



UNIVERSIDADES PÚBLICAS DE LA COMUNIDAD DE MADRID
PRUEBA DE ACCESO A LA UNIVERSIDAD

Curso **2025-2026**
MATERIA: **DISEÑO**

INSTRUCCIONES GENERALES Y 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. Empareje la siguiente relación de **movimientos o estilos** con su **procedencia geográfica**:

Movimientos o estilos:

- A. Art Déco
- B. Futurismo
- C. Neoplasticismo
- D. Constructivismo
- E. Secesión

Características:

- 1. Rusia
- 2. Países Bajos
- 3. Francia
- 4. Italia
- 5. Austria

1.2. Señale si son **verdaderas** las siguientes afirmaciones relacionadas con el diseño de embalaje o *packaging*:

- A. En los productos sanitarios el embalaje no es importante
- B. El diseño debe comunicar la identidad y valores de la marca
- C. El diseño del *packaging* comunica información clave sobre el producto
- D. Un buen diseño debe garantizar la seguridad del producto durante todo el proceso logístico
- E. La elección del material no influye en el diseño del embalaje

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

Responda la pregunta 2.1 o la 2.2

2.1. Cite **tres tipos de contraste de color** y **defínalos** brevemente.

2.2. Señale y explique **tres factores** que deban tenerse en cuenta en el diseño de la **señalética** de un **centro de salud**.

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** en formato vertical para **Madrid PopFest27**, encuentro musical centrado en el pop emergente con actuaciones en vivo.

Información complementaria:

Se celebrará el 21 y 22 de marzo de 2027, de 17:00 a 21:00 horas y de 21:30 a 01:00 horas, en La Casa Encendida. La entrada será gratuita para estudiantes de 18 a 21 años presentando el carné.

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)

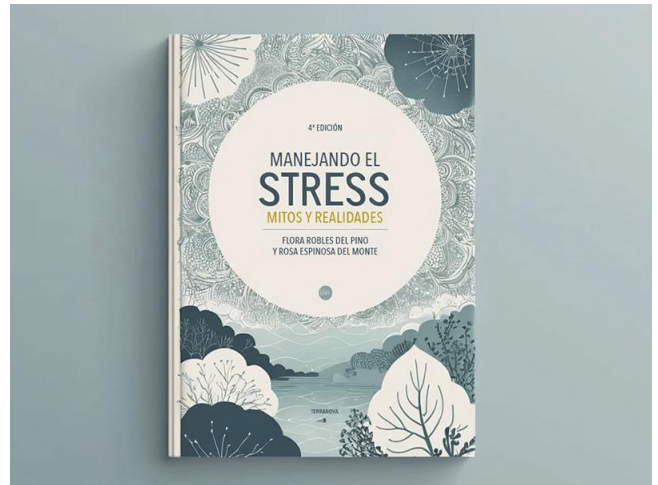
Analice, de forma crítica y breve, **las portadas de libro A y B** comentando y comparando los diseños propuestos en función de **cuatro** de los siguientes factores:

- 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 portadas, en función de **uno** de los factores antes citados.



Portada A



Portada B

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

Diseñe un **mueble para dejar sandalias o chanclas** antes de entrar al baño en una piscina pública.

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

CONOCIMIENTOS

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

Responda la pregunta 1.1 o la 1.2

1.1. Empareje la siguiente relación de **movimientos o estilos** con su **procedencia geográfica**:

Movimientos o estilos:

- A. Art Déco
- B. Futurismo
- C. Neoplasticismo
- D. Constructivismo
- E. Secesión

Características:

- 1. Rusia
- 2. Países Bajos
- 3. Francia
- 4. Italia
- 5. Austria

Se calificará con 0,3 puntos cada una de las respuestas correctas. Total 1,5 puntos.

A3, B4, C2, D1, E5

1.2. Señale si son **verdaderas** las siguientes afirmaciones relacionadas con el diseño de embalaje o *packaging*:

- A. En los productos sanitarios el embalaje no es importante
- B. El diseño debe comunicar la identidad y valores de la marca
- C. El diseño del *packaging* comunica información clave sobre el producto
- D. Un buen diseño debe garantizar la seguridad del producto durante todo el proceso logístico
- E. La elección del material no influye en el diseño del embalaje

Se calificará con 0,3 puntos cada una de las respuestas correctas. Total 1,5 puntos.

