

<p>Universidad Autónoma de Madrid</p>	<p>UNIVERSIDADES PÚBLICAS DE LA COMUNIDAD DE MADRID EVALUACIÓN PARA EL ACCESO A LAS ENSEÑANZAS UNIVERSITARIAS OFICIALES DE GRADO</p> <p>Curso 2023-2024 MATERIA: DISEÑO</p>	
---------------------------------------	---	--

INSTRUCCIONES Y CRITERIOS GENERALES DE CALIFICACIÓN

Después de leer atentamente el examen, responda de la siguiente forma:

- responda dos preguntas de 1,5 puntos a elegir indistintamente entre las siguientes preguntas: A.1, B.1, A.2, B.2.
- responda una pregunta de 2,5 puntos a elegir entre las preguntas A.3 o B.3.
- responda una pregunta de 4,5 puntos a elegir entre las preguntas A.4 o B.4.

TIEMPO Y CALIFICACIÓN: 90 minutos. Las preguntas 1ª y 2ª se calificarán con un máximo de 1,5 puntos, la pregunta 3ª sobre un máximo de 2,5 puntos y la 4ª sobre un máximo de 4,5 puntos.

A.1. Concepto, historia y campos del diseño (1,5 puntos)

Señale si son **verdaderas** las siguientes afirmaciones:

- A. Hans Arp traduce a la pintura el Dadá
- B. Aleksandr Ródchenko fue un artista del constructivismo ruso
- C. El Neoplasticismo se basa en la velocidad y el dinamismo
- D. Filippo Tommaso Marinetti publicó el manifiesto futurista
- E. Piet Mondrian fue el fundador del realismo mágico
- F. Vasili Kandinski fue el gran teórico del futurismo

A.2. El diseño: configuración formal y metodología (1,5 puntos)

Defina la **ley o principio de proximidad** según las teorías de la percepción de la Gestalt. Incluya un pequeño ejemplo visual, un **dibujo**, que ejemplifique esta ley o principio.

A.3. Análisis crítico de una tipología de producto o de espacio y propuesta de mejora (2,5 puntos)

Analice, de forma crítica y breve, **el teléfono como producto de diseño** centrándose en los diseños que se muestran en la figura. Tenga en cuenta, al menos, cuatro de los siguientes factores:

- Relación entre forma y función.
- Fines funcionales y comunicativos.
- Estructuras formales, compositivas y estructurales.
- Procesos y métodos para el desarrollo de los productos.
- Evolución de los materiales e impacto sobre el entorno.
- Ergonomía, accesibilidad y seguridad para las personas.

Proponga una mejora en el diseño, para **uno** de los dos teléfonos, en función de **uno** de los factores antes citados.



Teléfono A



Teléfono B

A.4. Ejercicio de diseño gráfico (4,5 puntos)

Diseñe un **cartel** para el **Día Mundial del Reciclaje**, que se celebra el 17 de mayo, con el lema “**¡Tu elección importa!**”.

En los textos puede emplear mayúsculas y minúsculas. El gráfico se realizará a color. Justifique, brevemente, las decisiones de diseño tomadas.

Se valorarán las soluciones imaginativas, bien justificadas y adecuadas a la función requerida.

Estudios previos, bocetos, y presentación final:

- El papel, de formato A3, se debe colocar en posición horizontal. Mediante una recta vertical, se divide en dos partes iguales, aproximadamente.
- Sobre una de ellas se representarán los esquemas, bocetos, etc., preparatorios del diseño.
- Sobre la otra parte del papel se realizará la presentación final en técnica libre y a color.
- Se pueden incorporar cartulinas o papeles coloreados sin imágenes previas.

