

**INSTRUCCIONES:**

- Todas las respuestas se resolverán en el cuadernillo y deberán incluir el número de la pregunta.
- Preste especial atención a la redacción de las respuestas a las preguntas 2.4, 4.1 y 4.2, ya que se penalizará la falta de coherencia y corrección gramatical, léxica y ortográfica. Cada error grave, o tres leves, en estos aspectos restará 0,25 puntos (hasta un máximo de 1 punto en total).
- Opcionalmente, la pregunta 3.2 podrá realizarse en una hoja DIN A4 externa.

**1. Opción múltiple (2 pts.).** Conteste las 8 preguntas propuestas. Elija la respuesta que considere correcta de entre las tres respuestas propuestas.

Cada pregunta tiene una valoración de 0,25 pts.

1.1 Tipología en la que se inscribe la siguiente marca gráfica.



- a) Imagotipo.
- b) Logotipo.
- c) **Isologo.**

1.2 ¿Qué sistema de color estandarizado permite especificar colores mediante códigos únicos para asegurar su reproducción exacta, especialmente en branding e impresión de colores planos?

- a) Sistema RAL
- b) Sistema CMYK
- c) **Sistema Pantone**

1.3 Estilo en el que se inscribe el cartel "We Can Do It!" (1943) de J. Howard Miller.



- a) **Propaganda bélica**
- b) Bauhaus
- c) Constructivismo ruso

1.4 ¿Qué material y técnica caracterizan a la "Wiggle Side Chair", diseñada por Frank Gehry en 1972?



- a) Madera contrachapada moldeada
- b) **Cartón corrugado superpuesto y pegado**
- c) Plástico termoformado

1.5 Categoría tipográfica en la que se inscribe la siguiente tipografía.

*Lorem ipsum*

- a) Sin serifas.
- b) Con serifas.
- c) **Manuscritas.**

1.6 ¿Qué material fue clave en el diseño industrial moderno gracias a su versatilidad y ligereza?

- a) Hierro fundido
- b) Contrachapado
- c) **Aluminio**

1.7 ¿Qué técnica de impresión se popularizó durante el movimiento psicodélico para crear carteles llamativos de colores vibrantes?

- a) **Serigrafía**
- b) Offset
- c) Litografía

1.8 ¿Qué característica define al diseño futurista?

- a) Formas estáticas y simétricas
- b) **Dinamismo y movimiento**
- c) Ornamentación clásica

**2. Preguntas semiabiertas (2 pts.).** Conteste las 4 preguntas propuestas. Responda de manera concisa y breve. Cada pregunta tiene una valoración de 0,5 pts.

2.1 País y década en las que surgió el constructivismo.

Rusia (0,25 pts), década de 1910 (0,25 pts).

El **constructivismo** nació en **Rusia tras la Revolución de Octubre de 1917**, aunque sus primeros planteamientos teóricos ya aparecían hacia **1913-1915**.

2.2 Nombre de la corriente de diseño gráfico asociada con la contracultura de los años 60, caracterizada por formas abstractas, colores vibrantes, tipografías fluidas y composiciones dinámicas que buscaban evocar experiencias sensoriales y estados alterados de conciencia.

Diseño psicodélico (0,5 pts)

2.3 Describa las características principales del minimalismo en el diseño gráfico.

El **minimalismo en diseño gráfico** se basa en la reducción visual a los elementos esenciales. Sus características principales son:

- Uso de **formas simples** y limpias.
- **Tipografía clara**, generalmente *sans serif*.
- **Colores neutros** o paletas muy reducidas.
- **Abundante espacio en blanco** (espacio negativo).
- Eliminación de ornamentos innecesarios.

2.4 Defina qué es una identidad corporativa y explique su/s diferencia/s respecto a una marca gráfica.

La **identidad corporativa** es el conjunto de **elementos visuales, verbales y conceptuales** que representan la personalidad, valores y cultura de una organización. Incluye **no solo la marca gráfica**, sino también:

- Paleta de colores
- Tipografía corporativa
- Manual de estilo visual
- Tonalidad comunicativa
- Aplicaciones en distintos soportes

La marca gráfica, por su parte, es el elemento visual específico que representa a la empresa (logotipo, isotipo, imagotipo o isologotipo). Es una parte de la identidad corporativa, pero no la totalidad.

**3. Preguntas abiertas (6 pts.).** Elija y desarrolle por completo tan solo **UNO** de los dos supuestos propuestos. La valoración de cada pregunta se especifica al final de la misma.

### 3. Supuesto 1

Una librería vintage especializada en la venta de libros antiguos y raros, denominada 'Old Pages', solicita el diseño de su marca gráfica, pudiendo ser ésta un logotipo, isotipo, imagotipo o isologo, de acuerdo al siguiente *briefing*.

