

DEPARTAMENTO: DIBUJO CURSO 2023-24	MATERIA	DISEÑO
CONTENIDOS Los contenidos de la materia se articulan en torno a los siguientes bloques: Concepto, historia y campos del diseño: en este bloque se hace una introducción a la evolución histórica del diseño, explicando sus orígenes y su concepto. Respecto a las definiciones de diseño se incidirá en diferentes conceptos de diseño. Por otro lado, se estudiarán sus diversos campos de aplicación. El diseño: configuración formal y metodología: en este segundo bloque se detallarán los elementos básicos del lenguaje propios del diseño y sus formas de organización, incidiendo en la importancia del conocimiento de la sintaxis visual y los significados, para acabar el bloque exponiendo las diferentes fases del proceso de diseño. Diseño gráfico: en este tercer bloque se explorarán los campos referentes al diseño bidimensional, como la tipografía, el diseño editorial, la imagen de marca, la señalética y el diseño publicitario bidimensional. También se introducirán las técnicas propias del diseño gráfico y la forma de organizar la maquetación mediante retículas. Y se hará una introducción a proyectos de comunicación gráfica. Diseño tridimensional: en este último bloque se trabajarán, por un lado, el diseño de producto, y por otro, el diseño de espacios, aplicando siempre los sistemas de representación espacial adecuados a cada proyecto. Se explorará el <i>packaging</i> como nexo de unión del diseño gráfico y el tridimensional, con la representación de volúmenes y desarrollo de troqueles. Se explicará una introducción a la ergonomía y la antropometría y su aplicación al diseño de productos que tengan en cuenta la diversidad funcional. Respecto al diseño de espacios se estudiarán, por un lado, las tipologías de espacios y las sensaciones psicológicas asociadas a estos y por otro, las funciones de los espacios y la adaptación de sus diseños, recordando la prioridad del diseño inclusivo. En los contenidos de los bloques C y D en los que se propone introducir al alumnado en proyectos de diseño, se favorecerá la alternancia entre el trabajo grupal y el individual así como el uso de herramientas tecnológicas para acercar esta experiencia a la vida real y profesional. Los contenidos no han de seguir obligatoriamente el orden secuencial en el que están presentados. Como contenidos de forma transversal entre los diferentes bloques se incluirán la gestión responsable de los residuos y la seguridad, toxicidad e impacto medioambiental de los materiales utilizados en los proyectos. De igual manera, y siempre que sea posible su acceso, se incluirá el uso de herramientas digitales aplicadas tanto al diseño bidimensional como tridimensional.		
Contenidos. A. Concepto, historia y campos del diseño. – El diseño, sus clasificaciones y campos de aplicación: • _ Diseño gráfico: editorial, tipográfico, publicitario, identidad corporativa, señalética. • _ Diseño industrial: de producto, embalajes o <i>packaging</i>, mobiliario, moda, textil. • _ Diseño ambiental: interiorismo, escaparatismo, escenografía. – Evolución histórica del diseño y su definición. Concepto y teorías del diseño. – Artesanía e industrialización: objeto artesanal, artístico e industrial, diferencias. – Tendencias, periodos y las principales escuelas y figuras más representativas en el campo del diseño: • Revolución Industrial y Arts&Crafts. • Orientalismo y Movimiento Estético. • Art Nouveau y Secesión. • Deutscher Werkbund. • Vanguardias, Neoplasticismo, Constructivismo, Futurismo, Surrealismo. • Bauhaus. • <i>Art Deco, Stiling.</i> • El Funcionalismo, Estilo Internacional. • Organicismo.		

