Disseny

Atributs gràfics i sígnics

Exercicis · 95 exercicis

Proves d'accés a la universitat (PAU) de Catalunya. Ordenats del més recent al més antic.
Retalls dels exàmens i pautes oficials (selecat.cat / universitats.gencat.cat).

Exercici 1

[2 punts]

El 2025 el dissenyador gràfic Mario Eskenazi va ser reconegut amb el premi Laus d'Honor atorgat per l'ADG-FAD (Associació de Directors d'Art i Dissenyadors Gràfics del FAD). Amb aquest guardó, es reconeixia la seva trajectòria com a «essència viva del disseny gràfic i un referent indiscutible, que ha influït profundament en la disciplina i en el sector».

Llegiu el text següent:

L'estil dels dissenys d'Eskenazi és net, pur i senzill. Amb gran predomini de la utilització de la tipografia com a element visual. Tendeix al minimalisme, i reconeix: «hi ha coses maximalistes que m'agraden, però jo no les puc fer, els meus dissenys han de ser d'una simplicitat total. I fins i tot quan començo a decorar, a omplir, m'adono que encara no tinc la idea».

Traducció feta a partir del text «Grandes del diseño gráfico: Mario Eskenazi». *La imprenta* [en línia]



IMATGE A. Fragments de la imatge visual corporativa i *packaging* de la casa Evax, dissenyats per Mario Eskenazi Studio el 2010

Responeu a **UNA** de les dues qüestions següents:

a) Què és el *packaging*? Quines són les seves funcions principals?

b) Quins aspectes formals s'han utilitzat per a comunicar la identitat visual corporativa de la marca de compreses i tampons Evax?

Exercici 1

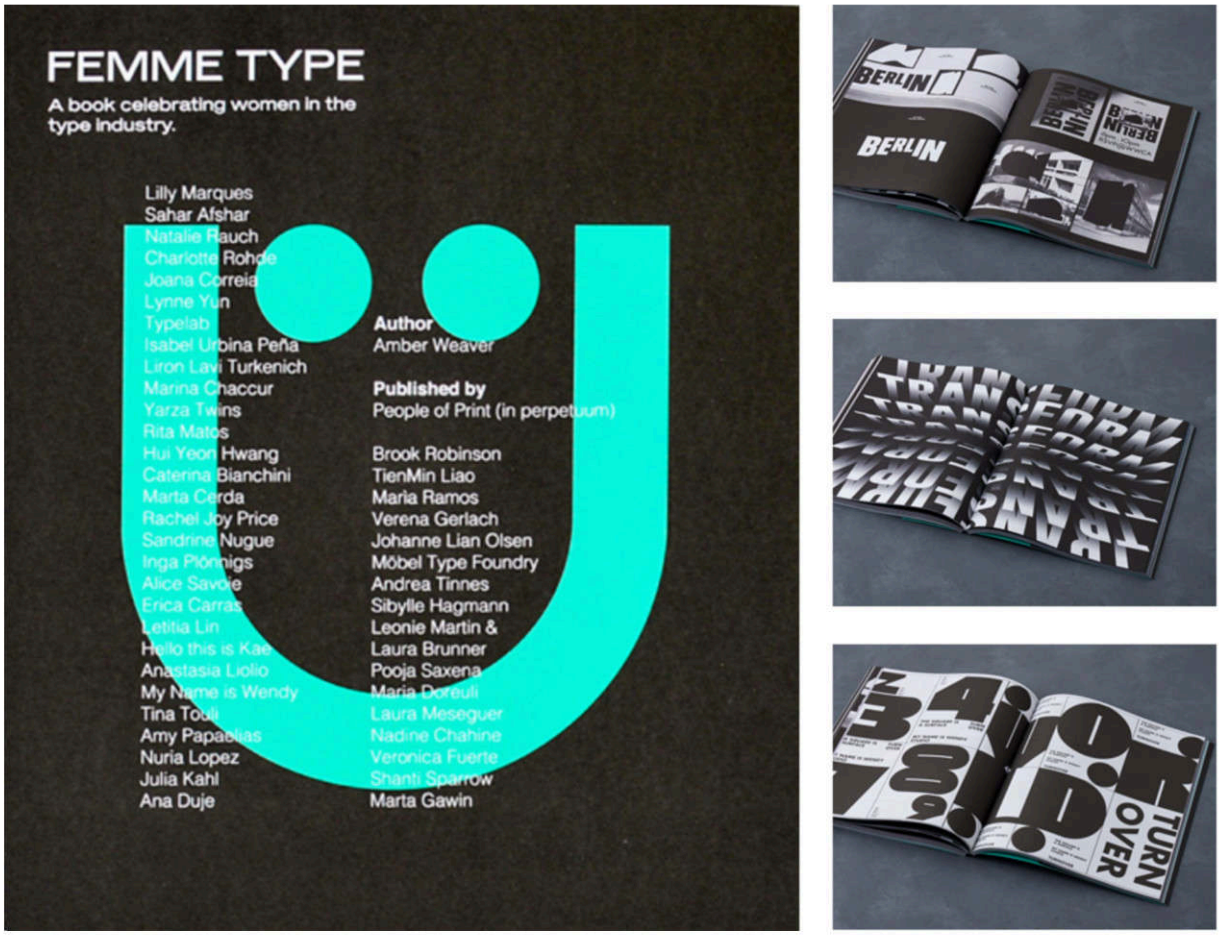
[2 punts]

La dissenyadora Amber Weaver va fer un recull per a visibilitzar la tasca de les dones que treballen la tipografia. El llibre que va publicar el 2019, *Femme Type*, inclou assajos, dissenys tipogràfics i tipografies creats per nombroses dissenyadores.

Llegiu aquest fragment d'un article del blog *Rayitas azules*:

«Estadísticament hi ha més noms d'homes que de dones en els llibres de disseny. Hi deu haver més dones en el camp de la tipografia i la impressió que estiguin produint treballs inspiradors; per què no són incloses en aquests llibres i els seus treballs no apareixen en les plataformes d'inspiració en línia?» Aquesta breu reflexió fou la que dugué Amber Weaver a concebre *Femme Type*, una publicació exclusivament femenina que «celebra» les obres de quaranta dones de talent sobradament contrastat en la indústria tipogràfica amb l'objectiu de crear una obra que inspiri altres dones (i homes) a seguir una carrera professional en el camp de la tipografia.

Traducció feta a partir del text «Mujeres en tipografía: *Femme Type*». *Rayitas azules* [en línia]



IMATGE A. Amber WEAVER. *Femme Type. A book celebrating women in the type industry.*

Responeu a **UNA** de les dues qüestions següents:

a) Què és la tipografia? Per què és tan important per al disseny gràfic? Esmenteu un mínim de cinc famílies tipogràfiques que conegueu i descriviu-ne els trets fonamentals. Raoneu les respostes.

b) Observeu el disseny de la coberta d'aquesta publicació i valoreu-ne els atributs formals i sígnics pel que fa a la composició, la gamma cromàtica, les imatges i la tipografia. En quins d'aquests atributs es poden reconèixer els objectius del projecte? Raoneu la resposta.

Exercici 2

[2 punts]

En la imatge B podeu observar el logotip original de la Fonda Europa i el redisseny que va crear Requena Office amb una tipografia personalitzada que actualitzava l'estil *art-déco*. El nou disseny va obtenir un premi Laus 2024 en la categoria de redisseny d'imatge corporativa per a la petita empresa.

La Fonda Europa ofereix bona cuina i repòs en un ambient familiar des del 1771. Hospitalitat, tradició, història i cultura són els principals conceptes que defineixen la Fonda Europa com un establiment amb una rica història al llarg de dos-cents anys; és per això que ha esdevingut un símbol i patrimoni de la ciutat de Granollers.



IMATGE B. Disseny previ (fons verd) i redisseny d'imatge d'identitat de la Fonda Europa (fons groc)

En la imatge C podeu observar diversos elements que formen part del projecte d'imatge corporativa de la Fonda Europa.



IMATGE C. Detall del menú, rètol a la façana, targeta de presentació i bossa

Responeu a les **DUES** qüestions següents:

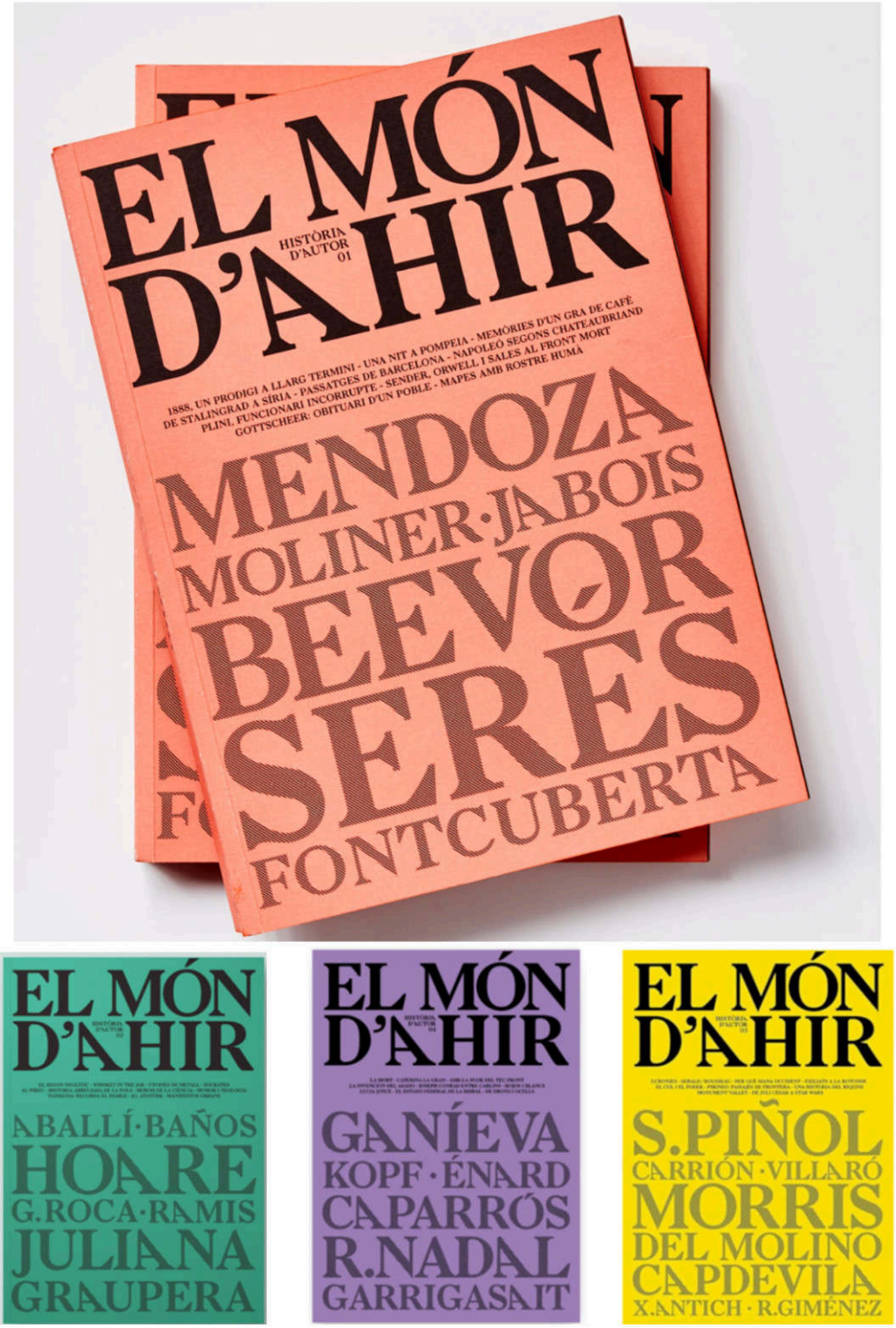
a) Amb relació al redisseny (imatge B), quins trets creieu que van ser importants per a merèixer un premi Laus en la categoria de redisseny d'imatge corporativa? Raoneu la resposta.

b) Observeu els diferents elements de la nova imatge d'identitat (imatge C) i valoreu-ne els atributs formals i sígnics pel que fa a color, tipografia i composició.

Exercici 1

[2 punts]

En la imatge A podeu observar alguns exemplars de la revista *El Món d'Ahir*, que va obtenir un premi Laus de plata a la millor coberta de llibre o revista.



IMATGE A. Cobertes de la revista *El Món d'Ahir*. Run Design, Barcelona

Impulsada per Toni Soler i l'equip de Minoria Absoluta, aquesta publicació fundada el 2016 pretén explicar la història des del punt de vista de diferents autors. Segons Toni Soler, «*El Món d'Ahir* té com a objectiu posar les nostres pàgines a disposició dels bons narradors perquè escriguin sobre el passat».

Llegiu la nota de premsa publicada sobre aquesta revista al diari *Ara*:

La revista, de periodicitat trimestral, també reivindica la vigència de la premsa escrita i vol ser una invitació a recuperar el plaer de llegir. El nom de la revista, *El Món d'Ahir*, fa referència a l'últim llibre de l'escriptor Stefan Zweig, un testimoni de l'Europa d'entreguerres.

«La revista *El Món d'Ahir*, guardonada amb el premi Laus Or a la millor publicació periòdica».
Ara [en línia] (8 juny 2018)

Responeu a **UNA** de les dues qüestions següents:

a) Definiu les principals característiques compositives de la diagramació d'aquesta col·lecció de cobertes i expliqueu quins són els trets tipogràfics que han propiciat l'adjudicació del premi Laus. Destaqueu quins són, a parer vostre, els dos trets tipogràfics més rellevants. Raoneu la resposta.

b) Descriviu detalladament quins són els trets principals d'aquestes cobertes pel que fa a la tipografia i la gamma cromàtica. Tenint en compte el text de l'enunciat, expliqueu per què creieu que no hi ha imatges.

5. PAU 2024 · Setembre · Sèrie 3 · Exercici 2 (Opció B)

Exercici 2

[2 punts]

OPCIÓ B

La imatge F mostra quatre portades de la revista de cinema de periodicitat mensual *Fotogramas*.



IMATGE F. Portades de la publicació *Fotogramas*

Responeu a les dues qüestions següents:

a) Definiu les principals característiques compositives de la diagramació, anomenada també arquitectura gràfica o retícula, d'aquesta publicació periòdica (capçalera, imatge, plans, columnes, tipografia, color, jerarquització…).

b) Quins són els trets que sempre són fixos en cada una de les publicacions i quins els que poden presentar variacions? Per què creieu que hi ha elements que van variant d'una portada a una altra?

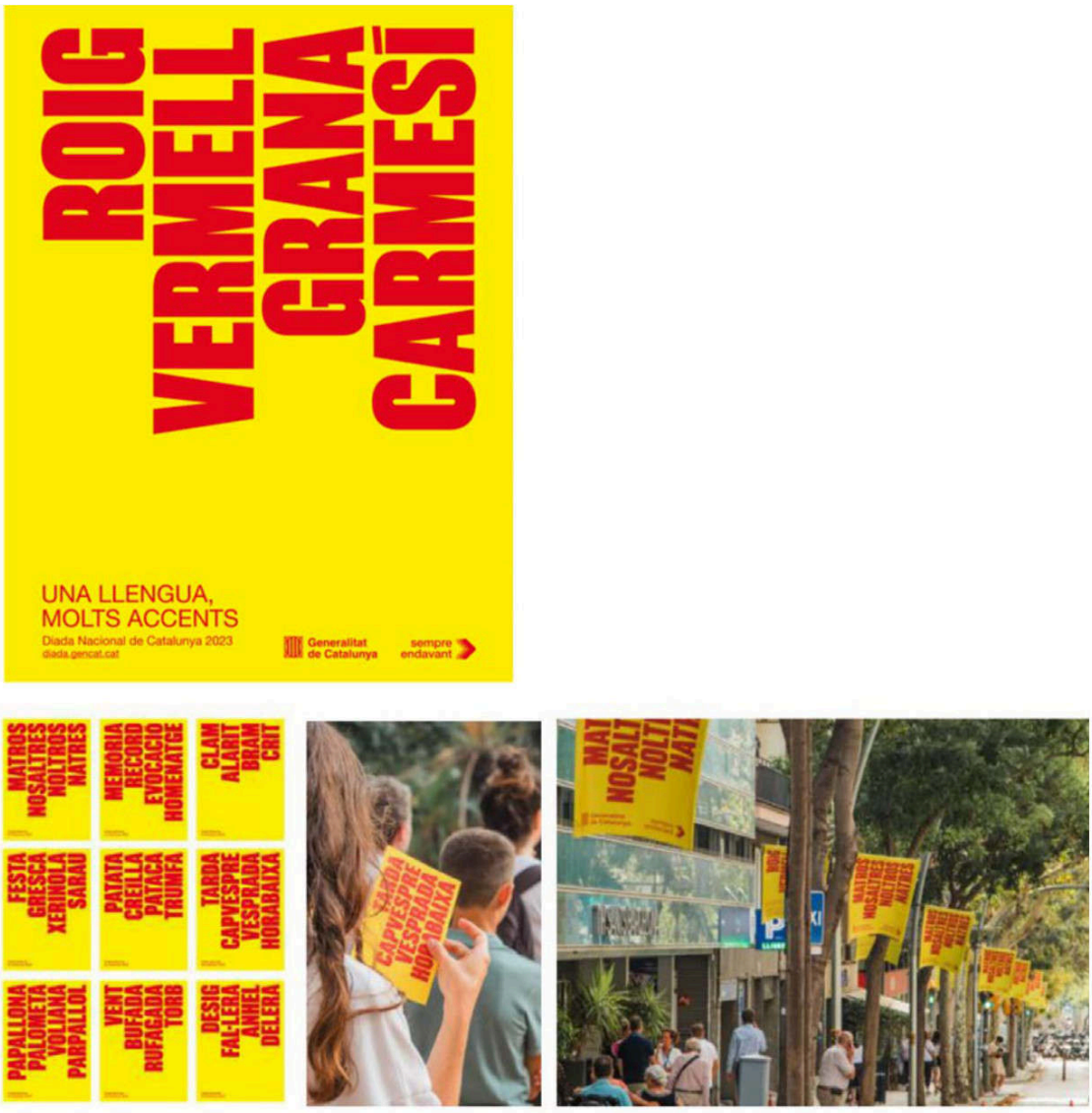
6. PAU 2024 · Juny · Sèrie 1 · Exercici 2 (Opció A)

Exercici 2
[2 punts]

OPCIÓ A

Observeu, en la imatge B, el cartell guanyador del concurs «Diada 2023» convocat per la Generalitat de Catalunya. El lema d'aquesta convocatòria era «Una llengua, molts accents».

La proposta guanyadora va ser la de l'Estudi Palouzié. A més a més del cartell, també es va presentar una imatge gràfica que incita a buscar sinònims d'altres mots en els diferents dialectes dels territoris de parla catalana.



IMATGE B. Cartell guanyador del concurs i diferents elements de la mateixa imatge gràfica i aplicacions

Segons l'estudi guanyador del concurs: «El cartell posa la llengua catalana amb les seves variants dialectals com a protagonista. Les paraules dibuixen la senyera descrivint els colors de les barres amb sinònims que demostren la riquesa de la llengua».

Així mateix, en una nota de premsa podia llegir-se:

La imatge guanyadora, obra de l'estudi de Xavier Palouzié, és conceptual: sobre un fons groc disposa les quatre barres de la senyera a partir de quatre variants dialectals del mot que designa el seu color: *roig*, *vermell*, *grana* i *carmesí*. Una expressió de la riquesa de la parla quotidiana.

Responeu a les dues preguntes següents:

a) Quins són els atributs gràfics i els atributs sígnics d'aquesta imatge gràfica? Raoneu la resposta.

b) Expliqueu els tres motius principals pels quals creieu que aquesta proposta va ser triada com a guanyadora pel jurat. Raoneu la resposta.

7. PAU 2023 · Setembre · Sèrie 2 · Exercici 2 (Opció A)

Exercici 2
[2 punts]

OPCIÓ A

Per la seva singularitat i la seva considerable extensió, el Parc Riu Llobregat necessitava una senyalització pròpia que permetés visualitzar l'espai protegit format per la llera del riu i els camins paral·lels dels marges i gaudir més d'aquest espai natural.

L'estudi Clase bcn, fundat pel dissenyador gràfic Claret Serrahima, va desenvolupar la senyalització del Parc Riu Llobregat (imatge C) per encàrrec de l'Àrea Metropolitana de Barcelona. Aquesta identitat visual es va desenvolupar a partir de la ela doble (*ll*) del nom del riu.



IMATGE C. Fotografies de la senyalització del Parc Riu Llobregat

Responeu les dues qüestions següents:

a) Expliqueu quins són els atributs gràfics i sígnics emprats en aquesta identitat visual.

b) Quines característiques funcionals tenen els elements tridimensionals d'aquesta identitat visual?

8. PAU 2023 · Juny · Sèrie 1 · Exercici 2 (Opció A)

Exercici 2
[2 punts]

OPCIÓ A

Observeu la imatge gràfica de Dead Stock (imatge D), una marca de roba juvenil informal. El logotip mostra variacions de l'amplària de quatre lletres que, en el cas de les pantalles interactives, van canviant d'amplada mentre es mouen. El seu autor va declarar: «Streetwear is as dynamic, changeable and exciting as its definition» («La moda de carrer és tan dinàmica, variable i emocionant com la seva pròpia definició»).



IMATGE D. Imatge gràfica de la marca Dead Stock, dissenyada per Sam Jacobs. Guardonada a l'American Graphic Design Award (2017) i finalista a l'Australian Graphic Design Award (2018)

Responeu les dues preguntes següents:

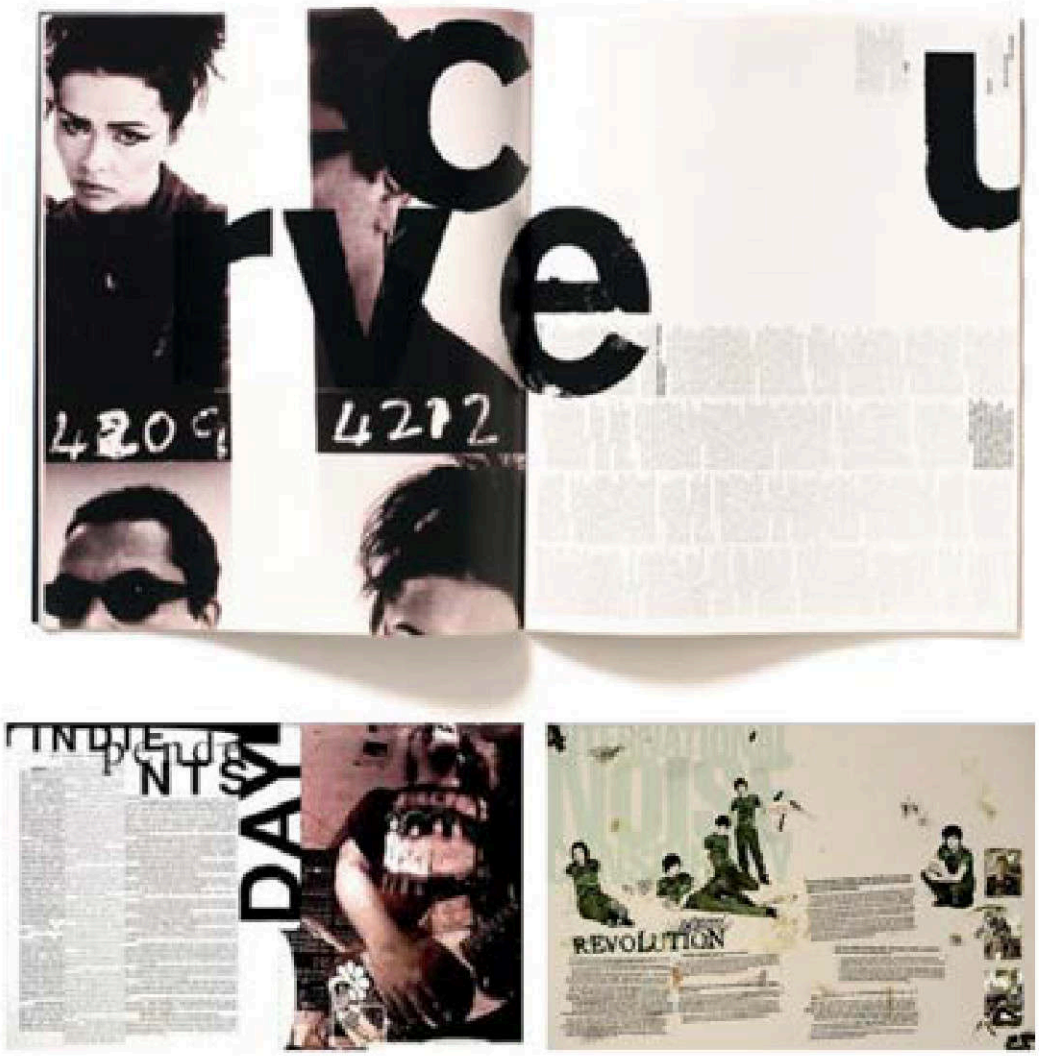
a) Quins són els atributs gràfics i sígnics d'aquesta imatge gràfica?

b) Amb quins dels atributs que heu esmentat a la resposta anterior té relació el que diu l'autor del logotip: «La moda de carrer és tan dinàmica, variable i emocionant com la seva pròpia definició»?

