



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

ESPACIO
RESERVADO
PARA LA
UNIVERSIDAD

Después de leer atentamente el examen, combine las preguntas de la siguiente forma:

- Responda una pregunta de 1 punto a elegir entre las preguntas 1.A y 1.B
- Responda dos preguntas de 1,5 puntos entre las preguntas 2.A, 2.B, 3.A o 3.B.
- Responda una pregunta de 6 puntos entre las preguntas 4.A o 4.B.

TIEMPO Y CALIFICACIÓN: 90 minutos. La pregunta 1ª se calificará con un máximo de 1 punto, las preguntas 2ª y 3ª con un máximo de 1,5 puntos y la 4ª con un máximo de 6 puntos.

El estudiante deberá indicar la agrupación de preguntas que responderá. La selección de preguntas deberá realizarse conforme a las instrucciones planteadas, no siendo válido seleccionar preguntas que sumen más de 10 puntos, ni agrupaciones de preguntas que no coincidan con las indicadas, lo que puede conllevar la anulación de alguna pregunta que se salga de las instrucciones..

PEGUE AQUÍ LA CABECERA ANTES DE ENTREGAR EL EXAMEN

1. Argumentación y Expresión (total: 1 punto)

1.A. Aplique, en la contestación de las Preguntas nº2 y nº3, un análisis razonado, argumentado y ordenado, utilizando con propiedad terminología específica de la materia

1.B. Aplique, en la contestación de las Preguntas nº2 y nº3, un análisis razonado, argumentado y ordenado, utilizando con propiedad terminología específica de la materia.

2. Preguntas: Conteste a las preguntas siguientes referidas a las imágenes propuestas (total: 1,5 puntos).

2.A. Analice los valores gráficos, tipográficos y comunicativos del diseño de este packaging.

2.B. Comente los principales valores formales y de fabricación de esta lámpara.

Imagen 2.A



Imagen 2.B



3. Preguntas: Conteste a las preguntas siguientes referidas a las imágenes propuestas (total:1,5 puntos).

3.A. Describa los valores gráficos, tipográficos y de comunicación en estas aplicaciones de la marca valenciana de moda sostenible Lacontra.

3.B. Comente los principales valores formales, producción y funcionalidad del diseño de este juego de té.

Imagen 3. A



Imagen 3. B



Responda a continuación indicando claramente delante a qué pregunta está contestando:

1.A. Aplicación, en la contestación de las Preguntas nº2 y nº3, de un análisis razonado, argumentado y ordenado, utilizando con propiedad terminología específica de la materia

1.B. Aplicación, en la contestación de las Preguntas nº2 y nº3, de un análisis razonado, argumentado y ordenado, utilizando con propiedad terminología específica de la materia.

2.A. Analice los valores gráficos, tipográficos y comunicativos del diseño de este packaging.

El alumno al menos deberá mencionar:

- En la Imagen 2.A. se muestra un embalaje de cartón de fácil identificación. El diseño gráfico es directo y está creado para llamar la atención en el supermercado, se consigue fundamentalmente a través del gran tamaño de la tipografía, el contraste de color, la fotografía y la composición. Se trata de un producto popular para un público amplio en todos los aspectos, tanto de edades como recursos económicos.

-Fundamentalmente se transmite la información mediante la imagen, aunque también se incluyen textos con información relativa al contenido y su sabor (seis helados de fresa Cornetto de la marca Frigo). La palabra Cornetto (producto) está impresa a gran tamaño con una tipografía de estilo manual blanca, con fuerte contraste de colores rojo y blanco. No transmite rigidez ni dureza, encajando con las sensaciones y cualidades del producto alimenticio, en este caso helado. Puede recordar a la marca Coca-Cola en los códigos de color y tipográficos.

-En los colores rojo y blanco se aprecia una leve textura, un recurso para potenciar las cualidades del producto alimenticio. Recuerda al vaho que produce el frío de la nevera en la caja de cartón.