- Diseño Escandinavo.
- Escuelas de Posguerra.
- *Pop*, *HiTech*, Deconstructivismo, *Mínimal*.
- Diseño Radical, Posmodernismo, Memphis.
- Últimas tendencias: accesibilidad, diseño *friendly*, *neobiomorfismo*.
- Diseño español.
- La presencia de la mujer en el campo del diseño.
 - Las mujeres de la Bauhaus: Otti Berger, Anni Albers, Marianne Brandt, Alma Buscher, Lilly Reich, Charlotte Perriand, Greta Grossman, Florence Knoll, Gae Aulenti y Andrée Putman.
 - Jacqueline S. Casey, Margaret Calvert, Aino Aalto, Ray Kaiser Eames y Victoria Rushton, entre otras.
- Diseño, ecología y sostenibilidad:
 - Procedencia de los materiales.
 - Procesos de producción y distribución sostenibles.
 - El diseño en la sociedad de consumo. La obsolescencia programada.
 - Pertinencia del diseño. Aportaciones del diseño sostenible a la solución de los retos ambientales.
- Diseño y función.
- Diseño inclusivo, universal, accesible, igualitario.
- La diversidad como riqueza patrimonial.
- Aportación de las culturas no occidentales al canon del diseño universal. La apropiación cultural.
- Fundamentos de la propiedad intelectual. La protección de la creatividad. Patentes y marcas.
- B. El diseño: configuración formal y metodología.**
- Diseño y función.
- El lenguaje visual:
 - Teoría de la percepción. Leyes de la Gestalt.
 - Elementos básicos: punto, línea, plano, color, forma y textura.
- Sintaxis de la imagen bidimensional y tridimensional:
 - Estructura y composición.
 - Proporción, proporción áurea, escala.
 - Peso visual, equilibrio, centro de interés, recorrido visual, líneas de fuerza, ritmo.
- Ordenación y composición modular. Módulo, submódulo, redes, teselas, formas moduladas, módulos pararegulares, movimientos en el plano, patrones de repetición. Aplicaciones a telas, suelos, paredes. Historia.
- Dimensión semántica del diseño. Signo, Símbolo.
- El color. Propiedades. Valor simbólico y psicológico o social. Color e impresión.
- Proceso del diseño. Fases del diseño. *Brief*, establecimiento de objetivos, planificación, documentación, creatividad, bocetos, croquis, arte final, memoria.
- La metodología del proyecto.
- Procesos creativos en un proyecto de diseño. Análisis de datos. Selección.
- Estrategias de organización de los equipos de trabajo.
- C. Diseño gráfico.**
- Funciones comunicativas del diseño gráfico.
- La tipografía, términos básicos, principales familias, legibilidad, propiedades y uso en el diseño. Programas de creación de tipografías.
- El diseño gráfico y la composición.
- El diseño gráfico con y sin retícula. Procesos y técnicas de diseño gráfico. Organización de la información.
- La imagen de marca: el diseño corporativo. Historia. Programas de dibujo vectorial.
- Diseño editorial. La maquetación y composición de páginas. Términos básicos. Tipos de impresos. Impresión.
- El diseño publicitario. Proyectos de comunicación gráfica. El cartel. Historia.
- La señalización y sus aplicaciones. El pictograma. La retícula. Color. Soportes.
- D. Diseño tridimensional.**
- Diseño de producto.
- Tipología de objetos en el diseño volumétrico: de uso individual, público o profesional.

- Sistemas de representación y estructuras compositivas aplicados al diseño de producto: diédrico, axonométrico y cónico.
- Antropometría, ergonomía y biónica aplicada al diseño.
- Diseño de producto y diversidad funcional. Diseño flexible, creación de opciones.
- Materiales, texturas y colores. Sistemas de producción y su repercusión en el diseño. Historia y evolución de los materiales. Sostenibilidad, reciclaje, reutilización.
- El *packaging*: del diseño gráfico al diseño del contenedor del producto tridimensional. Iniciación a su desarrollo y técnicas de producción. Iniciación a los troqueles, desarrollos y acotación.
- Diseño de espacios. Organización del espacio habitable, público o privado. Distribución de espacios y recorridos.
- Elementos constructivos. Principios de iluminación. Diseño de espacios interiores.
- Percepción psicológica del espacio. Luz y color.
- El diseño inclusivo de espacios. Accesibilidad.

COMPETENCIAS ESPECÍFICAS	DESCRIPTORES	CRITERIOS DE EVALUACIÓN
1. Identificar el concepto y los fundamentos del diseño a partir del análisis crítico de diversos productos de diseño bidimensional y tridimensional, para profundizar en la comprensión tanto de la complejidad de los procesos y herramientas que intervienen, como de la dimensión simbólica y semántica de sus lenguajes. La diversidad del patrimonio cultural y artístico es una riqueza de la humanidad. Los productos elaborados por esta materializan esa diversidad en su diseño, que se fundamenta en unos procesos y herramientas propios. Mediante la exploración de las formas y funciones de esos objetos y producciones, el alumnado podrá descifrar sus estructuras internas y sus procesos materiales y conceptuales de creación, generando así una oportunidad para reflexionar sobre las posibilidades de volver a transformar estos objetos ya existentes, mejorándolos en su funcionalidad o adaptándolos a nuevas necesidades. De la misma forma los lenguajes específicos del diseño son igualmente ricos y plurales, y presentan una importante dimensión simbólica y semántica. Los significantes y los significados de los productos de diseño se articulan mediante una sintaxis que podría considerarse universal. El alumnado puede trabajar estos aspectos por medio de la investigación de fuentes documentales de diversos tipos, así como compartir el análisis de los propios objetos, comunicando sus conclusiones mediante producciones orales, escritas o multimodales.	CCL1, CCL3, STEM1, STEM2, CD1, CPSAA4, CC1 y CCEC2	1.1. Reconocer la relación entre las formas y las funciones en objetos de diseño bidimensionales o tridimensionales, percibiéndolos como productos susceptibles de transformaciones y mejoras. 1.2. Explicar en los objetos de diseño las dimensiones simbólicas y semánticas propias de su lenguaje, identificando sus elementos sintácticos y constitutivos con actitud receptiva y respetuosa.
2. Reflexionar sobre los orígenes, los principios y las funciones del diseño, comparando y analizando producciones de diferentes épocas, estilos y ámbitos de aplicación. El concepto de diseño es un concepto vivo a lo largo de la historia del ser humano, pero siempre ha estado	CCL1, CCL3, STEM2, CPSAA1.1, CC1, CC3, CC4 y CCEC1	2.1. Identificar las características fundamentales de los principales movimientos, corrientes, escuelas y teóricos relacionados con el diseño, comparando productos de

