	UNIVERSIDADES PÚBLICAS DE LA COMUNIDAD DE MADRID PRUEBA PARA EL ACCESO A LAS ENSEÑANZAS UNIVERSITARIAS OFICIALES DE GRADO Curso **2026-2027** MATERIA: **DISEÑO**	**MODELO**

INSTRUCCIONES Y CRITERIOS GENERALES DE CALIFICACIÓN

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

- Conocimientos: responda una pregunta 1 (1.1 o 1.2) y una pregunta 2 (2.1 o 2.2).
- Competencias: escoja el bloque I o el bloque II y responda sus preguntas: 3.I y 4.I o 3.II y 4.II.

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.

CONOCIMIENTOS

1. Concepto, historia y campos del diseño (1,5 puntos)
Responda la pregunta 1.1 o la 1.2

1.1. Señale si son **verdaderas** las siguientes afirmaciones:
A. El Arts & Crafts surge como reacción crítica a la Revolución Industrial
B. El Art Déco rechaza el uso de la geometría
C. La Bauhaus buscó unir arte, artesanía e industria
D. El Organicismo propone formas inspiradas en la naturaleza y el entorno
E. El Minimalismo defiende el "menos es más"

1.2. Señale, de los siguientes proyectos de diseño ambiental, los que son más propios de **interiorismo**, **escaparatismo** o **escenografía**:
A. Planificar la distribución de sofás, iluminación y decoración en el lobby de un hotel de lujo para crear una atmósfera de confort y elegancia
B. Diseñar el ambiente visual de una obra teatral que representa una estación de tren del siglo XIX con todos sus elementos arquitectónicos y detalles realistas
C. Crear una oficina innovadora con zonas colaborativas, áreas de descanso y materiales sostenibles que mejoren la productividad
D. Organizar la disposición estratégica de maniquíes y productos en una tienda de moda para atraer la atención de los transeúntes
E. Diseñar una vitrina comercial que presente los productos de una joyería mediante composiciones decorativas artísticas

2. El diseño: configuración formal y metodología (1,5 puntos)
Responda la pregunta 2.1 o la 2.2

2.1. **Defina** el concepto de **ritmo visual**. Realice **dos dibujos** o esquemas sencillos con ritmos visuales distintos.

2.2. Señale y explique **tres fases**, ordenadas según el proceso de diseño, que tendría que seguir para diseñar el **logotipo** de un **equipo de fútbol** femenino.

COMPETENCIAS

Responda el BLOQUE I o el BLOQUE II

BLOQUE I

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

Analice, de forma crítica y breve**, los asientos A y B** comentando y comparando los diseños propuestos en función de **cuatro** de los siguientes factores:

- Relación entre forma y función.
- Fines funcionales y comunicativos.
- Aspectos formales, compositivos 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, de forma razonada, **una mejora** en el diseño para **uno** de los dos asientos, en función de **uno** de los factores antes citados.



Asiento A



Asiento B

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

Diseñe un **cartel** para un **festival de cometas** que tendrá lugar en el parque Juan Carlos I, el 26 de septiembre de 2026.

Información complementaria:

Las actividades previstas incluyen: exhibición de cometas acrobáticas, taller gratuito de fabricación de cometas con materiales reciclados y concursos. Se otorgarán premios a la cometa con diseño más creativo, a la cometa con vuelo más largo y a la cometa de mayor tamaño capaz de elevarse. También a la persona de menor edad y de mayor edad que vuelen una cometa.

Instrucciones:

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.

BLOQUE II

3.II. Análisis crítico de una tipología de diseño gráfico y propuesta de mejora (2,5 puntos)
Analice, de forma crítica y breve, **las etiquetas comerciales A y B** comentando y comparando los diseños propuestos en función de **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 **una** de las dos etiquetas, en función de **uno** de los factores antes citados.