B.1. Concepto, historia y campos del diseño (1,5 puntos)

Señale, de las siguientes afirmaciones, las que son más **propias del diseño digital** y las que son más **propias del diseño editorial**:

- A. Realiza el diseño de catálogos, fanzines y revistas, entre otros productos
- B. Se dedica a la creación de imágenes para ser utilizadas en pantallas y monitores
- C. Trabaja en la ideación de elementos interactivos de utilización en tabletas gráficas
- D. Se ocupa del diseño de imágenes para ser utilizadas en formatos con soporte papel
- E. Diseña la maquetación de textos acompañados de imágenes que no incluyan interacciones
- F. Trabaja en sistema de color RGB para comunicar una idea a través de elementos gráficos y visuales

B.2. El diseño: configuración formal y metodología (1,5 puntos)

Dibuje un esquema de **composición estática** y otro de **composición dinámica** utilizando dos triángulos en cada una. **Explique brevemente los recursos utilizados** en una y otra.

B.3. Análisis crítico de una tipología de comunicación gráfica y propuesta de mejora (2,5 puntos)

Analice, de forma crítica y breve, **el catálogo como producto de diseño editorial** centrándose en los diseños que se muestran en la figura. Tenga en cuenta, al menos, cuatro de los siguientes factores:

- Funciones comunicativas del diseño gráfico.
- Tipografía: familias, legibilidad.
- Composición.
- Diseño gráfico con y sin retícula. Organización de la información.
- La imagen de marca: el diseño corporativo.
- Diseño editorial: jerarquía de textos.

Proponga, de forma razonada **una** mejora en el diseño, para **uno** de los dos catálogos, en función de **uno** de los factores antes citados.



Catálogo A



Catálogo B

B.4. Ejercicio de diseño de producto y del espacio (4,5 puntos)

Diseñe un **sistema para aparcar bicicletas** para su uso en un hotel rural.

Especifique materiales, acabados y colores. Aporte alguna referencia de tamaño o escala. Justifique, brevemente, las decisiones de diseño tomadas.

Se valorarán las soluciones imaginativas, bien justificadas y adecuadas a la función requerida.

Estudios previos, bocetos, y presentación final:

- El papel, de formato A3, se debe colocar en posición horizontal. Mediante una recta vertical, se divide en dos partes iguales, aproximadamente.
- Sobre una de ellas se representarán los esquemas, bocetos, etc., preparatorios del diseño.
- Sobre la otra parte del papel se realizará la presentación final en técnica libre y a color.
- Se pueden incorporar cartulinas o papeles coloreados sin imágenes previas.

DISEÑO

CRITERIOS ESPECÍFICOS DE CORRECCIÓN Y CALIFICACIÓN

A.1. Concepto, historia y campos del diseño (1,5 puntos)

Señale si son **verdaderas** las siguientes afirmaciones:

- A. Hans Arp traduce a la pintura el Dadá
- B. Aleksandr Ródchenko fue un artista del constructivismo ruso
- C. El Neoplasticismo se basa en la velocidad y el dinamismo
- D. Filippo Tommaso Marinetti publicó el manifiesto futurista
- E. Piet Mondrian fue el fundador del realismo mágico
- F. Vasili Kandinski fue el gran teórico del futurismo

Se calificará con 0,25 puntos cada una de las respuestas correctas. Total 1,5 puntos.

A. Verdadera - B. Verdadera - C. Falsa - D. Verdadera - E. Falsa - F. Falsa

B.1. Concepto, historia y campos del diseño (1,5 puntos)

Señale, de las siguientes afirmaciones, las que son más **propias del diseño digital** y las que son más **propias del diseño editorial**:

- A. Realiza el diseño de catálogos, fanzines y revistas, entre otros productos
- B. Se dedica a la creación de imágenes para ser utilizadas en pantallas y monitores
- C. Trabaja en la ideación de elementos interactivos de utilización en tabletas gráficas
- D. Se ocupa del diseño de imágenes para ser utilizadas en formatos con soporte papel
- E. Diseña la maquetación de textos acompañados de imágenes que no incluyan interacciones
- F. Trabaja en sistema de color RGB para comunicar una idea a través de elementos gráficos y visuales

Se calificará con 0,25 puntos cada una de las respuestas correctas. Total 1,5 puntos.

