



Escuela Superior
de Diseño
de Aragón

ESDA™

ENSEÑANZAS ARTÍSTICAS SUPERIORES
DE GRADO EN DISEÑO DE INTERIORES Y GRÁFICO

GUÍAS DOCENTES 2023/2024. 1^{er} SEMESTRE
COMUNICACIÓN ESCRITA PARA DISEÑADORES (OP)

ÍNDICE DE CONTENIDOS	
1.	IDENTIFICACIÓN DE LA ASIGNATURA
1.1.	Asignatura
1.2.	Profesores
2.	DESCRIPCIÓN Y CONTEXTUALIZACIÓN DE LA ASIGNATURA
2.1.	Breve descripción
2.2.	Contextualización
3.	CONTENIDOS
4.	COMPETENCIAS
4.1.	Generales
4.2.	Transversales
4.3.	Específicas de la especialidad
5.	METODOLOGÍA
5.1.	Técnicas docentes
5.2.	Desarrollo
5.3.	Trabajo del alumno
5.4.	Actividades evaluables
5.5.	Bibliografía
6.	CRITERIOS DE EVALUACIÓN
6.1.	Instrumentos para la evaluación
6.2.	Criterios para la evaluación
7.	CRITERIOS DE CALIFICACIÓN
8.	CRONOGRAMA
9.	ACTIVIDADES COMPLEMENTARIAS
10.	ACUERDOS DEL DEPARTAMENTO RESPONSABLE
11.	ACUERDOS DE COORDINACIÓN

12. EL ALUMNO EN LA EVALUACIÓN DE LA ASIGNATURA

1. IDENTIFICACIÓN DE LA ASIGNATURA		
1.1. Asignatura		
Denominación	Comunicación escrita para diseñadores	
Tipo	Obligatoria	
Materia	Optativa	
Especialidad	Diseño de Interiores	
Curso y semestre	4º Curso y 1º Semestre	
Nº créditos ECTS	6	
Horas lectivas semanales	5	
Horario de impartición	<p>Jorge Cebrián.</p> <p>Clases: lunes de 13:40 a 15:20</p> <p>Santiago Meis.</p> <p>Clases: lunes de 8:15 a 9:30</p> <p>Actividades Docentes Dirigidas (previa cita):</p> <p>Jueves de 13:40 a 14:55</p>	
Departamento	Historia y Ciencias Sociales aplicadas al Diseño	
1.1. Profesores		
Nombre	Correo	Grupo
Jorge Cebrián Ventura	jcebrian@esda.es	DG + DI
Santiago Meis	smeis@esda.es	DG + DI

2. DESCRIPCIÓN Y CONTEXTUALIZACIÓN DE LA ASIGNATURA

2.1. Breve descripción

Esta asignatura pretende aportar al alumno técnicas y experiencia en la escritura, para permitirle redactar textos persuasivos y contenidos relevantes. Tanto para páginas web y redes sociales como para trabajos de diversa naturaleza: profesionales, publicitarios, académicos (TFG, TFM, tesis); ayudándole a expresarse de manera correcta y convincente, y apoyándose en medios gráficos, audiovisuales y técnicos que lo complementen.

2.2. Contextualización

Diseñar es comunicar. Y, si para conseguir esa meta es fundamental dominar la imagen, el color, la composición, el sonido... tanto o más importante es el mensaje. Ser capaz de transmitir por escrito lo que en realidad el diseñador quiere mostrar.

Actualmente, con el desarrollo e importancia que ha adquirido la comunicación a través de las nuevas tecnologías: páginas web, redes sociales, blogs... una correcta expresión escrita va más allá de la ortografía y la gramática. Es necesario ser creativo, se precisa de coherencia en el desarrollo lógico de las ideas, de una idónea organización del pensamiento para que el texto resulte claro, conciso y ordenado, y de capacidad para llegar al público al cual se dirige. Por ello, es determinante saber transmitir por escrito aquello que hemos querido expresar con nuestro trabajo utilizando un vocabulario rico, preciso, adecuado y eficaz para cada situación; que todo el esfuerzo invertido no resulte baldío ni mermado por un error evitable.