Etiqueta A*



Etiqueta B*

**Savon* significa jabón en francés

4.II. Ejercicio de diseño de producto y del espacio (4,5 puntos)
Diseñe un **espacio interior para lectura** en un hotel rural.

Instrucciones:
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

1. Concepto, historia y campos del diseño (1,5 puntos)
Responda la pregunta 1.1 o la 1.2

1.1. Señale si son **verdaderas** las siguientes afirmaciones:
A. El Arts & Crafts surge como reacción crítica a la Revolución Industrial
B. El Art Déco rechaza el uso de la geometría
C. La Bauhaus buscó unir arte, artesanía e industria
D. El Organicismo propone formas inspiradas en la naturaleza y el entorno
E. El Minimalismo defiende el "menos es más"

Se calificará con 0,3 puntos cada una de las respuestas correctas. Total 1,5 puntos.
A. Verdadera - B. Falsa - C. Verdadera - D. Verdadera - E. Verdadera

1.2. Señale, de los siguientes proyectos de diseño ambiental, los que son más propios de **interiorismo**, **escaparatismo** o **escenografía**:
A. Planificar la distribución de sofás, iluminación y decoración en el lobby de un hotel de lujo para crear una atmósfera de confort y elegancia
B. Diseñar el ambiente visual de una obra teatral que representa una estación de tren del siglo XIX con todos sus elementos arquitectónicos y detalles realistas
C. Crear una oficina innovadora con zonas colaborativas, áreas de descanso y materiales sostenibles que mejoren la productividad
D. Organizar la disposición estratégica de maniquíes y productos en una tienda de moda para atraer la atención de los transeúntes
E. Diseñar una vitrina comercial que presente los productos de una joyería mediante composiciones decorativas artísticas

Se calificará con 0,3 puntos cada una de las respuestas correctas. Total 1,5 puntos.
A y C: interiorismo. B: escenografía. D y E: escaparatismo

2. El diseño: configuración formal y metodología (1,5 puntos)
Responda la pregunta 2.1 o la 2.2

2.1. **Defina** el concepto de **ritmo visual**. Realice **dos dibujos** o esquemas sencillos con ritmos visuales distintos.

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

El ritmo visual es la candencia que surge cuando se repiten los elementos visuales de una composición de forma continuada.

Los dibujos o esquemas, en función del ritmo visual, pueden ser:



Lineal, continuo o uniforme



Progresivo o creciente



Alterno



Fluido

2.2. Señale y explique **tres fases**, ordenadas según el proceso de diseño, que tendría que seguir para diseñar el **logotipo** de un **equipo de fútbol** femenino.

Cada aportación correcta, con su explicación, se valorará con un máximo de 0,5 puntos. Total 1,5 puntos.

Como se solicita que se indiquen fases de diseño, la respuesta debe indicar una secuencia lógica de trabajos, aunque gran parte de los procesos sean iterativos. El orden de estas fases, así como la agrupación de estas o el desglose en subfases, puede verse ligeramente alterado respecto de lo que se señala aquí a nivel orientativo:

1. Identificación de **públicos** y **objetivos**.
   - Definición del público: afición (local, regional o nacional, dependiendo de la categoría del equipo), jugadoras, patrocinadores y personal del equipo.
   - Objetivos de comunicación: transmitir valores deportivos (fuerza, competitividad o igualdad, entre otros), diferenciar al equipo de otros equipos, reforzar su identidad y propiciar reconocimiento visual en medios.
2. Definición de **textos**.
   - Determinar si el logotipo incluirá nombre del equipo completo, siglas o lema. También considerar distintos textos según plataforma o soporte.
   - Considerar restricciones legales en el uso de nombres o marcas registradas.
3. Definición de **formas**, **colores** y **tipografías** acordes con el público y los objetivos de comunicación. Por ejemplo, seleccionar formas simples relacionadas con el mundo deportivo y el fútbol (escudos, balones), emplear colores vinculados a la identidad local o regional del equipo y utilizar tipografías claras y robustas.
4. Elaboración de **bocetos** exploratorios con distintas composiciones (por ejemplo, logo tipográfico, imagotipo o isotipo), y realizar su simulación en distintos soportes: camisetas, redes sociales, material de promoción, etc.
5. **Test** con usuarios o con cliente y **ajustes finales**. Evaluar el impacto visual, legibilidad y atractivo del diseño del logotipo, anotando las consideraciones pertinentes para revisar y corregir el diseño final.
6. **Definición técnica** para la producción: establecer especificaciones técnicas para garantizar la correcta reproducción del logotipo en diferentes soportes: camisetas, banderines, redes sociales, cartelería. Se definen formatos, resolución y sistemas de impresión (serigrafía, vinilo, impresión digital).

