

INSTRUCCIONES:

Todas las respuestas se resolverán en el cuadernillo y deberán incluir el número de la pregunta. Opcionalmente la pregunta 4.2. podrá ser realizada en un DIN A4 externo.

1. Opción múltiple (2,5 pts.). Conteste solo 5 de las 10 preguntas propuestas. Elija la respuesta que considere correcta de entre las tres respuestas propuestas.
Cada pregunta tiene una valoración de 0,5 pts.

1.1 Tipología a la que pertenece la siguiente identidad gráfica.



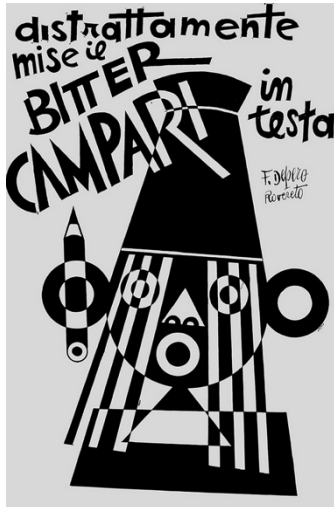
- a) Imagotipo.
- b) Logotipo.
- c) Isologo.

1.2 Tipología a la que pertenece la siguiente identidad gráfica.



- a) Imagotipo.
- b) Logotipo.
- c) Isologo.

1.3 Estilo o movimiento en el que inscribe el siguiente cartel.



- a) Art Déco.
- b) Constructivismo
- c) Futurismo.

1.4 Material empleado en la estructura del sillón "Wassily" modelo B3 diseñado por Marcel Breuer.



- a) Barra de aluminio.
- b) Tubo de acero.
- c) Tubo de bronce.

1.5 Categoría tipográfica en la que se inscribe la siguiente tipografía.

Lorem
ipsum

- a) Sin serifas.
- b) Con serifas.
- c) Manuscritas.

1.6 Qué término se utiliza para denominar el grado de transparencia de, por ejemplo, un elemento gráfico?

- a) Contraste.
- b) Saturación.
- c) Opacidad.

1.7 ¿A cuál de las siguientes opciones equivale la superficie de una hoja en formato DIN A2?

- a) A dos hojas DIN A1.
- b) A dos hojas DIN A3.
- c) A dos hojas DIN A4.

1.8 Indique desde la perspectiva de la psicología del color las cualidades atribuidas al color verde.

- a) Vitalidad y pasión.
- b) Salud y esperanza.
- c) Luminosidad y calidez.

Materia: **DISEÑO**

1.9 Arquitecto y diseñador que desarrolló el sistema de medida antropométrico conocido como el "Modulor".

- a) Marcel Breuer.
- b) Walter Gropius.
- c) **Le Corbusier**

1.10 ¿Cuáles son las cuatro tintas estándar de la cuatricromía?

- a) Cian, Marrón, Amarillo y Verde.
- b) Rojo, Verde, Azul y Blanco
- c) **Cian, Magenta, Amarillo y Negro.**

2. Preguntas semiabiertas (1,5 pts.). Conteste **solo 3** de las 6 preguntas propuestas. Responda de manera concisa y breve. Cada pregunta tiene una valoración de 0,5 pts.

2.1 Nombre de la escuela fundada por Walter Gropius y país en el que ésta tuvo sus sedes.

La escuela fundada por Walter Gropius es la **Bauhaus (0,25 pts)**. Esta escuela tuvo sus sedes en **Alemania (0,25 pts)**, específicamente en las siguientes ciudades: Weimar (1919-1925), Dessau (1925-1932) y Berlín (1932-1933)

2.2 Nombre del estilo relacionado con la Exposición Internacional de Artes Decorativas e Industriales Modernas celebrada en París en 1925. Cite algún autor relacionado con este estilo.

El estilo relacionado con la Exposición Internacional de Artes Decorativas e Industriales Modernas celebrada en París en 1925 es el **Art Déco (0,25 pts)**.