---

**Cliente:** Old Pages (que se traduciría como “Páginas Antiguas”).

**Visión de la marca:** Old Pages es una librería que rescata libros antiguos y raros, ofreciendo historias olvidadas y obras únicas. Queremos ser un refugio para los amantes de la lectura que buscan tesoros literarios.

**Público objetivo:** Nuestro público abarca coleccionistas y aficionados a los libros antiguos y la literatura clásica, estudiantes de humanidades y personas nostálgicas que desean conectar con el pasado a través de objetos únicos y llenos de historia.

**Personalidad de la marca:** Nostálgica, culta, apasionada, curiosa.

**Objetivos del diseño de la identidad gráfica:** Evocar la nostalgia de los libros antiguos mientras se mantiene un aire moderno y accesible.

---

**3.1.** Dibuje **dos bocetos**, suficientemente diferenciados, de rápida factura y con empleo de color que ofrezcan alternativas a la resolución del supuesto planteado. (2 pts.)

Criterios generales y perfilados.

**3.2.** Seleccione, de los dos bocetos dibujados, la opción que considere más adecuada y elabore a partir de ella un boceto con mayor definición y calidad gráfica. (2,5 pts.)

Criterios generales y perfilados.

**Priman pero no excluyen:**

- **Imagotipo**

Un imagotipo permite **unir el nombre de la marca con un símbolo gráfico**, pero manteniéndolos como elementos independientes y legibles. Esto es fundamental en el caso de *Old Pages* porque:

- Es una **marca nueva**, por lo que **el nombre necesita estar presente** para ser recordado.
- El **símbolo** puede ayudar a **evocar visualmente** la personalidad de la marca (nostálgica, culta, apasionada) y su actividad (venta de libros antiguos).
- Ambos elementos pueden **funcionar por separado** si es necesario (por ejemplo, en redes sociales, etiquetas, señalética o merchandising).

- **Tipografía:**

Serif con rasgos caligráficos o transicionales (inspirada en tipos del siglo XVIII o XIX), como **Garamond, Caslon, Baskerville**.

Podría añadirse algún detalle personalizado en letras clave (como la “O” o la “P”) para reforzar la

Materia: **DISEÑO**

identidad.

- **Símbolo:**

**Exlibris estilizado**

- El exlibris es un símbolo propio del coleccionismo y de la propiedad de libros antiguos.
- Puede usarse como marco o sello contenedor del nombre o del símbolo principal.
- Aporta un aire clásico y exclusivo, sin dejar de ser adaptable gráficamente.

- **Gama cromática**

**Tonos tierra** (marrones, ocre, sepia). Evocan el papel envejecido, la madera, el cuero de encuadernaciones antiguas. **Toques dorados (u otros metalizados cálidos)**. Refuerzan la idea de valor, historia y exclusividad.

**3.3.** Mantenga el orden y la limpieza de la propuesta y adecue ésta al formato dado. (0,5 pts.)

Criterios generales y perfilados.

**3.4** Especifique y defina la tipología de marca en la que se encuadra su diseño justificando su elección. (0,5 pts).

Criterios generales y perfilados.

- **Imagotipo**

Un imagotipo permite **unir el nombre de la marca con un símbolo gráfico**, pero manteniéndolos como elementos independientes y legibles. Esto es fundamental en el caso de *Old Pages* porque:

- Es una **marca nueva**, por lo que **el nombre necesita estar presente** para ser recordado.
- El **símbolo** puede ayudar a **evocar visualmente** la personalidad de la marca (nostálgica, culta, apasionada) y su actividad (venta de libros antiguos).
- Ambos elementos pueden **funcionar por separado** si es necesario (por ejemplo, en redes sociales, etiquetas, señalética o merchandising).

Tipología	Adecuación	Justificación
<b>Imagotipo</b>	Muy alta	Equilibra simbolismo y reconocimiento verbal. Flexible y expresiva.
<b>Logotipo</b>	Alta	Buena si se resuelve con una tipografía adecuada.
<b>Isologo</b>	Media	Menos flexible y usualmente de difícil lectura. No se ajusta al tono culto y nostálgico.
<b>Isotipo</b>	Baja	Funciona solo si la marca ya es conocida. No recomendable como única marca.

**3.5.** Enumere y justifique las características principales con las que se define su diseño. (0,5 pts).

Criterios generales y perfilados.