A. Editorial - B. Digital - C. Digital - D. Editorial - E. Editorial - F. Digital

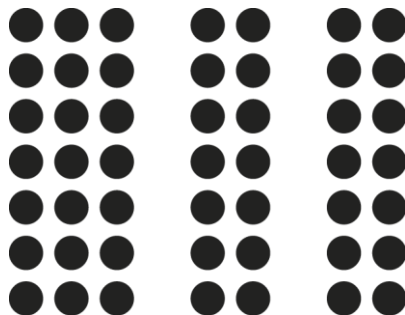
A.2. El diseño: configuración formal y metodología (1,5 puntos)

Defina la ley o principio de proximidad según las teorías de la percepción de la Gestalt. Incluya un pequeño ejemplo visual, un **dibujo**, que ejemplifique esta ley o principio.

La definición se valorará con un máximo de 1 punto. El dibujo se valorará con un máximo de 0,5 puntos, teniendo en cuenta tanto la claridad como la calidad. Total 1,5 puntos.

Corrección:

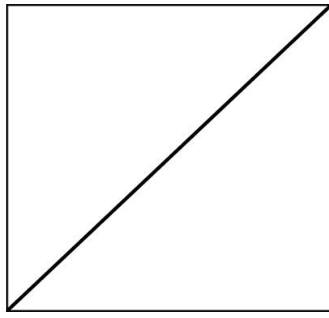
La ley o principio de proximidad establece que los elementos cercanos tienden a ser percibidos como pertenecientes al mismo grupo.



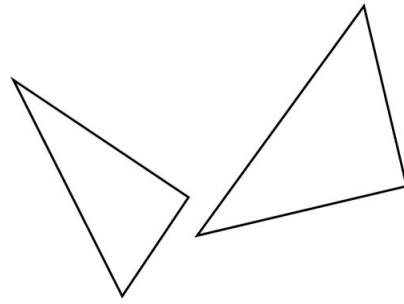
B.2. El diseño: configuración formal y metodología (1,5 puntos)

Dibuje un esquema de composición estática y otro de **composición dinámica** utilizando dos triángulos en cada una. **Explique brevemente los recursos utilizados** en una y otra.

Cada esquema se valorará con 0,25 puntos, y la explicación de cada uno con 0,5. Total 1,5 puntos.



Composición estática



Composición dinámica

Para la composición estática la explicación puede hacer referencia a recursos como la simetría, la composición en horizontal, vertical o cuadrícula y la homogeneidad de los triángulos, así como a su posición con lados en horizontal o vertical.

Para la composición dinámica la explicación puede hacer referencia a recursos como el desequilibrio de peso visual, la composición en curva o en diagonal y la heterogeneidad de los triángulos, así como a la inclinación de sus lados.

A.3. Análisis crítico de una tipología de producto o de espacio y propuesta de mejora (2,5 puntos)

Analice, de forma crítica y breve, **el teléfono como producto de diseño** centrándose en los diseños que se muestran en la figura. Tenga en cuenta, al menos, cuatro de los siguientes factores:

- Relación entre forma y función.
- Fines funcionales y comunicativos.
- Estructuras formales, compositivas y estructurales.
- Procesos y métodos para el desarrollo de los productos.
- Evolución de los materiales e impacto sobre el entorno.
- Ergonomía, accesibilidad y seguridad para las personas.

Proponga una mejora en el diseño, para **uno** de los dos teléfonos, en función de **uno** de los factores antes citados.



Teléfono A



Teléfono B

Cada factor correctamente analizado se calificará con un máximo de 0,5 puntos hasta un máximo de 4 factores. Total 2 puntos.

A nivel orientativo, entre otros análisis posibles:

- Relación entre forma y función.
 - o La función de un teléfono es hablar con otras personas a distancia. Para eso:
 - Hay que poder establecer la comunicación. En el teléfono A, tecleando el número de teléfono, aunque parece haber botones que pueden dar acceso a una agenda visualizable a través de la pantalla. En el teléfono B, probablemente, accediendo a una *app* de agenda o teclado numérico en pantalla.
 - La forma del auricular (teléfono A) o del propio teléfono (teléfono B) viene determinada por el uso y la necesidad de acercar el audífono al oído y al mismo tiempo el micrófono a la boca.
- Fines funcionales y comunicativos.
 - o Si la función es hablar con otras personas a distancia, el propio objeto debe comunicar claramente cómo se hace:
 - Cómo se establece la comunicación: por agenda, por número de teléfono, etc.