Algunos destacados autores/as y diseñadores/as del Art Déco (0,25 pts.):

1. **Jacques Émile Ruhlmann:** Conocido por sus lujosos diseños de muebles.
2. **Jean Dunand:** Artista y diseñador suizo-francés especializado en trabajos de laca y metal.
3. **René Lalique:** Famoso por sus diseños de joyería y vidrio.
4. **Erté (Romain de Tiroff):** Diseñador de moda y artista ruso-francés, conocido por sus ilustraciones y diseños teatrales.
5. **Paul Poiret:** Diseñador de moda francés, cuyas creaciones también influyeron en el diseño Art Déco.
6. **Tamara de Lempicka:** Pintora polaca conocida por sus retratos elegantes y estilizados.
7. **Raymond Templier:** Diseñador de joyas francés conocido por sus diseños geométricos y modernos.
8. **Donald Deskey:** Diseñador estadounidense, famoso por sus interiores y mobiliario Art Déco, incluyendo el Radio City Music Hall.
9. **Clarice Cliff:** Ceramista británica, conocida por sus audaces y coloridos diseños.

Es posible mencionar a otros autores/as que no estén recogidos en esta lista siempre que sean exponentes del Art Déco.

2.3 Término que se corresponde al estudio de las medidas y proporciones del cuerpo humano.

Materia: DISEÑO

El término que se corresponde al estudio de las medidas y proporciones del cuerpo humano es **antropometría (0,5 pts.)**. La antropometría se utiliza en diversas disciplinas como la ergonomía, la medicina, el diseño industrial y la arquitectura para asegurar que los productos, espacios y herramientas sean adecuados y cómodos para el uso humano.

2.4 Defina qué es un logotipo y cite su/s diferencia/s respecto a un isotipo.

Un **logotipo** es una marca gráfica que identifica a una empresa, marca, producto o entidad mediante el uso de una tipografía distintiva. Generalmente, consiste en palabras, letras, o una combinación de ambas, diseñadas de una manera específica para ser reconocibles y asociadas con la identidad visual de la entidad. **(0,25 pts.)**

Diferencias entre Logotipo e Isotipo (0,25 pts.)**1. Logotipo:**

- **Definición:** Un logotipo es una representación gráfica que utiliza texto (tipografía) para identificar una marca o entidad.
- **Ejemplo:** El logotipo de "Coca-Cola" es reconocible por su tipografía única.
- **Uso:** Principalmente textual, aunque puede incluir elementos gráficos menores integrados con el texto.

2. Isotipo:

- **Definición:** Un isotipo es un símbolo o icono gráfico que representa a una marca sin incluir texto. Es una imagen que por sí sola es capaz de identificar a la marca.
- **Ejemplo:** El "swoosh" de Nike es un isotipo, ya que no necesita acompañarse del nombre de la marca para ser reconocido.
- **Uso:** Exclusivamente gráfico, sin texto.

2.5 Término anglosajón con el que nos referimos al proceso de definición y construcción de una marca mediante la gestión planificada de todos los procesos gráficos, comunicacionales y de posicionamiento que se llevan a cabo.

El término anglosajón al que no referimos es el **branding (0,5 pts.)**.

2.6 Categoría tipográfica a la que pertenece la tipografía "Times New Roman" considerando el aspecto de la terminación o remate de cada uno de los caracteres que la componen. Cite alguna otra tipografía de esa misma categoría.

La tipografía "Times New Roman" pertenece a la categoría de **tipografías con serifas (serif)** (0,25 pts). Las serifas son los pequeños remates o trazos que se encuentran al final de los caracteres.

Algunas tipografías habituales con serifas: **Georgia, Garamond, Baskerville, Palatino, Didot, Book Antiqua, Cambria, Bodoni (0,25 pts.)**

3. Preguntas abiertas (6 pts.). Elija y desarrolle por completo tan solo **UNO** de los dos supuestos propuestos. La valoración de cada pregunta se especifica al final de la misma.

3. Supuesto 1

Una asociación sin ánimo de lucro denominada “Alianza Solidaria” solicita el diseño de su marca gráfica, pudiendo ser ésta un logotipo, isotipo, imagotipo o isologo, de acuerdo al siguiente *briefing*.

Cliente: Alianza Solidaria

Visión de la organización: Alianza Solidaria es una organización comprometida con el bienestar social y la solidaridad humana. Nuestra misión es promover la colaboración y la ayuda mutua para mejorar la calidad de vida de las personas más vulnerables y contribuir al desarrollo sostenible de nuestras comunidades.

Público objetivo: Nuestro público objetivo incluye a personas de todas las edades y sectores de la sociedad que desean contribuir a causas solidarias y participar en acciones de voluntariado. Además, nos dirigimos a donantes potenciales, empresas socialmente responsables y otras organizaciones del tercer sector interesadas en colaborar con nuestras iniciativas.