### 3. Supuesto 2

Una librería vintage especializada en la venta de libros antiguos y raros, denominada 'Old Pages', solicita el diseño de una vitrina de exposición innovadora que permita exhibir sus piezas más exclusivas y valiosas de acuerdo al siguiente *briefing*. La propuesta de diseño deberá estar enmarcada en una corriente de diseño del siglo XX y deberá justificarse, tanto desde el punto de vista funcional como estético, por qué esta corriente se considera la más adecuada.

---

**Cliente:** Old Pages (que se traduciría como "Páginas Antiguas").

**Producto a diseñar:** Vitrina de exposición para libros antiguos y raros.

**Visión de la marca:** Old Pages es una librería que rescata libros antiguos y raros, ofreciendo historias olvidadas y obras únicas. Queremos ser un refugio para los amantes de la lectura que buscan tesoros literarios. Creemos en conectar el pasado con el presente a través de objetos llenos de historia y significado.

**Personalidad de la marca:** Nostálgica, culta, apasionada, curiosa.

**Público objetivo:** Coleccionistas y aficionados a los libros antiguos, estudiantes de humanidades y personas nostálgicas que desean conectar con el pasado a través de objetos únicos y llenos de historia.

**Visión del producto:** La vitrina debe estar fabricada con materiales nobles como madera maciza, vidrio templado o metal envejecido, diseñada para proteger los libros de factores externos como luz solar directa, polvo y humedad. Su diseño debe combinar funcionalidad con un estilo vintage que evoca nostalgia, al mismo tiempo que incorpora detalles modernos para mantener un aire accesible y contemporáneo.

**Objetivo:** Crear una solución práctica y estética que resalte el valor de los libros antiguos y raros, reforzando la identidad de Old Pages como un espacio donde el pasado cobra vida. La vitrina debe ser un punto focal dentro de la tienda, capturando la atención de los clientes y destacando la exclusividad de los productos.

---

**3.1.** Dibuje **dos bocetos**, suficientemente diferenciados, de rápida factura y con empleo de color que ofrezcan alternativas a la resolución del supuesto planteado. (2 pts.)

Criterios generales y perfilados.

**3.2.** Seleccione, de los dos bocetos dibujados, la opción que considere más adecuada y elabore a partir de ella un boceto con mayor definición y calidad gráfica. (2,5 pts.)

Criterios generales y perfilados.

La solución que se considera más adecuada, aunque no es excluyente, consiste en desarrollar una pieza inspirada en la corriente **Arts and Crafts** lo que permitiría crear una vitrina que no solo cumpliría con los requisitos funcionales del briefing, sino que también **reforzaría la identidad emocional y estética de Old Pages**. Este enfoque conecta con el público objetivo (coleccionistas, nostálgicos, estudiantes de humanidades) y convierte la vitrina en una **pieza central** que comunica historia, cuidado y autenticidad.

La corriente **Arts and Crafts**, surgida a finales del siglo XIX y extendida al siglo XX, se caracteriza por:

- El uso de **materiales nobles** (madera maciza, hierro forjado, vidrio artesanal)
- La **artesanía cuidada** y el aprecio por lo hecho a mano
- El rechazo a la producción industrial en favor de lo **único y duradero**

Esto encaja perfectamente con la personalidad de *Old Pages*, que se define como **nostálgica, culta,**

**Materia: DISEÑO**

**apasionada y curiosa**, y que busca conectar el pasado con el presente a través de objetos con historia.

**3.3.** Mantenga el orden y la limpieza de la propuesta y adecue ésta al formato dado. (0,5 pts.)

Criterios generales y perfilados.

**3.4.** Especifique y defina la corriente en la que se encuadra su diseño justificando su elección. (0,5 pts.)

Criterios generales y perfilados.

Corriente de diseño	Adecuación	Justificación
Arts and Crafts	Muy alta	Enfatiza la artesanía, materiales nobles y estética nostálgica. Perfecta para una librería que valora lo antiguo y lo emocional.
Neoartesanía / Craft Revival	Muy alta	Actualiza el espíritu artesanal con sensibilidad contemporánea. Conecta pasado y presente con enfoque sostenible y emocional.
Art Déco	Alta	Aporta sofisticación y lujo con formas geométricas y materiales nobles. Puede adaptarse a una estética vintage con un toque moderno.
Diseño emocional	Alta	Centrado en generar vínculos afectivos con los objetos. Refuerza la conexión emocional con los libros.
Diseño Orgánico Escandinavo	Alta	Combina funcionalidad, calidez y materiales naturales. Estética sobria y acogedora.
Diseño sostenible y circular	Media	Aporta valor ético y contemporáneo. Puede integrarse con materiales reciclados o restaurados.
Diseño Orgánico Estadounidense	Media	Formas suaves y materiales naturales, aunque más escultórico que funcional.
Art Nouveau	Media	Estética decorativa y nostálgica. Puede resultar recargada si no se modera.
Bauhaus / Funcionalismo Alemán	Baja	Muy funcional y racional, pero con poca carga emocional o decorativa.
Minimalismo	Baja	Limpio y sobrio, pero puede parecer frío o impersonal.
Estilo Internacional / Modernismo Tardío	Baja	Demasiado neutro y técnico. No transmite personalidad nostálgica.
Streamline Moderne	Baja	Estética aerodinámica y futurista. No encaja con el carácter literario y clásico.

