

Segundo curso
Compromiso con los objetivos grupales.
Indicaciones y gestos de la dirección coral.
El silencio como marco de la interpretación y la escucha musical.
Repertorio de coro de diferentes épocas y estilos del ámbito occidental, así como de otros ámbitos culturales, con o sin acompañamiento instrumental.
El texto a través del análisis fonético. Reglas del sistema fonético-fonológico.
Funciones de la producción artística: preproducción, organización de ensayos, apoyo técnico y difusión.
Oportunidades de desarrollo personal, social, académico y profesional ligadas al ámbito musical.
Utilización crítica, segura y responsable de recursos analógicos y digitales, respeto a la protección de datos, propiedad intelectual y derechos de autoría.
Valoración de la diversidad como fuente de riqueza cultural y artística.
Potenciación de la autoconfianza, autoestima, iniciativa y liderazgo en los procesos creativos e interpretativos.
Habilidades de expresión y comunicación de sentimientos, emociones e ideas artísticas.

DISEÑO

El diseño es un proceso complejo en el que intervienen diferentes disciplinas y que proyecta su actividad sobre campos muy diversos: desde la creación de logotipos hasta las distribuciones y texturas de las arquitecturas de interior, pasando por las familias tipográficas y su significado particular. El diseño rodea nuestra vida y es el reflejo de nuestras inquietudes, necesidades, y de nuestra identidad cultural y artística. El diseño proporciona al alumnado herramientas para desarrollar ideas, representarlas y proyectarlas en problemas concretos.

El diseño implica trabajo interdisciplinar, interacción de saberes, conexión de disciplinas. Todo ello está relacionado con el desarrollo de las competencias clave, lo cual favorece un aprendizaje holístico y competencial. En el diseño es básico el desarrollo de la competencia emprendedora y la ciudadana como ejes que definen el objetivo último de la creación. Así mismo, hemos de tener en cuenta que la democratización de los medios y herramientas digitales han transformado los ámbitos del diseño de manera revolucionaria. Por otro lado, el conocimiento técnico y científico se saben necesarios para resolver problemas concretos que existen en toda necesidad funcional. Tanto la competencia personal de aprender a aprender como la cultural van intrínsecamente ligadas a la materia por su naturaleza de investigación, desarrollo y expresión individual y colectiva.

El diseño se ha convertido en una actividad fundamental en nuestro mundo, ya que se encarga de dinamizar la industria y la economía, y es a su vez, un motor generador de consumo. Por este motivo, se hace necesaria una reflexión acerca de cómo optimizar los recursos disponibles y llevar a cabo un diseño sostenible que posibilite el equilibrio entre la calidad de vida y la modificación del entorno sin deteriorar el medioambiente y sin comprometer los recursos naturales. Junto a esta reflexión de sostenibilidad surge un discurso centrado en la igualdad de oportunidades, en el respeto a la diversidad y, en consecuencia, la adecuación de un diseño cada vez más inclusivo.

La materia de Diseño en 2º de Bachillerato proporciona al alumnado los fundamentos y destrezas necesarios para iniciarse en el diseño y sentar la base adecuada para afrontar estudios superiores, y gira en torno a los siguientes ejes principales de conocimiento:

- El análisis del mundo que les rodea, descodificando el lenguaje de productos de diseño y descubriendo sus estructuras comunicativas, formales y semánticas.
- El conocimiento de las técnicas, herramientas y procedimientos analógicos y digitales de creación, composición, representación y presentación propios del diseño bidimensional y tridimensional.

- Profundizar en las metodologías proyectuales aplicadas al desarrollo de productos innovadores y creativos sobre la base del diseño inclusivo.
- La relación entre forma y función en el mundo del diseño.

Para estos fines, los saberes básicos de la materia se articulan en torno a los 6 componentes (recepción e identidad cultural , investigación y análisis, autoexpresión , experiencia vital, producción artística y cultural, planificación y organización) y a las nueve competencias específicas derivadas de ellos, que engloban la comprensión ,el conocimiento y reflexión sobre los orígenes y las funciones del diseño y su relación con la forma para ,por medio de la expresión personal, desarrollar proyectos de diseño individuales y colectivos con el fin de crear productos de diseño bi y tridimensionales. Su desarrollo se ha realizado en función de las demandas de los criterios de evaluación establecidos, que se han formulado integrando conocimientos, destrezas y actitudes.