Valores de la organización:

- Solidaridad
- Compromiso
- Colaboración
- Empatía
- Transparencia

Objetivos del diseño de la identidad gráfica:

- Reflejar los valores y la misión de Alianza Solidaria.
- Inspirar confianza y credibilidad en nuestra organización.
- Ser inclusivo y representativo de la diversidad de nuestra comunidad.
- Transmitir esperanza y optimismo.
- Diferenciarse como una organización comprometida con el cambio social positivo.

Elementos clave a considerar:

- **Nombre de la organización:** "Alianza Solidaria"
- **Eslogan:** "Unidos por un mundo mejor" (No es necesario que forme parte del diseño).
- **Colores:** Se prefieren colores que eviten asociaciones negativas y refuercen una sensación de esperanza, solidaridad y acción positiva..
- **Iconografía/Imaginería:** Se pueden utilizar elementos visuales que representen la colaboración, el apoyo mutuo y la diversidad. Es importante que estos elementos comuniquen la idea de trabajar juntos para un objetivo común.
- **Tipografía:** Se busca una tipografía legible y amigable, que transmita seriedad pero también calidez y accesibilidad. Se pueden considerar tanto fuentes serif como sans-serif, pero deben ser claras y fáciles de leer en diferentes medios.

Materia: DISEÑO

- **Estilo general:** El diseño debe ser claro, simple y memorable. Debe reflejar la seriedad de nuestra causa, pero también transmitir esperanza y positividad.

Restricciones:

- Evitar cualquier representación que pueda ser percibida como discriminatoria o excluyente.
 - Garantizar la inclusión y la representación de la diversidad en el diseño.
-

3.1 Especifique y defina la tipología de marca en la que se encuadra su diseño justificando su elección. (0,5 pts).

Definición (0,25 pts). Justificación de la elección (0,25 pts.)

Si bien se puede optar por diseñar un logotipo, isotipo, imagotipo o isologo, para "Alianza Solidaria", considerando su misión, valores y objetivos, el **imagotipo** sería la opción más adecuada. Aquí se justifican las razones en detalle:

1. Reflejar los Valores y la Misión

- **Imagotipo:** Permite una combinación de texto e imagen, lo que facilita la representación visual de los valores de solidaridad, compromiso y colaboración. El nombre "Alianza Solidaria" puede estar claramente identificado junto a un símbolo que represente gráficamente estos valores.

2. Inspirar Confianza y Credibilidad

- **Imagotipo:** La presencia simultánea de texto y símbolo puede crear una identidad más fuerte y confiable. Las personas pueden reconocer el nombre de la organización y asociarlo inmediatamente con un símbolo que evoca confianza.

3. Inclusividad y Diversidad

- **Imagotipo:** Al incorporar tanto texto como imagen, es posible crear un diseño que represente la diversidad y la inclusión de manera más completa. El símbolo puede ser diseñado para incluir elementos que representen la diversidad de la comunidad.

4. Transmitir Esperanza y Optimismo

- **Imagotipo:** Un símbolo bien diseñado junto al nombre puede transmitir esperanza y optimismo de manera más efectiva. La imagen puede ser muy evocadora y el texto refuerza el mensaje positivo.

5. Diferenciación y Memoria

- **Imagotipo:** La combinación de un nombre claro y un símbolo memorable facilita la diferenciación de la organización y hace que la marca sea más fácil de recordar para el público.

Comparación con otras opciones

- **Logotipo:** Solo incluye texto. No aprovecha el poder visual de un símbolo gráfico para reforzar el mensaje y los valores de la organización.
- **Isotipo:** Solo incluye un símbolo sin texto. Puede ser menos efectivo para una organización nueva o menos conocida, ya que el público puede no asociar el símbolo con el nombre de la organización de inmediato.
- **Isologo:** Combina texto y símbolo en una sola unidad inseparable. Esto puede ser limitante si se desea usar el símbolo o el texto por separado en diferentes contextos.

3.2. Enumere las características principales con las que se define su diseño. (0,5 pts).

Criterios generales y perfilados.

Materia: DISEÑO

4.1. Dibuje **dos bocetos**, suficientemente diferenciados, de rápida factura y con empleo de color que ofrezcan alternativas a la resolución del supuesto planteado. (2 pts.)

Criterios generales y perfilados.

4.2. Seleccione de los dos bocetos dibujados la opción que considere más adecuada y elabore a partir de ella un boceto con mayor definición y calidad gráfica. (2,5 pts.)

