	UNIVERSIDADES PÚBLICAS DE LA COMUNIDAD DE MADRID EVALUACIÓN PARA EL ACCESO A LAS ENSEÑANZAS UNIVERSITARIAS OFICIALES DE GRADO Curso **2022-2023** MATERIA: **DISEÑO**	**MODELO ORIENTATIVO**

INSTRUCCIONES Y CRITERIOS GENERALES DE CALIFICACIÓN

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

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

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

Cuestiones teóricas (1 punto cada una)
Conteste en el cuadernillo, brevemente y con la mayor precisión posible a las siguientes cuestiones:

A.1. Empareje la siguiente relación de **autores** con sus **obras**:

A. Antoni Gaudí	1. Cartel Anís del Mono
B. José María Cruz Novillo	2. Casa Milà / La Pedrera
C. Ramón Casas i Carbó	3. Antorcha XXV Olimpiada (Barcelona 1992)
D. André Ricard Sala	4. Logo de Correos

A.2. ¿Qué **color** principal usaría **para señalizar un área de descanso** en un centro de ocio? **Razone** la respuesta.

A.3. Señale las **fases** que tendría que seguir para diseñar una **tienda de campaña**. Indique al menos cuatro y explíquelas brevemente en su aplicación al diseño de la tienda de campaña.

A.4. Ejercicio de diseño de producto y del espacio (2,5 puntos)
Aporte **ideas**, a través de dibujos y bocetos, para el diseño de **un soporte colgador de baño para un secador de pelo**.
Señale posibles materiales. Aporte alguna referencia de tamaño o escala.
Se valorará el proceso correcto y la adecuación a la función requerida.

Estudios previos y boceto:
- En el cuadernillo, emplee una página (una sola cara), para los estudios previos y preparatorios del diseño.
- Señale un boceto que responda al diseño solicitado.
- Este ejercicio se podrá realizar con cualquier tipo de técnica seca.

A.5. Ejercicio de diseño gráfico (4,5 puntos)
Diseñe el **frontal de la caja** en la que se vende un **teléfono móvil** de gama alta, que contenga los siguientes datos y características:
- Marca: MADCOM
- Modelo: Sur 7+
- Red: 5G (debe destacar)
- Debe incluir una imagen, parcial o total, del teléfono
- Debe indicarse, de alguna forma, el color del teléfono que contiene. El modelo se comercializa en tres colores posibles: cian, gris oscuro y magenta

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.

Cuestiones teóricas (1 punto cada una)
Conteste en el cuadernillo, brevemente y con la mayor precisión posible a las siguientes cuestiones:

B.1. Señale si son **verdaderas** las siguientes afirmaciones:

A. Mies van der Rohe es un arquitecto posmoderno
B. William Morris diseñó la Villa Saboya
C. El movimiento High Tech se desarrolló en torno a las décadas 1920 y 1930
D. Alphonse Mucha fue un diseñador del Art Nouveau

B.2. Defina y explique la ley o principio de las teorías de la percepción de la Gestalt **que ilustra la figura** a continuación. **De entre el resto** de las leyes o principios de dichas teorías, **mencione dos**.

B.3. ¿Qué **factores** deben tenerse en cuenta en el diseño del logotipo o la **marca gráfica de una tienda de diseño de muñecos**? Indique al menos cuatro y explíquelos brevemente en su aplicación al diseño de la marca gráfica pedida.

B.4. Ejercicio de diseño gráfico (2,5 puntos)
Diseñe un **logotipo** de una campaña para la **inclusión social**. El lema es **"TOD@S Sumamos"** y se grafía con **"T@S+"**.
Puede emplear mayúsculas y minúsculas. Justifique, brevemente, las decisiones de diseño tomadas.
Se valorará el proceso correcto y la adecuación a la función requerida.

Estudios previos y boceto:
- En el cuadernillo, emplee una página (una sola cara), para los estudios previos y preparatorios del diseño.
- Señale un boceto que responda al diseño solicitado.
- Este ejercicio se podrá realizar con cualquier tipo de técnica seca.