Los bloques de saberes de Diseño son:

- A. Concepto, historia y campos del diseño: Se hace una introducción a la evolución histórica del diseño, explicando sus orígenes y su concepto. Respecto a las definiciones de diseño se incide en los conceptos de diseño inclusivo y diseño sostenible. Por otro lado, se estudian sus diversos campos de aplicación.
- B. El diseño: configuración formal y metodología: se detallan 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.
- C. Diseño gráfico: se exploran 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 introducen las técnicas propias del diseño gráfico y la forma de organizar la maquetación mediante retículas. Y se hace una introducción a proyectos de comunicación gráfica.
- D. Diseño tridimensional: se trabaja, 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 explora el packaging como nexo de unión del diseño gráfico y el tridimensional, con la representación de volúmenes y desarrollo de troqueles. Se explica 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 estudian, por un lado, las tipologías de espacios y las sensaciones psicológicas asociadas a éstos y por otro, las funciones de los espacios y la adaptación de sus diseños, recordando la prioridad del diseño inclusivo.

Diseñar es planificar y, por tanto, anticipar las actuaciones e intervenciones para obtener la solución a un problema determinado. El objetivo del diseño es mejorar el entorno, y con él la calidad de vida, mediante el perfeccionamiento de la identidad de los productos que utilizamos.

En definitiva, se trata de una gran herramienta a disposición del alumnado capaz de aprovechar su poder de transformación.

COMPETENCIAS ESPECÍFICAS

1. Identificar 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,

tanto bidimensionales como tridimensionales, el alumnado puede descifrar sus estructuras internas y los procesos materiales y conceptuales empleados en su 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.

Los ámbitos de aplicación del diseño son extremadamente amplios, ya que su desarrollo cubre la totalidad de la actividad humana. De la misma forma, los lenguajes específicos del diseño son igualmente ricos y plurales, y presentan una importante dimensión simbólica y semántica. Los soportes, medios y elementos pueden ser muy numerosos, de modo que su estudio resulta complejo. Pese a ello, los significantes y los significados de los productos de diseño se articulan mediante una sintaxis que podría considerarse como universal, aunque presenta a menudo variantes culturales, geográficas, económicas y sociales que deben conocerse para comprender mejor su intención comunicativa y para que la recepción de estos productos sea correcta.

La asimilación de esta sintaxis por parte del alumnado le permite comprender los lenguajes que articula, así como valorar el peso de la función y la forma en cualquier producto de diseño. De este modo, puede identificar la relación existente entre estos dos conceptos, de cuyo equilibrio o desequilibrio depende la identidad de un producto de diseño.

El alumnado puede trabajar estos aspectos por medio de la investigación de fuentes documentales de diversos tipos, analógicas o digitales, así como a partir del análisis de los propios objetos, comunicando sus conclusiones mediante producciones orales, escritas y multimodales.

Esta competencia específica se conecta con los siguientes descriptores: CCL1, CCL3, STEM1, STEM2, CD1, CPSAA4, CC1, CCEC2.

2. Reflexionar sobre los orígenes, los principios y las funciones del diseño, comparando y analizando producciones de diferentes épocas, estilos y ámbitos de aplicación, para valorar de manera crítica su impacto medioambiental, social y cultural.

El concepto de diseño ha variado a lo largo de la historia, pero siempre ha estado ligado a la planificación del desarrollo de productos que aporten soluciones a problemas determinados. Como consecuencia de la variabilidad de los problemas y necesidades de las distintas sociedades y ámbitos de aplicación, la historia del diseño refleja cómo las circunstancias históricas, geográficas, económicas y sociales han condicionado fuertemente la estética y la funcionalidad de los productos que aquellas han creado. El conocimiento de estos aspectos por el alumnado le conduce, además, a una reflexión profunda acerca del modo en que la humanidad ha ido transformando el planeta sin tomar conciencia del impacto medioambiental que producía. En cambio, el diseño actual se presenta como una potente herramienta para buscar la sostenibilidad en cualquier actividad, posibilitando así la amortiguación de dicho impacto.

También se propiciará la reflexión sobre otros aspectos relevantes que ayuden a visibilizar ausencias importantes en la construcción del canon del diseño, como la de mujeres entre las figuras relevantes de esta disciplina o la de la aportación de las culturas no occidentales.

El alumnado puede trabajar estos aspectos por medio de la investigación de fuentes documentales de diversos tipos, tanto analógicas como digitales, así como del análisis de los propios objetos, comunicando sus conclusiones mediante producciones orales, escritas y multimodales.

Esta competencia específica se conecta con los siguientes descriptores: CCL1, CCL3, STEM2, CPSAA1.1, CC1, CC3, CC4, CCEC1.

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, para enriquecer sus propias producciones y conformar una opinión crítica.

El enfoque mundial de consumo responde mayoritariamente a estrategias comerciales y de márketing vinculadas al diseño gráfico, a campañas de diseño publicitario, al packaging de los productos a consu-

mir o al diseño de espacios que favorecen la actividad comercial, por lo que el giro hacia una sociedad de consumo responsable y sostenible debe ser un eje vertebrador de la materia de Diseño. Es este un terreno que conlleva una gran responsabilidad, que el alumnado debe conocer y asumir aplicando criterios éticos en la generación de productos, lo que idealmente podrá trasladar a su propio rol como consumidor y le aportará herramientas poderosas para responder a la manipulación de la propaganda.