3. CONTENIDOS

Claves para captar la atención del lector y para la transmisión eficaz de los contenidos escritos.

Escritura creativa: cómo crear contenidos interesantes.

Redacción de textos para páginas web.

Redacción de textos para redes sociales.

Redacción de textos para presentación de proyectos profesionales, comerciales, académicos,...

4. COMPETENCIAS

4.1. Generales

CG-2 Dominar los lenguajes y recursos expresivos de la representación y la comunicación.

CG-3 Establecer relaciones entre el lenguaje formal, el lenguaje simbólico y la funcionalidad específica.

CG-5 Actuar como mediadores entre la tecnología y el arte, las ideas y los fines, la cultura y el comercio.

C-11 Comunicar ideas y proyectos a los clientes, argumentar razonadamente, saber evaluar las propuestas y canalizar el diálogo.

CG-13 Conocer el contexto económico, social y cultural en que tiene lugar el diseño.

CG-17 Plantear, evaluar y desarrollar estrategias de aprendizaje adecuadas al logro de objetivos personales y profesionales.

CG-18 Optimizar la utilización de los recursos necesarios para alcanzar los objetivos previstos. **CG-19** Demostrar capacidad crítica y saber plantear estrategias de investigación.

CG-20 Comprender el comportamiento de los elementos que intervienen en el proceso comunicativo, dominar los recursos tecnológicos de la comunicación y valorar su influencia en los procesos y productos del diseño.

CG-21 Dominar la metodología de investigación.

4.2. Transversales

CT 1 Organizar y planificar el trabajo de forma eficiente y motivadora.

CT 2 Recoger información significativa, analizarla, sintetizar y gestionarla adecuadamente.

CT 3 Solucionar problemas y tomar decisiones que correspondan a los objetivos del trabajo que se realiza.

CT 4 Utilizar eficientemente las tecnologías de la información y la comunicación.

CT 6 Realizar autocrítica hacia el propio desempeño profesional e interpersonal.

CT 7 Utilizar las habilidades comunicativas y la crítica constructiva en el trabajo de equipo.

CT 8 Desarrollar razonada y críticamente ideas y argumentos.

CT 9 Integrarse adecuadamente en equipos multidisciplinares y en contextos culturales diversos.

CT 10 Liderar y gestionar grupos de trabajo.

CT 11 Desarrollar en la práctica laboral una ética profesional basada en la apreciación y sensibilidad estética, medioambiental y hacia la diversidad.

CT 14 Dominar la metodología de investigación en la generación de proyectos, ideas y soluciones viables.

CT 15 Trabajar de forma autónoma y valorar la importancia de la iniciativa y el espíritu emprendedor en el ejercicio profesional.

4.3. Específicas de la especialidad

CEDI-4 Analizar, interpretar, adaptar y producir información relativa a la materialización de los proyectos.

CEDI-6 Interrelacionar los lenguajes formal y simbólico con la funcionalidad específica.

CEDI-10 Conocer los recursos tecnológicos de la comunicación y sus aplicaciones al diseño de interiores

CDGI-13 Conocer el marco económico y organizativo en el que se desarrolla la actividad empresarial del interiorismo.

CEDG-2 Dominar los recursos formales de la expresión y la comunicación visual.

CEDG-4 Dominar los procedimientos de creación de códigos comunicativos.

CEDG-5 Establecer estructuras organizativas de la información.

CEDG-6 Interrelacionar los lenguajes formal y simbólico con la funcionalidad específica.

CEDG-9 Analizar el comportamiento de los receptores del proceso comunicacional en función de los objetivos del proyecto.

CEDG-10 Aplicar métodos de verificación de la eficacia comunicativa.

5. METODOLOGÍA

5.1. Técnicas docentes

Sesiones académicas prácticas y teórico-prácticas

Exposición y debate

Tutorías individuales

Tutorías grupales

Las técnicas docentes se desarrollarán con el apoyo de las herramientas de Google Suite, Classroom y Meet.