B.5. Ejercicio de diseño de producto y del espacio (4,5 puntos)
Diseñe un **objeto para recogida de basuras** para reciclar papel, vidrio y plásticos, con base en el suelo, 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

Cuestiones teóricas (1 punto cada una)
Conteste en el cuadernillo, brevemente y con la mayor precisión posible a las siguientes cuestiones:

Evolución histórica del diseño (1 punto)

A.1. Empareje la siguiente relación de **autores** con sus **obras**:

A. Antoni Gaudí	1. Cartel Anís del Mono
B. José María Cruz Novillo	2. Casa Milà / La Pedrera
C. Ramón Casas i Carbó	3. Antorcha XXV Olimpiada (Barcelona 1992)
D. André Ricard Sala	4. Logo de Correos

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

A2, B4, C1, D3

B.1. Señale si son **verdaderas** las siguientes afirmaciones:

A. Mies van der Rohe es un arquitecto posmoderno
B. William Morris diseñó la Villa Saboya
C. El movimiento High Tech se desarrolló en torno a las décadas 1920 y 1930
D. Alphonse Mucha fue un diseñador del Art Nouveau

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

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

Elementos de configuración formal (1 punto)

A.2. ¿Qué **color** principal usaría **para señalizar un área de descanso** en un centro de ocio? **Razone** la respuesta.

Total 1 punto.

El color principal para señalizar un área de descanso probablemente sea el verde, aunque puede haber otras respuestas próximas a ser correctas si se razonan adecuadamente.

Los colores influyen en los sentimientos y emociones, y en la capacidad de reacción y decisión cuando son visualizados. Un área de descanso se asocia con la tranquilidad y el reposo, valores que se asocian principalmente con el color verde.
En cualquier caso, sería incompatible asociarlo con colores activos, como el amarillo, o con colores que implican prohibición, como el rojo.
Sería compatible el uso de azul, por asociación en las señales de tráfico con las señales informativas. También lo sería el uso del marrón, asociado con las señales informativas de lugares turísticos, centros de recreo e interés cultural. Podría ser compatible el uso del cian, color que se asocia con el cielo y que, en un entorno cerrado puede asociarse con un área más abierta. También podría ser compatible con el blanco, un neutro luminoso que se asocia con lo puro, lo limpio y la paz.

B.2. Defina y explique la ley o principio de las teorías de la percepción de la Gestalt **que ilustra la figura** a continuación. **De entre el resto** de las leyes o principios de dichas teorías, **mencione dos**.

La identificación correcta de la teoría que ilustra la figura se valorará con 0,25. La definición o explicación correcta de esa teoría se valorará con 0,25 puntos. Cada mención correcta de otras teorías de la percepción de la Gestalt se valorará con 0,25 puntos cada una. Total 1 punto.

Respuesta:
La ley o principio que ilustra la figura es la ley o principio de cierre.
La ley o principio de cierre establece que los objetos tales como formas, letras, dibujos, etc., se perciben como completos incluso cuando no lo están. La percepción completa las ausencias.
Otras leyes o principios de las teorías de percepción de la Gestalt (de entre las que se pide mencionar dos): principio de semejanza, principio de simetría, principio de continuidad, principio de dirección común, principio de simplicidad, principio de enmascaramiento, principio de memoria, principio de proximidad, etc.

Teoría y metodología del diseño (1 punto)

A.3. Señale las **fases** que tendría que seguir para diseñar una **tienda de campaña**. Indique al menos cuatro y explíquelas brevemente en su aplicación al diseño de la tienda de campaña.

Cada aportación correcta se valorará con 0,25 puntos. Total 1 punto.

Como se solicita que se indiquen fases de diseño, la respuesta debe indicar una secuencia lógica de trabajos. El orden puede verse ligeramente alterado respecto de lo que se señala a nivel orientativo, además de que los procesos de diseño son iterativos. A nivel orientativo, pudiendo haber otras fases o subfases:

1. Identificación de públicos para la tienda: equipamiento profesional, uso deportivo o uso casual.
    - Los diferentes públicos condicionarán materiales, formas, acabados y cuestiones estéticas de la tienda.
2. Definición de las cuestiones de contorno:
    - Función de la tienda de campaña: número de ocupantes, clima, etc.
    - Estética: colores, formas y acabados en función del público y función de la tienda de campaña.
    - Ergonomía: facilidad de montaje, desmontaje, transporte y uso. Adaptación a la ocupación y uso por parte de personas estando montada, y al transporte cuando esté desmontada. Sistemas de sujeción al terreno, empaquetado y desempaquetado, montaje y desmontaje, etc.
    - Higiene, limpieza y salud: consideraciones de higiene y facilidad de limpieza según su uso.
3. Estudio de la competencia:
    - Identificación, en el mercado, de tiendas de campaña con condiciones de uso similares.
    - Identificación de objetos que, no siendo tiendas de campaña, cumplen funciones similares.
    - Estudio de los aciertos y fallos de los objetos identificados en la competencia para aplicar los aciertos y evitar los fallos en el diseño de la tienda de campaña.
4. Elaboración de bocetos del diseño de la tienda de campaña:
    - Consideración de diferentes soluciones para la tienda de campaña.
5. Definición de materiales:
    - Consideraciones higiénicas y de facilidad de limpieza.
    - Material y acabado de la superficie de la tienda de campaña.
    - Material y acabado de la estructura.

6. Elaboración de prototipos de la tienda de campaña para la realización de pruebas de funcionalidad y de apreciación estética.
7. Test con usuarios según la definición previa de públicos objetivos:
    - Observación y anotación de los resultados de los test.
    - Reconsideración y rediseño de las partes de la tienda de campaña que, por los resultados de los test, sugieran cambios.
    - Iteración de los test con los nuevos diseños de la tienda de campaña.
8. Homologación, en su caso.
9. Consideración de los métodos de fabricación, almacenamiento y distribución.
10. Elaboración de los planos y especificaciones técnicas para la producción de la tienda de campaña.

B.3. ¿Qué **factores** deben tenerse en cuenta en el diseño del logotipo o la **marca gráfica de una tienda de diseño de muñecos**? Indique al menos cuatro y explíquelos brevemente en su aplicación al diseño de la marca gráfica pedida.

Cada factor correcto se valorará con 0,25 puntos. Total 1 punto.

A nivel orientativo, entre otros posibles factores:

- Factores relacionados con el público objetivo:
    - Debe analizarse el público al que va destinada la marca gráfica de la tienda de muñecos para diseñar la marca en un estilo atractivo y comprensible para ese público.
- Factores estéticos:
    - Formas, colores, composición, imágenes y tipografías acordes con el carácter y cualidades de la tienda y su actividad: creatividad, juego, ambiente lúdico, ilusión, etc.
    - Atemporalidad: evitar tendencias efímeras y procurar un diseño que pueda actualizarse en el tiempo con ligeros ajustes.
- Factores de comunicación:
    - Pregnancia.
    - Originalidad y diferenciación de otras tiendas con la misma o similar actividad.
    - Uso de tipografía atractiva y legible, además de acorde con el carácter que quiera transmitir la tienda: más tradicional o moderna, empleo de métodos tradicionales o tecnológicos, etc.
    - El empleo del color debe favorecer la legibilidad y comprensión general.
- Factores relacionados con la reproductibilidad:
    - Debe utilizarse una composición que no pierda sus características y legibilidad a diferentes escalas: en la marquesina de la tienda, en los uniformes del personal, en las etiquetas de los muñecos, etc.
    - Adecuación a diferentes soportes: que funcione bien sobre materiales físicos (chapa, tela, papel) y en pantalla (paneles de anuncios, páginas web, *banners*, aplicaciones de móvil).

A.4. Ejercicio de diseño de producto y del espacio (2,5 puntos)

Aporte **ideas**, a través de dibujos y bocetos, para el diseño de **un soporte colgador de baño para un secador de pelo**.

Señale posibles materiales. Aporte alguna referencia de tamaño o escala.

Se valorará el proceso correcto y la adecuación a la función requerida.

Estudios previos y boceto:

- En el cuadernillo, emplee una página (una sola cara), para los estudios previos y preparatorios del diseño.
- Señale un boceto que responda al diseño solicitado.
- Este ejercicio se podrá realizar con cualquier tipo de técnica seca.

Total 2,5 puntos.

En la realización del diseño se valorará cada apartado con un máximo de 0,5 puntos:

- 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.
- 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.
- 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.

B.4. Ejercicio de diseño gráfico (2,5 puntos)
Diseñe un **logotipo** de una campaña para la **inclusión social**. El lema es **"TOD@S Sumamos"** y se grafía con **"T@S+"**.
Puede emplear mayúsculas y minúsculas. Justifique, brevemente, las decisiones de diseño tomadas.
Se valorará el proceso correcto y la adecuación a la función requerida.

