produciendo objetos de gran consumo

205. ¿CUÁL ES PROCESO O LABOR DESTINADO DEL DISEÑO?

- A. Tazar, proyectar, alinear y diseñar
- B. Proyectar, coordinar, seleccionar y organizar
- C. Comunicar, observar seleccionar y alinear

206. ¿CUÁLES SON LOS ÁMBITOS DEL DISEÑO?

- A. El espacio, los objetivo y los mensajes
- B. El objetivo, moda y el mensaje
- C. El objetivo, el espacio y la moda

207. ¿EL DISEÑO ES UNA ACTIVIDAD QUE CONSISTE EN: ¿ORGANIZAR, PROYECTAR Y REALIZAR COMUNICACIONES VISUALES?

- A. Con organización y control
- B. Con objetivos claros y determinados
- C. Con eficacia y eficiencia

208. ¿CÓMO SE LOS PUEDE CLASIFICAR A LOS COLORES PRIMARIOS?

- A. Colores más oscuros y menor cantidad de luz
- B. Colores de luz y colores de pigmento
- C. Colores opuestos y la cantidad de luz

209. ¿QUÉ PRODUCE EL COLOR?

- A. Odio mal humor sensación de tristeza
- B. Sensaciones, sentimientos, diferentes estados de ánimo, nos transmite mensajes
- C. Mezclas parciales que componen una luz blanca

210. LOS COLORES PRIMARIOS SE CLASIFICAN EN

- A. Violeta, rojo, Amarillo
- B. Naranja, Azul Verde
- C. Rojo, Amarillo, Azul

211. ¿LAS PROPIEDADES DEL COLOR SON?

- A. Negro, Brillo, Rojo
- B. Tono, Saturación, Brillo
- C. Tono, Matiz, Saturación

212. LA ARMONÍA ES UNA COMPOSICIÓN DE:

- A. Mas neutro y mayor extensión
- B. Color de dominio
- C. Todos los colores
- D. Es el de mediación

213. EL TÓNICO SE UTILIZA COMO:

- A. Nota de animación o audacia
- B. Como conciliador y modo de transmisión
- C. Circulo cromático
- D. Dominante

214. QUE ES EL CONTRASTE:

- A. Es el complementario del color de dominio
- B. El más potente en color y valor
- C. Se produce cuando en una composición de colores no tiene nada en común no guarda ninguna similitud

215. CONTRASTE DE CLARO/OBSCURO O CONTRASTE DE GRISES:

- A. Se origina de la modulación de un tono puro, saturándolo con blanco, negro y gris
- B. Las armonías cromáticas
- C. Ninguna de las anteriores

216. ¿LAS PROPIEDADES DEL COLOR SON?

- A. Saturación y espectro
- B. Tono, saturación y brillo
- C. Color y brillo

217. ¿QUÉ ES PHOTOSHOP?

- A. Es un conjunto de diseños para crear y estudiar
- B. Es un programa para crear imágenes
- C. Es un editor de gráficos desarrollado por Adobe systems

218. ¿EL DISEÑO GRÁFICO SURGIÓ COMO DISCIPLINA?

- A. Dependiente
- B. Independiente
- C. Asociativa

219. ¿EL CONCEPTO DE DISEÑO GRÁFICO ES UN CONJUNTO DE ELEMENTOS PARA?

- A. Crear y estudiar
- B. Estudiar y manipular
- C. Producir y crear

220. ¿QUÉ COMPRENDE EL DISEÑO PUBLICITARIO?

- A. Creación, maquetación y diseño de publicaciones
- B. Maquetación y diseño de dibujos
- C. Todas las anteriores

221. ¿QUÉ TIPO DE ACCIÓN EJERCE EL COLOR EN UNA PERSONA?

- A. Enojo, ira, desamor
- B. Impresiona al que lo percibe, capacidad de expresión, construye
- C. Todas las anteriores

222. SE UTILIZA PARA CONDENSAR EN POCAS PALABRAS EL ELEMENTO DOMINANTE DE UNA INFORMACIÓN Y PARA LLAMAR LA ATENCIÓN DEL LECTOR HACIA EL ELEMENTO ESENCIAL QUE SE QUIERE DESTACAR?