5.2. Desarrollo

La asignatura se desarrollará a través de ejercicios prácticos en los que el alumno aplicará las indicaciones impartidas en clase, atendiendo a las distintas circunstancias y necesidades como diseñador en función de su especialidad.

Se trabajará en torno a cuatro ejes fundamentales: la narración de historias o storytelling para crear una narrativa del producto o servicio a ofrecer; la comunicación social para la creación de lemas, eslóganes y textos que den fuerza a una entidad; el sintáctico-lingüístico para una correcta redacción y para el dominio de los conceptos teóricos aplicados al Diseño; y las redes sociales para crear contenido único, atraer a nuevos seguidores, animarlos a interactuar con el contenido y conseguir la fidelidad de los mismos.

Todo ello, a través de textos producidos por diseñadores para conocer la utilización de las diferentes herramientas y soportes comunicativos más utilizados, realizando una valoración de las ventajas e inconvenientes en cada caso. Los ejercicios se adaptarán en función de: los objetivos de la comunicación, los diferentes soportes utilizados, las características propias de cada proyecto, tipos de receptores o público objetivo, redes sociales, ...

Los trabajos elaborados por los alumnos serán puestos en común para su análisis, corrección y valoración crítica.

5.3. Trabajo del alumno

Actividades	Horas
Actividades dirigidas	
Clases teóricas	30
Clases prácticas	50
Presentación de trabajos y proyectos	8.5
Realización de exámenes y revisión	2
Actividades supervisadas	
Asistencia a las tutorías	1,5
Actividades de trabajo autónomo	
Estudio	8
Preparación y realización de trabajos	50
Asistencia a exposiciones o conferencias	
TOTAL VOLUMEN DE TRABAJO	150

5.4. Actividades evaluables

La evaluación del estudiante será continua, con actividades en clase y tutorizadas (exposiciones en el aula) evaluables durante el período de docencia, en las fechas establecidas por el profesor.

La evaluación continua requiere la asistencia regular a las clases y la realización de las actividades (exposiciones de los trabajos encomendados) programadas para cada una de las semanas del período de docencia.

Evaluación convocatoria ordinaria

La evaluación de la convocatoria ordinaria implica la superación de los ejercicios anteriormente mencionados que se presentarán en una memoria final; valorándose la aplicación de los contenidos aportados en la asignatura, la actitud del estudiante, su evolución, su capacidad de autocritica y su participación activa en las clases.

Evaluación convocatoria extraordinaria

Los alumnos que no hayan completado o realizado con éxito las actividades realizadas a lo largo del período lectivo deberán presentar la memoria final incluyendo la totalidad de los ejercicios propuestos en clase de tal manera que en su conjunto permita constatar el logro de competencias que se ha seguido el proceso de convocatoria ordinaria.

5.5. Referencias Bibliográficas

Instituto Cervantes. (2013). *Guía prácticas de escritura y redacción*. Madrid: Editorial Espasa Libros

Krug, S. (2006). *No me hagas pensar: una aproximación a la usabilidad en la web*. PEARSON.

Labarthe, J. T., & Vásquez, L. H. (2016). Potenciando la creatividad humana: taller de escritura creativa. *Papeles de trabajo-Centro de Estudios Interdisciplinarios en Etnolingüística y Antropología Socio-Cultural*, (31), 19-37.

Lamarre, G. (2019). *Storytelling como estrategia de comunicación: Herramientas narrativas para comunicadores, creativos y emprendedores*. Gustavo Gili.

Lupton E. (2019). *El diseño como storytelling*. Gustavo Gili

Martín Vivaldi, G. (1997). *Curso de redacción: teoría y práctica de la composición y del estilo*.

Miller, D. (2018). *Cómo construir una storybrand: Clarifica tu mensaje para que la gente te escuche*. Empresa Activa.

Modrego L. (2021). *Érase una vez... la creatividad*.

Montolío, E. (2018). *Manual de escritura académica y profesional (vol. I y II): Estrategias gramaticales y discursivas*. Editorial Ariel.

Parnofiello M. (2020). *Ux writing en español*.

RAE. (2018). *Libro de estilo de la lengua española*.