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

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

Responda la pregunta 2.1 o la 2.2

2.1. Cite **tres tipos de contraste de color y defínalos** brevemente.

Cada tipo de contraste, junto a su definición, se valorará con un máximo de 0,5 puntos. Total 1,5 puntos.

Los diferentes tipos de contraste de color, de los que se piden tres, son:

- Contraste de tono (o de color puro): contraste entre dos colores saturados y brillantes. Cuanto más alejados están en el círculo cromático, mayor es el contraste. Cuando son opuestos en el círculo cromático se denomina contraste de complementarios.
- Contraste de saturación (o de cualidad): diferencia, en colores con el mismo tono y brillo, pero diferente saturación. Ejemplo: rosa palo-rosa fucsia.
- Contraste de brillo, luminosidad (o de clarooscuro): contraste por cantidad de luz o valor tonal. Cuanto mayor es la diferencia de brillo o luminosidad, mayor es el contraste.
- Contraste de temperatura (o de cálido-frío): es el contraste en función de la temperatura de dos colores, un cálido y un frío.
- Contraste de complementarios: es el contraste de dos colores opuestos en el círculo cromático.
- Contraste simultáneo: es un efecto visual que produce un color sobre un fondo neutro (gris), que provoca la percepción de su complementario; o sobre otro por la yuxtaposición de las dos masas de color que provoca un efecto sobre la percepción de tono, saturación y/o brillo de uno y otro color.
- Contraste de cantidad: es el contraste entre dos colores por la diferencia de superficie de cada uno de ellos.

2.2. Señale y explique **tres factores** que deban tenerse en cuenta en el diseño de la **señalética** de un **centro de salud**.

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

A nivel orientativo, entre otros posibles factores:

- Factores relacionados con el **público objetivo**: la señalética debe diseñarse pensando en un público diverso, que abarca desde personas mayores hasta pacientes con algún tipo de necesidad especial (movilidad reducida, dificultades visuales, auditivas, cognitivas, ...). Esto implicará utilizar un lenguaje claro y un diseño fácilmente legible, priorizando la accesibilidad.
- Factores de **comunicación**:
 - o Seleccionar la información básica a mostrar en la señalética, identificando previamente los espacios de interés para el público (consultas, recepción, aseos, salas de espera, etc.).
 - o Valorar el uso de tipografías sencillas y legibles a distancia, como las tipografías sin serifa y de alto contraste.
- Introducir colores que favorezcan la legibilidad, el contraste y la comprensión general.
- Factores de **orientación, localización y confirmación**:
 - o Orientación: saber cómo ir al destino deseado.
 - o Localización: saber dónde se está respecto del contexto.
 - o Confirmación: saber que se ha llegado al destino deseado.
- Factores **estéticos y compositivos**:
 - o Formas y colores acordes al centro de salud, que transmitan calma.
 - o Buscar diseño neutro y atemporal, que sea fácil de actualizar con ligeros ajustes.
- Factores **económicos y de producción**:
 - o Adecuación a distintos soportes y superficies.
 - o Durabilidad de los materiales de soporte y de grafiado (por ejemplo, vinilos de corte).
 - o Previsión de sistema de reemplazo de cartelería en el caso de deterioro o de cambios en la organización de los espacios.