Exercici 1

[2 punts]

En la imatge A podeu veure unes quantes pàgines interiors de la revista de música *rock-and-roll* anomenada *Ray Gun*, dirigida pel dissenyador David Carson del 1992 al 1994.



IMATGE A. Alguns exemples de l'interior de la revista *Ray Gun*

Quan alguns crítics van titllar aquesta revista de caòtica i van afirmar que no tenia cap estructura, impedia una llegibilitat correcta i no facilitava la comunicació, David Carson va contestar: «No s'ha de confondre llegibilitat amb comunicació. Que una cosa sigui llegible no vol dir que comuniqui.»

Responeu **UNA** de les dues preguntes següents:

a) Què és la retícula, diagramació o arquitectura gràfica? Per a què serveix? Quines pautes cal tenir en compte a l'hora de fer una bona retícula per a una revista?

b) Per què penseu que aquesta publicació va ser tan criticada? Raoneu la resposta tenint en compte els exemples mostrats en la imatge A.

A què creieu que es refereix David Carson quan diu: «No s'ha de confondre llegibilitat amb comunicació»? Raoneu la resposta basant-vos en el tipus de revista de què es tracta.

Exercici 2

[2 punts]

OPCIÓ A

En la imatge B podeu observar una línia de xampús per a homes que va guanyar el premi Notable Packaging dels Core77 Design Awards de l'any 2020.



IMATGE B. Línia de xampús per a homes de Method Men (2019), dissenyada per Sean McGreevy, Mia Croft i Rudi Becker

Contesteu les dues qüestions següents:

a) Analitzeu aquesta línia de productes en relació amb la composició, la tipografia, la gamma cromàtica i altres elements gràfics emprats.

b) Expliqueu quins són els atributs bidimensionals i tridimensionals que identifiquen aquesta gamma de productes com a productes per a homes.

Exercici 2

[2 punts]

OPCIÓ A

En la imatge B es mostra el cartell de les festes de La Mercè de l'any 2021 a Barcelona, de la il·lustradora Malika Favre. A la presentació oficial del cartell la creadora va explicar el següent:

Si Barcelona fos una dona, seria guapa, protectora i poderosa […]. I així es representa: com una reina mediterrània decorada amb detalls i símbols que fan referència a la cultura catalana i barcelonina (els mosaics hidràulics, la Sagrada Família, la sardana, el panot característic de les voreres de la ciutat i l'escut de Barcelona).



IMATGE B. Cartell de les festes de La Mercè de l'any 2021

Contesteu les dues qüestions següents:

a) Quins són els atributs gràfics emprats en aquest cartell?

b) Com estan representats en el cartell els detalls i símbols que fan referència a la cultura catalana i barcelonina? Quin criteri compositiu s'utilitza?

12. PAU 2022 · Juny · Sèrie 2 · Exercici 1

Exercici 1

[2 punts]

En la imatge A podem observar la imatge visual corporativa de Benevolent Society, la primera organització benèfica que es va fundar a Austràlia. Aquesta entitat promou el canvi social treballant a partir de la construcció de famílies fortes, implicant les persones amb les comunitats a les quals pertanyen perquè aquestes comunitats siguin saludables.



IMATGE A. Fragments de la imatge visual corporativa de Benevolent Society, dissenyada per l'estudi Designworks (Austràlia)

Responeu a **UNA** de les dues preguntes següents:

a) Què és la identitat visual corporativa? Expliqueu quins propòsits té i què cal desenvolupar perquè les empreses puguin aplicar-la amb correcció.

b) Quins aspectes formals caracteritzen la identitat visual corporativa de Benevolent Society? Quins d'aquests aspectes formals es relacionen directament amb els valors de família forta, comunitat implicada i comunitat saludable? Raoneu la resposta.

13. PAU 2022 · Juny · Sèrie 2 · Exercici 2 (Opció B)

Exercici 2

[2 punts]

OPCIÓ B

En la imatge D podem observar un sistema d'etiquetes autoadhesives desenvolupat pel dissenyador gràfic Héctor Sos. Gràcies a aquest sistema, l'empresa Baas Architecture pot aplicar aquestes etiquetes sobre qualsevol material o suport.



IMATGE D. Alguns exemples de com es poden marcar diferents elements de papereria amb el sistema d'etiquetes autoadhesives

Contesteu les dues qüestions següents:

a) Quins són els atributs gràfics d'aquesta proposta?

b) Expliqueu els principals avantatges i inconvenients que presenta aquest sistema. Raoneu la resposta.

Exercici 2

[2 punts]

OPCIÓ A

L'empresa Peusek, que comercialitza un producte per a combatre la mala olor dels peus a causa de l'excés de sudoració, va ser fundada per Joan Deltell a mitjan segle xx.

En la imatge B es mostra l'evolució de la imatge gràfica d'aquesta empresa, des de la fundació, l'any 1951, fins a la imatge gràfica actual, redissenyada l'any 2011.



Imatge B

Contesteu les dues qüestions següents:

a) Descriviu les fases que ha experimentat la imatge gràfica de l'empresa fins a arribar al disseny del 2011.

b) Creieu que la imatge gràfica de Peusek ha evolucionat cap al que es considera un bon disseny? Justifiqueu la resposta.

15. PAU 2021 · Setembre · Sèrie 1 · Exercici 1

Exercici 1

[2 punts]

Llegiu el text següent i responeu a **UNA** de les dues preguntes que hi ha a continuació.

Gairebé no es parla de l'impacte de la tipografia en els negocis. De la tria que se'n fa com a arma estratègica per a arribar al subconscient del consumidor. Encara que de tipus n'hi ha molts, el repte és trobar el que s'adapti millor al propòsit i la identitat d'una empresa, marca o institució per a transmetre'n la cultura i personalitat. D'això se n'encarrega des de fa 133 anys Monotype, la fundició més gran del món, proveïdora també de tecnologia i aplicacions tipogràfiques. Les seves fonts són emprades per més del 60 % de les marques més potents del planeta, cosa que es tradueix en una facturació de 246,7 milions de dòlars (208 milions d'euros).

Traducció feta a partir de l'article de Susana Carrizosa.
«¿Cuál es tu tipo? Así crean nuevas tipografías los inventores de la Times New Roman».
El País [en línia] (23 agost 2020)



Imatge A. Exemples de tipus de lletra extrets de la pàgina web de Monotype

Responeu a **UNA** de les dues preguntes següents:

a) Quina frase del text pot servir per a establir un paral·lelisme amb el concepte de logotip? Raoneu la resposta.

b) A què creieu que es refereix l'autora del text quan diu: «la tria que se'n fa com a arma estratègica per a arribar al subconscient del consumidor»?

16. PAU 2021 · Setembre · Sèrie 1 · Exercici 2 (Opció B)

Exercici 2

[2 punts]

OPCIÓ B

En la imatge C es mostra la retolació dissenyada per al Centre Cívic i Espai de Gent Gran Baró de Viver de Barcelona. Aquesta retolació s'ha fet aplicant una perspectiva anamòrfica (efecte de perspectiva en què només des d'un punt de vista determinat es veu de forma proporcionada i clara l'element representat).



IMATGE C. Retolació dissenyada per Conrad Studio

Contesteu les dues qüestions següents:

a) Expliqueu quines són les característiques gràfiques d'aquesta retolació.

b) Pel que fa als aspectes visuals i formals, quins avantatges i inconvenients considereu que presenta aquesta retolació?

Exercici 2

[2 punts]

OPCIÓ A

OBEY Clothing és una marca de roba creada per Shepard Fairey (àlies *Obey*), un artista urbà i dissenyador gràfic estatunidenc, l'obra del qual va més enllà de les samarretes i les dessuadores. Fairey és també un activista que pretén conscienciar la gent sobre assumptes com el canvi climàtic, l'apartheid o els drets humans.

L'ús i la disposició de les formes, les línies i els colors, així com la composició visual d'aquests elements, són el que caracteritza la seva obra creativa. Observeu dos exemples de les seves il·lustracions en les imatges B i C:



IMATGE B. *Make Art Not War*, Shepard Fairey (*Obey*), art digital, 2016



IMATGE C. *Green Power*, Shepard Fairey (*Obey*), litografia òfset, 2019

Contesteu les dues preguntes següents:

a) Quins són els elements gràfics de disseny que comparteixen aquests dos cartells?

b) Quin és l'element bàsic de la composició? Què aporta al missatge?

18. PAU 2021 · Juny · Sèrie 5 · Exercici 1

Exercici 1

[2 punts]

Qualsevol empresa, organització, organisme o institució té un objectiu, una filosofia de treball i un caràcter concrets. En aquest món plural i competitiu, les empreses necessiten una identitat visual corporativa.

Responeu a **UNA** de les dues preguntes següents:

a) En què consisteix la identitat visual corporativa i quins són els seus components fonamentals?

b) Quina utilitat té la identitat visual corporativa per a una empresa o organització? Raoneu la resposta.

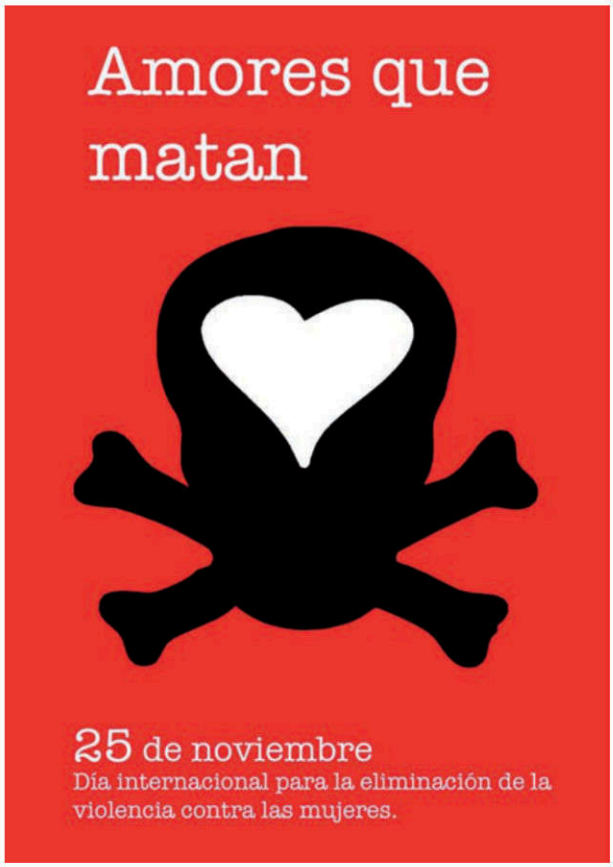
19. PAU 2021 · Juny · Sèrie 5 · Exercici 2 (Opció B)

Exercici 2

[2 punts]

OPCIÓ B

En la imatge B es mostra un cartell en què s'anuncia el Dia Internacional per a l'Eliminació de la Violència envers les Dones.



Imatge B

Contesteu les dues qüestions següents:

a) Quins són els atributs gràfics d'aquest cartell?

b) Comenteu els atributs sígnics del cartell i expliqueu com ajuden a transmetre'n el contingut.

20. PAU 2020 · Setembre · Sèrie 4 · Exercici 1

Exercici 1

[2 punts]

Llegiu el text següent, observeu la imatge A i responeu a **UNA** de les dues preguntes que hi ha a continuació.

Avui dia vivim en un món global. Hi ha un gran flux de persones que, lliurement o per força, es mouen arreu del món. Gent provinent de diferents cultures i amb una gran diversitat lingüística es mou per feina, turisme, estudis, per millorar les seves condicions de vida… Això fa que les persones es trobin en situacions noves o en espais desconeguts, i que estiguin perdudes i desinformades.



IMATGE A. Diversos suports gràfics amb funcions semblants

Responeu a **UNA** de les dues preguntes següents:

a) Quina és la disciplina del disseny que es dedica exclusivament a ajudar les persones a afrontar les situacions a les quals es refereix el text? Quines són les característiques principals d'aquesta disciplina?

b) Quines són les funcions prioritàries de la disciplina de què parla el text? Raoneu la resposta.

21. PAU 2020 · Setembre · Sèrie 4 · Exercici 2 (Opció B)

Exercici 2

[2 punts]

OPCIÓ B

La Fira del Llibre de València se celebra anualment al Jardí de Vivers. Per a fer-ne difusió, es convoca un concurs de cartells que organitza el Gremi de Llibrers de València amb la col·laboració de l'Associació de Professionals de la Il·lustració Valenciana (APIV).

En la imatge C podem observar dos d'aquests cartells: concretament els de les edicions 39 i 51 de la Fira del Llibre de València, obra dels il·lustradors Paco Giménez i Nacho Casanova, respectivament.



Imatge C

Descriviu quins són els trets gràfics principals d'aquests dos cartells pel que fa a la composició, la gamma cromàtica, la tipografia i els tipus d'imatges que conviden a la lectura.

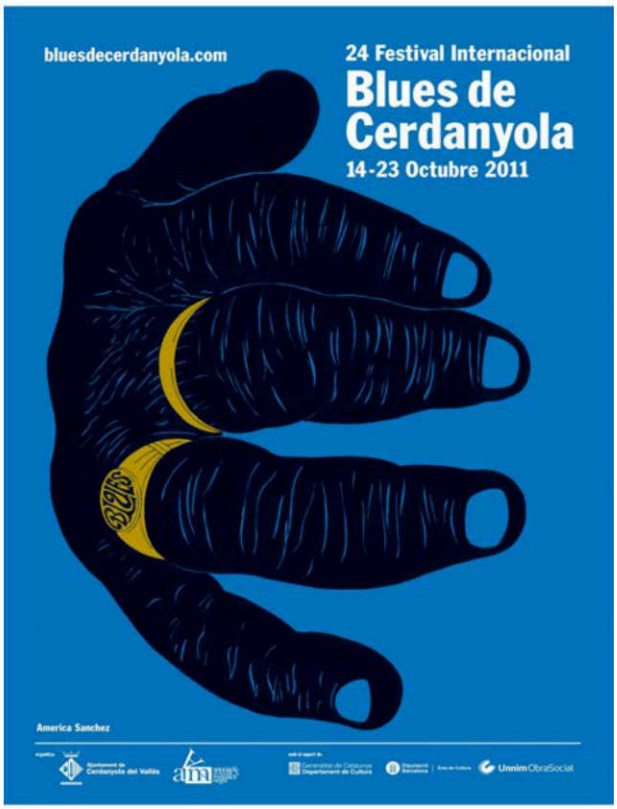
22. PAU 2020 · Juny · Sèrie 1 · Exercici 2 (Opció A)

Exercici 2
[2 punts]

OPCIÓ A

Aquest any el Palau Robert ha rendit homenatge, en una exposició, a la llarga i reconeguda trajectòria del dissenyador gràfic America Sanchez, vinculat a Barcelona des de fa més de cinquanta anys.

Els conceptes que defineixen millor l'obra d'America Sanchez són l'experimentació i la diversitat de llenguatges, tècniques i recursos gràfics. El seu estil és eclèctic i inclassificable.



IMATGE B. Cartell del 24è Festival Internacional de Blues de Cerdanyola. America Sanchez

Contesteu les dues qüestions següents:

a) Expliqueu quines són les tècniques i els recursos gràfics emprats en relació amb la composició, la gamma cromàtica, la tipografia i el tipus d'imatge del cartell que va dissenyar Sanchez per al 24è Festival Internacional de Blues de Cerdanyola (imatge B).

b) Quins són els atributs sígnics que podem observar en el cartell? Raoneu la resposta.

23. PAU 2020 · Juny · Sèrie 3 · Exercici 2 (Opció B)

Exercici 2
[2 punts]

OPCIÓ B

En la imatge C podem comparar dos logotips del Banco Bilbao Vizcaya Argentaria (BBVA). Aquest banc va presentar el nou logotip la primavera del 2019, quan va anunciar la unificació de totes les seves marques mundials. En relació amb el nou logotip, l'entitat va afirmar que el redisseny pretenia «transmetre millor la nostra nova realitat, cada cop més global i digital».



IMATGE C. Logotip antic (esquerra) i logotip nou (dreta)

Contesteu les dues qüestions següents:

a) Expliqueu les diferències entre els dos logotips.

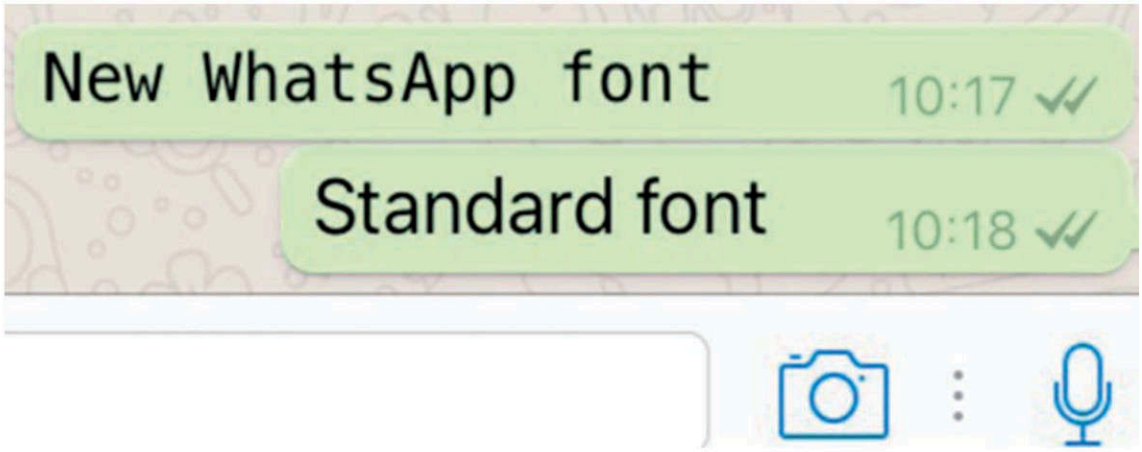
b) Per què creieu que el nou logotip representa millor la nova realitat, més global i digital?

OPCIÓ A

Exercici 2

[2 punts]

En la imatge B podem observar una captura de pantalla dels tipus de lletra FixedSys («New WhatsApp font») i Helvetica («Standard font»).



IMATGE B

WhatsApp, l'aplicació de missatgeria per a dispositius mòbils, va introduir l'any 2016 el tipus de lletra FixedSys, que l'usuari pot utilitzar en substitució de l'Helvetica, que apareix per defecte.

La lletra FixedSys, que té un aire *retro*, era utilitzada pels sistemes operatius Windows 1.0 i Windows 2.0, i també la usaven algunes màquines d'escriure.

Responeu a les preguntes següents:

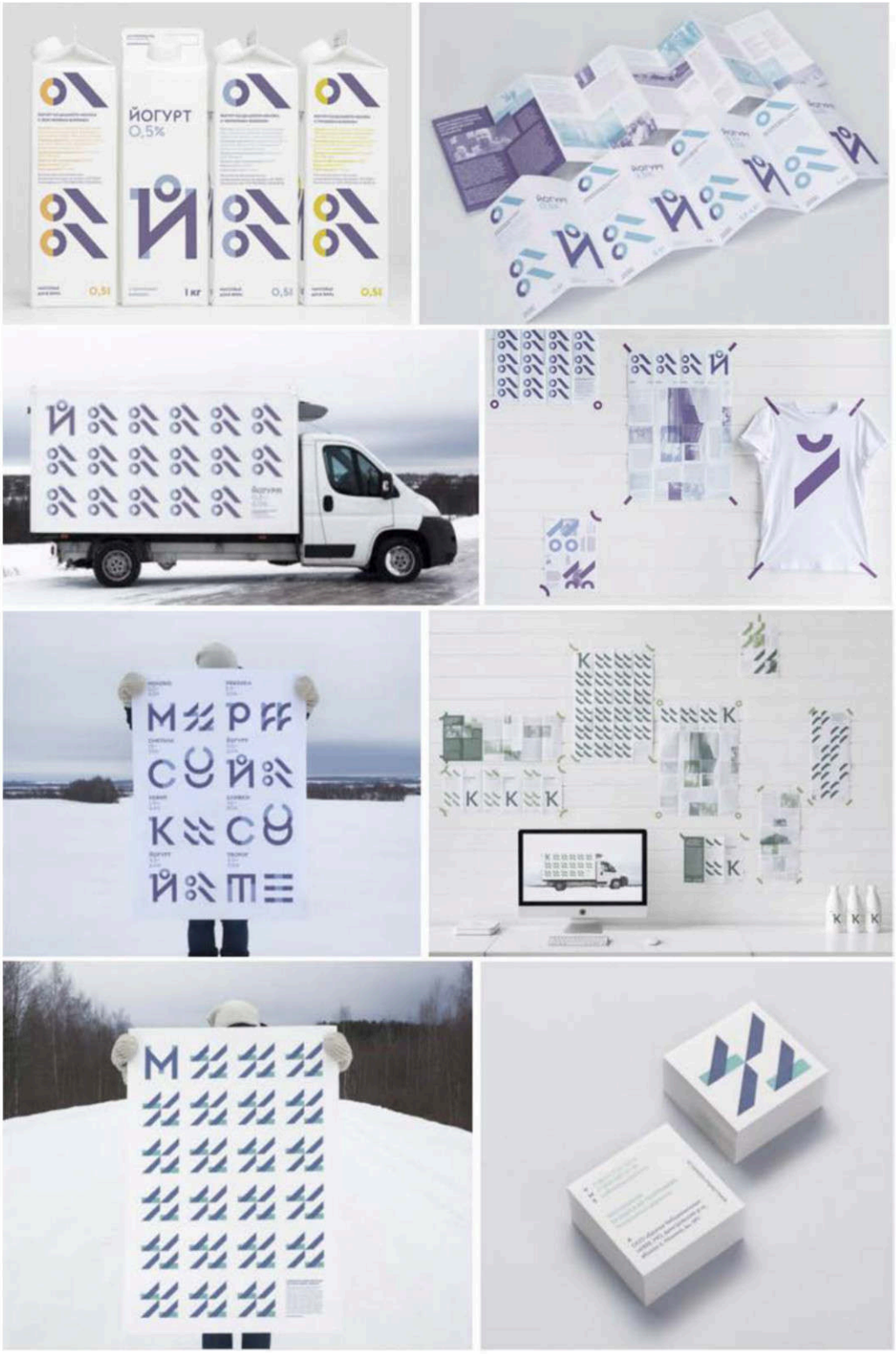
a) Quines són les diferències i les semblances més significatives entre els tipus de lletra FixedSys i Helvetica?

b) Quins avantatges creieu que pot tenir l'ús d'un tipus de lletra d'estil més *retro*?

Exercici 1

[2 punts]

En la imatge A podem observar diversos elements que formen part del projecte d'imatge corporativa d'una marca russa de productes làctics guardonat als European Design Awards 2015.



IMATGE A. Projecte d'imatge gràfica de la marca de productes làctics

Responeu a les preguntes següents:

a) Què és la imatge corporativa? Per a què serveix?

b) Quins trets formals caracteritzen la imatge gràfica que mostra la imatge A? Per què creieu que ha guanyat el primer premi d'aquest prestigiós concurs europeu?

26. PAU 2019 · Juny · Sèrie 1 · Exercici 2 (Opció B)

OPCIÓ B

Exercici 2

[2 punts]

En les imatges següents podem veure dues versions de la imatge gràfica de YouTube. La imatge E mostra una de les antigues imatges gràfiques de la plataforma i la imatge F mostra el redisseny d'aquesta imatge presentat l'agost del 2017. En tots dos casos s'empra la família tipogràfica Alternate Gothic.



IMATGE E. Imatge gràfica de YouTube anterior al 2017



IMATGE F. Redisseny de la imatge gràfica de YouTube, vigent des de l'agost del 2017

Contesteu les qüestions següents:

a) Descriviu les diferències entre les dues imatges i digueu per què creieu que els dissenyadors van pensar que el redisseny actual seria millor.

b) Una gran quantitat d'usuaris de YouTube no es van adonar dels canvis en la imatge gràfica quan es va redissenyar. Quin creieu que n'és el motiu? Considereu que és un bon redisseny? Justifiqueu les respostes.

OPCIÓ A

Exercici 2

[2 punts]

En la imatge A es mostra l'evolució gràfica de l'escut del Futbol Club Barcelona.



Imatge A

En la imatge B es mostra el nou disseny d'escut que el club va proposar als socis l'octubre del 2018, amb la intenció que fos aprovat i entrés en vigor a partir de la temporada 2019-2020.



Imatge B

En la presentació es defensava que «els canvis no posen en perill el reconeixement del símbol i respecten les arrels del club i l'origen del mateix escut. La nova forma busca assolir més harmonia i donar més visibilitat a Barcelona i Catalunya, mantenint intacta l'essència del club».

Contesteu les qüestions següents:

a) Expliqueu quins són els canvis gràfics més significatius que s'han produït des del primer escut fins a arribar a la proposta actual.

b) Comenteu a què creieu que es refereix el text quan diu que la proposta (imatge B) dona «més visibilitat a Barcelona i Catalunya, mantenint intacta l'essència del club».

28. PAU 2018 · Setembre · Sèrie 3 · Exercici 1

Exercici 1

[2 punts]

Llegiu l'afirmació següent, que va fer Tom Vasquez, dissenyador, il·lustrador i director d'art, i contesteu les dues qüestions que hi ha a continuació:

I've always held to the belief that the practice of creating compelling graphic design occurs not by employing the principles of a democracy, but rather, that of a monarchy. ('Sempre m'he aferrat a la convicció que la pràctica de generar un disseny gràfic convincent no es produeix utilitzant els principis de la democràcia, sinó, més aviat, els de la monarquia.')

a) Comenteu a què creieu que es refereix el dissenyador amb aquesta frase i per què utilitza aquesta metàfora.

b) Per a què s'utilitza el principi de jerarquia en un disseny? Quins elements gràfics poden intervenir en l'establiment d'aquest ordre jeràrquic?