-La tipografía por su confección se vincula también con el símbolo del corazón-espiral de la marca Frigo, aparece en dos ocasiones en el packaging, lo que sirve para reforzar su presencia.

-La composición en diagonal, marcada por la fotografía del helado y la disposición de las letras que ocupan prácticamente toda la superficie, otro recurso visual para llamar de atención de un posible comprador.

-Respecto a la fotografía, mostrando el producto al consumidor sin intermediarios es también una estrategia visual para llegar de una manera directa al cualquier consumidor potencial. En ella se narran las cualidades del Cornetto, destacando además del sabor del helado el barquillo crujiente, roto en el final.

- El símbolo de Frigo se dispone en la zona superior izquierda dentro de un pequeño banderín, como recurso gráfico para resaltarlo en la caja y también a modo de sello de producto de calidad.

(Identificación: Packaging Cornetto, Estudio Design-Bridge)

2.B. Comente los principales valores formales y de fabricación de esta lámpara.

El alumno al menos deberá mencionar:

- En la Imagen 2.B se muestra una lámpara desplegable con forma de caracol o concha marina que emite luz de ambiente.
- Está hecha con un tejido que parece papel, se trata de un material novedoso que visualmente parece papel, pero es plástico reciclado. Esto hace a la lámpara ligera, lo cual permite su fácil transporte y manipulación. La falta de peso y aristas de material rígido la convierten en un objeto poco peligrosa para por ejemplo un dormitorio infantil.
- En la configuración de la lámpara domina la geometría. Esta recuerda a la creación de formas de papel mediante la técnica oriental del origami.
- La forma de caracola a partir de espirales aporta un valor poético y escultórico al producto. El montaje de las piezas crea zonas de luz y sombra dentro del propio diseño. El diseño resulta original y moderno.
- Para su fabricación parece que se ha utilizado el plegado y la técnica del origami, como se observa en la imagen en unos pocos pasos se despliega e igualmente se pliega ocupando muy poco espacio y siendo fácil su transporte y almacenaje.
- La sencillez de montaje, en su paso de las 2 dimensiones a las 3 dimensiones es otro de los valores del diseño.
- La versatilidad está presente en la lámpara a través de su posibilidad de ser dispuesta sobre un suelo o superficie o bien convertirse en una lámpara colgante al poder colgarla del techo.

- A primera vista no parece complicada en cuanto a su fabricación o materiales, su diseño moderno y atractivo para crear una luz de ambiente en una sala o dormitorio lleva a pensar que el destinatario pueden ser personas jóvenes interesadas en el diseño y que su precio no es muy costoso.

(Identificación: Lámpara In-Ei de Issey Miyake para Artemide,2012)

3.A. Describa los valores gráficos y de comunicación en estas aplicaciones de la marca valenciana de moda sostenible Lacontra.

El alumno al menos deberá mencionar:

- En la Imagen 3.A. se observan aplicaciones de la marca de moda sostenible Lacontra: bolsa de papel, etiqueta de ropa, tarjeta y papelería,
- La manera de colocar el nombre de la marca es atípica, se muestra en espejo, pero concuerda perfectamente con su significado. Ir a la contra significa ir en dirección contraria, ir al revés que el resto y así se está haciendo aquí.
- Las palabras “la” y “contra”, se encuentran unidas, no hay espacio entre ellas, de esta forma se comunica relajamiento y proximidad en el lenguaje, también ayuda a la lectura.
- El logo está configurado por texto en letras minúsculas o de caja baja, con tienen serifa y sin más añadidos. Así se muestra en todas las aplicaciones situándose en el centro de la composición.
- Se informa en el enunciado que esta marca vende moda sostenible, por lo que se encuentra en contra del sistema de producción actual de la moda y el derroche de recursos, a favor de la sostenibilidad. Así se ve reflejado gráficamente, el exceso de elementos es eliminado destacando el minimalismo gráfico.
- La utilización del color es muy sobria, el color negro se asocia en la moda con la elegancia y también la modernidad. Económicamente también supone abaratar costes.
- EL público objetivo pueden ser personas jóvenes, de nivel adquisitivo medio, que apoyan la sostenibilidad y la ecología

3.B. Comente los principales valores formales, producción y funcionalidad del diseño de este juego de té.