ligado a la planificación para el desarrollo de productos que aporten solución a un problema determinado. Como consecuencia de la variabilidad de los problemas y necesidades de las distintas sociedades, la historia del diseño refleja como las circunstancias históricas, geográficas, económicas y sociales han condicionado fuertemente la estética y la funcionalidad de los productos que aquella ha creado. En cambio, el diseño se presenta como una potente herramienta que permite la sostenibilidad de toda la actividad y posibilita a su vez amortiguar el impacto medioambiental.		diseño de diferentes contextos geográficos, históricos, y reflexionando de manera crítica sobre las aportaciones de las culturas no occidentales. 2.2. Analizar de manera crítica las diferentes soluciones de diseño vinculadas a un mismo problema, reflexionando sobre su impacto sobre el entorno. 2.3. Realizar un proyecto de investigación sobre figuras relevantes en el campo del diseño, analizando los factores que han influido en el campo del diseño en diferentes contextos históricos.
3. Analizar de manera crítica y rigurosa distintas configuraciones formales, compositivas y estructurales presentes en el diseño de diferentes productos, identificando sus elementos plásticos, estéticos, funcionales y comunicativos de diseño, para enriquecer sus propias producciones y conformarse una opinión. El alumnado debe conocer y asumir, aplicando criterios éticos en la generación de productos, lo que idealmente podría trasladar a su propio rol como consumidor y le aportaría herramientas poderosas para buscar respuestas adecuadas. Para poder emplear estos criterios, el alumnado debe identificar los diferentes elementos constitutivos del diseño, entre los que destacan la forma y el color, muy importantes en la estética, o los aspectos materiales y sus múltiples combinaciones y articulaciones. A su vez, ha de descifrar y descubrir las estrategias comunicativas o funcionales subyacentes en productos de diseño relativos a cualquier campo de aplicación, teniendo muy en cuenta el entorno digital. Además de identificar estos elementos, debe conocer las metodologías y procesos proyectuales que conducen a la creación de productos de diseño, lo que le permite tanto reconocerlos en su entorno.	STEM1, STEM5, CD2, CC1, CC4, CE1, CCEC1, CCEC2 y CCEC4.1.	3.1. Reconocer las estructuras formales, compositivas y estructurales en objetos y productos de diferentes ámbitos del diseño, analizando los procesos y métodos utilizados para desarrollarlos, así como las finalidades funcionales y comunicativas de las que parten. 3.2. Analizar las relaciones compositivas en distintos productos de diseño, identificando los elementos básicos del lenguaje visual y explicando su impacto en aspectos como la inclusión, la sostenibilidad y el consumo responsable.