COMPETENCIAS

Responda el BLOQUE I o el BLOQUE II

BLOQUE I

3.1. 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 de un asiento es proporcionar un lugar individual confortable para sentarse para descansar, leer o socializar, entre otras actividades. La forma debe favorecer la función principal.
 - Ambos asientos proporcionan un soporte horizontal a una altura adecuada suficientemente baja para sentarse una persona y unos respaldos que mantienen una postura correcta y descansada de la espalda.
 - El asiento A no tiene reposabrazos mientras que el asiento B sí.
 - El asiento A es de fácil limpieza al estar hecho de madera y rejilla de mimbre. La limpieza del asiento B es más dificultosa, por ejemplo, si hubiera un derramamiento de líquidos sobre la tapicería y el acolchado.
 - Los apoyos son muy sólidos en ambos asientos. Al ser de madera se reduce el ruido cuando se mueve o arrastra el asiento.
 - El asiento B es más confortable que el A al contar con reposabrazos y un soporte más mullido y blando para sentarse.
 - Los materiales de ambos asientos que tienen contacto con la piel, madera, mimbre o tapicería, son cálidos al tacto lo que aumenta la sensación de confort.
- Fines funcionales y comunicativos.
 - Un asiento debe comunicar claramente su función, entre otras posibles servir como lugar para sentarse y reposar.
 - En ambos muebles las inclinaciones de asientos y respaldos son similares, facilitan la posición de descanso del cuerpo e indican su uso.
 - Un asiento puede ser un elemento decorativo.
 - La línea minimalista de formas rectas del asiento A se destaca en la "Z" del lateral de madera. En el B, la curva libre cerrada que forma los reposabrazos y los apoyos contrasta con los prismas ortogonales del asiento y del respaldo.
 - Ambos asientos comunican a través de sus formas y materiales su pertenencia a un espacio moderno.
 - Un asiento puede tener un carácter simbólico de elemento comunitario.
 - En el asiento A, los materiales sin pretensiones y su sencillo proceso de fabricación lo hacen asequible a distintas capas sociales.
- Aspectos formales, compositivos y estructurales.
 - Un asiento, en cuanto a estructura, debe poder soportar el peso de las personas que se sientan en él.
 - La estructura que soporta el asiento A es de madera maciza, lo que le confiere una gran fortaleza.
 - La estructura que soporta el asiento B es una madera laminada doblada que le proporciona alta resistencia para soportar carga.
 - La estructura de madera de ambos muebles es una solución robusta que permite un uso sufrido de los muebles.

- El diseño de la disposición de los apoyos sobre el suelo garantiza una estabilidad excelente en el uso.
- Procesos y métodos para el desarrollo de los productos.
 - El briefing debe determinar las condiciones de uso, los públicos y el carácter de los espacios a los que va dirigido el asiento.
 - 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.
 - El asiento A está fabricado con materiales tradicionales naturales como son la madera maciza y la rejilla de mimbre.
 - El asiento A se fabrica directamente a partir tablas y listones de madera encolada en los encuentros y acabado barnizado. La rejilla de mimbre se fija a la estructura de madera utilizando fibras de mimbre.
 - El asiento B está fabricado con diversos materiales naturales y artificiales: abedul laminado para la estructura de madera, y tapicería de tela o piel con muelles metálicos y acolchado de espuma y poliéster para asiento y respaldo. El impacto sobre el entorno es mayor que el del asiento A.
 - La conciencia sobre el impacto ambiental es actualmente mayor, pero el reciclado de algunos materiales o la reparabilidad es, en múltiples ocasiones, menor.
 - La reparabilidad del asiento A, tanto de la madera maciza como de la rejilla de mimbre, puede hacerse de forma artesanal sin necesidad de incluir procesos industriales. Algunas reparaciones del asiento B necesitarían de empresas especializadas.
 - Todas las partes del asiento A pueden ser trituradas y reutilizadas las virutas y serrín para fabricación de tablero aglomerado, compost o como combustible.
 - El reciclaje del metal y de la espuma y poliéster del asiento B ofrece una mayor dificultad para su reciclaje.
 - En el asiento A las piezas de madera maciza pueden ser encoladas o atornilladas en caso de rotura, algo que es más difícil en la madera laminada del asiento B.
- Ergonomía, accesibilidad y seguridad para las personas.
 - Las dimensiones y alturas bajas del soporte del asiento son adecuadas para que una persona pueda sentarse cómodamente en ambos modelos.
 - Los dos muebles son algo pesados y no fáciles de transportar y mover por personas mayores.
 - Los dos asientos se pueden agarrar y sujetar fácilmente por numerosos puntos.
 - La madera de ambos asientos es cálida y amable al tacto, no brilla ni deslumbra a la vista como el metal y produce un ruido más sordo que otros materiales.
 - Las formas y acabados de las partes salientes en los objetos domésticos deben evitar que los golpes con ellos puedan ser peligrosos.
 - Los bordes de los elementos de madera de ambos asientos están suficientemente redondeados para no producir ninguna herida o roce al contacto con la piel del usuario.
 - Las aristas de la madera laminada curvada del asiento B están redondeadas y pulidas para ser seguras y que no provoquen cortes al sentarse o coger el asiento. Debido a que este elemento de madera funciona también como reposabrazos es importante que sea agradable al tacto.
 - La postura al sentarse condiciona el diseño.
 - En los dos asientos la inclinación de los planos de soporte del asiento y del respaldo facilitan una postura relajada del cuerpo.
 - La altura baja del asiento hace posible que las piernas puedan quedar suficientemente estiradas y descansadas.
 - Estabilidad frente al vuelco.
 - La configuración de los apoyos, cuatro puntos suficientemente distanciados en el asiento A y dos rectas en el asiento B, sobre el suelo garantiza una estabilidad excelente de ambos asientos frente al vuelco.
 - En el asiento A la estructura lateral de madera maciza con mayor peso en su parte inferior confiere una gran estabilidad al mueble.
 - En el asiento B, la continuidad de la curva cerrada de madera absorbe distintos empujes laterales, lo que hace que el mueble sea bastante estable.