Criterios generales y perfilados.

Priman pero no excluyen:

- **Imagotipo o isologo.**
- Tipografía **sin remates.**
- **Colores** que reflejen los valores de la organización, transmitir esperanza, solidaridad, y acción positiva. Por ejemplo: Verde, azul, amarillo...

5. Mantenga el orden y la limpieza de la propuesta y adecue ésta al formato dado. (0,5 pts.)

Criterios generales y perfilados.

3. Supuesto 2

Una empresa de refrescos artesanales denominada “Bubbly Crafters” solicita el diseño de una botella de estilo pop para sus refrescos de acuerdo al siguiente *briefing*.

Cliente: Bubbly Crafters

1. Descripción del Producto: "Bubbly Crafters" es una marca de refrescos artesanales que se distingue por su cuidadosa elaboración con ingredientes naturales y técnicas tradicionales. Cada botella encapsula la esencia de la artesanía y la frescura en cada sorbo, ofreciendo una experiencia refrescante única.

2. Objetivos del Diseño:

- Transmitir la frescura y la calidad premium del producto.
- Reflejar la artesanía y la atención al detalle en la producción.
- Destacar la singularidad y la originalidad de la marca "Bubbly Crafters".
- Generar impacto visual y atraer la atención del consumidor en el punto de venta.

3. Público Objetivo: Nuestro público objetivo son amantes de las bebidas refrescantes que buscan alternativas naturales y de alta calidad a los refrescos comerciales. Nos dirigimos a personas de todas las edades, desde jóvenes adultos hasta consumidores más maduros, que valoran la autenticidad, la creatividad y la innovación en sus bebidas.

4. Estilo y Personalidad de la Marca: La marca "Bubbly Crafters" se caracteriza por su estilo fresco, moderno y artesanal. Busca transmitir una sensación de diversión y originalidad, pero también de autenticidad y calidad en cada botella.

5. Elementos Clave del Diseño:

- **Etiqueta:** Se busca una etiqueta llamativa y colorida que refleje la frescura y la diversión de la marca. (Proponer una forma básica de la/s etiqueta/s y su posición en la botella. **NO** es necesario diseñar la marca ni la gráfica de la etiqueta).
- **Forma de la Botella:** Se prefiere una botella de vidrio con una forma distintiva que capture la atención

Materia: DISEÑO

del consumidor y refuerce la imagen premium del producto.

- **Tapón/Corcho:** Se valora un tapón que aporte un toque de elegancia y sofisticación al diseño, sin perder de vista la originalidad y frescura de la marca.

6. Inspiración y Referencias:

- Colores vibrantes y patrones frescos para transmitir energía y vitalidad.
- Diseños de botellas de marcas artesanales que reflejen autenticidad y calidad.
- Elementos gráficos que evoquen la naturaleza y lo artesanal.

7. Restricciones Técnicas y Legales:

- La botella debe ser apta para contener bebidas carbonatadas.
- Se debe considerar la viabilidad de producción y el costo asociado al diseño propuesto.

3.1 Especifique las principales características del estilo inspirado en el *Pop Art*. (0,5 pts).

Principales Características del Pop Art

1. Uso de Imágenes de la Cultura Popular:

- **Referencias a la Cultura de Masas:** El Pop Art utiliza imágenes y temas sacados de la cultura popular, como anuncios publicitarios, cómics, productos de consumo, y celebridades.
- **Ejemplo:** Obras que presentan latas de sopa Campbell's, imágenes de Marilyn Monroe, o tiras cómicas de Roy Lichtenstein.

2. Colores Vivos y Contrastes Fuertes:

- **Paleta de Colores Brillantes:** Uso de colores saturados y brillantes como rojos, amarillos, azules, y verdes.
- **Contrastes:** Fuertes contrastes de color que llaman la atención y crean un impacto visual inmediato.

3. Repetición y Reproducción en Serie:

- **Producción en Masa:** Influencia de la producción en masa y técnicas de reproducción mecánica, como la serigrafía.
- **Patrones Repetitivos:** Imágenes repetitivas que reflejan la naturaleza consumista y masiva de la sociedad moderna.

4. Apropiación y Recontextualización:

- **Apropiación:** Uso de imágenes existentes y objetos cotidianos recontextualizados como arte.
- **Crítica Social:** Frecuentemente, el Pop Art hace una crítica a la cultura de consumo, al materialismo y a la superficialidad de la sociedad moderna.