El alumno al menos deberá mencionar:

- En la imagen 3.B se muestra un juego de té o café, realizado en material cerámico, tanto las piezas que lo conforman como el tratamiento del color hacen pensar que no es un producto de fabricación seriada, sino que incluye producción manual, lo que encarece su precio.

- La estructura de los elementos que conforman el juego de té está dominada por formas geométricas, especialmente conos truncados y círculos. La repetición del círculo conforma las piezas.

Destacan las asas circulares de los recipientes y las tazas. Por una parte, es un diseño con soluciones originales, pero su ergonomía es relativa.

- También esta configuración de las piezas de cara a un uso normal y cotidiano las hace delicadas, con posibilidad de romperse fácilmente. En relación al almacenaje en un armario ocuparán bastante espacio al no poder acoplarse los elementos, también son un conjunto de objetos que pueden ser frágiles si se lavan en un lavavajillas.

- Todo ello lleva a pensar que el uso de este juego de tazas se desplace a ocasiones especiales y el resto del tiempo sean piezas expuestas en una vitrina o bien almacenadas en algún lugar de la casa.

- Las formas sencillas y el juego de colores complementarios en el interior-exterior hacen de él un conjunto original y llamativo. El interior decorado en azul, un color frío, donde se incluiría el té o café caliente producirán otro contraste de color.

- El estilo geométrico puede recordar a los diseños de la Bauhaus y la utilización del color lleva al estilo Memphis. El público al que se destina serían personas interesadas en el diseño o bien puede ser un objeto de regalo para eventos especiales.

(Identificación: Juego de té , de Grete Neymann-Marks, 1930)

4. Pregunta: Ejercicio práctico. Conteste a una de las preguntas. (total: 6 puntos)

4.A. Diseño de mesita para sala de estar. Esta mesa tendrá posibilidad de otros usos, como almacenaje, revistero, botellero, etc. Aparte de la funcionalidad, debe tenerse en cuenta que será un objeto para un público amplio y por lo tanto asequible. Fases obligatorias:

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

4.A.b. Bocetos previos de diferentes ideas o soluciones posibles con detalles comentados por escrito: 1,5 punto

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

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

4.A.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:

- Diseño de objeto adecuado a los requerimientos del enunciado.
- Objeto que cumpla los requerimientos y sea de fácil manipulación.
- Ergonomía y funcionalidad: altura, material, comodidad y peso adecuados al propósito del diseño.
- Originalidad y creatividad especialmente si la propuesta incluye más de un uso
- Aplicación de un código de color adecuado a la propuesta.
- Utilización de materiales propios para uso en interiores, seguros y fáciles de limpiar.
- Propuesta que incluya detalles (explicados gráficamente) sobre piezas y mecanismo de utilización.
- Argumentación en la que se deberá describir los elementos que aparecen en el diseño y posibilidades, así como relacionarlos con el problema planteado en el enunciado.

4B. Diseño de un logotipo para yoghurt cuyo nombre es Milk Cream y de su aplicación en la etiqueta del envase.

El diseño transmitirá la imagen de un producto natural. Su público objetivo es aquel que busca calidad en los productos de alimentación sin excederse de precio.

Fases obligatorias:

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

4.B.b. Bocetos previos de diferentes ideas o soluciones posibles con detalles comentados por escrito: 1,5 punto

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

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

4.B.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:

- Adecuada comunicación del logotipo y la etiqueta según la información planteada en el enunciado.
- Correspondencia entre los requerimientos, la solución visual y técnica requerido tanto del del logotipo como de la etiqueta para envase de yoghurt.
- Comunicación de los conceptos (sabor natural, calidad a precio asequible, público amplio) a través de las imágenes y formas utilizadas, la tipografía, la textura visual, la composición y/o la combinación de los colores
- Realización de bocetos con ideas diferentes.
- Funcionalidad de las propuestas.