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

A nivel orientativo, entre otras propuestas posibles:

- Respecto del factor de la ergonomía en el asiento A se podría plantear un forrado o un revestimiento con un material más mullido y blando para hacerlo más confortable.
- Respecto del factor del impacto sobre el entorno en el asiento B se podría plantear alguna solución del asiento y respaldo fabricados con materiales que fueran de más sencillo reciclaje.

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

Diseña **un cartel** en formato vertical para **Madrid PopFest27**, encuentro musical centrado en el pop emergente con actuaciones en vivo.

Información complementaria:

Se celebrará el 21 y 22 de marzo de 2027, de 17:00 a 21:00 horas y de 21:30 a 01:00 horas, en La Casa Encendida. La entrada será gratuita para estudiantes de 18 a 21 años presentando el carné.

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)

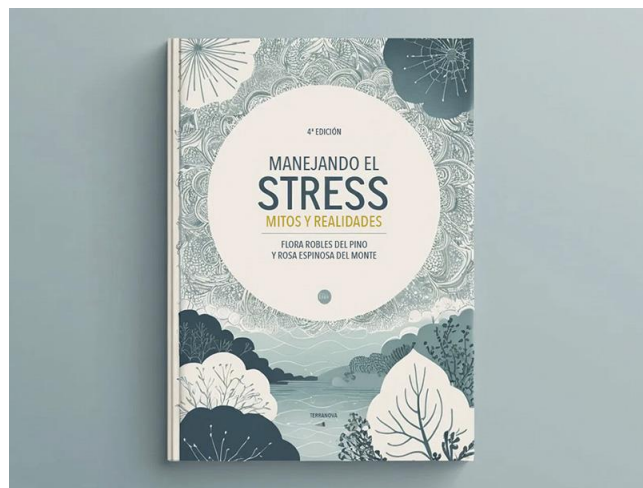
Analice, de forma crítica y breve, **las portadas de libro A y B** comentando y comparando los diseños propuestos en función de **cuatro** de los siguientes factores:

- 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 portadas, en función de **uno** de los factores antes citados.