5. Estilo Gráfico y Contornos Definidos:

- **Estilo de Ilustración:** Influencia de la ilustración comercial y los cómics, con líneas negras gruesas y contornos bien definidos.
- **Planitud:** A menudo hay una ausencia de profundidad y sombreado, lo que da a las imágenes un aspecto plano.

6. Ironía y Humor:

- **Tono Irónico:** Uso del humor y la ironía para hacer comentarios sobre la sociedad y el arte.
- **Juegos Visuales:** Imágenes que juegan con las expectativas y los significados tradicionales del arte.

Materia: DISEÑO

3.2. Enumere las características principales con las que se define su diseño. (0,5 pts).

Criterios generales y perfilados.

4.1. Dibuje **dos bocetos**, suficientemente diferenciados, de rápida factura y con empleo de color que ofrezcan alternativas a la resolución del supuesto planteado. (2 pts.)

Criterios generales y perfilados.

4.2. Seleccione de los dos bocetos dibujados la opción que considere más adecuada y elabore a partir de ella un boceto con mayor definición y calidad gráfica. (2,5 pts.)

Criterios generales y perfilados.

5. Mantenga el orden y la limpieza de la propuesta y adecue ésta al formato dado. (0,5 pts.)

Criterios generales y perfilados.

Criterios generales de corrección:

1. Cuestiones de ámbito teórico: Adecuación de la resolución al planteamiento o enunciado. Precisión, claridad, y orden en la exposición. Correcto uso del lenguaje y expresión escrita. Grado de análisis y detalle en la respuesta. Nivel de razonamiento. Justificación de aspectos relacionados con el proceso. Capacidad de relación con otros referentes, obras, contextos y casos análogos.

2. Cuestiones de ámbito gráfico: Adecuación de la resolución al planteamiento. Apropiado uso de los materiales. Capacidad de comunicar gráficamente las ideas. Capacidad para expresar variantes en relación a una propuesta dada. Calidad estética de la solución gráfica. Limpieza y orden.

Criterios perfilados

Cada enunciado muestra la puntuación máxima que se podrá obtener.

Cuestión 1 (Opción Múltiple): 2,5 puntos máximo.

Se estructura en 10 preguntas de opción múltiple y deben seleccionar 5* de ellas (con un valor de 0,5 puntos cada una de ellas). Se ofrecen tres posibles respuestas. Solo una respuesta es válida.

Se asigna a cada una de ellas un valor de 0,5 puntos si la respuesta elegida es la correcta.

* En caso de responder a más preguntas de las solicitadas, se corregirán tan sólo las 5 primeras.

Cuestión 2 (Preguntas semi-abiertas): 1,5 puntos máximo.

Se estructura en 6 preguntas, de las cuales sólo se deberán resolver 3* de ellas de forma breve.



Se asigna a cada una de ellas un valor de 0,5 puntos si la respuesta se resuelve correctamente.

* En caso de responder a mas preguntas de las solicitadas, se corregirán tan sólo las 3 primeras.

Cuestión 3 (Preguntas abiertas): SE PLANTEAN 2 SUPUESTOS. EL ESTUDIANTE DEBERÁ SELECCIONAR UNO Y DESARROLLARLO. Máximo 6 puntos.

Cuestión 3. 1 punto máximo.

Se estructura en 2 preguntas que requieren resolución breve por escrito:

3.1. Definición del término solicitado (0,5 pt).

3.2. Desarrollo del tema enunciado, valoración según criterio general (0,5 pt).

Cuestión 4.1 (Pregunta abierta): 2 puntos máximo.

Se solicitan dos bocetos que podrán tener una valoración máxima de 2 puntos, teniendo en cuenta estos aspectos:

- Capacidad gráfica, formal y conceptual que ofrecen cada uno de los bocetos.
- Capacidad de ofrecer alternativas y planteamientos diferenciados a través de los bocetos.
- Adaptación de los bocetos al supuesto dado.

Cuestión 4.2 (Pregunta abierta): 3 puntos máximo.

Se solicita definición, solución y desarrollo de uno de los bocetos con una mayor calidad gráfica. Se valoran los siguientes aspectos:

- Capacidad gráfica, formal y conceptual de la propuesta/ Manejo de los recursos plásticos. (2,5 pts).
- Limpieza, orden y adaptación de la propuesta al formato dado. (0,5 pt).