Para ello, el alumnado debe identificar los diferentes elementos constitutivos del diseño, entre los que destacan la forma y el color, muy importantes en la estética, así como la composición (orden, composición modular, simetría, dinamismo y deconstrucción) 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 permitirá tanto reconocerlos en su entorno como aplicarlos en sus propias producciones.

Esta competencia específica se conecta con los siguientes descriptores: STEM1, STEM5, CD2, CC1, CC4, CE1, CCEC1, CCEC2, CCEC4.1.

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, tanto bidimensional como tridimensional, incluyendo el entorno digital, 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 objetivo al que se destina el producto. El alumnado debe evaluar el proyecto valorando la adecuación del mismo a los objetivos propuestos y seleccionando con criterio las herramientas y recursos necesarios para el desempeño del trabajo, entre los que se cuentan los soportes, técnicas, métodos y sistemas de representación y presentación —incluido el entorno digital—, entendiendo que el proceso es una parte fundamental del diseño y debe tenerse en cuenta tanto como el producto final que hay que generar. Al valorarlos se destacan los mecanismos subyacentes que rodean el producto creado, lo que permite aplicarlos tanto a las subsiguientes creaciones propias como al análisis de otros productos de diseño ajenos.

Dentro del contexto global de sostenibilidad que privilegia la disciplina, se debe promover el enfoque creativo e innovador tanto en el proceso de búsqueda de soluciones y planificación, como en la resolución y creación de los productos. La materia contempla el trabajo colaborativo como una forma de enriquecimiento personal y como una manera de anticiparse a posibles proyecciones académicas o profesionales, integrando al alumnado en equipos de trabajo que se organizan autónomamente y den una respuesta diversa e imaginativa a los problemas que vayan surgiendo en el desarrollo de proyectos de diseño. Para ello, es importante que los alumnos y alumnas sean capaces de responder con flexibilidad y eficacia a las necesidades, circunstancias y características de los proyectos que se planteen.

Esta competencia específica se conecta con los siguientes descriptores: CD3, STEM3, CPSAA3.2, CPSAA5, CC4, CE1, CE3, CCEC4.1, CCEC4.2.

5. Desarrollar propuestas personales e imaginativas 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 actividad del diseño consiste en plantear la solución de un problema o una necesidad por medio de diversas propuestas. El desarrollo de estas propuestas es, por un lado, un vehículo para comunicar ideas propias, sentimientos e inquietudes personales, y por otro, una oportunidad de la imaginación y la creatividad para materializarse en productos con una función determinada, proceso que resulta especialmente efectivo partiendo del entorno inmediato del alumnado. En este sentido, la adaptación creati-

va de productos de diseño preexistentes es un ejercicio muy enriquecedor para el alumnado, que le permite, además, familiarizarse con las regulaciones que protegen la propiedad intelectual, asimilándola como un elemento esencial para el ejercicio de una ciudadanía responsable y respetuosa.

Por otra parte, el desarrollo de la propuesta podrá complementarse con la argumentación, exposición y puesta en común de las soluciones de diseño adoptadas, lo que dará como resultado una reflexión empática y autocrítica sobre el trabajo realizado y expuesto, reforzando de esta manera la autoestima del alumnado.

Esta competencia específica se conecta con los siguientes descriptores: STEM3, CPSAA1.1, CC1, CC4, CE1, CE2, CE3, CCEC3.1, CCEC3.2, CCEC4.1, CCEC4.2.

6. Crear productos de diseño, respondiendo con creatividad a necesidades concretas, incluidas las del diseño inclusivo y las relativas a la sostenibilidad, 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 o digital, por lo que debe cumplir con unos criterios técnicos de elaboración y ejecución y ajustarse a las normas de representación formal y material de la propuesta, ya sea en dos o en tres dimensiones. Ante las diversas clases de necesidades que se le planteen, el alumnado ha de seleccionar y utilizar de manera coherente los recursos técnicos y procedimentales a su alcance, utilizándolos como un apoyo facilitador de la comunicación y no como un condicionante. Este proceso requiere tanto de una actitud crítica como autocrítica, algo que, además, contribuye a la construcción y el enriquecimiento de la identidad personal y de las aptitudes académicas o profesionales del alumnado.