OPCIÓ B

Exercici 2

[2 punts]

En la imatge E podem observar exemples dels envasos de tes ecològics de la marca Clipper, que és la marca número 1 de tes i cafès ecològics i de comerç just al Regne Unit. Els productes d'aquesta marca estan elaborats amb ingredients purs, procedents de les fonts de més qualitat, i sense cap substància afegida.

Big Fish, una empresa de *branding*, va redissenyar la imatge de Clipper. Amb el nou disseny es pretenia transmetre un missatge que fes èmfasi en el gust i que posicionés la marca com a «natural, justa i deliciosa».



IMATGE E. Mostres d'envasos de tes ecològics de la marca Clipper

Contesteu les dues qüestions següents:

a) Descriviu a grans trets la pauta compositiva d'aquests dissenys.

b) Quins són els atributs sígnics emprats en el *packaging* dels productes Clipper que contribueixen a transmetre el missatge de la marca?

OPCIÓ A

Exercici 2

[2 punts]

En la imatge B es mostren els cartells de les edicions de la Volta Ciclista a Catalunya dels anys 1936, 1975 i 1982, respectivament.



IMATGE B. Cartells de la Volta Ciclista a Catalunya

Responeu a les dues qüestions següents:

a) Expliqueu quins atributs gràfics i quins atributs sígnics es repeteixen en tots els cartells.

b) Quin dels tres cartells creieu que presenta una composició més adequada, tenint en compte la prova esportiva que anuncien? Justifiqueu la resposta.

Exercici 1

[2 punts]

Observeu els productes de la imatge A. Pertanyen a la línia Cero d'una marca farmacèutica de productes d'higiene i cura personal. Aquesta línia ha estat batejada com a Cero ('zero') perquè està formada per productes naturals per a la higiene diària que no contenen substàncies nocives per al cos (0 % parabens, 0 % fenoxietanol, 0 % organoclorats i 0 % colorants).



IMATGE A. Mostra de productes de la línia Cero, aptes per a tot tipus de pell

Contesteu les qüestions següents:

a) Quins són els atributs gràfics emprats en aquesta línia de productes?

b) Expliqueu què és la imatge gràfica d'una gamma de productes i per a què serveix a les empreses.

OPCIÓ B

Exercici 2

[2 punts]

En la imatge E es mostren els cartells de les edicions del 2015 i del 2016 de la Festa Major del barri de Sants de Barcelona. Aquests cartells, que fan 220 × 440 mm, van ser els més votats per un jurat entre les diverses propostes presentades pels participants al concurs que es convoca anualment per a triar el cartell.



IMATGE E

Contesteu les qüestions següents:

a) Expliqueu quines són les diferències i les semblances gràfiques entre els dos cartells.

b) Comenteu-ne les diferències sígniques.

Exercici 1

[2 punts]

La *impressió òfset* (en anglès, *offset printing*) és una tècnica d'impressió que permet la reproducció de textos i imatges. Observeu la imatge A i contesteu les dues qüestions que hi ha a continuació.



IMATGE A. Mostres d'impressió òfset i ampliació al 500 % d'un detall

a) Expliqueu en quin tipus de productes gràfics s'acostuma a utilitzar l'òfset com a tècnica d'impressió.

b) Què vol dir que la impressió òfset es duu a terme mitjançant planxes monocromàtiques? Digueu com podem aconseguir reproduir una fotografia en color i com s'anomena aquest procediment.

OPCIÓ B

Exercici 2

[2 punts]

Espinaler és una firma reconeguda de la gastronomia gurmet catalana. La marca té més de tres-cents productes en el mercat de les conserves. Com a part del seu projecte d'expansió internacional, Espinaler va encarregar el redisseny integral de la seva imatge gràfica i del *packaging* de tots els seus productes. Observeu el disseny d'etiquetes de la imatge D i contesteu les preguntes que hi ha a continuació.



IMATGE D. Redisseny del *packaging* d'alguns productes Espinaler

a) Quina és la pauta compositiva que es repeteix en els *packagings* de la imatge?

b) Quins valors aporten els diferents atributs gràfics als envasos d'aquests productes d'alta gastronomia?

35. PAU 2017 · Juny · Sèrie 1 · Exercici 1

Exercici 1

[2 punts]

En la imatge A podem observar l'embalatge de mitjons de la marca Bic, dissenyat per l'estudi Mousegraphics i guardonat amb un premi platí en els premis Pentawards de l'any 2016.



Imatge A

Responeu a les qüestions següents:

a) Què és el *packaging*? Per a què serveix?

b) Expliqueu quins són els atributs del disseny de l'embalatge de la imatge A que faran que es venguin més unitats del producte.

OPCIÓ B

Exercici 2

[2 punts]

En la imatge E podem observar la pàgina principal d'un lloc web de venda d'animals de peluix per a nens.



IMATGE E

Contesteu les preguntes següents:

a) Quins són els trets gràfics principals d'aquesta pàgina en relació amb la composició, la gamma cromàtica, la tipografia i el tipus d'imatge que fan que es pugui incloure dins la categoria de disseny enfocat als infants?

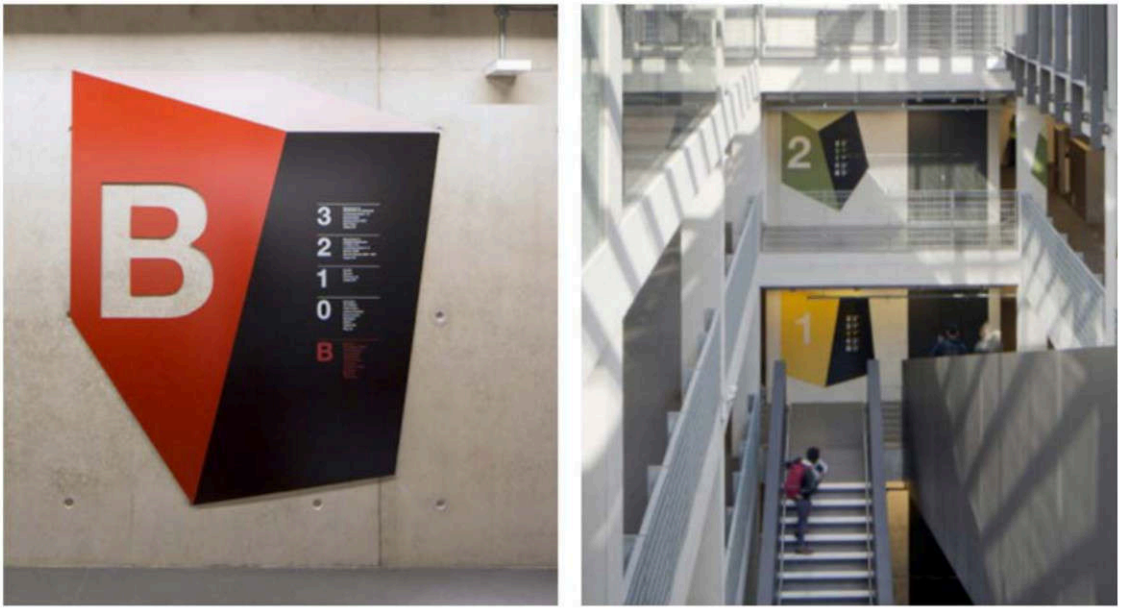
b) Quins trets serien diferents en el cas d'un lloc web destinat a un públic objectiu de persones de més de setanta anys?

OPCIÓ A

Exercici 2

[2 punts]

En la imatge B podem observar diversos detalls de la senyalització elaborada per a una biblioteca universitària, premiada als European Design Awards l'any 2015.



IMATGE B. Senyalització per a l'edifici de la biblioteca de la Universitat de Greenwich. Holmes Wood

a) Quins són els atributs gràfics i sígnics que defineixen aquest tipus d'intervenció gràfica en l'espai?

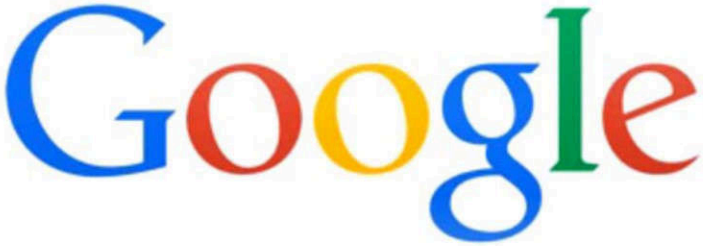
b) Per què creieu que aquesta proposta ha guanyat un premi europeu de disseny?

OPCIÓ B

Exercici 2

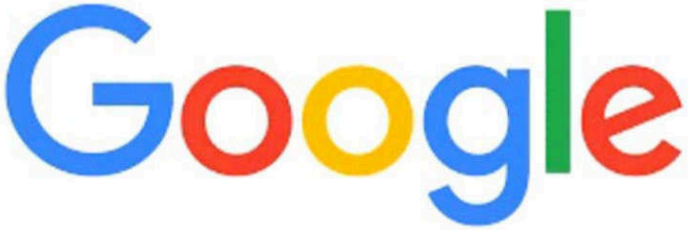
[2 punts]

La imatge E mostra el logotip antic del cercador Google.



IMATGE E

La imatge F mostra el nou logotip de Google, que va ser presentat el setembre del 2015. El nou logotip conserva els colors vermell, blau, groc i verd, que són els distintius d'aquesta empresa tecnològica. La diferència més important és que la nova tipografia és *sans serif*.



IMATGE F

En la presentació del nou logotip, la mateixa empresa va afirmar: «Creiem que hem agafat el millor de Google (la simplicitat, el color, la imatge agradable) i ho hem redissenyat no només per al Google actual, sinó també per al Google del futur.»

Expliqueu quines són les característiques gràfiques del nou logotip i per què l'empresa creu que amb aquestes variacions formals el logotip és més actual.

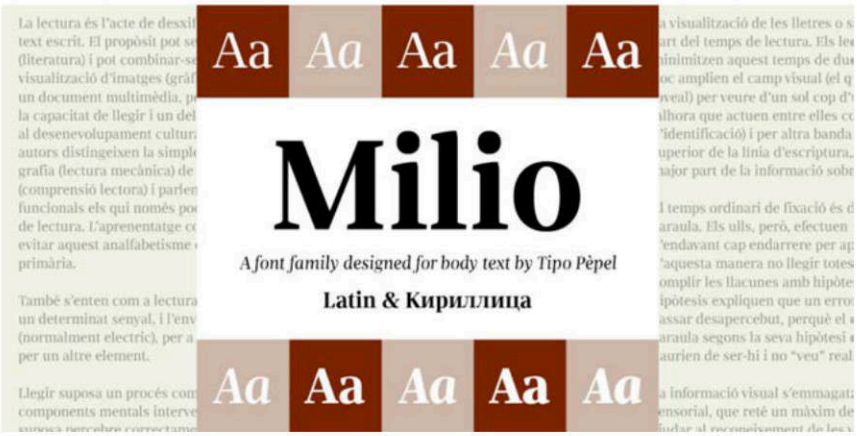
Exercici 1

[2 punts]

Pep Patau, dissenyador gràfic, investiga sobre tipografia i crea tipografies.

En la imatge A podem observar una de les seves últimes creacions. Es tracta de Milio, una tipografia pensada per a espais exigents com l'edició en paper premsa i en revistes, en què la llegibilitat de la tipografia és fonamental.

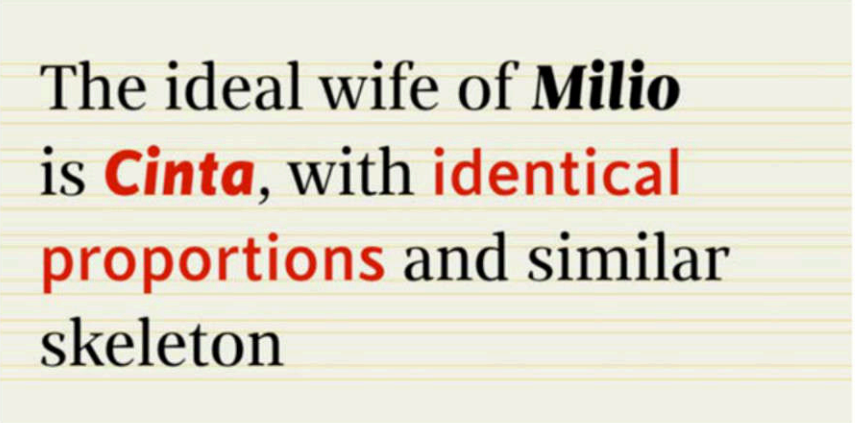
Pensant també en les dificultats de la composició per a premsa, Milio ha estat dissenyada amb la idea de poder ser utilitzada conjuntament amb Cinta (imatge B), una tipografia de contrast i proporció similars.



Imatge A



Imatge B



Tenint en compte la imatge C, responeu a les preguntes següents:

a) A quina família tipogràfica pertanyen les tipografies Milio i Cinta? Per què?

b) Quin avantatge pot suposar que siguin combinables?

40. PAU 2016 · Juny · Sèrie 5 · Exercici 2 (Opció A)

OPCIÓ A

Exercici 2

[2 punts]

En la imatge D podem observar algunes aplicacions de la imatge corporativa d'un establiment de productes de dietètica, homeopatia i medicina natural.



IMATGE D. Aplicacions de la imatge gràfica d'un establiment de productes de medicina natural

a) Quins atributs gràfics i sígnics té aquesta marca?

b) Per què penseu que s'ha emprat el símbol d'una creu de farmàcia però se n'ha canviat tant l'aspecte?

OPCIÓ B

Exercici 2

[2 punts]

La imatge F mostra dos exemples de la imatge gràfica per als concerts matinals de l'antic Palau dels Esports de Barcelona (ara Barcelona Teatre Musical).



IMATGE F. Treballs gràfics de Miquel Polidano guardonats amb el premi Grand Laus, 2008

a) Quins atributs gràfics i sígnics tenen aquests dos cartells?

b) Quins recursos gràfics ha emprat el dissenyador per a aconseguir llegibilitat?

OPCIÓ B

Exercici 2

[2 punts]

La imatge D mostra la nova imatge gràfica de la companyia aèria espanyola Iberia, que ha substituït la que hi havia des de l'any 1992 i que es pot veure en la imatge E.

Expliqueu els atributs gràfics i sígnics de la nova imatge en relació amb l'anterior.



Imatge D



Imatge E

OPCIÓ B

Exercici 2

[2 punts]

En la imatge F podem observar la samarreta groga, creada en defensa de l'ensenyament públic de qualitat, que ha estat guardonada amb la Medalla FAD (Foment de les Arts i del Disseny) 2014.

Una de les valoracions que ha rebut com a mereixedora del guardó és la següent: «[…] els aspectes formals de la comunicació, que creen una imatge corporativa contundent, resolta d'una manera clara i molt senzilla d'utilitzar».

Descriviu els aspectes formals d'aquesta imatge gràfica i expliqueu la significació que poden tenir.



Imatge F

44. PAU 2014 · Setembre · Sèrie 5 · Exercici 2 (Opció B)

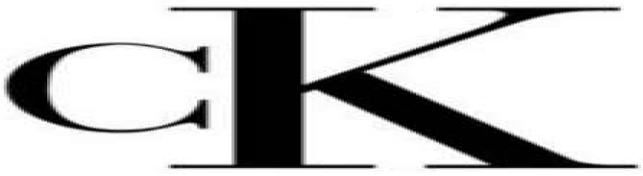
OPCIÓ B

Exercici 2

[2 punts]

La imatge F mostra les ima
Contesteu les qüestions seg
— Quins trets formals cor
— Quines són les tres ima
d'una bona imatge gràfica?
Expliqueu raonadament i a





IMATGE F. Imatges grà
Gi

OPCIÓ B

Exercici 2

[2 punts]

La imatge E mostra l'evolució de les imatges gràfiques de dues grans empreses multinacionals.

Contesteu les qüestions següents:

— Definiu les fases que han experimentat les imatges gràfiques fins a arribar a les imatges actuals.

— Creieu que han evolucionat cap al que es considera «bon disseny»?



IMATGE E

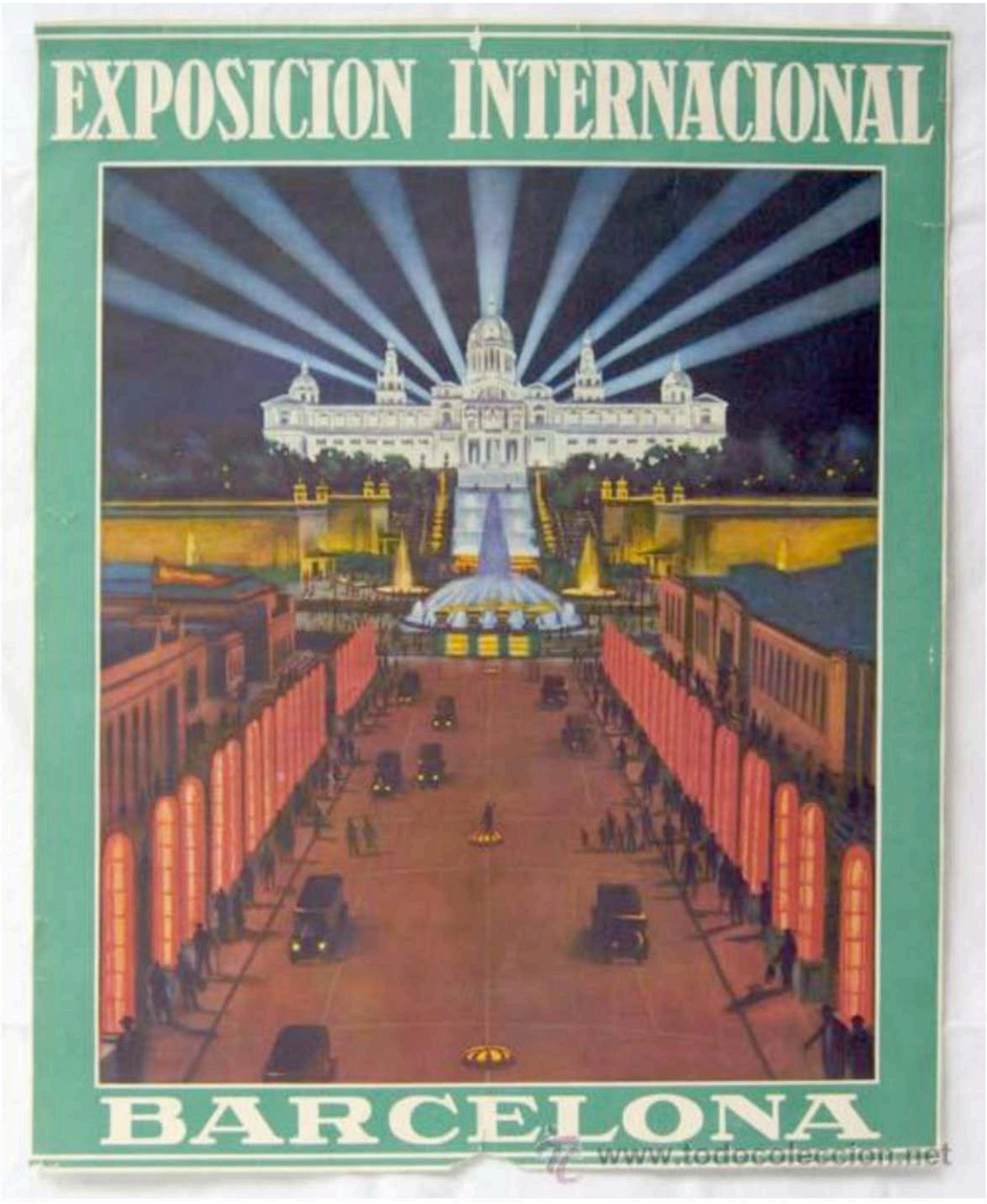
OPCIÓ B

Exercici 2

[2 punts]

L'Exposició Internacional de Barcelona del 1929 va comportar una gran projecció de la ciutat cap a l'exterior i un gran avenç des dels punts de vista cultural, tecnològic, econòmic, urbanístic i arquitectònic. Un dels múltiples cartells que es van dissenyar per a fer-ne difusió és el que apareix en la imatge C.

Analitzeu el cartell i descriviu-ne els atributs estètics i sígnics.



IMATGE C. Cartell *art déco* de l'Exposició Internacional de Barcelona, 1929. Il·lustració de G. Amat, Impremta Rieusset, SA, Barcelona

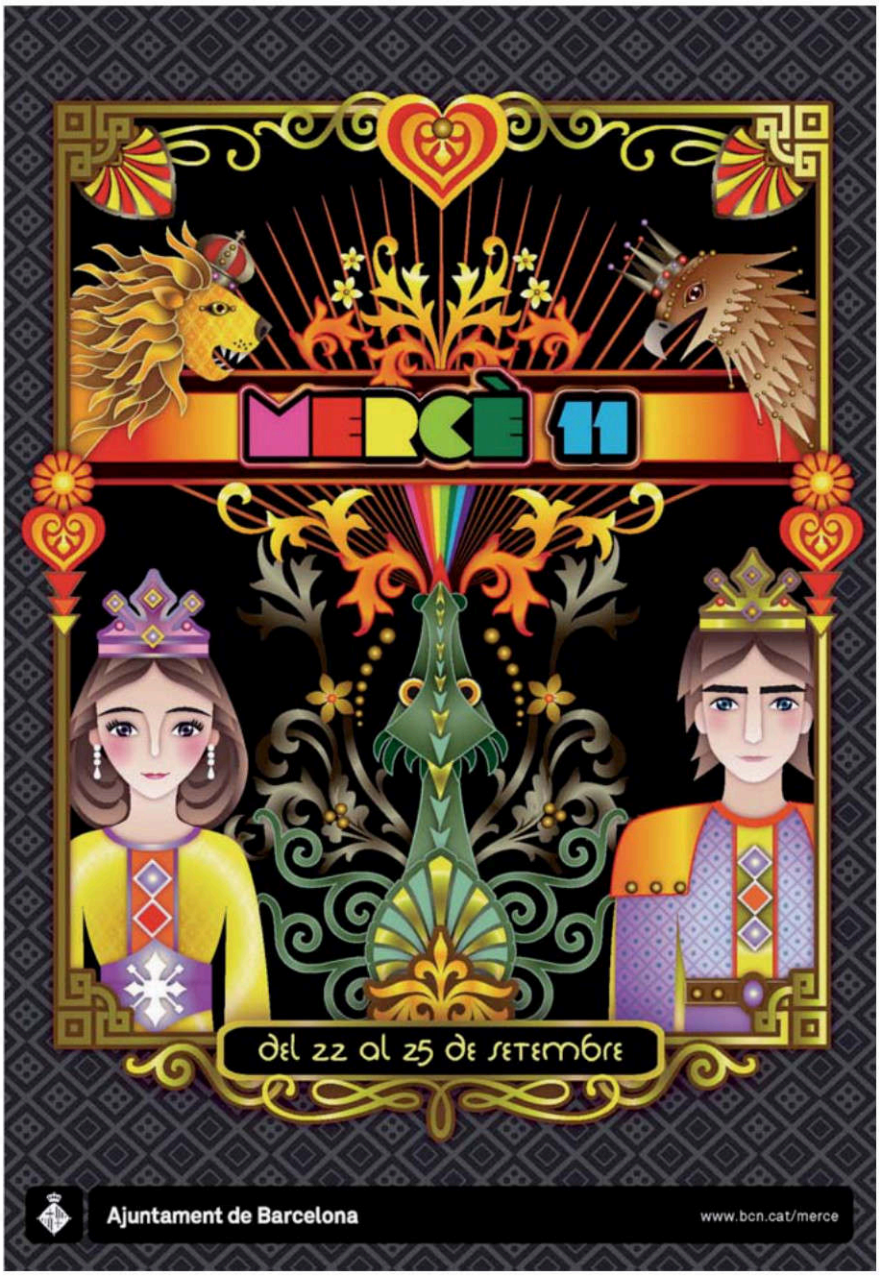
OPCIÓ A

Exercici 2

[2 punts]

La imatge B mostra el cartell de les Festes de la Mercè de Barcelona 2011, dissenyat per Catalina Estrada.

Descriviu els aspectes formals i sígnics d'aquest cartell.