COMPETENCIAS

Responda el BLOQUE I o el BLOQUE II

BLOQUE I

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

Analice, de forma crítica y breve**, los asientos A y B** comentando y comparando los diseños propuestos en función de **cuatro** de los siguientes factores:

- Relación entre forma y función.
- Fines funcionales y comunicativos.
- Aspectos formales, compositivos 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, de forma razonada, **una mejora** en el diseño para **uno** de los dos asientos, en función de **uno** de los factores antes citados.



Asiento A



Asiento B

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

A nivel orientativo, entre otros análisis posibles:

- Relación entre forma y función.
    - La función principal de una butaca o sillón es descansar, reposar tras una actividad, leer, conversar en una reunión, esperar sentado, en un lugar público o privado, fundamentalmente durante las horas del día.
    - La forma debe favorecer la función principal:
        - Debe tener una superficie horizontal para sentarse y una superficie vertical ligeramente inclinada para acomodar la espalda de una persona. Esta condición la cumplen ambas butacas.
        - Debe disponer de patas o al menos una superficie de apoyo que separe el asiento del suelo. Esta condición la cumplen ambas butacas.
        - La existencia de reposabrazos favorecerá la función del descanso, como en la butaca B.
        - La existencia de asiento y respaldo tapizados con relleno favorecerá la comodidad y la postura del cuerpo.
- Fines funcionales y comunicativos.
    - Una butaca debe comunicar claramente su función y uso. Su presencia en una sala invita a hacer una pausa o facilita la reunión a un grupo de personas.
        - La butaca A parece sugerir que puede utilizarse tanto para el ámbito privado como el público, en general en espacios despejados, minimalistas, con un marcado aire moderno, contemporáneo. La ausencia de elementos decorativos superfluos pero su cuidado diseño sugiere un uso para viviendas y/o espacios públicos de estética muy cuidada.
        - La butaca B, con las tallas de madera dorada y la tapicería azul, sugiere un uso más solemne, para casas o instituciones clásicas, espacios históricos, religiosos, etc.
- Aspectos formales, compositivos y estructurales.
    - Las butacas o sillones deben disponer de unas patas firmes y seguras, pues a menudo están en zonas comunes y públicas por lo que deben soportar un uso bastante extenso e intenso.
    - La forma de la butaca/sillón determina el uso, pero también la estética.
        - Las formas rectas del respaldo de la butaca A, tapizado en sobria piel blanca abotonada, con las elegantes curvas de acero cromado cruzadas de las patas dotan a este sillón de una imagen funcional y sobria pero bastante sofisticada.
        - La butaca B se configura con formas rectas y curvas, tallas decorativas (algunas de ellas antropomorfas). Las patas delanteras son rectas, mientras las traseras están curvadas hacia atrás. Todo ello junto con la tapicería en terciopelo azul da una imagen lujosa, pero contenida y sobria al mismo tiempo.
- 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:
        - La butaca A parece más polivalente y contemporánea, quizás más juvenil. Por los materiales empleados y el diseño mismo, con elementos de acero fundido y soldado, parece requerir métodos de producción más industriales.