Por otra parte, entre los cambios que han enriquecido la disciplina en las últimas décadas, se encuentran los producidos por la incorporación de la sostenibilidad y el diseño inclusivo. Este último implica una modificación en la mentalidad respecto al paradigma de la normalidad, ya que parte de la idea de que las limitaciones no corresponden a las personas, sino que se producen en la interacción entre estas y el entorno y los objetos. Esta categoría del diseño, también conocida como total o universal, considera en su origen las habilidades, en lugar de proponer adaptaciones a una solución de diseño no inclusiva. Así pues, esta competencia pretende que el alumnado tome conciencia de que el diseño inclusivo esté en la base de todas sus propuestas de diseño gráfico, de producto o de espacios, y que sea también el punto de partida desde el que argumentar rediseños innovadores de productos ya existentes, tanto en proyectos individuales como colectivos. Del mismo modo, los alumnos y alumnas han de considerar la sostenibilidad en sus propuestas, teniendo en cuenta para ello aspectos económicos, sociales y ecológicos. El alumnado ha de valorar el diseño inclusivo y la sostenibilidad como herramientas de transformación de la sociedad, tanto en lo personal como en lo compartido, con múltiples derivadas en diversos ámbitos sociales, académicos y profesionales, y no debe olvidar lo relativo a la propiedad intelectual, siempre importante en los trabajos de diseño.

Esta competencia específica se conecta con los siguientes descriptores: STEM3, CD3, CPSAA2, CC4, CE1, CE3, CCEC3.2, CCEC4.1, CCEC4.2.

CRITERIOS DE EVALUACIÓN

Diseño
Competencia específica 1.
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.

Diseño
Competencia específica 2.
2.1 Identificar las características fundamentales de los principales movimientos, corrientes, escuelas y teóricos relacionados con el diseño, comparando productos de diseño de contextos geográficos, históricos y sociales diversos, y reflexionando de manera crítica sobre las aportaciones de las mujeres y 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 en el entorno y estableciendo argumentos que promuevan una conciencia comprometida con el medio ambiente y con el diseño sostenible.
Competencia específica 3.
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 y su impacto en aspectos tales como la inclusión, la sostenibilidad y el consumo responsable.
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.
Competencia específica 4.
4.1 Planificar adecuadamente proyectos de diseño individuales o colectivos, estableciendo objetivos en función del impacto de comunicación buscado, programando las distintas fases del plan de desarrollo, seleccionando con criterio las herramientas y recursos y priorizando la sostenibilidad.
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.
Competencia específica 5.
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.
Competencia específica 6.
6.1 Realizar proyectos elementales de diseño gráfico, diseño industrial o diseño de espacios habitables, de manera individual y colectiva, 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 colectivamente 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.

SABERES BÁSICOS

Diseño
A. Concepto, historia y campos del diseño.
Evolución histórica del diseño. Concepto del diseño.
Diseño, ecología y sostenibilidad. El diseño en la sociedad de consumo.
Diseño inclusivo.
Tendencias, períodos y las principales escuelas y personalidades del diseño.
El diseño y sus campos de aplicación.

Diseño
Sus clasificaciones-Artesanía e industrialización.
La presencia de la mujer en el ámbito del diseño.
Diseño, ecología y sostenibilidad. El diseño en la sociedad de consumo. Aportaciones del ecodiseño a la solución de los retos socioambientales.
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.
Lenguaje y vocabulario específico vinculado al ámbito del diseño. Conocimiento y uso.
B. El diseño: configuración formal y metodología.
El lenguaje visual. Elementos básicos: punto, línea, plano, color, forma y textura.
Sintaxis de la imagen bidimensional y tridimensional.
Ordenación y composición modular.
Dimensión semántica del diseño.
Proceso del diseño. Fases del diseño.
Procesos creativos en un proyecto de diseño.
Diseño y función.
La metodología proyectual.
Estrategias de organización de los equipos de trabajo. Uso de dinámicas de trabajo colaborativo.
C. Diseño gráfico.
Funciones comunicativas del diseño gráfico.
La tipografía, principales familias, legibilidad, propiedades y uso en el diseño.
El diseño gráfico con y sin retícula. Procesos y técnicas de diseño gráfico.
La imagen de marca: el diseño corporativo.
Diseño editorial. La maquetación y composición de páginas.
El diseño publicitario. Proyectos de comunicación gráfica.
La señalética y sus aplicaciones.
D. Diseño tridimensional.
Diseño de producto.
Tipología de objetos. Sistemas de representación aplicados al diseño de producto.
Antropometría aplicada al diseño. Ergonomía.
Diseño de producto y diversidad funcional.
Materiales, texturas y colores. Sistemas de producción y su repercusión en el diseño.
El packaging: del diseño gráfico al diseño. Iniciación a los troqueles.
Diseño de espacios. Organización del espacio habitable, público o privado.
Distribución de espacios y recorridos.
Antropometría, ergonomía y biónica aplicadas al diseño.
E. Elementos constructivos.
Principios de iluminación.
Diseño de espacios interiores.
Percepción psicológica del espacio.
El diseño inclusivo de espacios.