Portada A



Portada B

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.
 - La portada de un libro debe comunicar el carácter del libro. Debe reconocerse si es ficción, técnico, divulgación, infantil, de arte, etcétera.
 - La portada A cumple con la función informativa y conceptual, el diseño de la portada transmite con claridad el tema del libro mediante un lenguaje visual sobrio y abstracto. Sugiere el contenido en un ámbito científico-tecnológico y académico.
 - La portada A comunica de forma abstracta el carácter técnico del contenido, denota a través del texto y la imagen de fondo con una gradación de color, un tema de contenido tecnológico y científico.
 - La portada B tiene una función informativa y expresiva más marcada, la ilustración comunica algunos aspectos del contenido del libro e invita a la interpretación del lector.
 - El diseño de la portada B comunica la temática del libro relacionada con la psicología, el autocuidado o el desarrollo personal, mediante el uso del color y la imagen del fondo a partir de ilustraciones sobre elementos naturales.
 - En ambas portadas el texto, el color y las imágenes se complementan para lograr la función comunicativa.
 - En las portadas de libro, se utilizan textos e imágenes que puedan ser identificados y generen impacto visual e interés en el público al que va dirigido.
 - En la portada B la ilustración de un paisaje natural es fácilmente identificable y reconocible por un público general, además puede generar un impacto visual e interés en un público específico.
 - En la portada A la imagen de fondo es abstracta y sencilla, sin embargo, puede generar impacto visual e interés en un público especializado.
 - En las portadas de libro el primer impacto visual se logra mediante la jerarquización y la composición de textos e imágenes.
 - En la portada A el impacto visual se logra mediante la relación entre el texto y el fondo como imagen: el fondo facilita la legibilidad del texto, el título tiene la mayor jerarquía e impacto visual.
 - En la portada B la imagen de fondo y el bloque de texto comparten el impacto visual.
- Tipografía: familias, legibilidad.
 - La tipografía, en las portadas de libro, se usa con una alta legibilidad, con una función identificativa de la información sobre el libro (título, autor, editorial).
 - En las dos portadas la tipografía tiene una alta legibilidad, se identifica fácilmente la información sobre el título y el autor.
 - La portada A tiene una alta legibilidad, reforzada por el contraste cromático con el fondo.
 - La tipografía del título debe ser legible para que este se entienda con rapidez.
 - Tanto en la portada A como en la B la tipografía del título es legible.

- La tipografía utilizada en el título de la portada A facilita la legibilidad y que se entienda con rapidez.
- En algunos casos la tipografía se utiliza como forma, con baja legibilidad, para reflejar el carácter, la identidad de la editorial o una colección.
 - La portada A la tipografía refuerza el carácter tecnológico y actual del contenido.
 - En ninguna de las portadas se utiliza la tipografía como forma con baja legibilidad, sin embargo, en la portada B las combinaciones de color y cuerpo de texto hacen necesario más tiempo para su comprensión.
- Las editoriales suelen tener identidad corporativa que establecen sus propias tipografías para información específica de identidad de la editorial.
 - En ambas portadas se identifica un elemento distintivo o marca de la editorial.
- Las familias tipográficas se emplean para denotar las características de los contenidos o narrativa. En general, las tipografías con serifa tienen un carácter más clásico. Las editoriales suelen denotar actualidad empleando tipografías sin serifa.
 - Tanto en la portada A como en la B se utilizan tipografías sin serifa para tratar temáticas contemporáneas.
- En las portadas de libro, el cuerpo (tamaño) del texto es un balance entre la legibilidad (mayor cuerpo) y cantidad de información (menor cuerpo). Las portadas usan este recurso para jerarquizar información.
 - En la portada A están las jerarquías están bien definidas y se reconocen, en orden de importancia, el título, el nombre de la autora y, posteriormente, otros datos complementarios.
 - En la portada A el nombre de la autora y los datos editoriales se resuelven con cuerpos menores, coherentes y bien diferenciados.
 - En la portada B la jerarquía del texto a través del tamaño no es tan clara: el título presenta tres tamaños y dos colores distintos. Además del título, se identifican dos jerarquías adicionales, una correspondiente a las autoras y otra a la edición.
- Composición.
 - La composición en las portadas se refiere a la distribución de los textos y las imágenes. Se ordenan y jerarquizan en función del cuerpo del texto.
 - En la portada A la composición es minimalista y equilibrada, predomina el fondo de color.
 - En la portada B predomina la imagen sobre el texto. El texto está compuesto en función de la imagen de fondo.
 - La composición en las portadas de libro tiene en cuenta el desplazamiento vertical. Se ordena y jerarquiza la información siendo el lugar más importante la parte superior.
 - En la portada A el degradado vertical guía la mirada y aporta profundidad sin competir con el texto.
 - En la portada B la composición conduce la lectura hacia la zona superior central.
 - La densidad informativa de las portadas depende de la cantidad de contenidos y los criterios estéticos de la época.
 - En la portada A el peso visual se concentra en el bloque tipográfico del título.
 - La portada B es más saturada que la portada A, el círculo blanco aporta un descanso visual a la ilustración de fondo y facilita la legibilidad del texto.
- Diseño gráfico con y sin retícula. Organización de la información.
 - En general, las portadas de libro emplean, para la diagramación (para la organización de la información), una retícula de una columna que permite componer y jerarquizar los contenidos (la información) aportando orden.
 - En la portada A se utiliza una retícula modular, las alineaciones son claras y ordenan la información de forma jerárquica.
 - En la portada B los textos están organizados en un bloque, a una columna, alineados al centro.
 - Algunas portadas de libro organizan la información y jerarquizan los contenidos rodeando una imagen principal. De esta manera, componen los textos en relación o función de la imagen.
 - En la portada A no hay una imagen principal, la mayoría de los elementos están alineados a la izquierda generando una estructura consistente.
 - En la portada B la imagen principal funciona como fondo que rodea el bloque de texto con información jerarquizada.
 - Algunas portadas de libro organizan la información y jerarquizan los contenidos en una columna que compensa el peso de la imagen principal. Componen los textos en relación