- Cómo se habla. Aquí, el propio objeto debe comunicar intuitivamente cómo se sitúa respecto de la persona (oreja, boca) para hablar y oír.
 - El teléfono de la izquierda tiene un auricular simétrico, pero el cordón parece comunicar que debe quedar colgando, determinando su posición.
 - El teléfono de la derecha solo comunica la posición correcta para hablar y oír por lo que muestra en pantalla.
- Estructuras formales, compositivas y estructurales.
 - El teléfono A necesitará apoyarse en una superficie horizontal accesible.
 - El teléfono B debe generar un apoyo, al depositarse sobre una superficie horizontal, que sea estable.
 - Procesos y métodos para el desarrollo de los productos.
 - El *briefing* debe determinar las condiciones de uso y los públicos a los que va dirigido.
 - En función de lo anterior, se deben establecer los objetivos; planificar la documentación; realizar la creatividad, bocetos, croquis y los planos; y elaborar la memoria.
 - Evolución de los materiales e impacto sobre el entorno.
 - Los materiales de fabricación antiguos se basaban, principalmente, en plásticos.
 - Los materiales actuales son más diversos, con múltiples metales y aleaciones, así como vidrio y minerales específicos de difícil obtención.
 - La conciencia sobre el impacto ambiental es actualmente mayor, pero el reciclado de algunos materiales o la reparabilidad es, en múltiples ocasiones, menor.
 - Ergonomía, accesibilidad y seguridad para las personas.
 - La operación de un teléfono debe ser sencilla e intuitiva. Aunque el uso de un teléfono es una tarea cotidiana, el teléfono A será de difícil operación para jóvenes actuales y el B lo es para personas mayores acostumbradas al A.
 - La seguridad es imprescindible: ninguno de los modelos de teléfono parece presentar problemas de seguridad para las personas.

La propuesta de mejora se calificará con un máximo de 0,5 puntos.

A nivel orientativo, entre otras propuestas posibles:

- Respecto del factor de relación entre forma y función, el teléfono B podría destacar algún elemento visual que facilitara su orientación correcta durante el uso.
- Respecto del factor de impacto de los materiales en el medio ambiente, el teléfono B necesita componentes muy difíciles de encontrar, como algunos minerales que son muy contaminantes, así que una posible mejora sería encontrar materiales efectivos y más sostenibles.

B.3. Análisis crítico de una tipología de comunicación gráfica y propuesta de mejora (2,5 puntos)

Analice, de forma crítica y breve, **el catálogo como producto de diseño editorial** centrándose en los diseños que se muestran en la figura. Tenga en cuenta, al menos, cuatro de los siguientes factores:

- Funciones comunicativas del diseño gráfico.
- Tipografía: familias, legibilidad.
- Composición.
- Diseño gráfico con y sin retícula. Organización de la información.
- La imagen de marca: el diseño corporativo.
- Diseño editorial: jerarquía de textos.

Proponga, de forma razonada **una** mejora en el diseño, para **uno** de los dos catálogos, en función de **uno** de los factores antes citados.



Catálogo A



Catálogo B

Cada factor correctamente analizado se calificará con un máximo de 0,5 puntos hasta un máximo de 4 factores. Total 2 puntos.