IMATGE B

48. PAU 2013 · Juny · Sèrie 3 · Exercici 2 (Opció A)

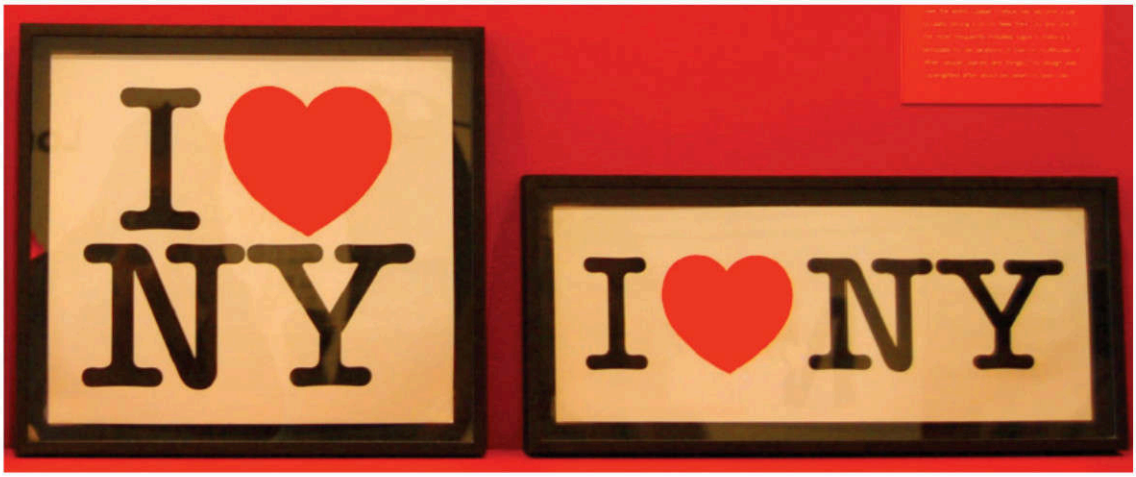
OPCIÓ A

Exercici 2

[2 punts]

En el Museu d'Art Modern de Nova York s'exhibeixen l'esbós i el disseny d'un dels logotips més coneguts d'aquesta ciutat. La imatge B mostra aquest logotip creat per Milton Glaser, l'any 1977, per a la campanya de millora de la imatge de Nova York que, en aquell moment, es trobava en declivi a causa de la creixent activitat delictiva.

Descriviu els atributs gràfics i sígnics d'aquest logotip.



IMATGE B

49. PAU 2013 · Juny · Sèrie 5 · Exercici 1

Exercici 1

[2 punts]

La imatge A mostra quatre portades de la revista *Cuina*.



IMATGE A

Contesteu les qüestions següents:

— Què és la diagramació, anomenada també *arquitectura gràfica* o *retícula*?

— Expliqueu els trets fonamentals que caracteritzen la diagramació de les portades d'aquesta revista.

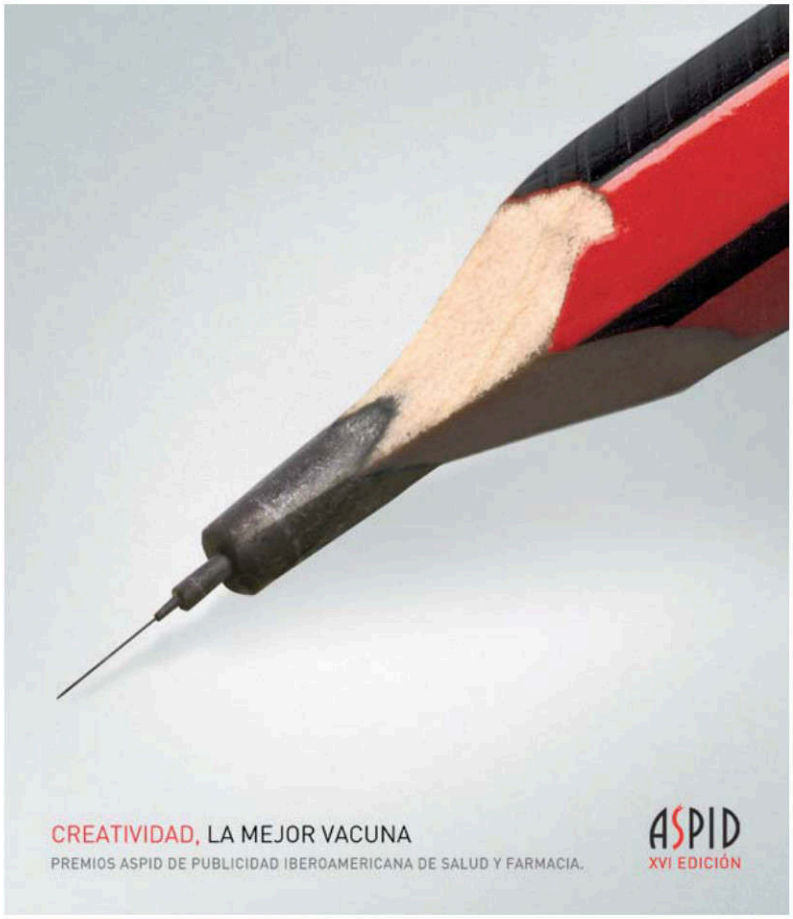
OPCIÓ B

Exercici 2

[2 punts]

La imatge E mostra un cartell que fa referència a la publicitat en temes de medicina i salut.

Descriviu els aspectes formals i sígnics d'aquest cartell.



IMATGE E. Cartell de Leonardo Rincón i Jaime Gasset, 2012

OPCIÓ B

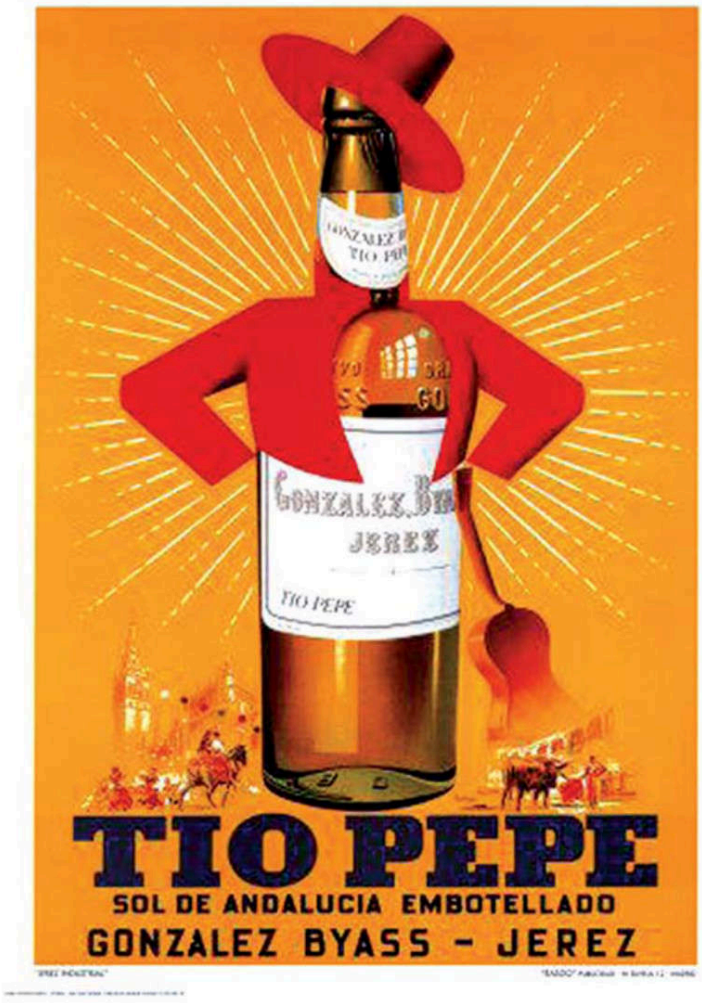
Exercici 2

[2 punts]

Luis Pérez Solero, encarregat de la publicitat del famós celler González Byass, va dissenyar, el 1935, amb motiu del centenari de la fundació de l'empresa, la imatge de Tío Pepe, popular encara avui.

L'ampolla tradicional, coberta amb una torera vermella, un barret cordovès d'ala ampla, també vermell, i una guitarra, adquireix un aspecte antropomòrfic que pretén representar l'essència de la cultura i la tradició del xerès.

Expliqueu els atributs gràfics i sígnics emprats per l'autor en el llançament del cartell de la imatge E.



IMATGE E

OPCIÓ B

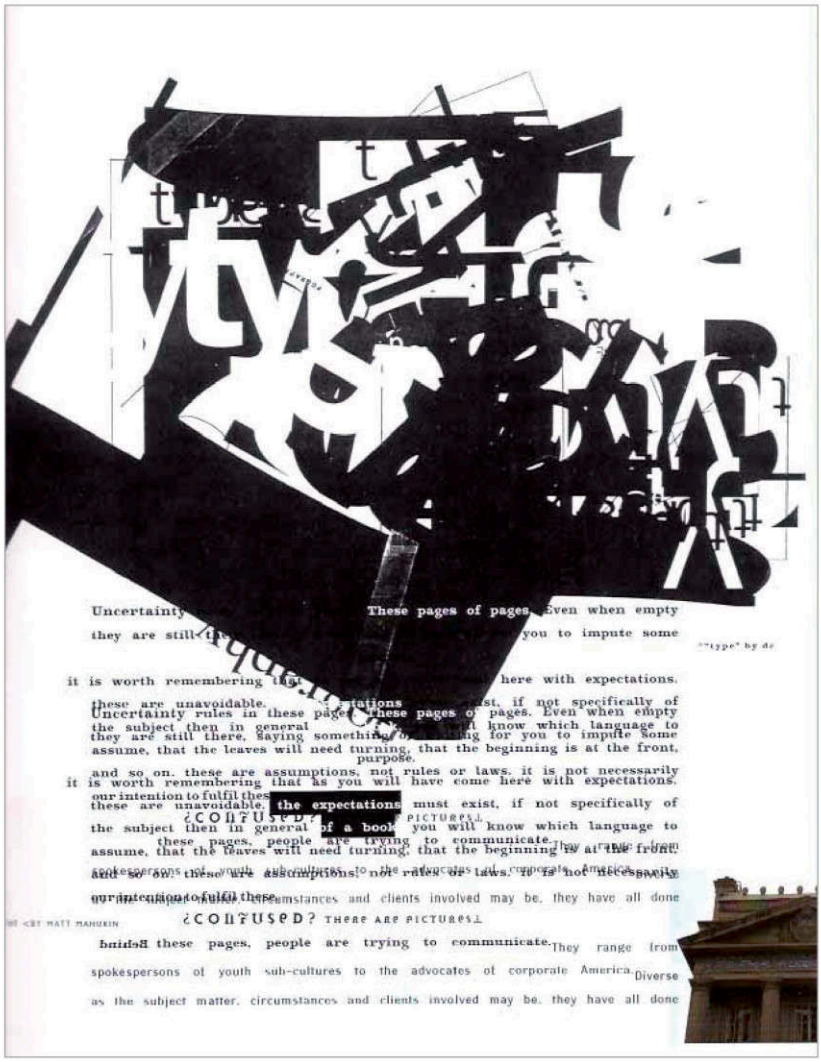
Exercici 2

[2 punts]

Observeu atentament el grafisme de la imatge G i contesteu les qüestions següents:

— Detalleu els atributs sígnics d'aquesta plana de revista dissenyada per David Carson.

— Expliqueu com interaccionen el text i la imatge.



IMATGE G. *The end of print. The graphic design of David Carson.* Lewis Blackwell, 2000.

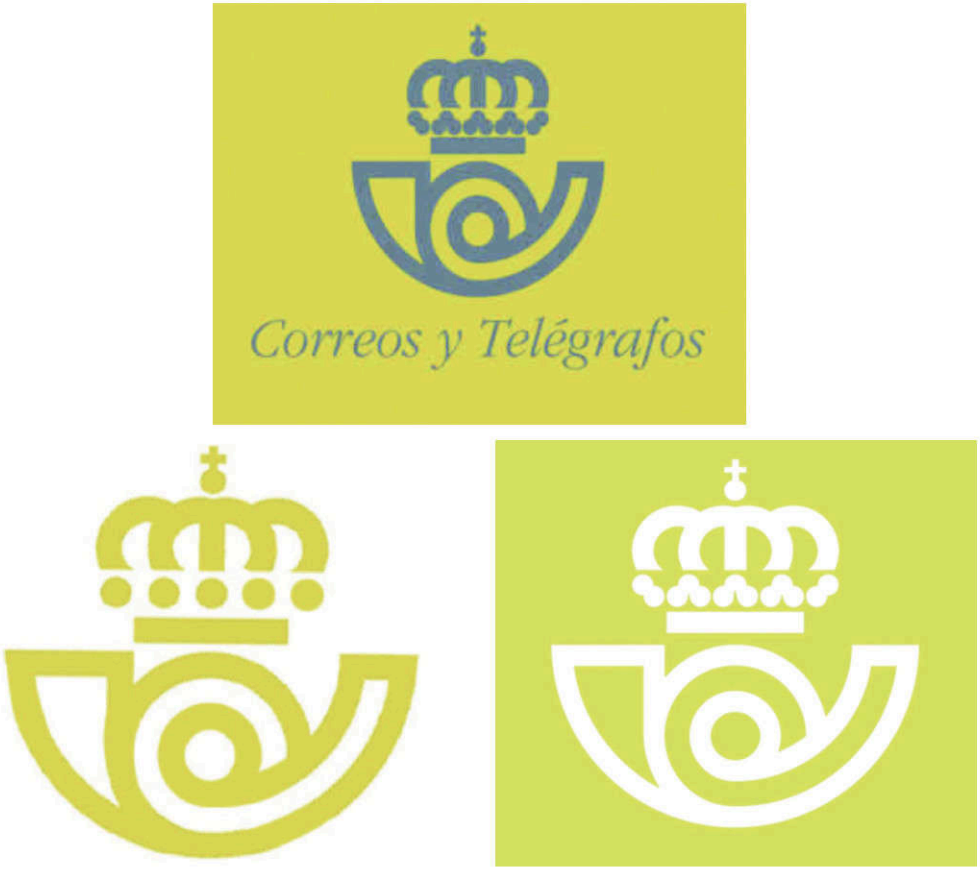
53. PAU 2012 · Juny · Sèrie 3 · Exercici 1

Exercici 1

[2 punts]

La Sociedad Estatal de Correos y Telégrafos va encarregar al grafista José María Cruz Novillo la nova imatge gràfica del servei de correus (imatge A). Aquesta nova imatge és una combinació de dos símbols concrets que estableixen una clara identificació amb una empresa oficial de rang estatal.

Expliqueu els atributs gràfics i els atributs de significació de la identitat de l'empresa.



IMATGE A

Exercici 1

[2 punts]

El 1863 s'inaugurà a Londres la primera línia de metro: la Metropolitan Line, entre les estacions de Paddington i Farringdon. El 1931, Frank Pick, com a director de la companyia, i atesa la proliferació d'empreses constructores de línies de metro, s'adonà que la nova empresa en expansió no tindria cap possibilitat d'èxit, tret que els usuaris poguessin identificar la xarxa com una unitat específica. Per això va introduir un únic marc visual potent i, en fer-ho, va crear una nova identitat corporativa totalment integrada.

Es va convidar diversos artistes i arquitectes a crear estacions i rutes, i diferents dissenyadors gràfics a idear els cartells, la tipografia i els plànols de línies que es farien servir a les estacions de metro.

Harry Beck, un dels electricistes de la companyia, va dissenyar per iniciativa pròpia el plànol del metro, en què es representa Londres d'una manera més abstracta i geomètrica.

Expliqueu breument en què es basa aquest disseny i per què l'han adoptat tants països.



IMATGE A. Plànol del metro de Londres.

OPCIÓ B

Exercici 2

[2 punts]

En la imatge D es mostra un embalatge d'un producte ecològic. Comenteu-ne els atributs gràfics i sígnics que operen en consonància amb la consciència ambiental.



IMATGE D. *Ecopack* per a la funda d'un iPod.

OPCIÓ B

Exercici 2

[2 punts]

L'any 1999, SEAT va presentar, al Saló de l'Automòbil de Ginebra, una nova imatge gràfica, per a mostrar millor el perfil entusiasta, jove i esportiu característic de l'empresa.

Dues de les novetats principals van ser un nou logotip i un nou grafisme per a identificar la marca (imatge D).

Expliqueu quins són els canvis i els atributs gràfics i sígnics de la nova identitat de l'empresa respecte de l'anterior.



IMATGE D. Imatge substituïda.



Nova imatge corporativa.

OPCIÓ B

Exercici 2

[2 punts]

En la imatge G es mostren alguns cartells del dissenyador iranià Reza Abedini.

Comenteu quin paper tenen la tipografia i la cal·ligrafia en la seva obra i descriviu l'ús del color en aquestes intervencions gràfiques.



IMATGE G

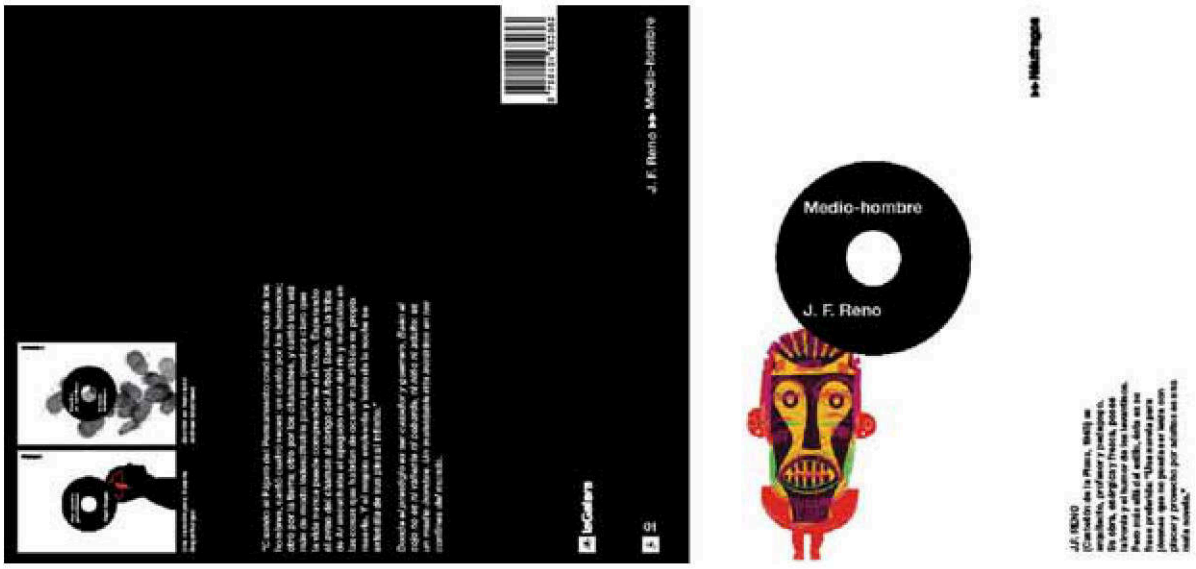
Exercici 1

[2 punts]

Les cobertes que es mostren en les imatges A i B pertanyen a dos llibres de la nova col·lecció Náufragos, que ens presenta la Galera, SAU Editorial.

Expliqueu quina línia compositiva creieu que ha utilitzat el dissenyador.

Expliqueu també, breument, els atributs estètics i semiològics o sígnics de les imatges de les cobertes.



IMATGE A



IMATGE B

OPCIÓ A

Exercici 2

[2 punts]

Trieu UNA de les tres qüestions següents i resoleu-la:

2.1. En les imatges C, D, E i F es mostra l'innovador projecte de Front Arquitects, un equip d'arquitectes polonesos que, inspirant-se en els tòtems publicitaris que apareixen als costats de les autopistes i en els palafits, ens presenten aquestes cases a les altures, que sembla que desafiïn les lleis de la gravetat.

El pilar de sustentació, que també conté les instal·lacions d'aigua i llum, sosté un petit habitatge de 180 × 600 cm, on hi cap una sala d'estar, una petita cuina, un bany i un dormitori.

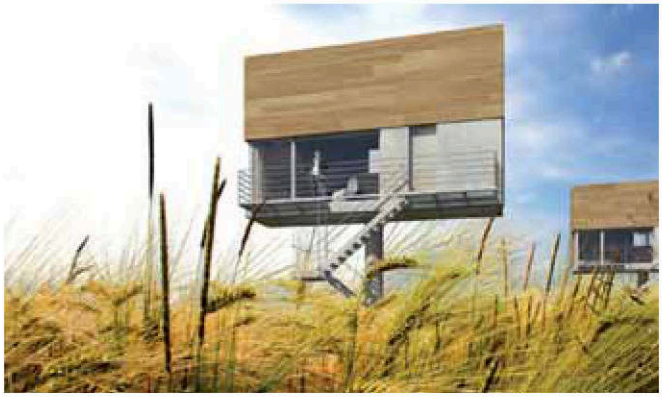
Expliqueu els avantatges i els inconvenients d'aquest disseny.



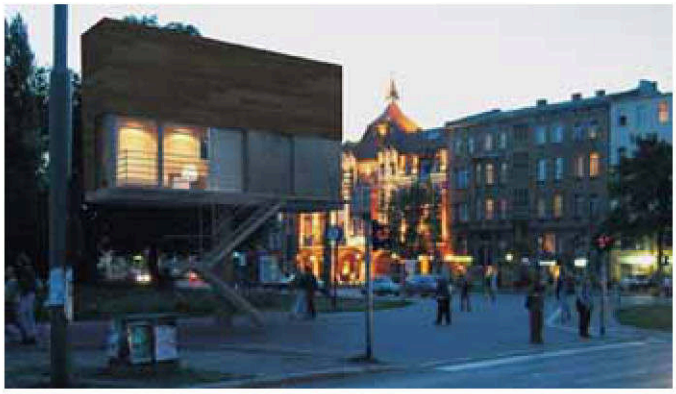
IMATGE C



IMATGE D

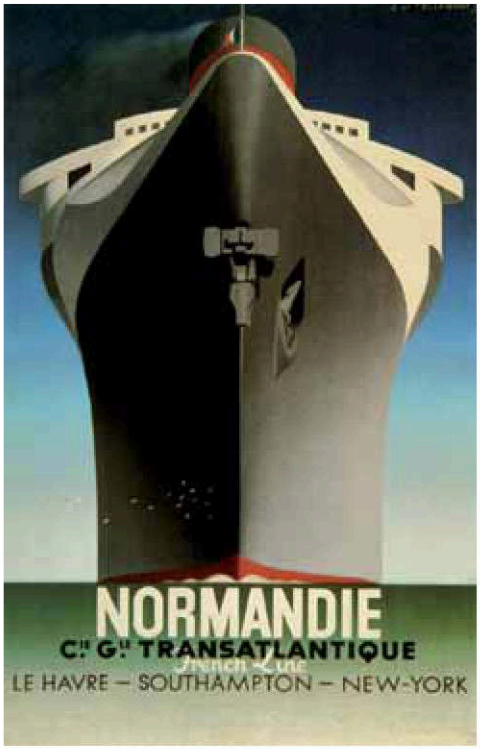


IMATGE E



IMATGE F

2.2. Expliqueu els criteris compositius, tan diferents, adoptats en l'elaboració dels cartells de les imatges G, H, I i J.



IMATGE G



IMATGE H



IMATGE I



IMATGE J

2.3. En la imatge K es mostra l'internacional anglès Wayne Rooney en la campanya publicitària de Nike de l'any 2006.

El polèmic cartell mostra el jove davanter de la selecció anglesa de futbol amb els braços en creu, els punys tancats, el gest desafiador, el tors nu i la creu de Sant Jordi, símbol d'Anglaterra, pintada al cos en roig viu.

Expliqueu les característiques formals d'aquesta imatge gràfica i la significació que pot tenir aquest tipus de campanya publicitària.



IMATGE K

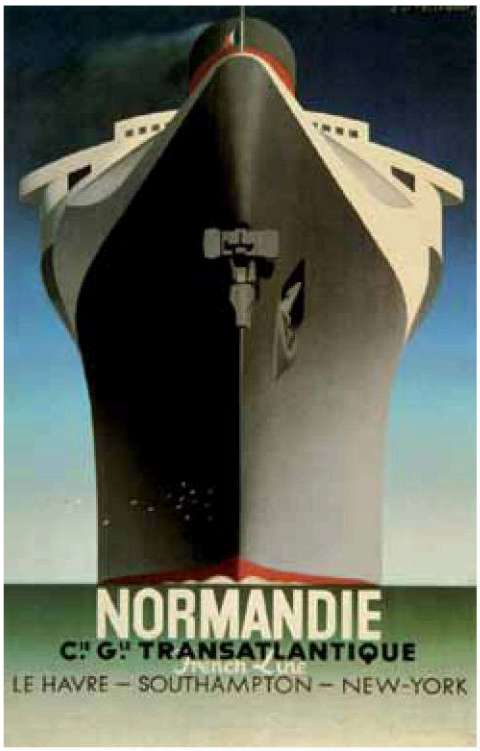
OPCIÓ B

Exercici 2

[2 punts]

Trieu UNA de les tres qüestions següents i resoleu-la:

2.1. Expliqueu els criteris compositius, tan diferents, adoptats en l'elaboració dels cartells de les imatges G, H, I i J.



IMATGE G



IMATGE H



IMATGE I



IMATGE J

2.2. En la imatge K es mostra l'internacional anglès Wayne Rooney en la campanya publicitària de Nike de l'any 2006.

El polèmic cartell mostra el jove davanter de la selecció anglesa de futbol amb els braços en creu, els punys tancats, el gest desafiador, el tors nu i la creu de Sant Jordi, símbol d'Anglaterra, pintada al cos en roig viu.

Expliqueu les característiques formals d'aquesta imatge gràfica i la significació que pot tenir aquest tipus de campanya publicitària.



IMATGE K

2.3. Achille Petrignani, en el pròleg del seu llibre *Tecnologías de la arquitectura*, ens diu: «Innumerables obres arquitectòniques ens demostren la perfecta interdependència entre estructura i forma, entre matèria i figuració, i prescindir d'aquest nexe fonamental equivaldria a renunciar a prendre consciència de l'actuació de l'arquitecte».

Quins creieu que són els elements constructius indispensables en tota edificació?

