



Universidad de Oviedo
Universidá d'Uviéu
University of Oviedo

Prueba de evaluación de Bachillerato para el acceso a la Universidad (EBAU) **Curso 2018-2019**

CONVOCATORIA: / /

SEDE: /

MATERIA: **DISEÑO**

OPCIÓN:

CALIFICACIÓN Inicial	REVISIÓN 2ª Corrección	REVISIÓN 3ª Corrección
Firma	Firma	Firma

ESPACIO
RESERVADO
PARA
LA
UNIVERSIDAD

Responda a la totalidad de las cuestiones de una de las dos opciones

OPCIÓN A

1. Preguntas: Conteste a las preguntas siguientes referidas a las 2 imágenes propuestas.
1. a. La aplicación, en las siguientes contestaciones, de un análisis razonado, argumentado y ordenado, utilizando con propiedad terminología específica de la materia se calificará con 1 punto.

Imagen 1



Imagen 2



Imagen 1 (opción A). Se valorará con 1,5 puntos.
1.b. Análisis del logotipo y envases: elementos y el estilo gráfico.

El alumno al menos deberá mencionar:

- estos envases para batidos de leche con sabores (fresa, vainilla, chocolate) tienen un estilo desenfadado que los diferencia de los envases de leche habituales de los supermercados, por su. El público objetivo pueden ser jóvenes y niños, no parece contener las características propias de un producto dirigido a toda la familia o a adultos preocupados por la alimentación sana.
- el símbolo de la marca láctea The Spotted Cow es una vaca negra está creada a partir de una mancha negra que recuerda a la leche derramada y a una mancha de tinta. Parece elaborada manualmente, lo que produce un estilo distendido, juguetón y juvenil. La tipografía contenida dentro de esta mancha espontánea recuerda al estilo desenfadado de un dibujo hecho por un niño, la imagen de un grupo musical, etc. El hecho de ser una vaca negra y no blanca llama la atención, se encuentra en sintonía con lo explicado anteriormente.
- la tipografía en mayúsculas, negrita/bold y con remates describe con contundencia el producto lácteo que. La lectura es muy clara, fomentando su visibilidad en el supermercado.
- la botellas (de vidrio o plástico) en sus formas tienen un estilo más tradicional que en lo gráfico. El material traslúcido sin etiquetas ni elementos impresos (más allá del texto y el logo) facilita mostrar el

OPCIÓN A

- contenido del producto y actúa como reclamo para el consumidor, propio de los envases en el sector alimentación.
- los tres envases se diferencian bien entre sí a través del juego de códigos de color que se establece entre producto-tapón (fresa-rosa, vainilla-amarillo, chocolate-negro) y también entre producto-tapón y tipografía. Aunque por cuestiones de legibilidad no se utiliza en el caso del chocolate, donde el color de la tipografía es blanca.
- en los aspectos funcionales y ergonómicos es un producto correcto (aunque no innovador) .
- entre sus valores positivos se encuentran: claro de identificar, atractivo visualmente, contiene y exhibe el producto, fácil de abrir, sencillo a la hora de verter el producto, posibilidad de almacenar en la nevera, fácil de transportar, etc . En cuanto a los aspectos negativos podría decirse que los materiales traslúcidos no son los más apropiados para la conservación de productos de estas características.

Imagen 2 (opción A). Se valorará con 1,5 puntos.
1.c. Análisis de los valores formales, materiales y funcionales de esta silla.

El alumno al menos deberá mencionar:

- se trata de un híbrido entre una silla, una mecedora y una hamaca. Recuerda a una silla de playa o jardín en cuanto a los materiales y la estructura. Se trata de un clásico renovado.
- estéticamente es sobria tanto en colores como en materiales.
- transmite modernidad pese a ser en parte una mecedora.
- el mueble está diseñado para el relax y el descanso. Esto se resuelve con: apoyabrazos, un elemento extensible para estirar las piernas y cojines de material textil en el asiento y la zona lumbar. Se deduce que existe una valoración de la ergonomía y los aspectos funcionales del diseño.
- en cuanto a los materiales la zona de respaldo, zona extensible y asiento están elaborados de aluminio y material trenzado con aspecto plástico. Los soportes que facilitan el balanceo son de madera lo que aporta un toque cálido al diseño.
- la limpieza y conservación son fáciles en un entorno exterior. Permite sentarse en ella, balancearse y no parece demasiado pesada ni grande. Es posible su ubicación en espacios interiores y exteriores..
- el montaje requiere varias piezas y la fabricación de las mismas implica diferentes procesos.
- se trata de una mecedora novedosa. El público destinatario pueden ser personas interesadas en el diseño contemporáneo, el coste de este producto parece medio-elevado.
(Identificación: Mecedora Vieques, diseñado por Patricia Urquiola)

2. Ejercicio práctico (opción A) La puntuación máxima de este ejercicio es de 6 puntos.

Diseño de marca (logotipo y/o símbolo) para la peluquería low cost N & N. La peluquería ofrece servicios de estética y cuidado del cabello para hombre y mujer. El público objetivo son personas jóvenes mayores de 15 años con un nivel adquisitivo medio/bajo. Plantear aplicación de la marca en diferentes elementos (tarjeta, tarjetón, bolsa, mandil, camiseta, etc.)