        - La butaca B parece, por la forma, más condicionada a su uso en determinados contextos, de un carácter más solemne. Por los materiales empleados podría perfectamente establecerse como una producción artesanal.
    - 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 tradicionales para butacas son, principalmente, madera para la estructura y patas, y telas y pieles para los tapizados de asiento y respaldos, reservándose la lana cruda para los rellenos de la tapicería. Esto es bien patente en el sillón B
    - Los materiales actuales son más diversos, incluyendo todos los anteriores para estructura y tapizados, pero también acero y aleaciones metálicas, laminados de madera, plásticos y resinas, además de espumas para los tapizados. Esto parece patente en el sillón A.
    - Los materiales tradicionales tienen orígenes sostenibles y posibilidad de reciclado con menor impacto sobre el entorno. Quizás lo menos reciclable del sillón A sería la espuma del tapizado.
- Ergonomía, accesibilidad y seguridad para las personas.
    - La butaca A dispone de un respaldo y un asiento simple, pero la inclinación y las proporciones parecen perfectas para recoger la forma de la espalda cómodamente. Aunque no dispone de reposabrazos, esa carencia puede ser una ventaja en las reuniones permitiendo también su uso desplazando con mayor libertad el cuerpo de las personas en direcciones distintas. El tapizado en piel sería adecuado para aislar tanto de frío como de calor y evitar la sudoración. La solidez de patas y respaldo asegura la estabilidad del mueble.
    - La butaca B parece disponer también de elementos estructurales firmes y sencillos, pero la adición de reposabrazos puede ser útil para gente de más edad. El tapizado en tela puede ser más agradable en climas o estancias frías.

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

A nivel orientativo, entre otras propuestas posibles:

- Respecto del factor ergonomía, accesibilidad y seguridad para las personas, la butaca A podría incorporar reposabrazos, aunque a costa de sacrificar la pureza del diseño. Otras mejoras posibles serían sustituir las soldaduras por uniones con tornillería para permitir embalajes más simples y su montaje en destino
- La butaca B podría diseñarse con unos reposabrazos ligeramente abiertos hacia afuera para permitir una mayor movilidad postural.

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

Diseñe un **cartel** para un **festival de cometas** que tendrá lugar en el parque Juan Carlos I, el 26 de septiembre de 2026.

Información complementaria:

Las actividades previstas incluyen: exhibición de cometas acrobáticas, taller gratuito de fabricación de cometas con materiales reciclados y concursos. Se otorgarán premios a la cometa con diseño más creativo, a la cometa con vuelo más largo y a la cometa de mayor tamaño capaz de elevarse. También a la persona de menor edad y de mayor edad que vuelen una cometa.

Instrucciones:

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.

BLOQUE II

3.II. Análisis crítico de una tipología de diseño gráfico y propuesta de mejora (2,5 puntos)
Analice, de forma crítica y breve, **las etiquetas comerciales A y B** comentando y comparando los diseños propuestos en función de **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 **una** de las dos etiquetas, en función de **uno** de los factores antes citados.





Etiqueta A* Etiqueta B*

**Savon* significa jabón en francés

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.
  - En la etiqueta A el primer impacto visual se logra a través de la relevancia y peso de un numeroso conjunto de formas geométricas que simulan una visión frontal de un ramo de flores. La atrevida combinación de colores y la estilización de formas naturales sugiere originalidad, innovación y cierta sofisticación que trasciende el utilitarismo del producto de tocador
  - En la etiqueta B el primer impacto visual se logra a través de la jerarquía visual de la tipografía. Su función es informar sobre un producto y resaltar su ingrediente más característico, vinculado a ciertas propiedades naturales. El realismo de la ilustración y empleo de colores convencionales y suaves refuerza esa asociación con la naturaleza.