Ryan M. y Thon J. (2014). Storyboard across media.

Rissoan, R. (2016). *Redes sociales: comprender y dominar las nuevas herramientas de comunicación*. Ediciones ENI.

Salas, C. (2017). *Storytelling: la escritura mágica: técnicas para ordenar las ideas, escribir con facilidad y atrapar la atención del lector*. Mirada mágica.

Tascón, M. (2012). *Escribir en Internet: guía para los nuevos medios y las redes sociales*. M. Cabrera (Ed.). Barcelona: Galaxia Gutenberg.

6. CRITERIOS DE EVALUACIÓN

Para la superación de la asignatura y su calificación se tendrán en cuenta, en ambas convocatorias la capacidad del alumnado de:

Delimitar un tema, generar creatividad e ideas y ordenarlas para conseguir los objetivos en función de los distintos canales de comunicación.

Redactar correctamente un texto y componer un discurso siguiendo un orden lógico, suministrando la información precisa y de acuerdo con las normas gramaticales y léxicas establecidas empleando un vocabulario rico, preciso, adecuado y eficaz para cada situación.

Aplicar de forma práctica los conceptos desarrollados en la asignatura.

Crear textos originales e idóneos desarrollados para los distintos vehículos de comunicación.

Conocer el contexto económico, social y cultural en que tiene lugar el diseño.

Conocer el marco legal español y la protección de sus obras a través de la propiedad intelectual e industrial.

Cumplir con los plazos concedidos.

Se valorará el nivel de participación en la crítica y autocrítica de los trabajos presentados, así como el interés mostrado en la asistencia y seguimiento del desarrollo de las clases.

7. CRITERIOS DE CALIFICACIÓN

Para que el alumnado sea evaluado y calificado, debe entregar y poner en común, en el plazo señalado, cuantas actividades de clase proponga el profesor, con las especificaciones que en cada caso se particularicen (fecha de entrega, extensión, tiempo de exposición,...).

La no realización de cualquier actividad supondrá la calificación del mismo con un cero.

La falta de asistencia a clase de modo reiterado, provoca la imposibilidad de la aplicación correcta de los criterios de evaluación y la propia evaluación continua. La ausencia del 20% del horario lectivo de clases teóricas-prácticas supondrá la pérdida de la evaluación continua. En tal caso, el alumno deberá realizar además de la memoria final una prueba escrita específica con las indicaciones del profesor.

Se evaluará con base en el siguiente porcentaje:

Evaluación continua (ordinaria y extraordinaria)

El 70% corresponderá a las diferentes actividades de clase y el 30 % la presentación de la memoria final.

Pérdida de evaluación continua

El 60% corresponderá a la memoria que incluya los ejercicios y el 40 % restante a la prueba escrita específica.

8. CRONOGRAMA

COMUNICACIÓN ESCRITA PARA DISEÑADORES

	S1	S2	S3	S4	S5	S6	S7	S8
Clases teóricas	Bloque 1-2			Bloque 3-4				
Trabajos clase	1/2			3/4				
Trabajos ADD	TRABAJO DE ACTIVIDADES DOCENTES DIRIGIDAS							

	S9	S10	S11	S12	S13	S14	S15	S16	S17
--	----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----

							ESTUD. 29 al 2 Febrero	EXAM. 5 al 9 Febrero
Clases teóricas	Bloque 4-5		Bloque 5-6					Prueba final
Trabajos clase	5/6		6/7					
Trabajos ADD	TRABAJO DE ACTIVIDADES DOCENTES DIRIGIDAS							