- Fases obligatorias:**
- 2.a.** Análisis del problema y descripción de las consideraciones previas para afrontar el diseño: 1 punto.
 - 2.b.** Bocetos previos de diferentes ideas o soluciones posibles con detalles comentados por escrito: 1,5 puntos.
 - 2.c.** Desarrollo de la idea elegida mediante bocetos con aclaraciones escritas si son necesarias: 1 punto.
 - 2.d.** Solución final a color, incluyendo croquis a mano alzada del diseño propuesto con anotaciones sobre detalles técnicos, materiales, cotas, acabados, etc: 1,5 puntos.
 - 2.e.** Argumentación sobre ventajas y valores comunicativos, funcionales, estéticos, fabricación, reciclaje, etc: 1 punto.

En la solución, aparte de las fases obligatorias, se valorará también:

- la clara identificación del diseño de la marca.
- la funcionalidad del diseño de las aplicaciones (tarjeta, tarjetón, bolsa y mandil o camiseta).
- la coherencia formal entre el conjunto de los diseños.
- que todos los elementos diseñados transmitan eficazmente la idea de peluquería low cost.
- la argumentación deberá describir la marca, los elementos y aplicaciones relacionarlos con el problema planteado en el enunciado.

PEGUE AQUÍ LA CABECERA ANTES DE ENTREGAR EL EXAMEN

OPCIÓN B

1. Preguntas: Conteste a las preguntas siguientes referidas a las 2 imágenes propuestas.

1.a. La aplicación, en las siguientes contestaciones, de un análisis razonado, argumentado y ordenado, utilizando con propiedad terminología específica de la materia se calificará con 1 punto

Imagen 1



Imagen 1 (opción B) Se valorará con 1,5 puntos.

1.b. Análisis de los elementos estéticos y funcionales presentes en el diseño de estos objetos.

El alumno al menos deberá mencionar:

- Se trata de un objeto cerámico de producción tradicional pero con un diseño actual, por lo que el público destinatario podrían ser personas jóvenes o bien personas interesadas por el diseño de objetos.
- La imagen muestra dos floreros-maceteros de material cerámico, ambos de estructura similar recuerdan a una figura humana saludando o haciendo aspavientos, un fantasma o un personaje sin cabeza con los brazos en alto, etc. El rostro sonriente de este personaje y la decoración del mismo está realizada con sencillos elementos geométricos en una búsqueda intencionada de minimalismo y limpieza visual.
- Se trataría de un objeto con diferentes funciones además de la decorativa. La estructura incluye tres orificios superiores, que facilitan la función de florero y la posibilidad de introducir y verter agua en él. En la imagen se muestra cómo contiene plantas, pero también podría tener otros usos como candelabro o bien como bote para lápices u otros objetos, etc.
- El material cerámico con que están elaborados estos floreros y las “dos piernas” parecen dar estabilidad suficiente para cumplir su función.
- Los colores (azul marino y blanco) son afines a los que utiliza la marca Sargadelos en muchos de sus diseños. Aunque el estilo utilizado aquí es más minimalista y desenfadado que el de la conocida empresa gallega. (Identificación: “Happy Sustos” diseñado por Jaime Hayón)

Imagen 2

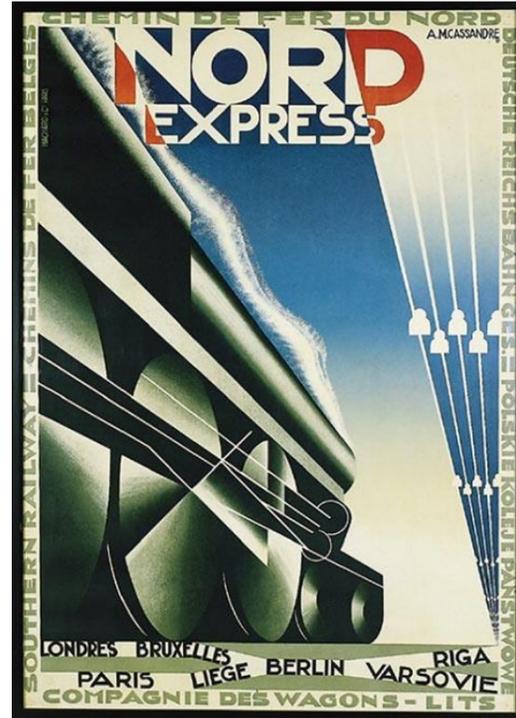


Imagen 2 (opción B) Se valorará con 1,5 puntos.