Materia: **DISEÑO**

De Stijl / Neoplasticismo	Baja	Muy abstracto y geométrico. Incompatible con la narrativa emocional.
Diseño paramétrico / generativo	Muy baja	Altamente tecnológico y experimental. Contradice la esencia artesanal.
High-Tech	Muy baja	Estética fría, metálica y funcionalista. Opuesta al carácter emocional.
Diseño especulativo / crítico	Muy baja	Enfocado en provocar reflexión más que en resolver necesidades funcionales.
Pop / Radical / Memphis	Muy baja	Colores vibrantes y formas irreverentes. Choca con la estética sobria.
Constructivismo Ruso	Muy baja	Estética propagandística y geométrica. No se alinea con el tono emocional.
Brutalismo	Muy baja	Crudo, agresivo y sin ornamento. Incompatible con la delicadeza de los libros.

3.5. Enumere y justifique las características principales con las que se define su diseño. (0,5 pts).

Criterios generales y perfilados.

**Criterios generales de corrección:**

- 1. Cuestiones de ámbito teórico:** Adecuación de la resolución al planteamiento o enunciado. Precisión, claridad, y orden en la exposición. Correcto uso del lenguaje y expresión escrita. Grado de análisis y detalle en la respuesta. Nivel de razonamiento. Justificación de aspectos relacionados con el proceso. Capacidad de relación con otros referentes, obras, contextos y casos análogos.
- 2. Cuestiones de ámbito gráfico:** Adecuación de la resolución al planteamiento. Apropiado uso de los materiales. Capacidad de comunicar gráficamente las ideas. Capacidad para expresar variantes en relación a una propuesta dada. Calidad estética de la solución gráfica. Limpieza y orden.

**Criterios perfilados**

Cada enunciado muestra la puntuación máxima que se podrá obtener.

**Bloque 1 (Opción múltiple): 2 puntos máximo.**

Se estructura en 8 preguntas de opción múltiple con un valor de 0,25 puntos cada una de ellas. Se ofrecen tres posibles respuestas. Solo una respuesta es inequívocamente válida.

Se asigna a cada una de ellas un valor de 0,25 puntos si la respuesta elegida es la correcta por lo que para obtener la máxima puntuación se deberá responder correctamente a todas ellas.

**Bloque 2 (Preguntas semi-abiertas): 2 puntos máximo.**

Se estructura en 4 preguntas que deberán ser respondidas de forma concisa y breve.

**Materia: DISEÑO**

Se asigna a cada una de ellas un valor de 0,5 puntos si la respuesta se resuelve correctamente.

**Bloque 3 (Preguntas abiertas): SE PLANTEAN 2 SUPUESTOS. EL ESTUDIANTE DEBERÁ SELECCIONAR UNO Y DESARROLLARLO. Máximo 6 puntos.**

**Cuestión 3.1 (Pregunta abierta): 2 puntos máximo.**

Se solicitan dos bocetos coloreados que podrán tener una valoración máxima de 2 puntos, teniendo en cuenta estos aspectos:

- Capacidad gráfica, formal y conceptual que ofrecen cada uno de los bocetos.
- Capacidad de ofrecer alternativas y planteamientos diferenciados a través de los bocetos.
- Adaptación de los bocetos al supuesto dado.

**Cuestión 3.2 (Pregunta abierta): 2,5 puntos máximo.**

Se solicita definición, solución y desarrollo de uno de los bocetos con una mayor calidad gráfica. Se valoran los siguientes aspectos:

- Capacidad gráfica, formal y conceptual de la propuesta/ Manejo de los recursos plásticos. (2,5 pts).

**Cuestión 3.3. 0,5 puntos máximo.**

Limpieza, orden y adaptación, de las propuestas desarrolladas en las cuestiones 3.1 y 3.2, al formato dado. (0,5 pt).

**Cuestión 4 (Pregunta abierta). 1 punto máximo.**

Se estructura en 2 preguntas que requieren resolución breve por escrito:

- 3.1. Desarrollo del tema enunciado, valoración según criterio general (0,5 pt).
- 3.2. Desarrollo del tema enunciado, valoración según criterio general (0,5 pt).