

### **SÈRIE 3**

#### **Exercici 1**

Es valorarà la capacitat per ubicar i argumentar coherentment cadascuna de les imatges.

S'accepten respostes similars a:

Fig. A: Pertany a la tercera fase esmentada, doncs les energies renovables i el reciclatge dels materials fan referència al respecte pel medi ambient i a l'estalvi de recursos naturals no renovables

Fig. B: Encara que el model sigui molt actual, la seva pretensió és la d'aconseguir la màxima comoditat i confort, per tant s'inclou en la segona fase esmentada al text.

Fig. C: Aquest model aerodinàmic pertany a la primera fase, i té com a objectiu primordial disminuir el fregament de l'aire i, per tant, minimitzar la quantitat de combustible necessària.

Fig. D: Cotxe pertanyent a la primera fase, en el que l'automòbil neix com a model imitatiu de la carrossa, a la qual se li adapta un motor.

També es poden valorar positivament, comentaris annexes del tipus:

- l'evolució del disseny consisteix en un perfeccionament tècnic que cada cop intenta assolir objectius més amplis
- la tercera fase no deixa de consistir en la reparació del que han implicat les dues primeres, ...

### **OPCIÓ A**

#### **Exercici 2.1 (3 punts)**

Es pretén un comentari que expliqui que les formes gràfiques evolucionen amb el temps i que necessiten una actualització constant per poder competir visualment amb les altres marques. Es valoraran positivament comentaris envers l'evolució tècnica i com aquesta possibilita algunes variacions, com per exemple l'ús del color. Tot i amb això, també és imprescindible comentar que la imatge gràfica d'una empresa necessita mantenir un referent que aconsegueixi donar una identitat visual per que els grups d'usuaris recordin la marca.

**Exercici 2.2 (3 punts)**

Es valorarà un anàlisi de la mala estructura de les parts i de la impossibilitat per part de l'usuari de dur a terme les tasques encomanades.

És també important valorar el títol de “cafetera per a masoquistes”, doncs en posar-se el cafè és impossible no cremar-se la mà, i l'objecte entra en el grup d'objectes perillosos per al propi usuari i en tant que perjudicial per la salut, es converteix en anti-ergonòmic.

**Exercici 2.3 (3 punts)**

Convé que l'alumne sigui capaç de valorar aquesta distribució i esmentar en què pot afectar a l'usuari aquesta disposició geomètrica tant estricta en la vida quotidiana.

Exemples de contesta:

-A nivell funcional :

.Obligatorietat de col·locar els mobles i altres en les superfícies delimitades per un eix de simetria.

.Utilitzar un recorregut espacial més d'acord amb la geometria de l'espai que amb l'efectivitat pràctica.

-A nivell estètic:

.Ordenació simètrica de tot l'espai.

.Equilibri visual

.

-A nivell simbòlic:

.Ruptura amb els esquemes tradicionals de distribució espacial.

.Significats de control de l'espai, d'equilibri i tranquil·litat...

**Exercici 3 (4 punts)**

Es valoraran:

- Un procés coherent que hagi dut a una proposta final a partir de l'anàlisi dels vestits mostrats tant a nivell formal com a nivell conceptual.

- La solució aportada i una bona simplificació de la proposta definitiva.

- Una expressió correcta de les tres dimensions a nivell de croquis o dels sistemes de representació.

- La claredat i pulcritud en la presentació d'esbossos i proposta final.

## **OPCIÓ B**

### **Exercici 2.1 (3 punts)**

Es pretén un comentari que expliqui que les formes gràfiques evolucionen amb el temps i que necessiten una actualització constant per poder competir visualment amb les altres marques. Es valoraran positivament comentaris envers l'evolució tècnica i com aquesta possibilita algunes variacions, com per exemple l'ús del color. Tot i amb això, també és imprescindible comentar que la imatge gràfica d'una empresa necessita mantenir un referent visual que aconseguixi donar una identitat visual perquè els grups d'usuaris recordin la marca.

### **Exercici 2.2 (3 punts)**

Es valorarà la capacitat analítica per descriure bàsicament dos trets que són:

- la identitat de la marca com a codi aplicat a tots els productes per donar uniformitat gràfica però clarificant els diferents usos mitjançant la gamma cromàtica, la forma de les ampolles, etc...
- l'adequació dels diferents elements gràfics al tipus de producte –espiral típica dels productes detergents per a rentar, tipografia dinàmica, colors que suggereixen “netedat”- perquè l'usuari identifiqui ràpidament l'ús i l'efectivitat del producte.

### **Exercici 2.3 (3 punts)**

Convé que l'alumne sigui capaç de valorar aquesta distribució i esmentar en què pot afectar a l'usuari aquesta disposició geomètrica tant estricta en la vida quotidiana.

Exemples de contesta:

-A nivell funcional :

.Obligatorietat de col·locar els mobles i altres en les superfícies delimitades per un eix de simetria.

.Utilitzar un recorregut espacial més d'acord amb la geometria de l'espai que amb l'efectivitat pràctica.

-A nivell estètic:

.Ordenació simètrica de tot l'espai.

.Equilibri visual

-A nivell simbòlic:

.Ruptura amb els esquemes tradicionals de distribució espacial.

.Significats de control de l'espai, d'equilibri i tranquil·litat...

### **Exercici 3 (4 punts)**

Es demana la solució per realitzar una tauleta auxiliar on es puguin valorar:

- Un procés coherent amb el qual s'arribi a la solució final.
- Simplicitat en l'execució, evitant que hi hagi elements superflus en les formes resultants.
- Efectivitat en les funcions que ha d'acomplir la taula.
- Correcció en la presentació gràfica, tant en la descripció i muntatge de les parts com en les proporcions i acotacions del resultat final.