    - Así mismo, en la etiqueta B, la representación naturalista del motivo vegetal favorece una asociación con sensaciones como frescura, limpieza y olor agradable, atributos deseables para el producto pastilla de jabón.
- Tipografía: familias, legibilidad.
    - En la etiqueta A se utilizan dos fuentes tipográficas, ambas de palo seco y con ciertos rasgos comunes. El texto de mayor jerarquía, por tamaño y peso visual de la tipografía, corresponde al nombre del producto. En un nivel inferior, con una tipografía sin engrosar en ninguno de sus trazos, el nombre del fabricante, y en tamaño algo menor la ciudad. Esta gradación facilita la identificación de distintos tipos de información.
    - En la etiqueta A, la legibilidad del texto de menor tamaño pudiera estar algo comprometida por ser quizá algo pequeño, si bien contiene la información de menor relevancia.
    - En la etiqueta A, la atención al diseño tipográfico contribuye a transmitir un mensaje de personalidad y exclusividad del producto.
    - En la etiqueta B se utiliza una sola fuente tipográfica, también de palo seco, confiando el valor jerárquico de cada texto a su tamaño relativo. Se observan 4 niveles diferentes.
    - En la etiqueta B, el tamaño de los textos y el contraste entre su color y el del fondo facilita una lectura ágil y sin esfuerzo de la información.
    - En la etiqueta B, la adopción de una tipografía más o menos estandarizada y la no variación de familia tipográfica podría transmitir cierto carácter de producto básico que pudiera no estar en línea con intereses comerciales.
    - En la etiqueta B, la letra G mayúscula de la tipografía elegida puede llegar a confundirse con una C mayúscula. Dada su importancia en el nombre del producto podría ser conveniente cambiar a una tipografía con mayor nitidez en ese carácter.
- Composición.
    - En la etiqueta A la exuberancia del motivo gráfico envuelve con su forma curva los textos, como una mano envuelve a la otra en el acto de enjabonarse. La propia composición se relaciona con el uso del producto. Transmite un carácter orgánico y dinámico.
    - En la etiqueta B el motivo gráfico queda a la izquierda y el texto a la derecha, se acompañan, pero no interactúan, y cada uno se centra respecto a su propio eje vertical. Transmite claridad, orden, y carácter estático.
- Diseño gráfico con y sin retícula. Organización de la información.
    - En la etiqueta A, aparentemente sin retícula, pueden sin embargo leerse algunas líneas que guían la organización de los elementos: Podrían distinguirse tres bandas horizontales, siendo la central cuyos elementos más se aproximan al borde del formato y la que contiene los textos en su interior. Así mismo, si trazamos una vertical en la alineación izquierda del texto, esta dejaría el formato dividido en un cuadrado (a la derecha) y un rectángulo vertical de proporciones ½ (a la izquierda). Por último, las dos líneas de cada bloque de texto están centradas respecto a su eje vertical, y el eje del bloque inferior coincide con el del formato.
    - En la etiqueta B la organización en retícula es más legible, si bien se trata de una matriz básica con dos columnas. La columna de la izquierda, más estrecha, contiene la ilustración, que a su vez podríamos considerar con una zona superior de flores y hojas pequeñas y una zona inferior de hojas grandes. A estas bandas horizontales corresponderían a la derecha arriba los textos indicativos del producto y debajo de sus características.
- La imagen de marca: el diseño corporativo.
    - En la etiqueta A parece identificarse una tipografía característica que posiblemente sea distintiva de la marca. Habría que analizar más etiquetas o folletos de otros productos de la marca para corroborar si los colores o el tipo de grafismo de la ilustración es también expresión del diseño corporativo.
    - En la etiqueta B es difícil reconocer elementos que puedan vincularse a un diseño corporativo, aunque no podría descartarse absolutamente que la gama de color o tipo de imagen llegaran a serlo.
- Diseño editorial: jerarquía de textos e imagen.
    - En la etiqueta A hay dos niveles jerárquicos de texto. El texto de mayor jerarquía, por posición, tamaño y peso visual de la tipografía, al tener algunos trazos con un importante grosor añadido, corresponde al nombre del producto. En un nivel inferior, con menor tamaño, una tipografía sin engrosar en ninguno de sus trazos, el texto que indica el nombre del fabricante, y en tamaño algo menor la ciudad. Esta gradación facilita la identificación de distintos tipos de información.