1.c. Análisis de los elementos formales, tipográficos y comunicativos de este cartel.

El alumno al menos deberá mencionar:

- cartel publicitario con fines comerciales, el tratamiento es descriptivo y resalta la velocidad de un tren y una línea de ferrocarril (Compagnie Internationale des Wagons-Lits indicado en la zona inferior) mediante el elemento mostrado. La composición marcada por las líneas diagonales y los elementos geométricos potencia esta idea.
- aunque actualmente en el sector del turismo es habitual la utilización de la fotografía y un estilo más minimalista, en su contexto histórico este diseño destacó por su modernidad y ha sido un referente en el diseño gráfico.
- el cartel en su conjunto está visualmente “elaborado” frente a las propuestas contemporáneas, pero existe una búsqueda de simplificación (como se observa en la máquina del tren representada).
- en el tratamiento de la imagen destaca el enfoque realista, para llegar a un público más amplio, pero también hay influencias del Futurismo y Cubismo.
- el mensaje que se propone al espectador es el de viajar en un tren rápido y potente. Esto se consigue con la tipografía, el tratamiento de la imagen y la composición global.
- la tipografía utilizada en todo el diseño es de caja alta y de palo seco. Comunica de nuevo modernidad y funcionalidad. Es particularmente sólida en el texto “NORD EXPRESS”, la aplicación de la mancha de color roja plana en diagonal ayuda a centrar la atención en el texto y retener el nombre del tren. La condensación de las letras transmite solidez, alude a las características del tren y a sus materiales de construcción.
- en la realización del cartel se han utilizado técnicas gráfico-plásticas tradicionales. En la aplicación del color se establece efecto de degradado acentuando la sensación de “metálico” del tren y la atmósfera de velocidad. Domina la gama de colores fríos (gris-azul y blanco), lo que recuerda al material del tren y la zona geográfica de clima frío por donde se desplazará. El tratamiento del color aligera visualmente la composición
- en el espacio compositivo del diseño se consigue tensión visual por la utilización de líneas diagonales. Así potencia la idea de dinamismo y rapidez.
- la tensión en la composición del cartel es un recurso visual para atraer la mirada del posible cliente. Se divide en dos zonas, a la izquierda donde se ve la máquina del tren desde un ángulo contrapicado e inferior al habitual. A la derecha un espacio más vacío de elementos hace de contrapeso visual. Se produce un golpe visual y magnifica la locomotora.
- se enmarcar la composición con la descripción del recorrido que llevará a cabo mediante tipografía y un sencillo esquema del viaje en el faldón del cartel. Además de un recurso gráfico diferente es en un plus informativo y visual, al aportar al espectador información sobre el trayecto del viaje y hacer la oferta aún más interesante. (Identificación opcional: cartel “Nord Express” diseñado por A.M.Cassandre,1927)

2. Ejercicio práctico (opción B) La puntuación máxima de este ejercicio es de 6 puntos.

Diseño de mesa de trabajo para realizar actividades de pintura y diseño. Se busca un diseño funcional que facilite el desarrollo en ella de actividades como el dibujo y la pintura, también el trabajo mediante ordenador y que sea posible el almacenaje de materiales e instrumentos. Los destinatarios son personas creativas de 16 años en adelante, requieren practicidad y comodidad para trabajar y guardar algunos objetos.

Fases obligatorias:

2.a. Análisis del problema y descripción de las consideraciones previas para afrontar el diseño: 1 punto.

2.b. Bocetos previos de diferentes ideas o soluciones posibles con detalles comentados por escrito: 1,5 puntos.

2.c. Desarrollo de la idea elegida mediante bocetos con aclaraciones escritas si son necesarias: 1 punto.

2.d. Solución final a color, incluyendo croquis a mano alzada del diseño propuesto con anotaciones sobre detalles técnicos, materiales, cotas, acabados, etc: 1,5 puntos.

2.e. Argumentación sobre ventajas y valores comunicativos, funcionales, estéticos, fabricación, reciclaje, etc: 1 punto.

En la solución, aparte de las fases obligatorias, se valorará también que:

- las propuestas sean creativas y originales.
- las posibles funciones pensadas tengan que ver con actividades acordes al objetivo de creación de este elemento y a sus posibles usuarios.
- las medidas y proporciones tengan fundamento ergonómico.
- los materiales utilizados estén adaptados al uso, sean resistentes y fáciles de limpiar.
- la argumentación deberá describir los elementos que aparecen en el objeto diseñado y relacionarlos con el problema planteado en el enunciado.