Estudios previos y boceto:
- En el cuadernillo, emplee una página (una sola cara), para los estudios previos y preparatorios del diseño.
- Señale un boceto que responda al diseño solicitado.
- Este ejercicio se podrá realizar con cualquier tipo de técnica seca.

Total 2,5 puntos.
En la realización del diseño se valorará cada apartado con un máximo de 0,5 puntos:
- 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.
- Relación entre los recursos visuales empleados con la intención comunicativa, la formación de actitudes éticas, estéticas y/o de consumo.
- Adecuación de las técnicas gráficas empleadas, destreza en su uso y en la composición de la lámina.

A.5. Ejercicio de diseño gráfico (4,5 puntos)
Diseñe el **frontal de la caja** en la que se vende un **teléfono móvil** de gama alta, que contenga los siguientes datos y características:
- Marca: MADCOM
- Modelo: Sur 7+
- Red: 5G (debe destacar)
- Debe incluir una imagen, parcial o total, del teléfono
- Debe indicarse, de alguna forma, el color del teléfono que contiene. El modelo se comercializa en tres colores posibles: cian, gris oscuro y magenta

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

Diseñe un **objeto para recogida de basuras** para reciclar papel, vidrio y plásticos, con base en el suelo, 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.

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.

ORIENTACIONES PARA LA EVALUACIÓN DEL ACCESO A LA UNIVERSIDAD DE LA ASIGNATURA DISEÑO

Estructura y ámbito en los que se van a concretar los contenidos de las pruebas

En cada convocatoria de la prueba los estudiantes deberán contestar a tres preguntas teóricas con un valor de un punto cada una de ellas, y dos prácticas: una breve, con un valor de dos puntos y medio y otra de mayor desarrollo, con un valor de cuatro puntos y medio.

La pregunta práctica breve se realizará en una página (una cara) del cuadernillo de respuestas y la pregunta práctica de mayor desarrollo se realizará en un A3 aparte.

Preguntas teóricas

Las preguntas teóricas giran en torno a los siguientes contenidos:

- Evolución histórica del diseño (1 punto)

De la artesanía a la industria. Principales periodos y escuelas de diseño en los diferentes ámbitos y sus características. Figuras y obras más relevantes históricas y contemporáneas desde finales del siglo XIX hasta nuestros días.

Conocer y describir las características fundamentales de las principales corrientes, escuelas y periodos de la historia del diseño y los principios básicos que los sustentan.

- Elementos de configuración formal (1 punto)

Teoría de la percepción.

Elementos básicos del lenguaje visual y su aplicación al diseño: punto, línea, plano, color, forma y textura.

Lenguaje visual.

Estructura y composición. Recursos en la organización de la forma y el espacio y su aplicación al diseño: repetición, ordenación y composición modular, simetría, dinamismo, deconstrucción…

Diseño y función: análisis de la dimensión pragmática, simbólica y estética del diseño.

El color: sus cualidades funcionales, estéticas y simbólicas y a su adecuación a propuestas específicas de diseño.

Conocer e identificar los principales elementos del lenguaje visual presentes en objetos de diseño o de entorno cotidiano.

- Teoría y metodología del diseño (1 punto)

Fases del diseño: importancia de la metodología como herramienta para el planteamiento, desarrollo, realización y comunicación acertados del proyecto de diseño.

Factores o condicionantes formales, materiales o de comunicación: resolver problemas de diseño de manera creativa, lógica, y racional, adecuando los materiales y los procedimientos a su función estética, práctica y comunicativa.

Preguntas prácticas

Las preguntas prácticas tratarán sobre objetos, espacios o grafismos del entorno cotidiano que son conocidos por el estudiante, y serán de sencilla realización. En las preguntas prácticas se permitirá la utilización de tipografías de referencia, así como la incorporación de cartulinas o papeles siempre que no contengan ninguna imagen impresa.

En las preguntas prácticas se evalúa también la aplicación de la teoría, la creatividad y la capacidad de argumentación y defensa de la propuesta en función de la adecuación a los objetivos, públicos, usos y funciones, estética y ética, teniendo en cuenta el impacto en la sociedad y en los ámbitos de consumo.