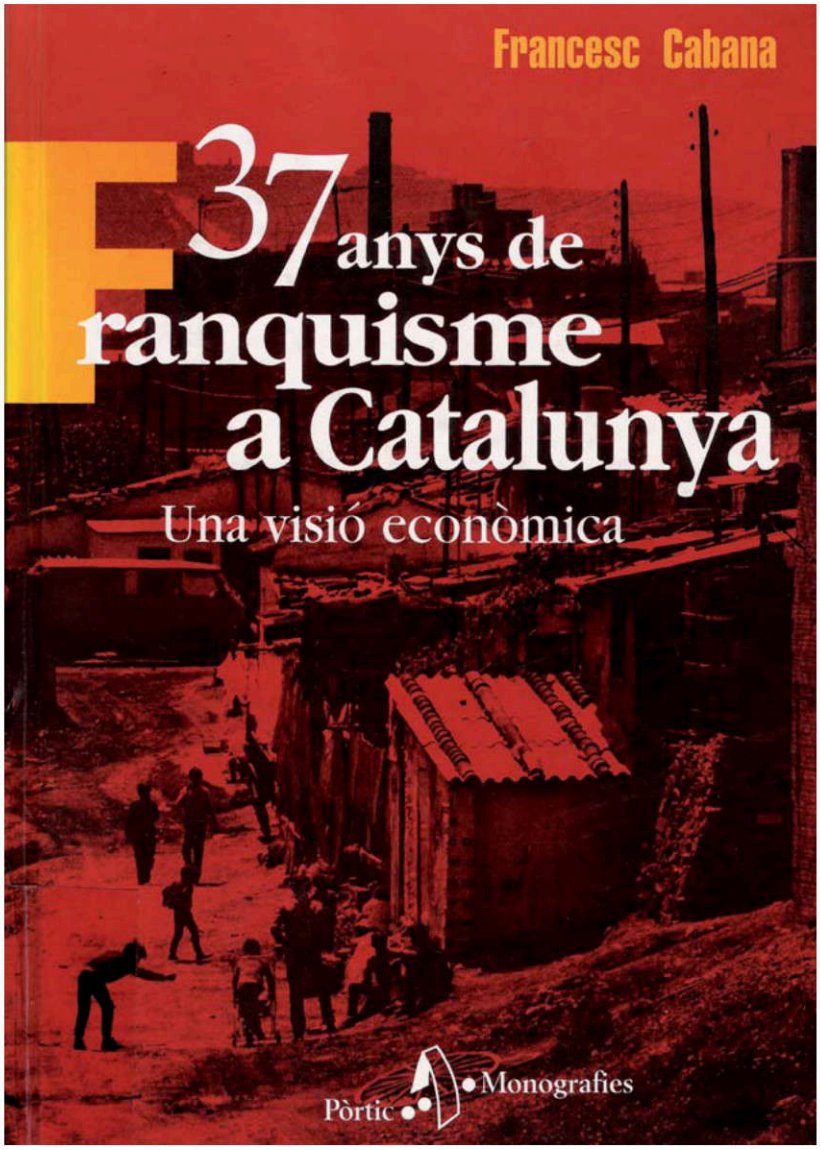
OPCIÓ B

Exercici 2

[2 punts]

Trieu UNA de les tres qüestions següents i resoleu-la:

2.1. En la imatge C es mostra la coberta d'un llibre. Expliqueu per què creieu que el dissenyador ha utilitzat el color taronja per a la lletra *F* de la paraula *Franquisme*, mentre que per a la resta de lletres ha fet servir el blanc.



IMATGE C

5

2.2. Una de les funcions principals del disseny d'un envàs consisteix a cridar l'atenció del comprador/a. Expliqueu amb quins recursos gràfics pretén fer-ho aquesta línia de productes (imatge H).



IMATGE H. Imatge gràfica de la línia de productes Hair Days, de Vicenç Marco i Associats.

2.3. En la imatge D hi ha una taula escriptori que té alguna utilitat més que les taules tradicionals. Enumereu-ne els avantatges. Creieu que té cap inconvenient respecte d'un escriptori tradicional?



IMATGE D. Taula Work in Progress. Odosdesign, 2003.

OPCIÓ A

Exercici 2

[2 punts]

Trieu UNA de les tres qüestions següents i resoleu-la:

2.1. Les imatges següents corresponen a diferents portades d'un conegut diari, que l'any 2007 va ser guardonat amb l'European Newspaper Award (Premis Europeus de Disseny Periodístic).

El jurat del guardó va destacar que el diari té «una imatge dinàmica i urbana, oferta a través dels colors i dels tipus de lletra que fa servir. L'aspecte que tenen les pàgines ha esdevingut l'element distintiu d'un gran diari europeu».

Les tres portades s'han organitzat segons una retícula determinada. Podeu indicar gràficament quina és aquesta retícula?







2

2.2. En les imatges següents es mostra el sistema de transport municipal amb bicicleta de les ciutats de Barcelona, anomenat *Bicing*, i de Lió, a França, anomenat *Vélo'v*.

Feu una taula i indiqueu-hi els avantatges i els inconvenients de cada una de les bicicletes des del punt de vista de la funcionalitat.



2.3. En una entrevista a la tardor passada, el dissenyador Adolfo Domínguez comentava el següent:

> L'alta costura no existeix, pertany a un altre temps. L'última es va fer als anys cinquanta i seixanta. El que fa avui John Galliano és un espectacle que no té res a veure amb Balenciaga. El *prêt-à-porter* ho ha devorat tot. En queda tan poca cosa...

Podeu explicar quines són les diferències entre l'alta costura i el *prêt-à-porter*?

3

OPCIÓ B

Exercici 2

[2 punts]

Trieu UNA de les tres qüestions següents i resoleu-la:

2.1. En la imatge C es mostra la imatge gràfica de l'estudi de disseny gràfic de Sharon Musikar. Expliqueu què ha volgut fer entendre la dissenyadora als seus possibles clients o clientes amb aquesta imatge gràfica.



IMATGE C

5

2.2. Expliqueu els recursos gràfics que s'han utilitzat per a presentar els productes de medicina natural de Skin Renewal (imatge G).



IMATGE G

2.3. L'empresa Canpull ha produït un obridor per a llaunes amb el sistema «d'obertura fàcil» (imatge D). Expliqueu a quin possible error del mecanisme «d'obertura fàcil» fa referència la concepció d'aquest objecte i valoreu-ne la utilitat segons la vostra pròpia experiència.



IMATGE D

6

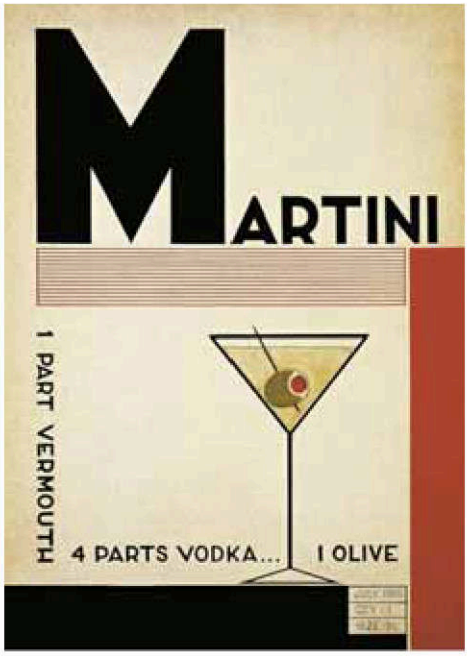
OPCIÓ A

Exercici 2

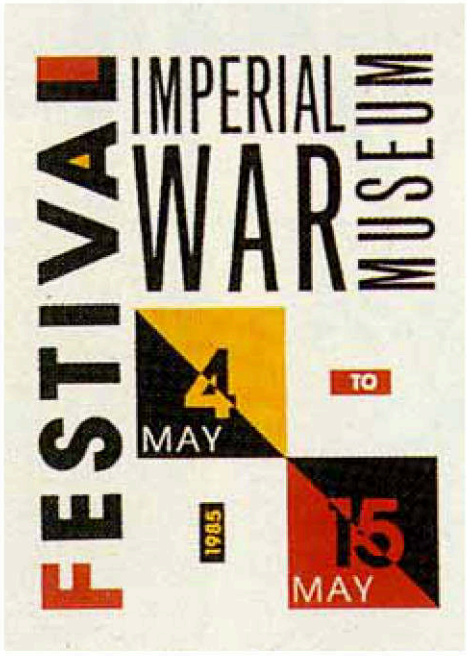
[2 punts]

Trieu i resoleu UNA de les tres qüestions següents:

2.1. En la imatge D es mostra el cartell de Martini & Rossi de 1955 i en la imatge E es mostra el cartell de l'Imperial War Museum, de Grundy & Northedge. Extraieu l'estructura modular dels dos cartells com a contenidors de la tipografia, i compareu-les. Utilitzeu paper vegetal i dibuixeu-ne les retícules. Expliqueu gràficament i per escrit les similituds principals. Fixeu-vos en la jerarquització de les paraules.



IMATGE D



IMATGE E

2.2. Observeu i analitzeu per escrit la imatge F, d'envasos de Font Vella, en funció de la llista de criteris que heu utilitzat en l'exercici 1.

Característiques funcionals:

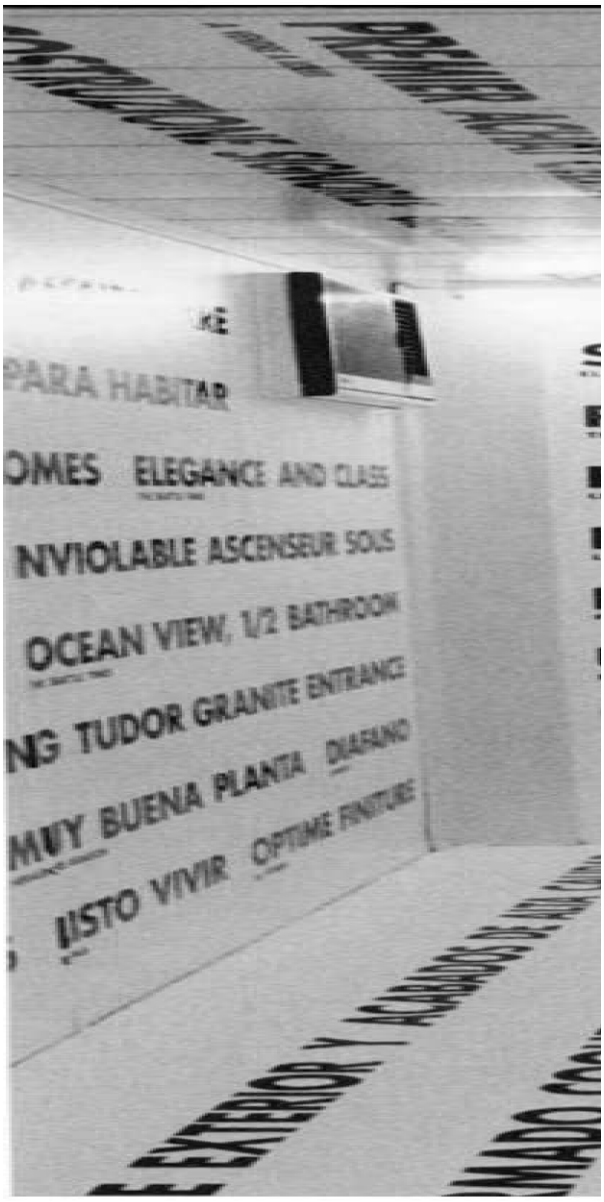
— Protegir dels agents externs: la calor, el fred, la pols, els cops, la pressió, etc.
— Emmagatzemar.
— Transportar.
— Dosificar.

Característiques comunicatives, econòmiques i mediambientals.



IMATGE F

2.3. Observeu la imatg
llar», de l'equip C
a la plaça Nova, d
Feu un escrit breu
nyadors d'aquest i
el possible recorre



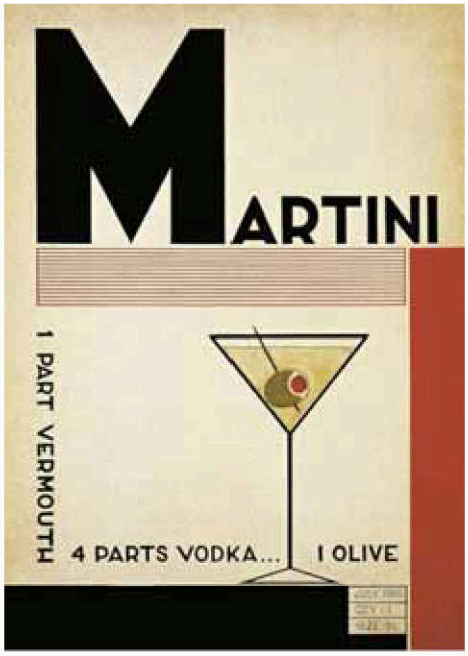
OPCIÓ B

Exercici 2

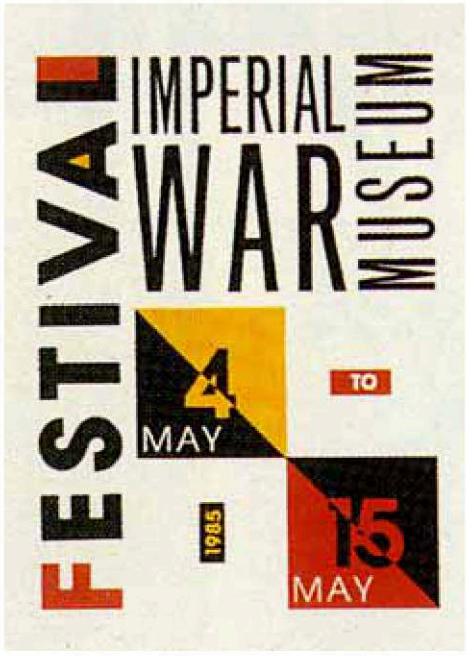
[2 punts]

Trieu i resoleu UNA de les tres qüestions següents:

2.1. En la imatge D es mostra el cartell de Martini & Rossi de 1955 i en la imatge E es mostra el cartell de l'Imperial War Museum, de Grundy & Northedge. Extraieu l'estructura modular dels dos cartells com a contenidors de la tipografia, i compareu-les. Utilitzeu paper vegetal i dibuixeu-ne les retícules. Expliqueu gràficament i per escrit les similituds principals. Fixeu-vos en la jerarquització de les paraules.



IMATGE D



IMATGE E

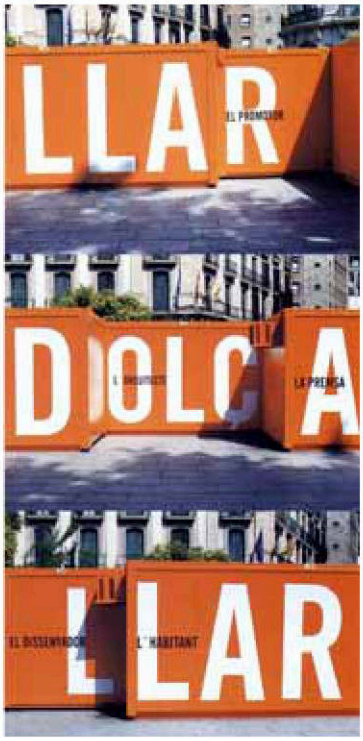
2.2. Observeu les imatges J, J′ i K, en què es mostra l'exposició «Llar dolça llar», de l'equip Coma, O'Flynn, Gili, Lelyveld i Schulz-Dornburg, instal·lada a la plaça Nova, davant de la catedral de Barcelona, el 1996.
Reutilitzeu aquest concepte d'exposició i feu una adaptació contemporània, segons el vostre parer, de l'aplicació gràfica dels cartells de la pregunta 2.1 (D i E) en la retolació exterior, en un format de rectangle de 3 × 4, que presentaria la nova imatge gràfica de l'exposició. Per fer-ho, retalleu parts dels cartells, disposeu-les sobre una retícula i indiqueu les observacions que cregueu convenients (de repetició en la modulació escollida, de variació cromàtica, de distribució en l'espai modular, de comunicació, etc.).



Imatge J

Imatge J′





Imatge K

2.3. Observeu i analitzeu per escrit la imatge F, d'envasos de Font Vella, en funció de la llista de criteris que heu utilitzat en l'exercici 1.

Característiques funcionals:

— Protegir dels agents externs: la calor, el fred, la pols, els cops, la pressió, etc.
— Emmagatzemar.
— Transportar.
— Dosificar.

Característiques comunicatives, econòmiques i mediambientals.



IMATGE F

OPCIÓ B

Exercici 2

[2 punts]

Trieu i resoleu UNA de les tres qüestions següents:

2.1. En la imatge B es mostra el cartell de la Deutsche Werkbund Ausstellung, la històrica exposició de 1914 a Colònia.
Analitzeu el cartell i feu una lectura dels atributs estètics i sígnics.

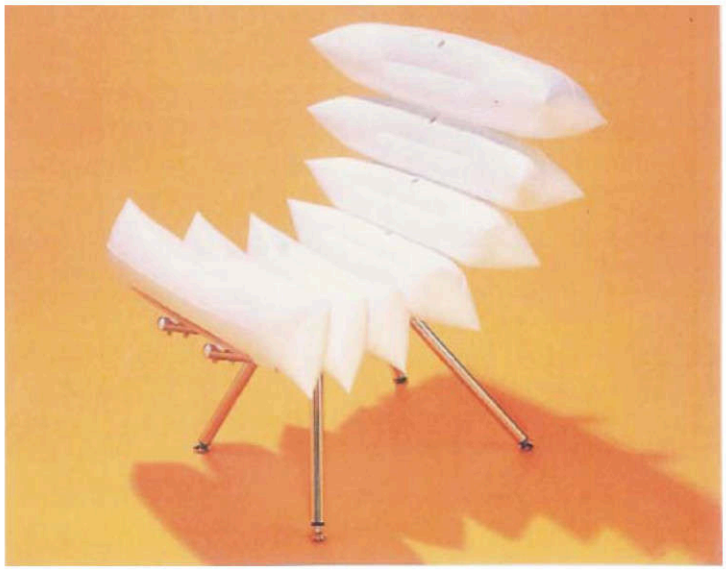
2.2. L'arquitecte i dissenyador Rafael Moneo va crear la catifa BCN, en la qual va intentar reflectir l'ànima de la ciutat de Barcelona, i destacar-ne la condició geogràfica i el desenvolupament productiu i urbanístic. Expliqueu les característiques gràfiques i el valor de la geometria que va utilitzar en el procés de projecció de la catifa (imatge F), i destaqueu-ne el caràcter simbòlic.

2.3. Comenteu els avantatges i els inconvenients del seient inflable de la imatge C, dissenyat pel britànic Nick Crosbie.

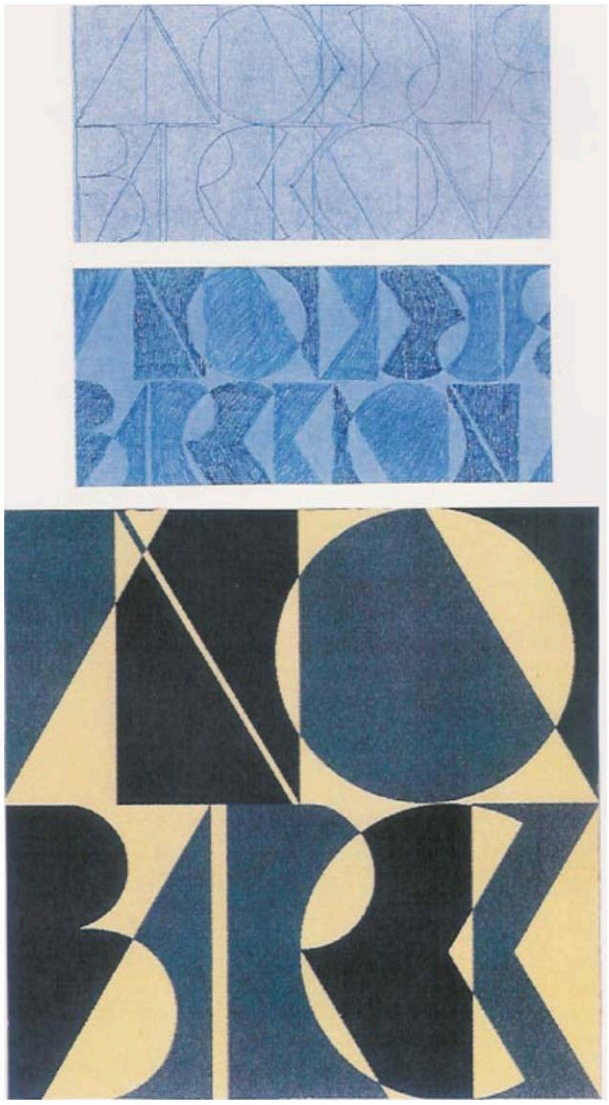


IMATGE B

5



IMATGE C



IMATGE F

6

OPCIÓ A

Exercici 2

[2 punts]

Trieu i resoleu UNA de les tres qüestions següents:

2.1. En la imatge B es mostra una targeta postal creada per a la campanya de prevenció dels maltractaments.
Comenteu les característiques formals d'aquesta imatge gràfica i com es relacionen amb els conceptes que s'expliciten en el missatge escrit.



IMATGE B

2.2. Comenteu les característiques formals i gràfiques d'aquesta línia d'envasament (*packaging*) de productes de te (imatge C).



IMATGE C. Aplicacions d'envasament (*packaging*) de les botigues de te Sans & Sans (2003-2006).

2.3. En les imatges D i E es poden veure dos llevataps diferents. Feu una valoració comparativa dels aspectes funcionals i formals de tots dos.



1. Posició de clavament al tap



2. Posició d'extracció del tap

IMATGE D



IMATGE E

3

OPCIÓ B

Exercici 2

[2 punts]

Trieu i resoleu UNA de les tres qüestions següents:

2.1. En la imatge B es mostra una targeta postal creada per a la campanya de prevenció dels maltractaments.
Comenteu les característiques formals d'aquesta imatge gràfica i com es relacionen amb els conceptes que s'expliciten en el missatge escrit.



IMATGE B

2.2. Comenteu les característiques formals i gràfiques d'aquesta línia d'envasament (*packaging*) de productes de te (imatge C).



IMATGE C. Aplicacions d'envasament (*packaging*) de les botigues de te Sans & Sans (2003-2006).

5

2.3. En la imatge G es pot veure un urinari portàtil ubicat en un parc natural. Què creieu que s'hauria de modificar i per què, per a aconseguir integrar més aquest element en l'entorn sense perdre la particularitat de ser portàtil?



IMATGE G

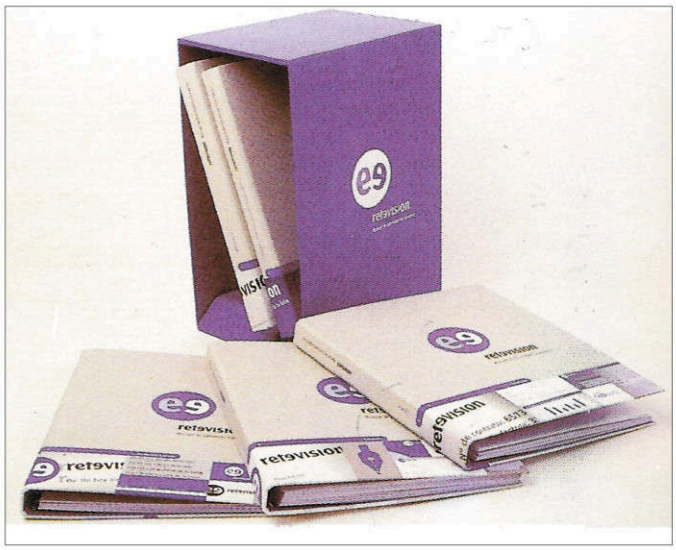
69. PAU 2006 · Setembre · Sèrie 4 · Exercici 1

Exercici 1 [3 punts]

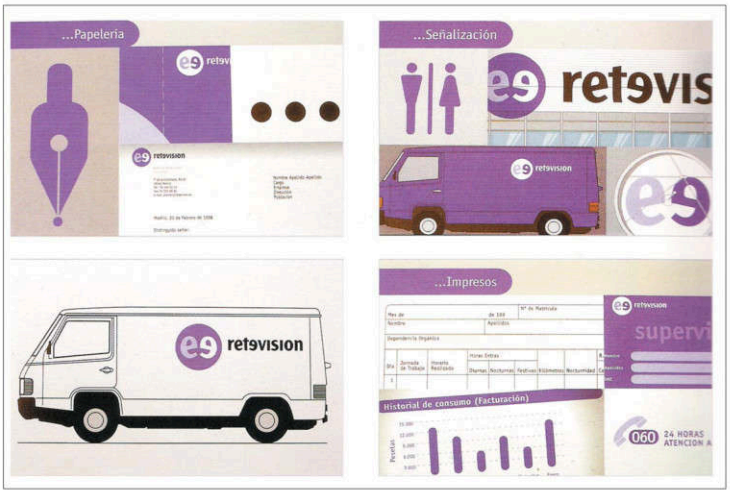
La imatge corporativa serveix per donar identitat a una empresa i a tots els productes que aquesta empresa ofereix. Les imatges A i B mostren el manual corporatiu de l'entitat i alguns elements bi- i tridimensionals que integren la imatge corporativa d'aquesta empresa. Expliqueu:

- què és la imatge corporativa i què és un catàleg normatiu;
- quins són els elements gràfics que conformen aquesta marca, i
- com aconsegueix donar-li coherència a tots els seus productes com a entitat.