A nivel orientativo, entre otros análisis posibles:

- Funciones comunicativas del diseño gráfico.
 - o En los catálogos, a través de la diagramación, se organizan los textos, imágenes y, en los catálogos digitales (B), contenidos multimedia.
 - o En los catálogos el primer impacto visual, función del diseño gráfico, es la jerarquización de productos por categorías y la identificación de la marca en una cabecera.
- Tipografía: familias, legibilidad.
 - o La tipografía, en los catálogos, se usa con la intención de una alta legibilidad. Es posible el uso de la tipografía como forma decorativa o identificativa particularmente en la cabecera.
 - o Las familias tipográficas se emplean para diferenciar las categorías, las líneas de productos o para denotar las características de los productos que se muestran.
 - o Los estilos tipográficos se emplean para diferenciar tipologías de información o datos de los productos, como nombre, modelos, medidas o materiales, entre otros.
 - o En los catálogos impresos (A) el cuerpo (tamaño) del texto es un balance entre la legibilidad (mayor cuerpo, tamaño) y cantidad de información (menor cuerpo, tamaño).
 - o En los catálogos digitales (B) es necesario que el cuerpo (tamaño) del texto se adapte a la pantalla, distinguiendo al menos entre navegación en ordenador o navegación móvil (diseño *responsive*).
- Composición.
 - o La composición en los catálogos impresos (A) tiene en cuenta la doble página. Se ordenan y jerarquizan los productos y categorías o líneas de producto teniendo en cuenta la doble página.
 - o La composición en los catálogos digitales (B) tiene en cuenta el desplazamiento vertical. Se ordenan y jerarquizan los productos y categorías teniendo en cuenta lo primero que se expone. El lugar más importante es la parte superior.
- Diseño gráfico con y sin retícula. Organización de la información.
 - o Los catálogos impresos (A) emplean, para la diagramación (organización de la información), una retícula de filas y columnas que genera un sistema de módulos que permite componer y jerarquizar la información. En los catálogos la retícula y el sistema de módulos se visualiza claramente aportando orden a la composición.
 - o Los catálogos digitales (B) utilizan, para la organización de la información (diagramación), un sistema de módulos que permite componer y jerarquizar la información.
- La imagen de marca: el diseño corporativo.
 - o La marca, en los catálogos, se expresa en forma de cabecera. Suele ser un nombre, un logotipo, que puede ir acompañado de una imagen.
 - o En los catálogos, en general, el logotipo, la tipografía y el color son algunos elementos de identificación de la marca.
 - o En los catálogos impresos (A) destaca, en la portada y para identificación frente a otros catálogos, el logotipo. Además, está presente en las páginas interiores a modo de identificación.
 - o En los catálogos digitales (B) destaca, en la parte superior y como confirmación de estar en el sitio web correcto, la cabecera. Además, está presente en las páginas web de cada categoría a modo de identificación.
- Diseño editorial: jerarquía de textos.
 - o En los catálogos la jerarquía de textos se realiza a través de varios mecanismos de diseño editorial:
 - Cuerpo (tamaño) del texto, de titular. Cuanto mayor, más importante.
 - Tamaño del módulo de producto: cuantas más columnas ocupe, más importante.
 - Tamaño de la fotografía: medido en columnas, es más importante cuantas más columnas ocupe la fotografía.
 - En general, peso visual: cuanta más masa, por cuerpo del texto del titular, del número de columnas, de la fotografía, etc., más importante.
 - o En el catálogo impreso (A) hay una composición a doble página de dos categorías de producto. En la página izquierda (par) en una retícula de tres filas y tres columnas se organizan nueve productos, con la misma jerarquía, cada uno con su imagen y texto descriptivo, bajo la categoría de sillas indicada por su cabecera. En la página derecha (impar) la retícula es menos evidente y destaca un producto con mayor peso visual mediante una fotografía de mayor tamaño, centrada y en la parte superior,

- En el catálogo digital (B) hay una composición continua, vertical, de una categoría de producto. Los contenidos del catálogo organizan en una retícula de cuatro columnas y al menos tres filas. El logotipo tiene una posición relevante ya que es el único elemento en la primera columna, en la parte superior izquierda a modo de cabecera. En las dos columnas de la derecha se organizan los productos, con la misma jerarquía, cada uno con su imagen y texto descriptivo.

La propuesta de mejora se calificará con un máximo de 0,5 puntos.