- A. El cuerpo
- B. El titular
- C. El párrafo

223. SON ELEMENTOS DE LA NOTICIA LOS SIGUIENTES:

Título, antetítulo, intertítulo, sumario, texto, fotografía, pie de foto
Verdadero
Falso

224. DEBEN RESTRINGIRSE AL MÁXIMO EN LA REDACCIÓN DE INFORMACIONES

- A. Los verbos
- B. Los pronombres
- C. Los adjetivos calificativos

225. EN LA ESTRUCTURA DE LA NOTICIA A QUE SE DENOMINA LED

- A. Al cuerpo de la noticia
- B. Al sumario
- C. Párrafo inicial

226. LA NOTICIA DEBE INFORMAR DE MANERA

- A. Clara breve y precisa
- B. Amplia, cronológica, literaria
- C. Interpretativa

227. LA NOTICIA SE LA PUEDE UBICAR DENTRO DEL PERIODISMO

- A. Informativo
- B. Interpretativo
- C. Literario

228. COMUNICACIÓN CONCRETA

- A. Mensaje, receptor, emisor
- B. Individuo, emisor
- C. Temple, mensaje, receptor

229. ¿QUÉ ES COMUNICACIÓN?

- A. Acción de comunicar o comunicarse
- B. Habar con otra persona
- C. Enviar mensajes de texto

230. LA COMUNICACIÓN SOCIAL ES EL PROCESO DE TRANSMITIR INFORMACIÓN, IDEAS Y MENSAJES ENTRE INDIVIDUOS O GRUPOS

Verdadero
Falso

231. Los editores de video son:

- A. Adobe premier, Fainal cut pro
- B. Adobe Photoshop, adobe premier
- C. Adobe Indesigne, adobe photoshop

232. ¿La interacción de los descubrimientos científicos en qué siglo se inician?

- A. Siglo XX
- B. Siglo XVIII
- C. Siglo XV
- D. Siglo XXI

233. ¿En qué año nace la radio y en qué año nace la televisión?

- A. 1987-1998
- B. 1922 - 1934
- C. 1932 – 1944

234. La radio siempre tiene que estar alerta a las nuevas exigencias de las audiencias, que en definitiva son las que legitiman el medio y, por ello, quién haga del micrófono su instrumento del quehacer profesional debe:

- A. Saber pensar las consecuencias.
- B. Saber escuchar antes que hablar
- C. Tener credibilidad
- D. Ser buen orador

235. ¿Cuáles son los polos dinámicos de un proceso desarrollado con extensión y amplitud?

- A. Sociedad y medios
- B. Radio y televisión
- C. Soportes técnicos y formatos de programación

236. En el contexto social y cultural de la comunicación, las posibilidades de respuesta tecnológica son tan amplias por lo cual la integración de los mediotécnicos en la narración diaria exige:

- A. Conductas de cambio versátil
- B. Exploración de las nuevas posibilidades de comunicación social
- C. Acceso a internet.
- D. Todas las anteriores

237. La piedra angular de todo proceso de comunicación es:

- A. La narrativa
- B. El análisis
- C. La confianza
- D. La expresión

238. La radio ha llevado a cabo con suma facilidad el tránsito entre:

- A. La realidad y la ficción.
- B. La credibilidad y la honradez
- C. Analógico y lo digital

239. ¿Cuáles de estos términos son conocidos y comunes para la mayoría de los ciudadanos en nuestros tiempos?

- A. Sociedad de la comunicación
- B. Globalización mediática
- C. Aldea global
- D. Todas las anteriores

240. La radio es posible a partir de:

- A. Estudios y descubrimientos físicos
- B. Descubrimientos químicos
- C. La invención de la internet
- D. La invención de la radio

241. En el siglo XX en la conformación de las sociedades de masas, forman un papel preponderante:

- A. Los medios audiovisuales,
- B. La radio
- C. La televisión
- D. El internet
- E. Todos los anteriores

242. La radio nace en:

- A. 1912
- B. 1934
- C. 1922
- D. 1926

243. ¿Cuál es la piedra angular del proceso de comunicación?