Imatge A



Imatge B



1

Opció A

Exercici 2 [3 punts]

Trieu i resoleu una sola qüestió de les tres següents:

2.1 Descriviu els aspectes formals de la imatge gràfica d'aquesta col·lecció de sucs de fruita (imatge C) i expliqueu com creieu que aconsegueix transmetre el concepte de qualitat del producte.

2.2 Observeu la llauna de beguda de la imatge D. Les seves dimensions estan adaptades al consumidor perquè aquest hi pugui beure d'una forma eficaç, còmoda i segura. Descriviu les característiques formals d'aquest objecte que facin referència a l'ergonomia.

2.3 Comenteu els avantatges i inconvenients pel que fa al seu ús que presenta la llitera següent (imatge E).

Imatge C



Imatge D



Imatge E



3

Opció B

Exercici 2 [3 punts]

Trieu i resoleu una sola qüestió de les tres següents:

2.1 Descriviu els aspectes formals de la imatge gràfica d'aquesta col·lecció de sucs de fruita (imatge C) i expliqueu com creieu que aconsegueix transmetre el concepte de qualitat del producte.

2.2 Hi ha diverses maneres de solucionar el tancament d'uns pantalons perquè quedin ajustats al cos. Descriviu funcionalment les que conegueu –sense incloure altres accessoris com el cinturó o tirants– i comenteu les seves millors aplicacions depenent del tipus de pantalons i la funció que han de complir.

2.3 Comenteu els avantatges i inconvenients pel que fa al seu ús que presenta la llitera següent (imatge E).

Imatge C



Imatge E



Opció A

Exercici 2 [3 punts]

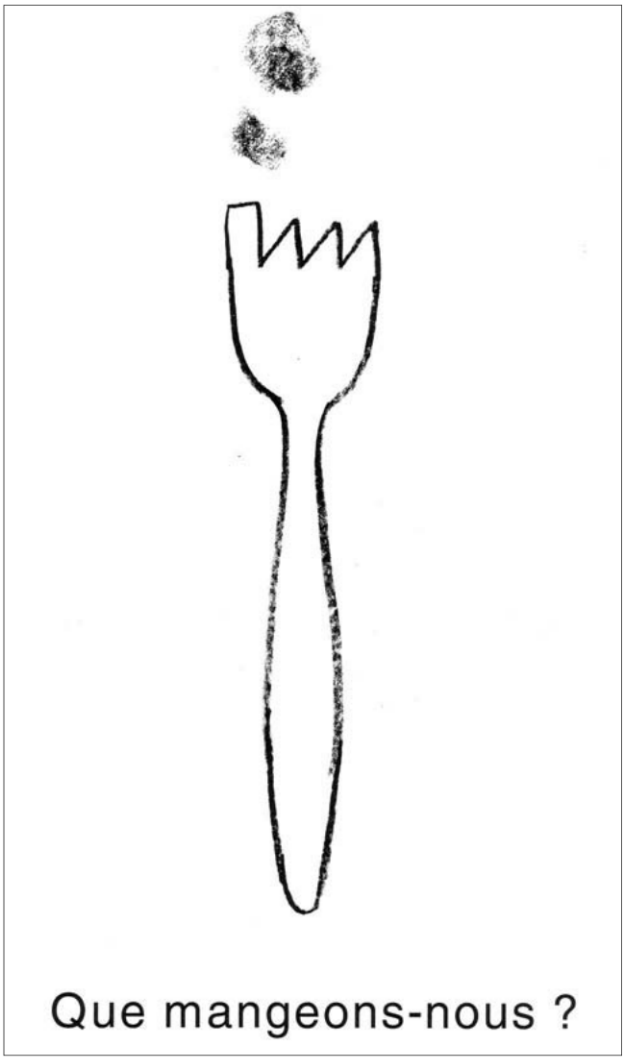
Trieu i resoleu una sola qüestió de les tres següents:

2.1 Expliqueu els valors sígnics del cartell del dissenyador belga Frédéric Deltenre (imatge B) que porta per títol «*Que mangeons-nous?*» (Què mengem?) (2004).

2.2 Expliqueu els criteris seguits per Carter Wong Tomlin en dissenyar la imatge gràfica dels envasos d'aquestes diferents eines (imatge C).

2.3 Els avenços tecnològics aconsegueixen miniaturitzar cada cop més els objectes quotidians. Identifiqueu quins avantatges i inconvenients presenta la miniaturització dels telèfons mòbils quant a la seva funcionalitat.

Imatge B



Imatge C


POWERBASE
12V
Jigsaw
18V
Rotary Tool
Rotary
140W
1/3 Sheet
Orbital Sander
Sander
14.4V
Cordless Drill Kit
cordless
Drill
1200W
Circular Saw
Saw
1020W
Plunging Router
Router
1600W
Heat Gun
Heat

Opció B

Exercici 2 [3 punts]

Trieu i resoleu una sola qüestió de les tres següents:

2.1 Expliqueu els criteris seguits per Carter Wong Tomlin en dissenyar la imatge gràfica dels envasos d'aquestes diferents eines (imatge C).

2.2 Els avenços tecnològics aconsegueixen miniaturitzar cada cop més els objectes quotidians. Identifiqueu quins avantatges i inconvenients presenta la miniaturització dels telèfons mòbils quant a la seva funcionalitat.

2.3 La façana d'un edifici presenta sempre obertures. Expliqueu les funcions físiques, fisiològiques i psicològiques que satisfan aquestes obertures.

Imatge C

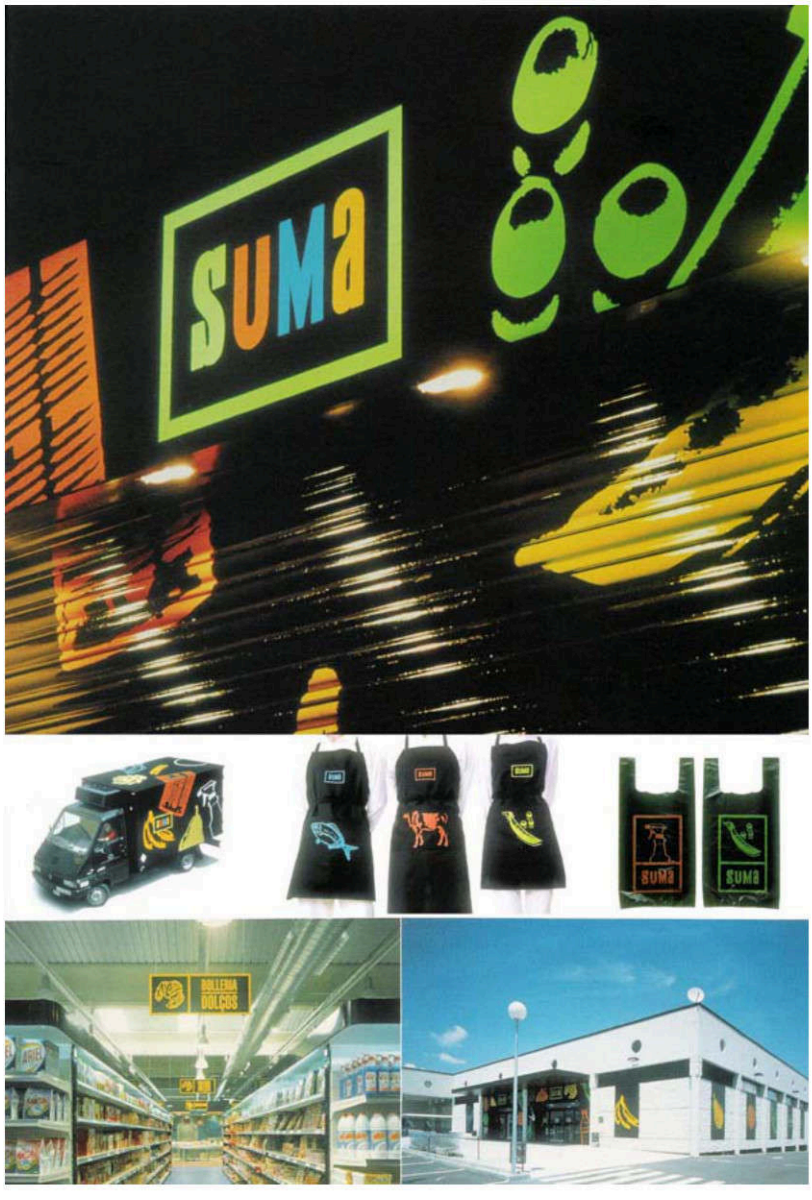

POWERBASE
Rotary tool
18V
Rotary Tool
Jigsaw
12V
Cordless Jigsaw
Sander
orbital
140W
1/3 Sheet
Orbital Sander
cordless
Drill
14.4V
Cordless Drill Kit
Saw
circular
1200W
Circular Saw
Router
plunging
1020W
Plunging Router
Heat
gun
1600W
Heat Gun

74. PAU 2006 · Juny · Sèrie 3 · Exercici 1

Exercici 1 [3 punts]

La imatge A mostra l'aplicació de la imatge gràfica d'una cadena de supermercats. Expliqueu-ne les característiques gràfiques i digueu quines creieu que són les pautes generals d'aplicació.

Imatge A



Opció B

Exercici 2 [3 punts]

Trieu i resoleu una sola qüestió de les tres següents:

2.1 A la imatge B hi ha un pòster de Katherine McCoy per anunciar *The New Discourse* (el nou discurs). Expliqueu quins elements gràfics fan referència al concepte de novetat.

2.2 La imatge G mostra una gamma d'embalatge dissenyada per captivar els sentits de la vista i el tacte. Expliqueu de quins aspectes s'ha valgut el dissenyador per fer-ho.

2.3 Aquesta taula (imatge C) es configura com un volum on és possible preparar aliments, cuinar-los i emmagatzemar estris al seu interior. Comenteu quins avantatges creieu que pot aportar un moble com aquest i en quins entorns pot ser útil.

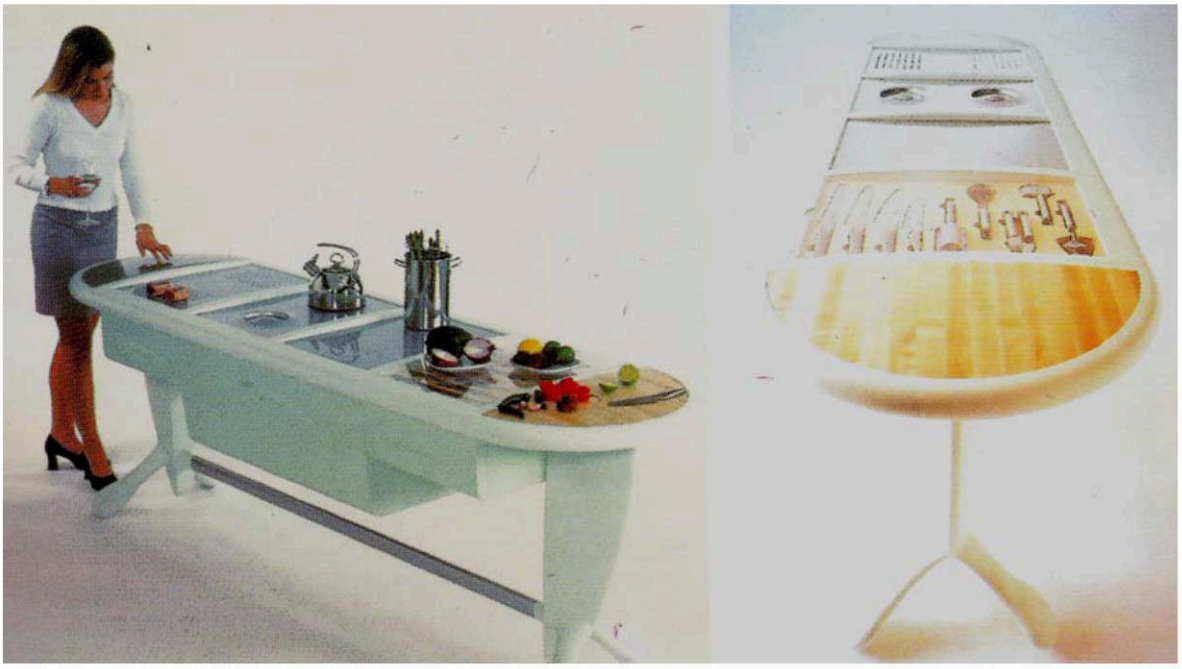
Imatge B



Imatge G



Imatge C



OPCIÓ B

Exercici 2 [3 punts]

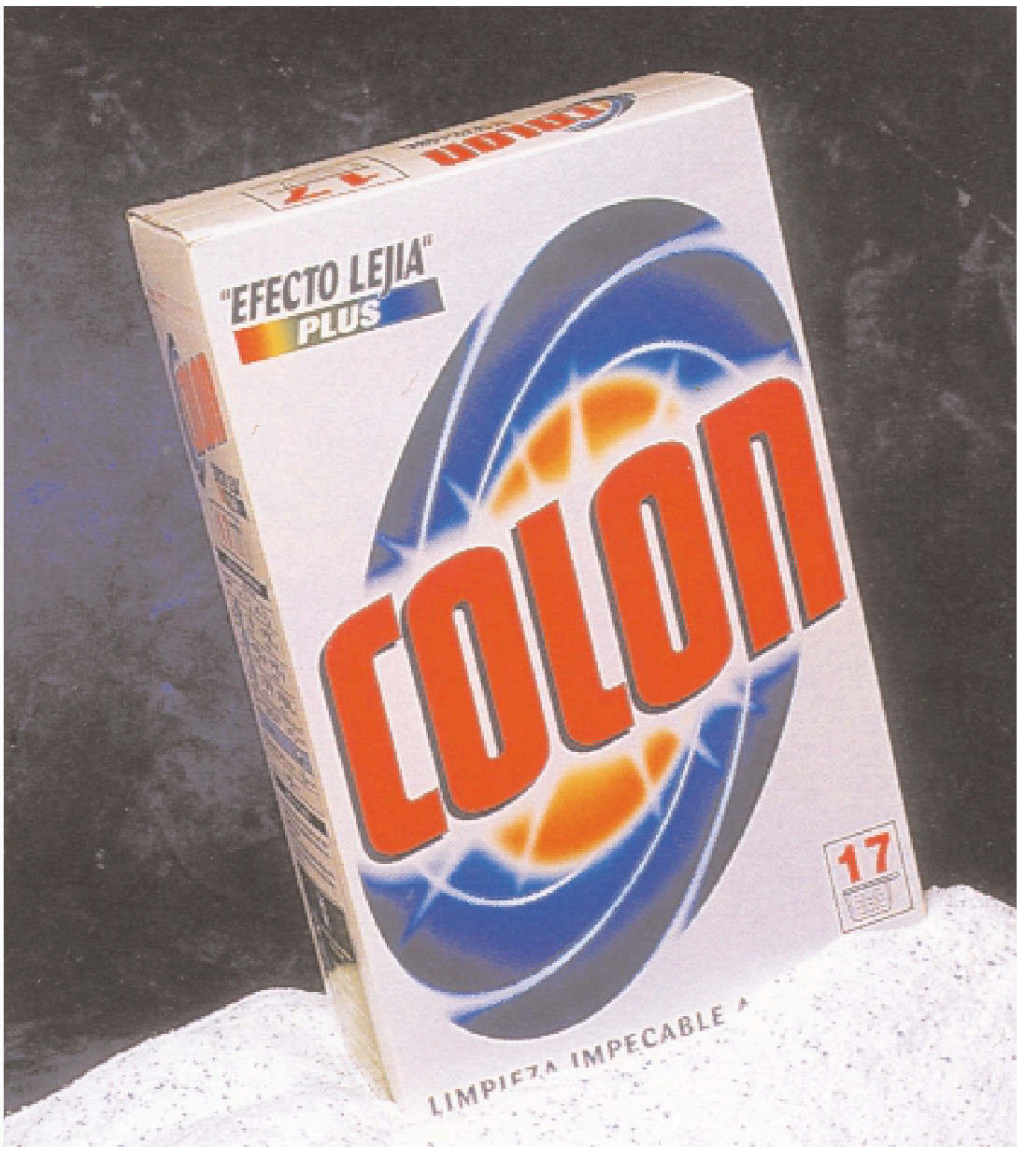
Trieu i resoleu una sola qüestió de les tres següents:

2.1. Els envasos de detergent per rentar roba mostren unes característiques gràfiques molt particulars. Expliqueu quins són els trets gràfics constitutius d'aquest tipus d'embalatge (imatge B) i com es resol la jerarquització dels diferents elements.

2.2. Feu una anàlisi dels trets gràfics i tridimensionals que ha tingut en compte la dissenyadora Eulàlia Coma a l'hora de desenvolupar la imatge de producte i el disseny del punt de venda dels productes H_2O (imatge C).

2.3. Aquesta aigüera (imatge D), batejada com a Gourmet per la firma Roca, és de silacryl, material d'alta resistència i duresa. Descriviu les millores que aporta en la realització de les tasques domèstiques.

Imatge B



Imatge C


FRUTA
MAR
FRUTA
LECHE CORPORAL VITAMINADA
MAR
LECHE CORPORAL TONIFICANTE

8

Imatge D



9

77. PAU 2005 · Juny · Sèrie 1 · Exercici 2 (Opció B)

OPCIÓ B

Exercici 2 [3 punts]

Trieu i resoleu una sola qüestió de les tres següents:

2.1. La imatge B mostra alguns exemplars de la publicació de l'agenda musical *Interrock* que promou l'Institut de Cultura de l'Ajuntament de Barcelona i que han estat dissenyats per Propaganda Disseny Gràfic.
Expliqueu quins són els elements que donen coherència gràfica a aquesta publicació periòdica i distingiu-ne els trets identificatius.

2.2. Expliqueu quins són els recursos tridimensionals i gràfics que ha emprat el despatx de disseny Morillas & Associats per formalitzar la gamma d'embalatge per als productes fitocosmètics Isé Stanhome (imatge C).

2.3. Aquesta proposta de mobiliari informàtic presenta alguns avantatges (imatge E). ¿Els podríeu enumerar?

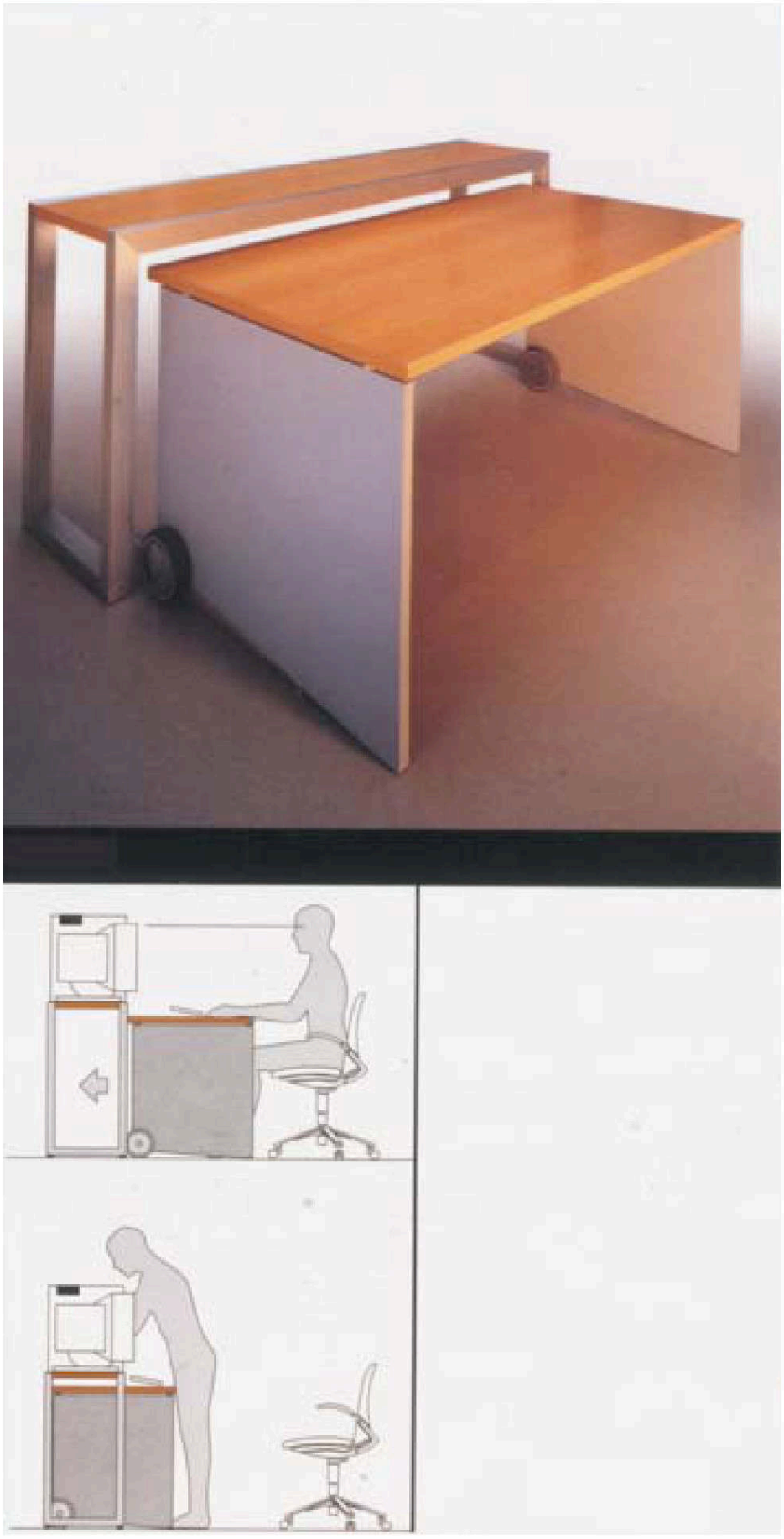
Imatge B


TECHNO BARNA
PARAULES I MUSIQUES.
24/6
Interrock
agenda musical de barcelona #4
PLANNING DE CONCERTS
MÚSICA DE BASE
MARATÓ AL CASC ANTIC
FUSIOSKATE A LA BÁSCULA
LA CABRA MUSIC
Interrock
agenda musical de barcelona #3
CONCERT A SANT ANDREU
QUÈ COI PENSES DEL BAM?
ENCONTRES PSIQUEDÈLICS
FINAL CONCURS MAQUETES ENDERROCK
PLANNING DE CONCERTS
Interrock
agenda musical de barcelona #3
"LA MÚSICA ESTÀ MOLT BÉ PERÒ LES LLETRES..."
Interrock
agenda musical de barcelona #5

Imatge C



Imatge E



78. PAU 2005 · Juny · Sèrie 4 · Exercici 2 (Opció A)

OPCIÓ A

Exercici 2 [3 punts]

Trieu i resoleu una sola qüestió de les tres següents:

2.1. Observeu les imatges A i B.
Totes dues corresponen a pàgines de revistes en què s'ha combinat el text i la fotografia organitzades segons una determinada retícula. Indiqueu les diferències més rellevants entre les dues i valoreu quines implicacions positives té la utilització de les retícules en les composicions gràfiques.

2.2. La imatge C mostra una fotografia feta a l'estudi de Paco Gayà. Es tracta d'una coneguda línia de cosmètics inspirada en el caràcter cosmopolita i novaiorquès. Expliqueu quins són els trets gràfics i tridimensionals que utilitza la firma per donar identitat a aquesta col·lecció. Expliqueu també per què creieu que el fotògraf ha realitzat aquest tipus de fotografia publicitària.

2.3. A la imatge D es poden apreciar algunes de les diferents formes de targeta de crèdit proposades per una coneguda entitat bancària. Feu una valoració dels avantatges i dels inconvenients tenint en compte els diferents factors que s'han de considerar en tot disseny. ¿Quins aspectes creieu que es prioritzen en aquestes propostes?

Imatge A

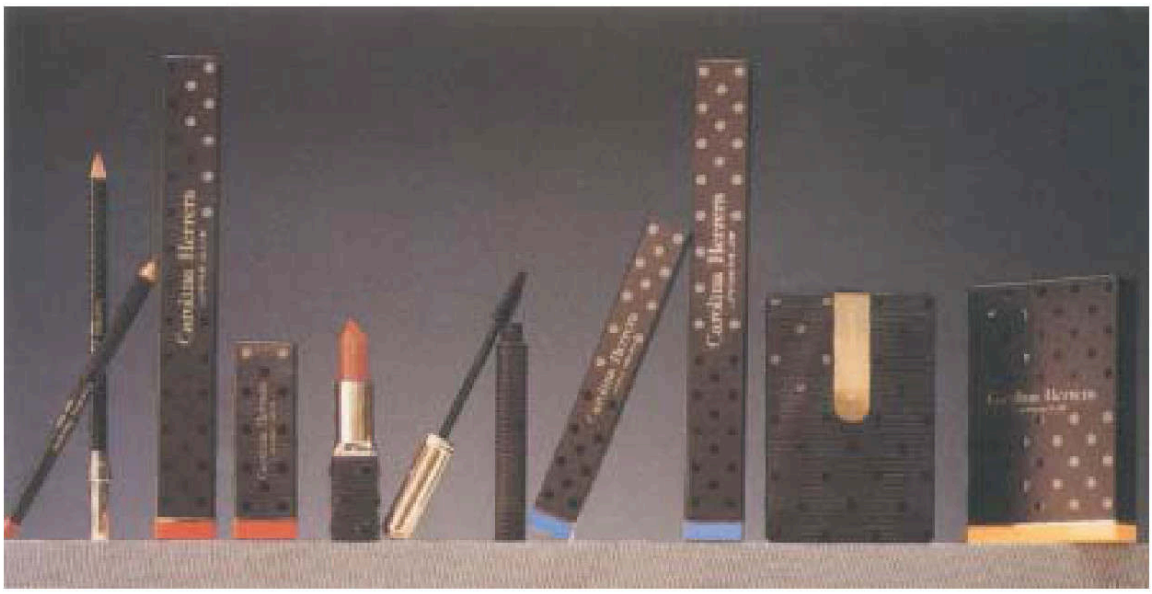


Imatge B



2

Imatge C



Imatge D



3

79. PAU 2005 · Juny · Sèrie 4 · Exercici 2 (Opció B)

OPCIÓ B

Exercici 2 [3 punts]

Trieu i resoleu una sola qüestió de les tres següents:

2.1. Observeu les imatges A i B.
Totes dues corresponen a pàgines de revistes en què s'ha combinat el text i la fotografia organitzades segons una determinada retícula. Indiqueu les diferències més rellevants entre les dues i valoreu quines implicacions positives té la utilització de les retícules en les composicions gràfiques.