A nivel orientativo, entre otras propuestas posibles:

- Respecto del factor de tipografía, familias y legibilidad, el catálogo A (impreso) tiene por su naturaleza un cuerpo (tamaño) de texto fijo. Teniendo en cuenta el público principal que utiliza este tipo de catálogos, podría considerarse un cuerpo de texto mayor al que tradicionalmente se ha empleado.
- Respecto del factor de diseño editorial y jerarquía de textos, el catálogo B (digital), al tener parte de la jerarquía basada en lo que se ve en pantalla según el desplazamiento vertical, pierde la visión de conjunto. Se podría mostrar, alternativamente, un menú con las categorías para facilitar la navegación y acceso a la información.

A.4. Ejercicio de diseño gráfico (4,5 puntos)

Diseñe un cartel para el **Día Mundial del Reciclaje**, que se celebra el 17 de mayo, con el lema “**¡Tu elección importa!**”.

En los textos puede emplear mayúsculas y minúsculas. El gráfico se realizará a color. Justifique, brevemente, las decisiones de diseño tomadas.

Se valorarán las soluciones imaginativas, bien justificadas y adecuadas a la función requerida.

Estudios previos, bocetos, y presentación final:

- El papel, de formato A3, se debe colocar en posición horizontal. Mediante una recta vertical, se divide en dos partes iguales, aproximadamente.
- Sobre una de ellas se representarán los esquemas, bocetos, etc., preparatorios del diseño.
- Sobre la otra parte del papel se realizará la presentación final en técnica libre y a color.
- Se pueden incorporar cartulinas o papeles coloreados sin imágenes previas.

Total 4,5 puntos.

En la realización del diseño se valorará cada apartado con un máximo de 1 punto:

- Exploración, creatividad en la ideación y desarrollo correcto de los bocetos y croquis.
- Adecuación en la selección y uso de la tipografía (por intenciones comunicativas, de legibilidad y/o compositivas).
- Selección y uso adecuado de los recursos del lenguaje visual (color, forma, composición...) y su adecuación conceptual y formal con la propuesta.
- Justificación argumentada del diseño propuesto (relacionando los recursos visuales empleados con la intención comunicativa, la formación de actitudes éticas, estéticas y/o de consumo).

Y con un máximo de 0,5 puntos:

- Adecuación de las técnicas gráficas empleadas, destreza en su uso y en la composición de la lámina.

B.4. Ejercicio de diseño de producto y del espacio (4,5 puntos)

Diseñe un **sistema para aparcar bicicletas** para su uso en un hotel rural.

Especifique materiales, acabados y colores. Aporte alguna referencia de tamaño o escala. Justifique, brevemente, las decisiones de diseño tomadas.

Se valorarán las soluciones imaginativas, bien justificadas y adecuadas a la función requerida.

Estudios previos, bocetos, y presentación final:

- El papel, de formato A3, se debe colocar en posición horizontal. Mediante una recta vertical, se divide en dos partes iguales, aproximadamente.
- Sobre una de ellas se representarán los esquemas, bocetos, etc., preparatorios del diseño.
- Sobre la otra parte del papel se realizará la presentación final en técnica libre y a color.
- Se pueden incorporar cartulinas o papeles coloreados sin imágenes previas.

Total 4,5 puntos.

En la realización del diseño se valorará cada apartado con un máximo de 1 punto:

- Adecuación de las características técnicas y materiales al tipo de producto y a sus intenciones funcionales y técnicas.
- Adecuación de las características formales y estéticas atendiendo al tipo de producto y sus intenciones comunicativas.
- Desarrollo correcto de los bocetos y croquis para visualizar y valorar la adecuación del proyecto a sus condicionantes.
- Tamaño, escala o proporciones adecuadas en términos ergonómicos y antropométricos.

Y con un máximo de 0,5 puntos:

- Utilización adecuada de las técnicas de representación y comunicación del proyecto, y destreza en el uso de las técnicas gráficas y en la composición de la lámina.