4. Planificar proyectos de diseño, individuales y colectivos, seleccionando con criterio las herramientas y recursos necesarios, para proponer y analizar críticamente soluciones creativas en respuesta a necesidades propias y ajenas. El diseño gráfico, de producto o de espacios, requiere de una metodología concreta basada en la planificación de unas fases específicas. La organización de estas estrategias de planificación depende de muchos factores, pero en gran medida, el condicionante mayor es el público diana. El alumnado deberá evaluar el proyecto valorando la adecuación del mismo a los objetivos propuestos y organizando los recursos para el desempeño del trabajo, entendiendo que el proceso es una parte fundamental del diseño que debe valorarse tanto como el producto final. Al valorar el proceso estamos poniendo en valor los mecanismos subyacentes que rodean el producto creado, lo que nos permite aplicarlo tanto a creaciones propias como al análisis de otros productos de diseño ajenos. Se deberá promover el enfoque innovador y creativo tanto en el proceso de búsqueda y planificación como en la resolución y creación de los productos. La materia contempla el trabajo en grupo como una forma de enriquecimiento personal y como una manera de anticiparse a las posibles proyecciones profesionales, integrándose en equipos de trabajo que se organicen y den una respuesta diversa a los problemas que vayan surgiendo en el desarrollo de proyectos de diseño. Haciendo énfasis en el intercambio de ideas y la empatía, y aplicando estas soluciones encontradas en proyectos de grupo a propuestas individuales, para así permitir el desarrollo personal del alumnado.	CD3, STEM3, CPSAA3.2, CPSAA5, CC4, CE1, CE3, CCEC4.1 y CCEC4.2.	4.1. Planificar adecuadamente proyectos de diseño, estableciendo objetivos en función del impacto de comunicación buscado, programando las distintas fases del plan de desarrollo, seleccionando con criterio las herramientas y recursos. 4.2. Participar activamente en la organización adecuada de los equipos de trabajo de los proyectos de diseño colaborativo, identificando las habilidades requeridas y repartiendo y asumiendo las tareas con criterio. 4.3. Evaluar las propuestas de planificación propias y ajenas de manera crítica y argumentada, analizando su adecuación al impacto de comunicación buscado.
5. Desarrollar propuestas personales a partir de ideas o productos preexistentes, considerando la propiedad intelectual, para responder con creatividad a necesidades propias y ajenas y potenciar la autoestima y el crecimiento personal. La autoestima está profundamente ligada al crecimiento personal y a la aceptación y enriquecimiento de la propia identidad. La actividad del diseño supone la superación de un problema o una necesidad planteada. El desarrollo de estas propuestas supondría, por un lado, un vehículo para comunicar ideas propias, sentimientos e inquietudes personales, y por otro, dar una oportunidad a la imaginación y a la creatividad para materializarse en productos de diseño con una función determinada. La adaptación creativa de los productos de diseño pasa necesariamente por la apropiación de las regulaciones	STEM3, CPSAA1.1, CC1, CC4, CE1, CE2, CE3, CCEC3.1, CCEC3.2, CCEC4.1 y CCEC4.2.	5.1. Proyectar soluciones de diseño innovadoras en respuesta a necesidades personales o de expresión propias, a partir de ideas o productos preexistentes. 5.2. Evaluar críticamente las propuestas de diseño personales, valorando su coherencia y adecuación, y considerando el respeto a la propiedad intelectual, tanto a la ajena como a la propia.

que protegen la propiedad intelectual.		
6. Crear productos de diseño, respondiendo con creatividad a necesidades concretas, y cuidando la corrección técnica, la coherencia y el rigor de la factura del producto, para potenciar una actitud crítica y responsable que favorezca el desarrollo personal, académico o profesional en el campo del diseño. El diseño es un proceso que conlleva la realización de un producto físico. El producto debe cumplir con unos criterios técnicos de elaboración y ejecución, ajustándose a las normas de representación formal y material de la propuesta. El alumnado deberá seleccionar y utilizar de manera coherente los recursos técnicos y procedimentales a su alcance. Estos deberían constituir un apoyo y no un condicionante para facilitar el flujo en la comunicación de ideas, sentimientos y emociones a través de producciones de diseño. Mediante la materia de Diseño, el alumnado debe tomar conciencia de que el diseño integrador ha de ser la base de todas sus propuestas de diseño gráfico, de producto o de espacios, ya sea en proyectos individuales o colaborativos, al igual que debe servir como punto de partida para argumentar rediseños innovadores de productos ya existentes. Es asimismo fundamental que se reflexione sobre cómo proteger la creatividad personal y la propiedad intelectual.	STEM3, CD3, CPSAA2, CC4, CE1, CE3, CCEC3.2, CCEC4.1 y CCEC4.2.	6.1. Realizar proyectos elementales de diseño gráfico, diseño industrial o diseño de espacios habitables, aplicando soluciones creativas en la elaboración de un producto innovador, y teniendo en cuenta sus implicaciones sociales, económicas y de transformación, así como los aspectos relacionados con la propiedad intelectual. 6.2. Evaluar de manera crítica y argumentada trabajos de diseño, propios y ajenos, valorando tanto la selección coherente y adecuada de los recursos técnicos, como el rigor y la corrección en la aplicación de las técnicas de ejecución, desarrollo y presentación del producto, además de su grado de adecuación al impacto de comunicación buscado y al respeto a la propiedad intelectual. 6.3. Identificar las posibilidades de intervención del diseño inclusivo en diferentes ámbitos de la actividad humana, poniendo en valor los proyectos innovadores y transformadores de la sociedad. 6.4. Realizar un proyecto de diseño inclusivo, priorizando su adecuación a una o varias diversidades funcionales concretas, utilizando de manera creativa las configuraciones formales y argumentando las decisiones tomadas.