2.2. La imatge C mostra una fotografia feta a l'estudi de Paco Gayà. Es tracta d'una línia de coneguts cosmètics inspirada en el caràcter cosmopolita i novaiorquès. Expliqueu quins són els trets gràfics i tridimensionals que utilitza la firma per donar identitat a aquesta col·lecció. Expliqueu també per què creieu que el fotògraf ha realitzat aquest tipus de fotografia publicitària.

2.3. Davant el problema de la recollida selectiva d'escombraries, els ajuntaments han posat en pràctica alguns sistemes. Comenteu quins són els inconvenients detectables a la imatge F després d'examinar-la molt atentament, i expliqueu alguna possible solució.

Imatge A

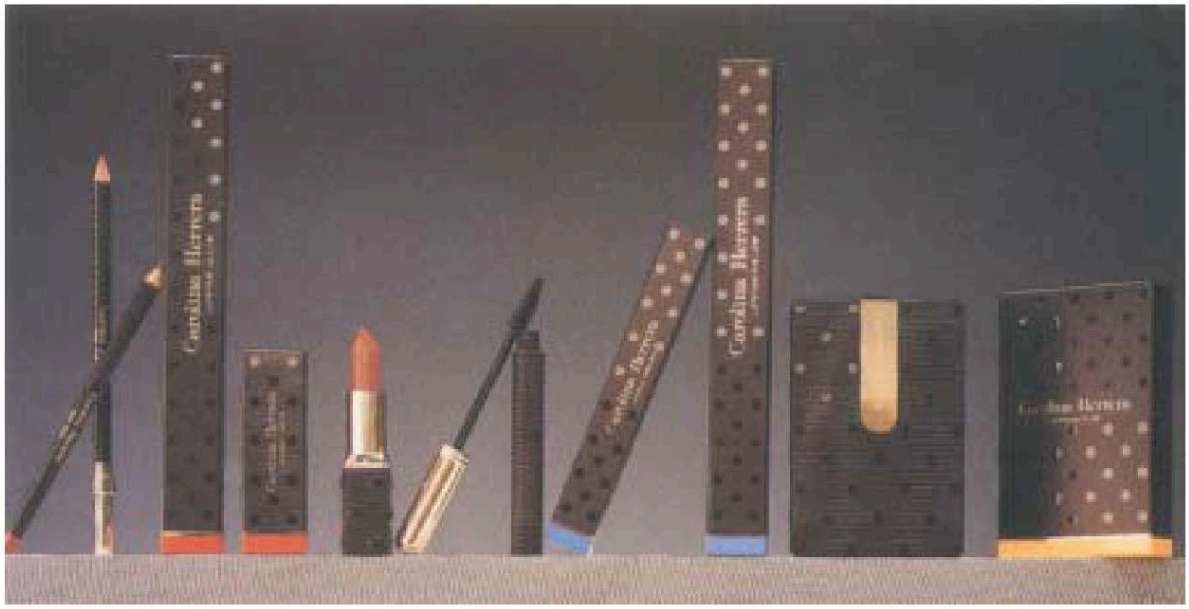


Imatge B



6

Imatge C



Imatge F



80. PAU 2004 · Setembre · Sèrie 5 · Exercici 2 (Opció A)

OPCIÓ A

Exercici 2 [3 punts]

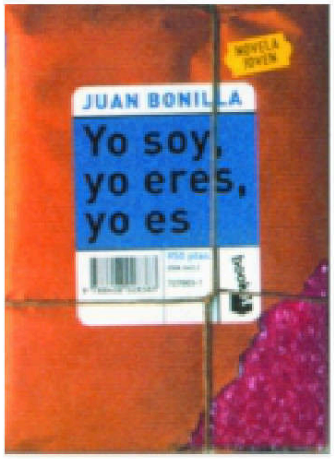
Trieu una qüestió entre les tres que vénen a continuació.

2.1. Observeu les quatre portades d'aquesta col·lecció de novel·la jove. Analitzeu quins són els criteris gràfics que els dissenyadors Óscar Heredero i Enric Jardí han tingut en compte per desenvolupar aquesta col·lecció (imatges B, C, D i E).

2.2. Comenteu la col·lecció d'envasos d'aquesta línia de la gamma de cosmètica Cristian Lay realitzada per AR Difusión (imatge F).

2.3. Actualment ha aparegut al mercat una certa varietat de mobles que integren una petita nevera, una cuina vitroceràmica amb dos punts de cocció i una pica amb aixeta. Les mides del de la imatge G són 120 x 67 x 97 cm. Expliqueu per què creieu que ha proliferat aquest tipus de mobiliari i quins són els avantatges que planteja.

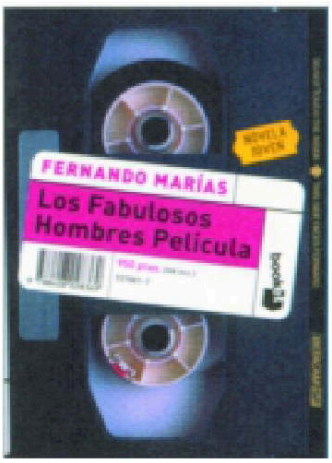
Imatge B



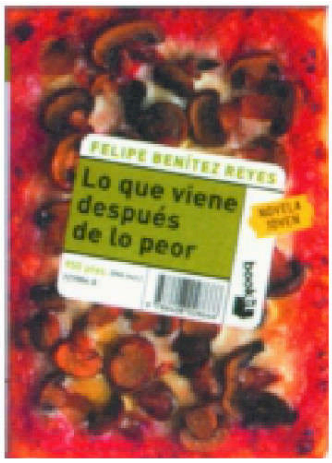
Imatge C



Imatge D



Imatge E



Imatge F



Imatge G



81. PAU 2004 · Setembre · Sèrie 5 · Exercici 2 (Opció B)

OPCIÓ B

Exercici 2 [3 punts]

Trieu una pregunta entre les tres que vénen a continuació.

2.1. Comenteu la col·lecció d'envasos d'aquesta línia de la gamma de cosmètica Cristian Lay realitzada per AR Difusión (imatge F).

2.2. Actualment ha aparegut al mercat una certa varietat de mobles que integren una petita nevera, una cuina vitroceràmica amb dos punts de cocció i una pica amb aixeta. Les mides del de la imatge G són 120 x 67 x 97 cm. Expliqueu per què creieu que ha proliferat aquest tipus de mobiliari i quins són els avantatges que planteja.

2.3. La imatge H mostra el que d'un temps ençà s'ha anomenat «loft». Normalment els lofts són antics locals industrials que han estat adaptats per ser utilitzats com a habitatge. Comenteu quines implicacions pot tenir per als usuaris habitar en un espai d'aquestes característiques.

Imatge F



Imatge G



Imatge H



82. PAU 2004 · Juny · Sèrie 1 · Exercici 2 (Opció B)

OPCIÓ B

Exercici 2 [3 punts]

Trieu una pregunta entre les tres que vénen a continuació.

2.1. Les imatges I i J us mostren, respectivament, la imatge gràfica que dóna identitat a l'Any Gaudí, dissenyada per Miquel Puig, i l'aplicació a un dels cartells que anuncia una de les exposicions realitzades el 2002. Comenteu les característiques formals d'aquesta imatge gràfica i quins conceptes creieu que l'autor hi ha pretès expressar.

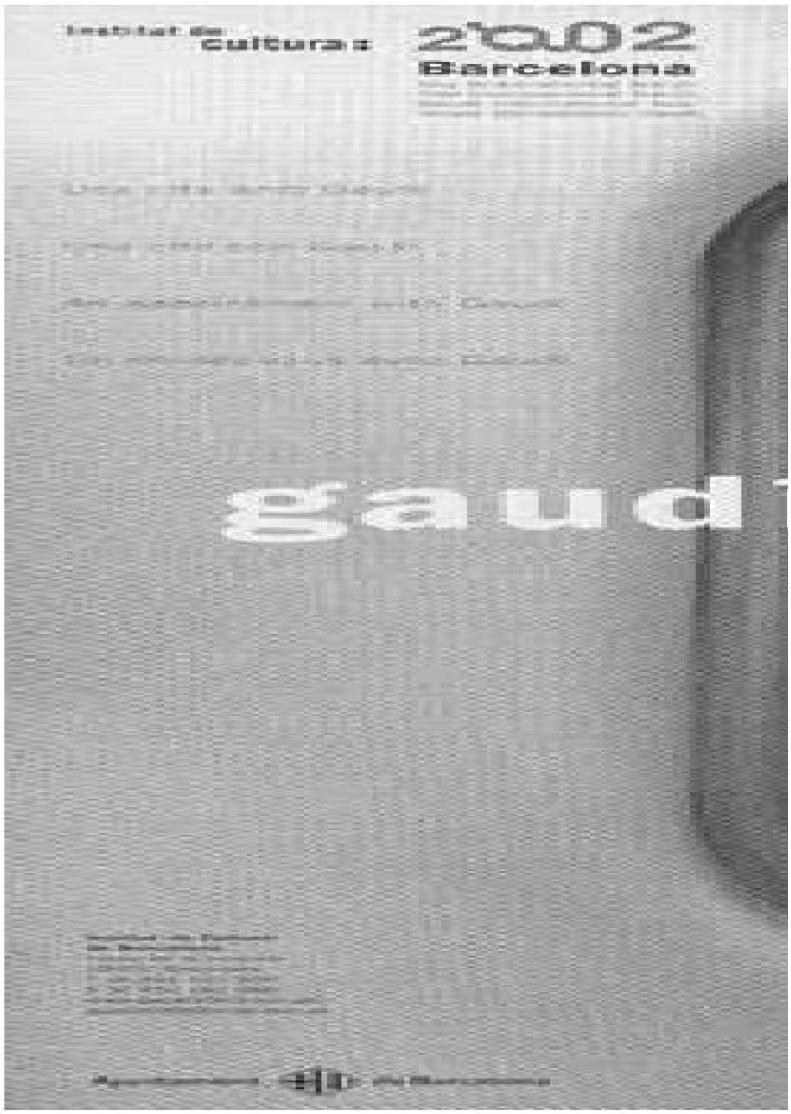
2.2. Observeu la col·lecció d'envasos de cartró ondulat per a una empresa americana –Crane Co.– d'articles sanitaris (imatge B). Quines funcions creieu que compleix aquest tipus d'embalatge? Comenteu-ne tantes com pugueu.

2.3. Aquestes són les imatges de la cuina d'un projecte d'interiorisme dut a terme per Eusebi Arredamenti (imatges D i E). La particularitat del seu treball rau en les rodes que ha posat tant a la tauleta auxiliar per menjar com al forn i, en general, a tots els armaris baixos de la cuina. Comenteu quina pot ser la utilitat d'aquesta forma de concebre una cuina i quins són els inconvenients que pot tenir.

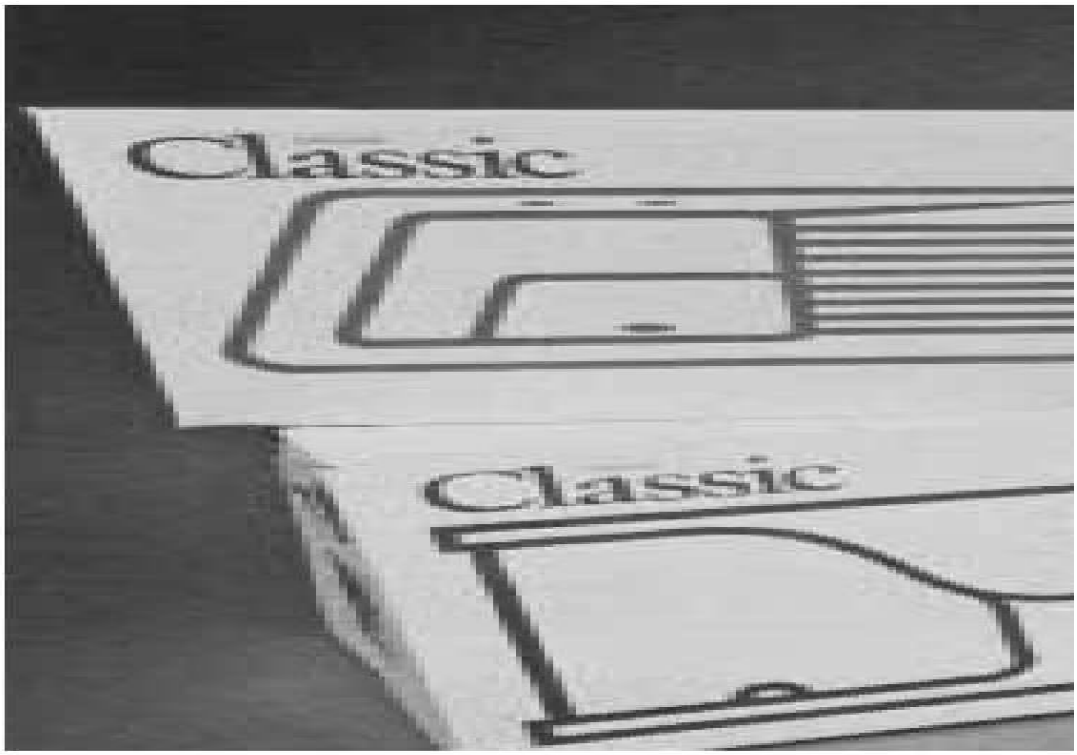
Imatge I



Imatge J



Imatge B



Imatge D

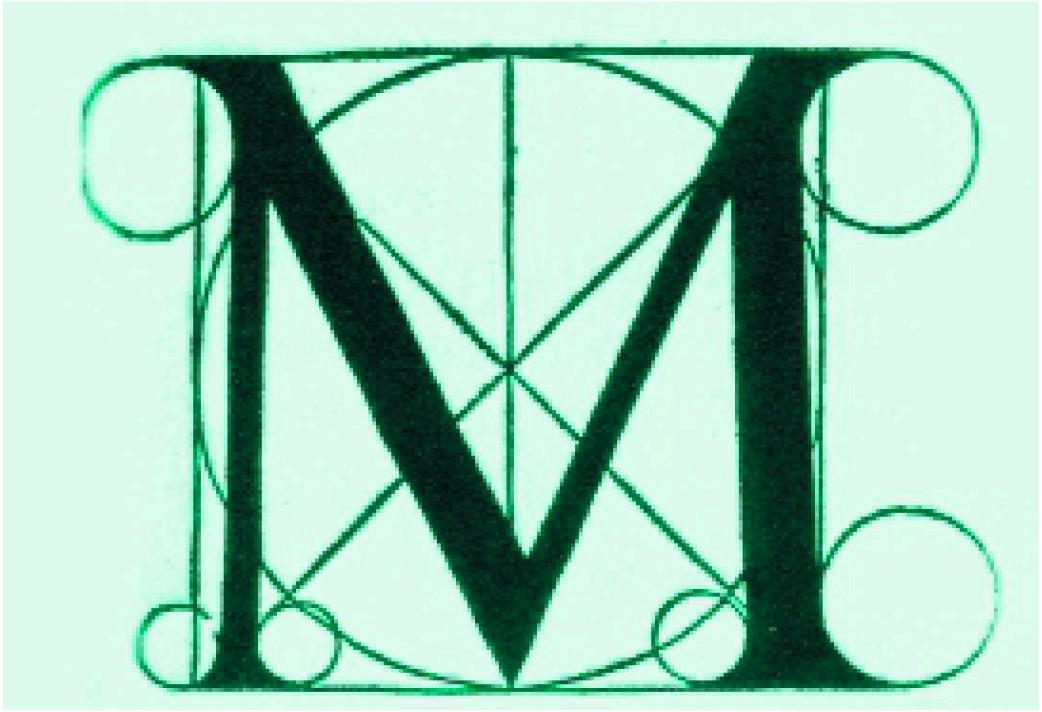


Distribució Universitat de Cat
e Catalunya
ó de les PAU de Catalunya

Exercici 1 [3 punts]

A la imatge A podeu veure una lletra de l'alfabet que va dissenyar Lucca Paccioli (Venècia, 1509). Expliqueu què és la tipografia; quines són les famílies tipogràfiques més comunes i les seves característiques, i a quina família tipogràfica pertany la tipografia de la il·lustració A.

Imatge A



84. PAU 2004 · Juny · Sèrie 3 · Exercici 2 (Opció A)

OPCIÓ A

Exercici 2 [3 punts]

Trieu una qüestió entre les tres que vénen a continuació.

2.1. Interpreteu els atributs estètics i sígnics que mostra la imatge B. Es tracta d'una de les moltes portades que el dissenyador Daniel Gil ha fet per a Alianza Editorial.

2.2. La imatge C mostra la línia d'envasament de productes capil·lars dissenyada per Vicenç Marco i Associats.
La marca Equave s'ha dedicat sempre als tractaments capil·lars, però mai no havia tingut una línia de productes solars. Expliqueu quins són els criteris que ha emprat l'estudi de dissenyadors per fer el llançament d'aquesta línia de productes.

2.3. Proposeu per escrit i de manera genèrica, però argumentada, tres exemples de solucions no estàndard que siguin necessàries en el disseny o la disposició d'instal·lacions, mobiliari o altres components arquitectònics, en el cas d'uns vestidors per a jugadors de bàsquet, tenint en compte les variants antropomètriques diferents de l'habitual.

Imatge B



Imatge C



85. PAU 2004 · Juny · Sèrie 3 · Exercici 2 (Opció B)

OPCIÓ B

Exercici 2 [3 punts]

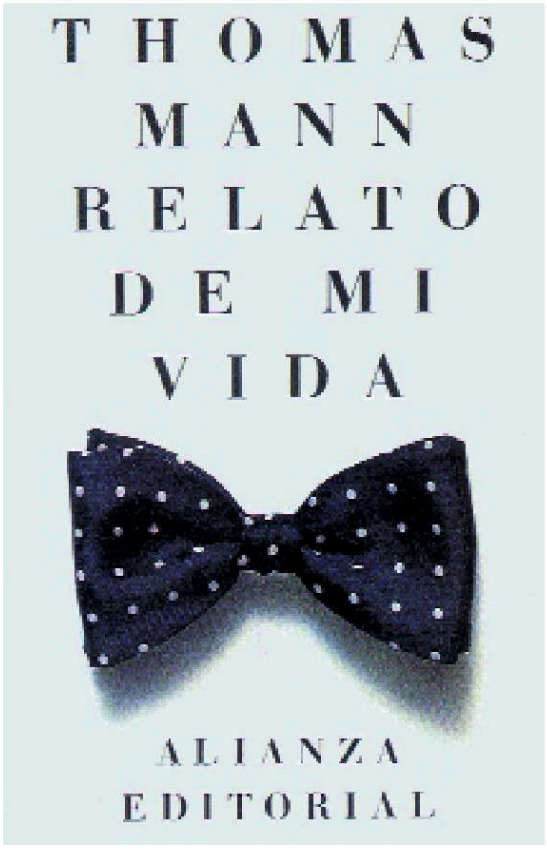
Trieu una qüestió entre les tres que vénen a continuació.

2.1. Interpreteu els atributs estètics i sígnics que mostra la imatge B. Es tracta d'una de les moltes portades que el dissenyador Daniel Gil ha fet per a Alianza Editorial.

2.2. La imatge C mostra la línia d'envasament de productes capil·lars dissenyada per Vicenç Marco i Associats.
La marca Equave s'ha dedicat sempre als tractaments capil·lars, però mai no havia tingut una línia de productes solars. Expliqueu quins són els criteris que ha emprat l'estudi de dissenyadors per fer el llançament d'aquesta línia de productes.

2.3. Vet aquí dos seients memorables: El *Brno* de Mies van der Rohe (imatge D) i el *nº 31* d'Alvar Aalto (imatge E). Es van crear el mateix any (1930) i tots dos utilitzen el sistema de *cantilever* o mènsula que permet una certa suspensió sense recolzament de potes posteriors. Ara bé, mentre que l'acer és prou resistent per suportar sobrerament la tensió de la mènsula, la fusta no ho és. Per tant: com va tractar Alvar Aalto aquest material (la fusta de bedoll) perquè fos capaç de suportar l'esforç de mènsula, i com va aprofitar aquest mateix tractament per conformar el seient-respatller?

Imatge B



Imatge C



Imatge D



Imatge E



86. PAU 2003 · Setembre · Sèrie 3 · Exercici 2 (Opció A)

OPCIÓ A

Exercici 2 [3 punts]

Trieu i resoleu una sola qüestió de les tres següents:

2.1. Observeu l'evolució de la imatge gràfica d'aquesta coneguda marca de combustible a través de tot el segle XX. (Imatge E.) A què creieu que responen aquests canvis?

2.2. L'artista francès Jacques Carelman, en la seva sèrie de llibres *Catalogue d'objets introuvables* (Catàleg d'objectes impossibles), aporta exemples que són deliberadament afuncionals i absurds. Aquesta imatge representa el que anomena «Cafetera per a masoquistes». (Imatge F.) Descriviu detalladament per què aquest objecte no és funcional i expliqueu per què creieu que l'autor li ha posat aquest títol.

2.3. Observeu la imatge G, que mostra el saló principal de la Vil·la Turca (1916-1917) de Le Corbusier (1887-1965). Definiu la relació simètrica existent i com aquesta relació simètrica condiciona la distribució del mobiliari. Valoreu les implicacions positives i negatives que aquesta distribució pot tenir per als usuaris a nivell funcional, estètic i simbòlic.

Imatge E



Imatge F



Imatge G



5

87. PAU 2003 · Setembre · Sèrie 3 · Exercici 2 (Opció B)

OPCIÓ B

Exercici 2 [3 punts]

Trieu i resoleu una sola qüestió de les tres següents:

2.1. Observeu l'evolució de la imatge gràfica d'aquesta coneguda marca de combustible a través de tot el segle XX. (Imatge E.) A què creieu que responen aquests canvis?

2.2. La imatge I ens mostra la gamma de sabó per rentar roba Cyclon, dissenyat per Wagstaffs (Londres, Regne Unit). La col·lecció de productes comprèn paquets de detergent en pols, ampolles de sabó líquid i bosses de recanvi. Expliqueu quins són els codis que ha utilitzat l'estudi de disseny a l'hora de tractar la imatge gràfica per aconseguir coherència en tots els productes.

2.3. Observeu la imatge G, que mostra el saló principal de la Vil·la Turca (1916-1917) de Le Corbusier (1887-1965). Definiu la relació simètrica existent i com aquesta relació simètrica condiciona la distribució del mobiliari. Valoreu les implicacions positives i negatives que aquesta distribució pot tenir per als usuaris a nivell funcional, estètic i simbòlic.

Imatge E



Imatge I



Imatge G



88. PAU 2003 · Juny · Sèrie 5 · Exercici 2 (Opció B)

OPCIÓ B

Exercici 2 [3 punts]

Trieu i resoleu una sola qüestió de les tres següents:

2.1. A la imatge A apareix un plànol del metro de Barcelona. Expliqueu el codi comunicatiu emprat i descriviu-ne les característiques gràfiques.

2.2. En un supermercat la majoria de productes similars tenen un embalatge amb unes característiques formals comunes que estableixen un codi. Descriviu a grans trets el codi emprat en els tetrabriks de sucs de fruita i expliqueu-ne les característiques gràfiques.

2.3. Considereu que s'obren unes galeries comercials noves amb diferents espais que s'han de convertir en botigues de diferents marques. A un mateix interiorista se li demana que faci el projecte per muntar una botiga destinada a la venda de roba de senyora de molta qualitat i una altra destinada a la venda de calçat infantil. Comenteu les diferències de plantejament en l'equipament d'espais i les necessitats de l'una i l'altra botiga.