- A. Confianza
- B. Amabilidad
- C. Responsabilidad
- D. Objetividad
- E. Inmediatez

244. ¿Cómo se define a la narración según el diccionario de la lengua española?

- A. Acción de narrar, referir o contar un hecho
- B. Crear un hecho para luego ser contado
- C. Contar un suceso con claridad
- D. Proceso de hechos que acontecen en una historia

245. ¿CUÁL ES EL INSTRUMENTO COMUNICACIONAL EN EL USO DE LA COMUNICACIÓN RADIOFÓNICA?

- A. La voz y la expresión del ser humano saliendo de los pulmones se convierte en fonemas que significan algo, que representa lo que les rodea.
- B. Los recursos lingüísticos que utiliza saliendo de los pulmones se convierte en fonemas que significan algo, que representa lo que les rodea.
- C. La manipulación ante la sociedad saliendo de los pulmones se convierte en fonemas que significan algo, que representa lo que les rodea.

D. El aire que saliendo de los pulmones se convierte en fonemas que significan algo, que representa lo que les rodea.

246. ¿Qué es el oficio de contar historias?

- A. Es la profunda llamada a la comunicación entre seres humanos
- B. Es un proceso de narración de hechos a través de historias
- C. Es un cometido social asignado a unos pocos privilegiados con la obligación de transmitir todos los hechos, los valores y sentimientos de una colectividad.
- D. La adecuación necearía para construir una realidad mediática

247. ¿Cuáles son los procesos para contar?

- A. Realidad-Actualidad, lenguaje, lenguaje escrita y hablada, escritura, lenguaje, textos, guionización, redacción, lengua hablada y otros elementos del lenguaje radiofónico.
- B. Realidad-Actualidad, lenguaje, lenguaje escrita y hablada, textos, narración, lenguaje, escritura, diversos elementos, hechos, tiempo
- C. Realidad-Actualidad, lenguaje, lenguaje escrita y hablada, teorías, textos, papeles, lenguaje escrito y hablada, realidad, textos.
- D. Fotografías, imágenes, textos, voz, escritura, historias, elementos diversos.

248. ¿El acto de una representación hablada o escrita se puede trasladar a imágenes?

- A. Sí, trasladar a una narración de creación, sentimientos, valores, prácticas del colectivo humano.
- B. Sí, trasladar a una narración de creación, sentimientos, valores La música, la voz, los efectos sonoros, el silencio
- C. Sí, trasladar a una narración de creación, sentimientos, valores recursos, lectura, contar, escuchar
- D. Sí, trasladar a una narración de creación, sentimientos, valores ruido, capacidad de hablar, locutor

249. ¿Las personas necesitan de un instrumento para compartir, expresar, ordenar, construir?

- A. Tiempos lejanos, necesidad de comunicarse, para la vida de hombres y mujeres, cualquier época y lugar.
- B. Necesidad de comunicarse, construir un buen mensaje, identificar a los personajes,
- C. Necesidad de comunicarse, narrar, pensar, crear ideas. Plantear un conflicto.
- D. Necesidad de comunicarse, arte de hablar, técnicas de la voz, buena pronunciación.

250. Célebre lingüista, construyó una teoría para explicar el fenómeno del lenguaje, la lengua y el habla desde la perspectiva de la Lingüística y que denominó «la doble articulación».

- A. Leonard Bloomfield
- B. Andrés Bello

- C. Zygmunt Bauman
- D. Ferdinand Saussure

251. La teoría de Saussure establece que:

- A. El signo lingüístico es una combinación de significado y significante.
- B. El signo lingüístico es la combinación del emisor y receptor.
- C. Sirve para explicar un modo de postura hacia el oyente.
- D. El signo lingüístico es una combinación entre el mensaje y el canal.