- En la etiqueta B se confía la gradación jerárquica de los textos tan solo a su tamaño relativo, pues no hay distinción de familias tipográficas. Pueden distinguirse 4 niveles diferentes. No siempre el tamaño responde únicamente a la importancia, sino que también a la intención de ajustar el contenido del renglón a unos límites prefijados (para alinear su ancho con otro texto más arriba, por ejemplo).

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

A nivel orientativo, entre otras propuestas posibles:

- Respecto del factor de funciones comunicativas del diseño gráfico, en la etiqueta A las flores evocan más bien rosas o camelias, por la forma y disposición de los pétalos. Tampoco el color ayuda a establecer ninguna vinculación con el orégano. La adopción de una ilustración que, si bien estilizada, tuviera más similitud con las flores o planta del orégano, contribuiría a una más fácil identificación del tipo de jabón.
- Respecto del factor de funciones comunicativas del diseño gráfico, en la etiqueta B la adopción de un esquema compositivo más elaborado, con cierta integración entre la ilustración y el texto, y de tipografías con más personalidad, podría transmitir un mensaje de mayor categoría del producto.
- Respecto del factor de tipografía, familias y legibilidad, en la etiqueta B cabría considerar la adopción de una tipografía cuya letra G mayúscula sea más claramente distinguible de la C.
- Respecto del factor de diseño editorial: jerarquía de textos, en la etiqueta B cabría considerar la adopción de más de una tipografía para diferenciar con el cambio de tipografía diferentes tipos de información, y no tan solo con el cambio de tamaño.

4.II. Ejercicio de diseño de producto y del espacio (4,5 puntos)
Diseñe un **espacio interior para lectura** en un hotel rural.

Instrucciones:
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.

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 dos preguntas teóricas (conocimientos) con un valor de un punto y medio cada una de ellas; una pregunta de análisis (competencia) con un valor de dos puntos y medio; y una práctica (habilidad), con un valor de cuatro puntos y medio. La pregunta práctica se realizará en un A3 aparte.

Preguntas teóricas

Las preguntas teóricas giran en torno a los siguientes contenidos:

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

- El diseño, sus clasificaciones y campos de aplicación:
    - Diseño gráfico: editorial, tipográfico, publicitario, identidad corporativa, señalética.
    - Diseño industrial: de producto, embalajes o *packaging*, mobiliario, moda, textil.
    - Diseño ambiental: interiorismo, escaparatismo, escenografía.
- Evolución histórica del diseño y su definición. Concepto y teorías del diseño.
- Artesanía e industrialización: objeto artesanal, artístico e industrial, diferencias.
- Tendencias, periodos y las principales escuelas y figuras más representativas en el campo del diseño:
    - Revolución Industrial y Arts&Crafts.
    - Orientalismo y Movimiento Estético.
    - Art Nouveau y Secesión.
    - Deutscher Werkbund.
    - Vanguardias, Neoplasticismo, Constructivismo, Futurismo, Surrealismo.
    - Bauhaus.
    - A*rt Deco, Stiling*.
    - El Funcionalismo, Estilo Internacional.
    - Organicismo.
    - Diseño Escandinavo.
    - Escuelas de Posguerra.
    - Pop, HiTech, Deconstructivismo, *Mínimal*.
    - Diseño Radical, Posmodernismo, Memphis.
    - Diseño español.
- La presencia de la mujer en el campo del diseño.
    - Las mujeres de la Bahuaus: Otti Berger, Anni Albers, Marianne Brandt, Alma Buscher, Lilly Reich, Charlotte Perriand, Greta Grossman, Florence Knoll, Gae Aulenti y Andrée Putman.
    - Jacqueline S. Casey, Margaret Calvert, Aino Aalto, Ray Kaiser Eames y Victoria Rushton, entre otras.
- Aportación de las culturas no occidentales al canon del diseño universal. La apropiación cultural.
- Diseño, ecología y sostenibilidad:
    - Procedencia de los materiales.
    - Procesos de producción y distribución sostenibles.
    - El diseño en la sociedad de consumo. La obsolescencia programada.
    - Pertinencia del diseño. Aportaciones del diseño sostenible a la solución de los retos ambientales.
    - Últimas tendencias: accesibilidad, diseño *friendly*, *neobiomorfismo*.
- Diseño y función.
- Diseño inclusivo, universal, accesible, igualitario.
- La diversidad como riqueza patrimonial.