o función de la imagen. El modo de organización puede variar según el diseño específico de cada portada y su enfoque editorial.

- La estructura de la portada A transmite rigor y claridad, conceptos asociados al ámbito tecnológico y científico.
- En la portada B el círculo blanco y los textos que contiene están organizados en función de la imagen de fondo. El blanco del círculo compensa el peso y detalle de la imagen de fondo.
- La imagen de marca: el diseño corporativo.
 - Las editoriales suelen tener una línea editorial que identifica la marca y los géneros, pero sin más ejemplos es difícil afirmar si el estilo de la portada es propio de la editorial o de una colección.
 - En las portadas siempre es relevante que se identifique y reconozca la editorial como origen de la producción del libro. Comúnmente aparece en la base del libro.
 - La portada A denota coherencia con una identidad editorial contemporánea y tecnológica. El diseño podría integrarse en una colección, reforzando la imagen de marca de la editorial.
 - La portada B muestra elementos que pueden ser distintivos de una marca editorial. Se identifican un logotipo y un isotipo en parte central inferior.
- Diseño editorial: jerarquía de textos.
 - En las portadas la jerarquía de textos se realiza a través de varios mecanismos de diseño editorial:
 - Cuerpo (tamaño) del texto: cuanto mayor, más importante. Existen distintas jerarquías dentro de la portada, como el título, subtítulo, autor, edición, editorial.
 - En general, peso visual: cuanta más masa, por cuerpo del texto o de tamaño de la imagen, etc., más importante.
 - En las portadas existen diversas jerarquías en los textos. Además, también hay jerarquías en la imagen.
 - La portada A muestra una jerarquía muy clara: título, autora e información editorial. El tamaño, el peso tipográfico y el color están controlados para lograr un correcto peso visual. La jerarquía facilita una lectura inmediata y ordenada.
 - En la portada B la jerarquía no es consistente. Hay variaciones de tamaño y color en el título.

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

A nivel orientativo, entre otras propuestas posibles:

- Respecto del factor de jerarquía de textos, la portada B tiene gran variedad de jerarquías y poco diferenciadas. Podría optimizar el uso de tipografías, tamaños y colores para facilitar la legibilidad y la comprensión de la información.
- Respecto del factor de funciones comunicativas, el diseño gráfico de la portada A es muy abstracto, proporciona poca información gráfica, descriptiva o contextual sobre los contenidos. Podría ofrecer más contenidos gráficos figurativos que complementen lo puramente textual o cromático y despierte el interés del público no especializado.

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

Diseñe un **mueble para dejar sandalias o chanclas** antes de entrar al baño en una piscina pública.

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.