Imatge A



89. PAU 2002 · Juny · Sèrie 3 · Exercici 2 (Opció A)

OPCIÓ A

Exercici 2 [3 punts]

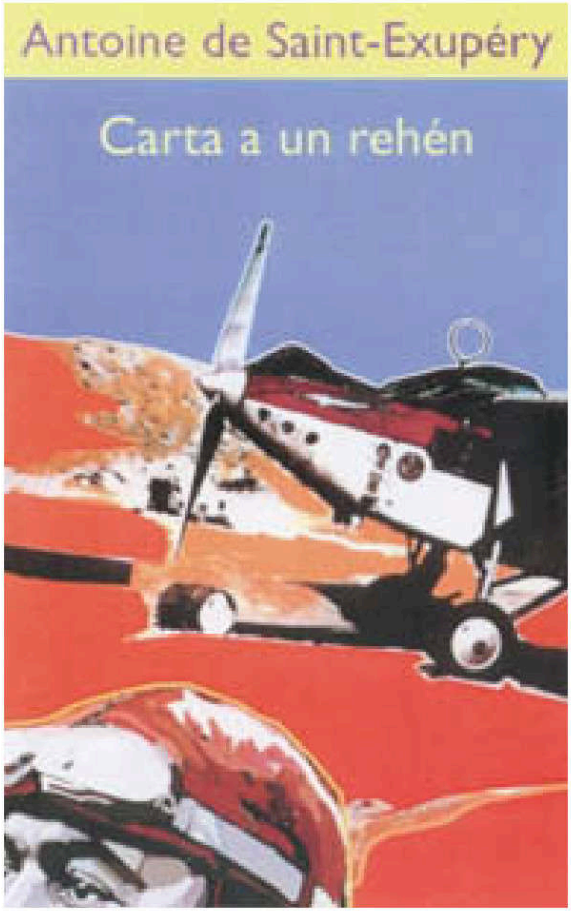
Escolliu i resoleu una sola qüestió de les tres següents:

a) Observeu les portades de llibre reproduïdes a la il·lustració 2. Tota col·lecció de llibres es dissenya de manera que el codi formal emprat serveixi per identificar-la i diferenciar-la d'altres col·leccions i/o editorials. Es demana que identifiqueu quatre trets del codi emprat en aquest cas.

b) A la il·lustració 3 apareix una petita bossa de paper plegat emprada per contenir regals petits. Es demana que rectifiqueu i/o afegiu el que calgui perquè la bossa es pugui agafar per dalt amb dos dits sense que s'obri (calqueu de l'original i dibuixeu només una solució).

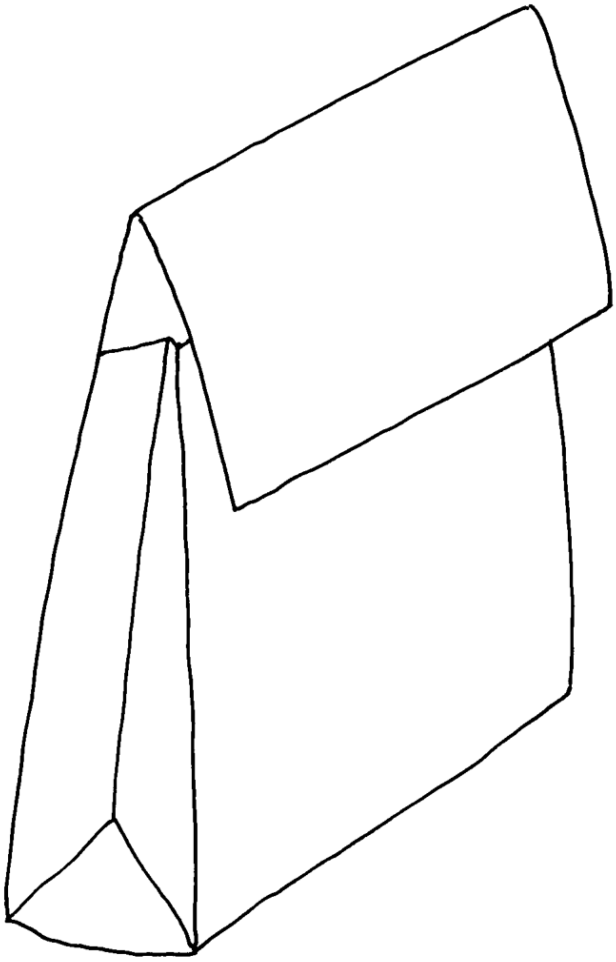
c) Considerem uns vestuaris adjacents a unes dutxes. Que siguin per a jugadors/res de bàsquet o per als infants d'una guarderia ens obligarà a de fer plantejaments de disseny diferents. De quins factors depenen aquests plantejaments, i com es reflectiran en els espais, el moblament i les instal·lacions?

Il·lustració 2





Il·lustració 3



90. PAU 2002 · Juny · Sèrie 3 · Exercici 2 (Opció B)

OPCIÓ B

Exercici 2 [3 punts]

Escolliu i resoleu una sola qüestió de les tres següents:

a) Observeu les portades de llibre reproduïdes a la il·lustració 2. Tota col·lecció de llibres es dissenya de manera que el codi formal emprat serveixi per identificar-la i diferenciar-la d'altres col·leccions i/o editorials. Es demana que identifiqueu quatre trets del codi emprat en aquest cas.

b) A la il·lustració 3 apareix una petita bossa de paper plegat emprada per contenir regals petits. Es demana que rectifiqueu i/o afegiu el que calgui perquè la bossa es pugui agafar per dalt amb dos dits sense que s'obri (calqueu de l'original i dibuixeu només una solució).

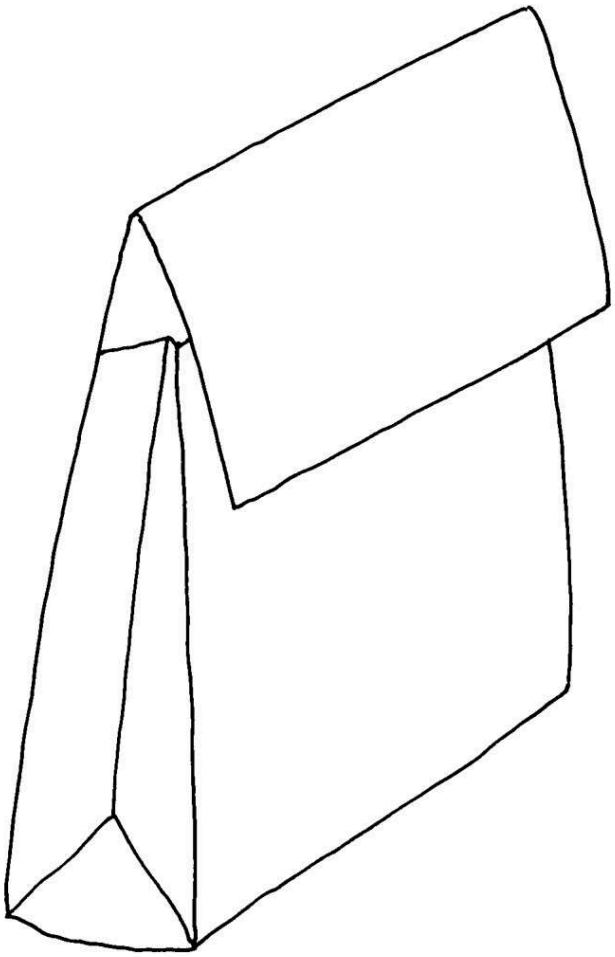
c) A la il·lustració 5 apareix una ampolla amb la tanca d'una gasosa antiga, cosa que permet plantejar-se la utilitat en disseny de certes articulacions. Expliqueu (a través d'un esquema gràfic amb anotacions) en què es basa el sistema de tancament hermètic d'aquesta ampolla.

Il·lustració 2





Il·lustració 3



Il·lustració 5



Districte universitari de C
J a Catalunya

Exercici 1 [3 punts]

Observeu detingudament les imatges següents, que corresponen a la presentació publicitària de diferents models de rellotges Swatch de la col·lecció Skin collection fall/winter 2000, tal com es mostra en el seu catàleg (format de pàgina: 97 x 270 mm).

Imatge 1. Model *Fringante*.
Imatge 2. Model *Blue jelly ski*.
Imatge 3. Model *Impudique*.

Analitzeu les analogies estètiques que s'estableixen entre les imatges publicitàries i el producte anunciat.
Escriviu un seguit de *connotacions** que es poden desprendre, segons el vostre criteri, del conjunt d'imatges publicitàries, i que poden fer referència a aspectes que transcendeixen l'àmbit plàstic, però que constitueixen aspectes importants en la percepció del producte i en els possibles valors que hi estan associats.
Manifesteu una opinió personal i crítica sobre aquest fragment publicitari.

**connotar* (verb transitiu): suggerir, indicar, significar.

Per respondre podeu interrelacionar alguns dels aspectes que comenta Joan Costa en el seu article «Les variables expressives del color en el disseny gràfic» (annex 1).

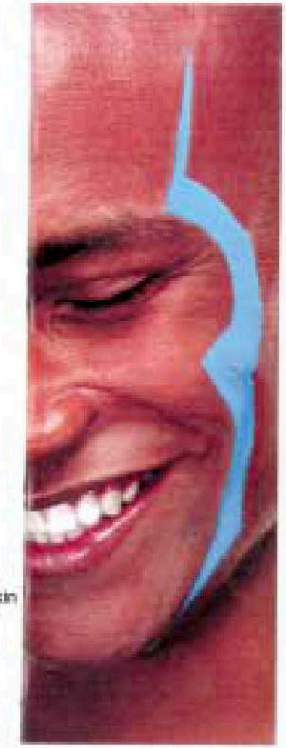


fringante

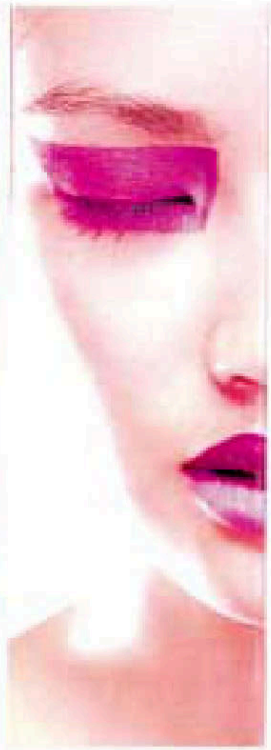
1



blue jelly skin



2





impudique

3

Annex 1: **El color senyalètic**

Ja hem vist que quan el color s'utilitza en la seva màxima saturació o puresa, sense matisos ni gradacions —el color esquemàtic—, aquest color esdevé superfície. Ja no és al servei de la fidelitat icònica —reproduir les coses «tal com les veiem»—, amb la complicitat d'una finíssima trama tipogràfica, que és pràcticament invisible; ni tampoc és al servei d'una iconicitat exaltada o fantàstica; ni exerceix la sensualització de la imatge fotogràfica —fotorealisme— amb el concurs del detall microscòpic; ni actua en el mateix registre perceptiu de la psicologia i la simbòlica del color.

Ara, la variable senyalètica extreu del color tota la seva potència esquemàtica, tota la seva pregnància, per tal de convertir-se en la base del repertori de signes d'un codi fortament sensitiu. Aquesta variable cromàtica s'aplica exactament per «senyalitzar» no solament l'entorn o els espais d'acció dels individus, sinó també el missatge gràfic, amb l'objectiu de portar l'atenció visual a uns determinats punts-clau que obeeixen a una estratègia precisa del dissenyador. Podem pensar també en una mena de «balisació» de la pàgina impresa o de l'anunci, per on la mirada viatjarà tot fent les escales, les parades i les fixacions que han estat imposades pel grafista en el joc complex i fascinant que s'estableix en aquest «diàleg» entre el fabricant del missatge i el seu destinatari.

El color senyalètic, i aquesta intenció seva de conduir la mirada establint una «puntuació», tan aviat s'aplica a l'espai d'acció dels individus, com als objectes, la indumentària i els complements de la decoració comercial i de la cosmètica pop, que té per objecte senyalitzar determinats punts del rostre que captiven els ulls de qui els contempla, tal com antigament s'esdevenia amb les pigues postisses; un bon nombre d'estudis experimentals al taquitoscopi revela els trajectes de l'ull davant d'un rostre ben intencionadament maquillat.

El color senyalètic és el «color-matèria» en la seva expressió autònoma, tal com el trobem en un pot de pintura, a les tintes d'impremta o a les mostres de colors dels fabricants de plàstics. I també es tracta del «color-senyal», tal com es presenta en el traçat de les línies de les autopistes, en els semàfors o en el pintat de les instal·lacions industrials: tubs, recipients, conductors elèctrics i de gasos, de líquids, etc.

Els colors de base de seguretat per a la indústria són:

Groc: Perill
Roig: Parada absoluta. Material d'incendi
Verd: Via lliure. Punts de socors
El blanc i el negre s'utilitzen per traçar els recorreguts, i el blau per atreure l'atenció; són els colors secundaris de la seguretat.

Joan Costa, «Les variables expressives del color en el disseny gràfic». *Temes de Disseny,* núm. 3. Servei de Publicacions Elisava. Barcelona, març de 1989.

En el disseny gràfic, el color senyalètic es presenta en la intensitat màxima i el gran contrast. Recollirem aquí les conclusions dels estudis que han portat a terme Lo Duca i Enel.

a) La visibilitat dels colors decreix quan s'associen amb altres colors (contigüitat).

b) L'impacte dels colors es classifica per aquest ordre:

- Negre sobre blanc
- Negre sobre groc
- Vermell sobre blanc
- Verd sobre blanc
- Blanc sobre vermell
- Groc sobre negre
- Blanc sobre blau
- Blanc sobre verd
- Vermell sobre groc
- Blau sobre verd
- Blanc sobre negre
- Verd sobre vermell

c) La visibilitat en funció del temps és la següent:

- Vermell, visible en 226/10.000 de segon
- Verd, visible en 371/10.000 de segon
- Gris, visible en 434/10.000 de segon
- Blau, visible en 598/10.000 de segon
- Groc, visible en 963/10.000 de segon

d) El taronja posseeix una visibilitat excepcional.

istricte universitari de C

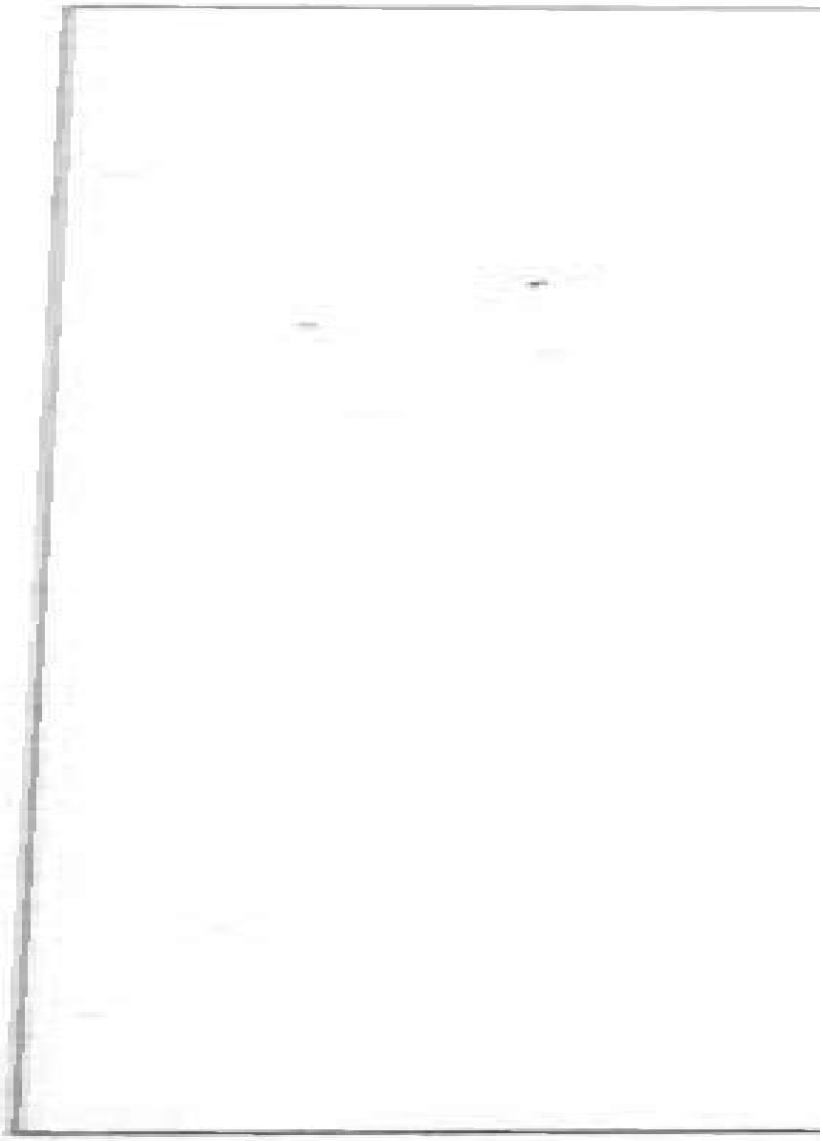
Exercici 1 [2 punts]

A la imatge que acompanya aquesta prova podem veure un treball que Peret va dissenyar el 1993, un símbol per a la identitat visual de la Fundación Antisida Española, fent servir el millor del seu estil característic per obtenir una imatge de commovedora adequació. Sobre això, es demana:

• Analitzeu aquesta imatge (imatge A) i dividiu la resposta en els apartats següents:

a) Quins són els dos fets essencials que demostra la imatge?
b) Peret fa servir un tipus de figuració molt singular, la qual comporta, per ella mateixa, significats concrets. Quins són aquests significats i com es transmeten?

A



Producte Sir
Empresa Fu
Disseny Pe

93. PAU 2000 · Setembre · Sèrie 2 · Exercici 1

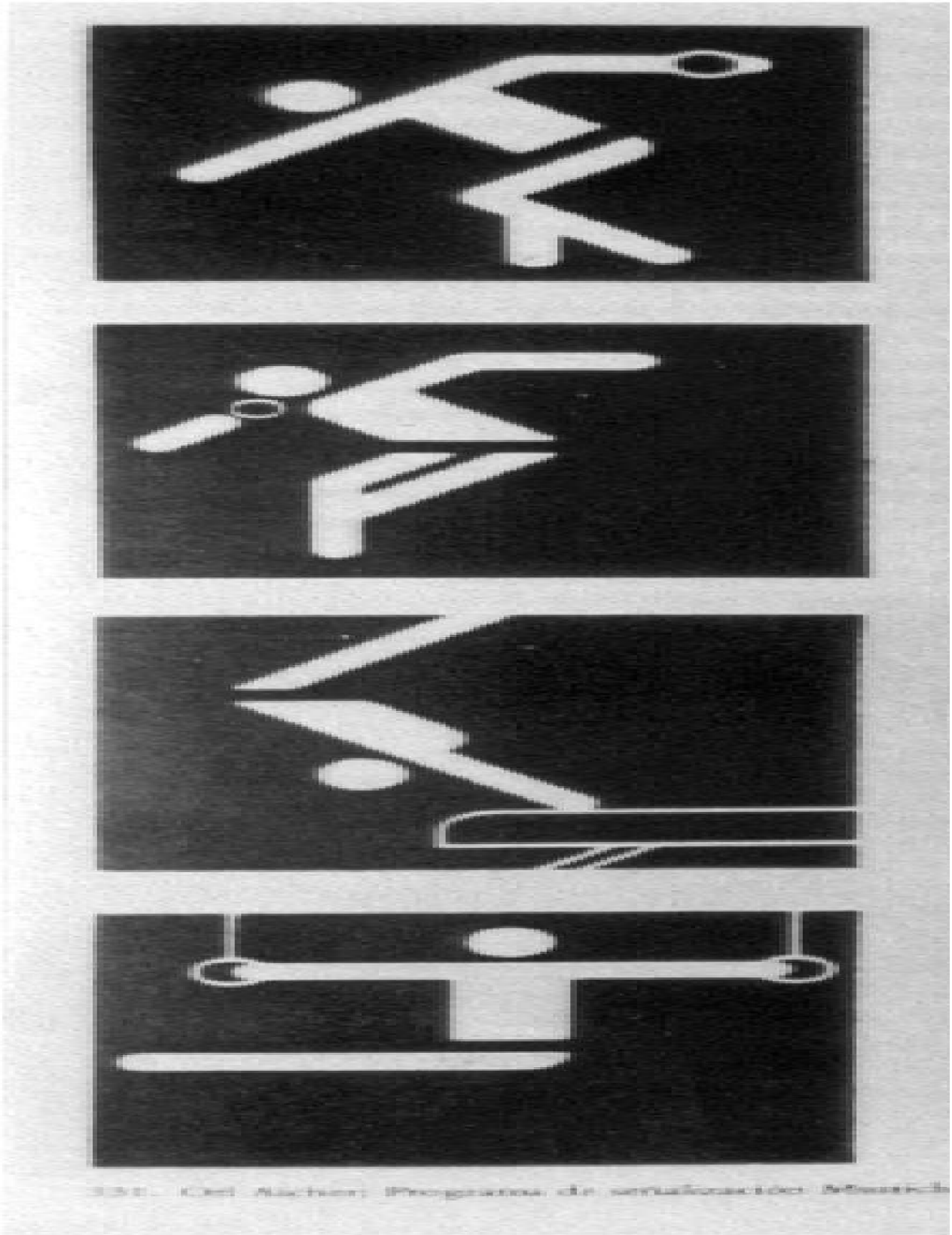
Exercici 1 [3 punts]

Alguns esdeveniments socials cíclics ens aporten possibilitats molt interessants a l'hora d'establir, dels dissenys que generen, anàlisis per comparació. En aquest cas, partirem de dues col·leccions de pictogrames ben coneguts: els deguts a Otl Aicher (**imatge A**), i emprats en els Jocs Olímpics de Munic (1972), i a Josep M. Trias i l'equip Quod (**imatge B**), emprats en els Jocs Olímpics de Barcelona (1992). Sobre això, es demana:

• Feu una anàlisi comparativa entre totes dues obres; per a això diversifiqueu la resposta en els apartats següents:

a) tipus de traç emprat i tipus de pautes de suport,
b) diferència en la relació forma/fons i raó d'aquesta relació,
c) diferències detectables quant a la significació (no entre cada pictograma, sinó entre les propostes globals d'Aicher i Trias).

A



B



Universitat de Vall

Exercici 1 [2 punts]

• Analitzeu els aspectes gràfics de la imatge 1 i comenteu-los per escrit amb ajut de gràfics. Tingueu en compte el contingut textual de la propaganda que completa el fullet del *mailing* publicitari d'Habitat.

> **Imatge 1.** Fullet publicitari (1a = anvers, 1b = revers), *El otoño más cómodo para tu casa*. Habitat, Diagonal, 514, Barcelona. Paper *couché,* 23,7 x 11,2 cm.

Per fer-ho, tingueu en compte els aspectes següents:

— la tipografia del text que acompanya la imatge fotogràfica,
— els elements formals, com poden ser la línia, els ritmes relacionals, el color (el color blanc propi del paper fotogràfic ha estat manipulat i ara és gris), el format, etc., que influeixen en la composició,
— el contingut textual publicitari.

1A

LA CASA DE OTOÑO

Este otoño decorar tu casa va a ser más cómodo que nunca. Porque si compras sofás, alfombras, o lámparas por un valor superior a 50.000 Ptas., podrás pagarlos con la tarjeta Habitat hasta en 4 plazos sin intereses, ahorrándote el transporte a tu casa*. O incluso en mejores condiciones**. Ven a Habitat y deja que el Otoño más alegre entre en tu casa.

habitat

Diagonal, 514 / Tuset

*Sólo metropolitana. No se incluye pintura.

**En 10 meses, sin intereses, para compras superiores a 100.000 Ptas. pescatando anuncios clasificados de prensa. Promoción válida hasta el 2 de Noviembre de 1988.

Tormo, S.L.

LA CASA DE OTOÑO

Este otoño decorar tu casa va a ser más cómodo que nunca. Porque si compras sofás, alfombras, o lámparas por un valor superior a 50.000 Ptas., podrás pagarlos con la tarjeta Habitat hasta en 4 plazos sin intereses, ahorrándote el transporte a tu casa*. O incluso en mejores condiciones**. Ven a Habitat y deja que el Otoño más alegre entre en tu casa.

habitat

Diagonal, 514 / Tuset

*Área metropolitana. No se incluye palets.

**En 10 meses, sin intereses, para compras superiores a 100.000 Ptas., presentando nomina y declaración de renta.
Promoción válida hasta el 2 de Noviembre de 1986.

Tempo, S.L.

95. PAU 2000 · Juny · Sèrie 3 · Exercici 2

Prova d'accés a la universitat per a alumnes procedents del COU i de les

Exercici 2

2.1. [1 punt]

• Analitzeu, gràficament i per escrit, el disseny gràfic del fullet publicitari de Tandem Campmany Guasch (anvers i revers) que us adjuntem (fotocòpia: imatge 1).

Los mejores anuncios del mundo, enfrentados.
Els millors anuncis del món, enfrontats.



Lions vs. Clios





Sala Tandem

Noviembre (diciembre de 1996 a diciembre (diciembre de 1996



Elle de Plaisir '96
Lolita de Bonne '96

gratificans del mundo. del món.

Las provocativas, Les provocatives, les més

las más extrovertidas, las más resultonas, les més efectives,

efectivas, las espectaculares, les espectaculars,

las polémicas... les polèmiques...

Las de un lado del Atlántico y Les d'un costat de l'Atlàntic

las del otro. i les de l'altre.

Sólo falta decidir cuáles Només manca decidir

son las mejores. quines són les millors.



Lolita de Bonne '96
Elle de Plaisir '96

Tandem Company Gesaweb DDB

Ronda Generalitat 84 - 88. 08006 Barcelona. Tel. 238 34 00. Fax 238 35 00.