CLASES TEÓRICAS	TRABAJOS DE CLASE	TRABAJOS DE ADD
<p>1. Composición de un texto en la comunicación del Diseño: generación de ideas, determinación del tema, normas generales de redacción, organización, planificación, desarrollo y resultado final.</p> <p>2. Escritura creativa: cómo crear contenidos interesantes.</p> <p>3. Características de la comunicación escrita en función de los distintos canales de comunicación.</p> <p>4. Escritura, creación y difusión en las páginas web utilizadas por el diseñador.</p> <p>5. Escritura, creación y difusión en las redes sociales en el ámbito del Diseño.</p> <p>6. Escritura, creación y difusión de los proyectos profesionales y trabajos académicos de un diseñador.</p>	<p>1. Creación de un texto original en el que se apliquen los contenidos del tema 1.</p> <p>2. Ejercicios de escritura creativa.</p> <p>3. Análisis de textos procedentes de distintos canales de comunicación.</p> <p>4. Creación de contenidos para una página web.</p> <p>5. Creación de contenidos para las redes sociales.</p> <p>6. Redacción de textos de proyectos profesionales y trabajos académicos.</p>	<p>Elaboración de una memoria final en la que se incluyan todos los ejercicios desarrollados tras su corrección, reflejándose el aprendizaje adquirido por el alumnado en esta asignatura.</p>

COMENTARIOS: La temporización del cronograma es orientativa, dadas las variables y circunstancias especiales del curso. Se contempla la posibilidad de trabajar en colaboración con el Departamento de Proyectos y Técnicas de Diseño de Interiores y Departamento de Proyectos y Técnicas de Diseño Gráfico en el trabajo interdisciplinar de ADD propuesto desde las asignaturas de Proyectos, siempre que guarde relación con los contenidos y competencias de la asignatura recogidas en esta guía y no suponga una sobrecarga para el alumno en base a lo ya dispuesto en la misma.

9. ACTIVIDADES COMPLEMENTARIAS

No se establecen actividades complementarias.

10. ACUERDOS DEL DEPARTAMENTO RESPONSABLE

Los trabajos de actividades docentes dirigidas tienen que ser supervisados por el profesor de la asignatura.

Cualquier detección de plagio en un trabajo supone un suspenso directo en la asignatura.

11. ACUERDOS DE COORDINACIÓN

Estas decisiones por ser conjuntas se aplican a todas las asignaturas de la especialidad.

Cada profesor decidirá en qué porcentaje afectarán estos criterios a la nota final, que estará en cualquier caso entre un 20% y un 30%.

En Coordinación de diseño gráfico se aprueba mantener un listado de criterios que afectarán a la calificación de todos los trabajos teóricos y de investigación, tanto en asignaturas teóricas como prácticas:

1. Expresión fluida de contenidos, sin errores gramaticales, ortográficos y sintácticos. Se tendrá en cuenta, pudiendo afectar a la nota final el exceso de faltas de ortografía y de acentuación.
2. Corrección en la presentación de trabajos propuestos, con las especificaciones que en cada caso se particularicen (extensión, exposición oral, pautas estructurales y formales, etc).
3. Capacidad para buscar información: coherencia en la documentación aportada y en el análisis de la misma.

4. Corrección y calidad de la presentación. Maqueta apropiada para transmitir claramente la información.

5. Corrección en la relación de las fuentes consultadas.

En los trabajos se deberá incluir una bibliografía y se deberán seguir para las citas y referencias bibliográficas las normas APA 7.

Se contempla la posibilidad de trabajar en algún proyecto/ejercicio de la asignatura aplicando en algún aspecto intervención educativa en Diseño Social o Diseño para la Innovación Social. Este trabajo que puede requerir, en ocasiones, coordinación con otras asignaturas y/o colaboración con agentes externos a la ESDA, se comunicará a la jefatura de departamento, dirección y se reflejará en la memoria de la asignatura.

Se plantea desde la asignatura la posibilidad de coordinarse con la asignatura de Proyectos del curso correspondiente, por considerarla eje vertebrador donde convergen todos los conocimientos, para fomentar el aprendizaje significativo y aprovechar las sinergias entre asignaturas.

12. EL ALUMNO EN LA EVALUACIÓN DE LA ASIGNATURA

El alumno podrá participar en la evaluación de la asignatura a través de las encuestas que proporciona el Centro dentro del sistema de garantía de calidad y/o a través de una encuesta anónima elaborada por el Departamento de Historia y Ciencias Sociales a tal efecto. Dichas encuestas cumplimentadas estarán a disposición de toda persona interesada, ya sea profesor, alumno o cualquier otro miembro de la comunidad educativa.