- Fundamentos de la propiedad intelectual. La protección de la creatividad. Patentes y marcas.

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

- Diseño y función.
- El lenguaje visual:
  - Teoría de la percepción. Leyes de la Gestalt.
  - Elementos básicos: punto, línea, plano, color, forma y textura.
- Sintaxis de la imagen bidimensional y tridimensional:
  - Estructura y composición.
  - Proporción, proporción áurea, escala.
  - Peso visual, equilibrio, centro de interés, recorrido visual, líneas de fuerza, ritmo.
- Ordenación y composición modular. Módulo, submódulo, redes, teselas, formas moduladas, módulos pararregulares, movimientos en el plano, patrones de repetición. Aplicaciones a telas, suelos, paredes. Historia.
- Dimensión semántica del diseño. Signo, Símbolo.
- El color. Propiedades. Valor simbólico y psicológico o social. Color e impresión.
- Proceso del diseño. Fases del diseño. *Brief*, establecimiento de objetivos, planificación documentación, creatividad, bocetos, croquis, arte final, memoria.
- La metodología del proyecto.
- Procesos creativos en un proyecto de diseño. Análisis de datos. Selección.
- Estrategias de organización de los equipos de trabajo.

Preguntas de análisis (2,5 puntos) y prácticas (4,5 puntos)

Las preguntas de análisis y prácticas deben tener en cuenta, para su resolución, los conocimientos de A y B, pero se centran en:

C. Diseño gráfico.

- Funciones comunicativas del diseño gráfico.
- La tipografía, términos básicos, principales familias, legibilidad, propiedades y uso en el diseño. Programas de creación de tipografías.
- El diseño gráfico y la composición.
- El diseño gráfico con y sin retícula. Procesos y técnicas de diseño gráfico. Organización de la información.
- La imagen de marca: el diseño corporativo. Historia. Programas de dibujo vectorial.
- Diseño editorial. La maquetación y composición de páginas. Términos básicos. Tipos de impresos. Impresión.
- El diseño publicitario. Proyectos de comunicación gráfica. El cartel. Historia.
- La señalización y sus aplicaciones. El pictograma. La retícula. Color. Soportes.

D. Diseño tridimensional.

- Diseño de producto.
- Tipología de objetos en el diseño volumétrico: de uso individual, público o profesional. Sistemas de representación y estructuras compositivas aplicados al diseño de producto: diédrico, axonométrico y cónico.
- Antropometría, ergonomía y biónica aplicada al diseño.
- Diseño de producto y diversidad funcional. Diseño flexible, creación de opciones.
- Materiales, texturas y colores. Sistemas de producción y su repercusión en el diseño. Historia y evolución de los materiales. Sostenibilidad, reciclaje, reutilización.
- El *packaging*: del diseño gráfico al diseño del contendor del producto tridimensional. Iniciación a su desarrollo y técnicas de producción. Iniciación a los troqueles, desarrollos y acotación.

- Diseño de espacios. Organización del espacio habitable, público o privado. Distribución de espacios y recorridos.
- Elementos constructivos. Principios de iluminación. Diseño de espacios interiores.
- Percepción psicológica del espacio. Luz y color.
- El diseño inclusivo de espacios. Accesibilidad.

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.