



# **Design Thinking Newsletter**

Nombre del instructor: Indhira Suero Acosta

Nombre de la actividad: Creación de un newsletter usando el design thinking o pensamiento de diseño.

### Descripción de la actividad

El alumnado desarrollará una propuesta de newsletter\*, o boletín informativo, siguiendo cada uno de los pasos del Design Thinking o Pensamiento de Diseño. Este trabajo grupal puede asignarse como una práctica de medio término o un proyecto final. Si la actividad se asigna como una práctica de medio término, se recomienda que solo se entregue la propuesta de boletín informativo. De asignarse como proyecto final, debería pedirse, además de las evidencias del proceso creativo, al menos tres entregas del newsletter.

### Propósito del aprendizaje

El estudiante creará una propuesta de newsletter, o boletín de noticias electrónico, empleando los pasos del design thinking: empatizar, definir, idear, prototipar y evaluar.

### Evaluación

El profesorado podrá evaluar la actividad con una rúbrica. Este producto se divide en dos partes: una primera para evaluar el proceso de creación (práctica de medio término) y una segunda, para evaluar también el producto y su presentación (proyecto final).

\* Se recomienda que los estudiantes hagan una encuesta previa para definir los intereses de su audiencia. También deben considerar la experiencia del usuario ya que la mayoría de las personas acceden a newsletters e mails desde dispositivos móviles.

## Rúbrica para valorar un Newsletter elaborado con Design Thinking\*

### Proceso de creación

<i>Fases del proceso</i>	Por debajo de las expectativas	Se acerca a las expectativas	Cumple con las expectativas
<b>Comprensión y aplicación del paso “empatizar”</b>	No demuestra haber seguido el primer paso del proceso de design thinking, y evidencia falta de comprensión del concepto. Desconsidera las necesidades e intereses de la audiencia.	Demuestra evidencias del primer paso del proceso de design thinking, pero no comprende el concepto en su totalidad. No considera a fondo las necesidades e intereses de la audiencia.	Demuestra evidencias del primer paso del proceso de design thinking y comprende el concepto. Desarrolla una visión sobre las necesidades e intereses particulares de la audiencia objetivo.
<b>Comprensión y aplicación del paso “definir”</b>	No demuestra haber seguido el segundo paso del proceso de design thinking, y evidencia falta de comprensión del concepto: <ul style="list-style-type: none"> <li>● Le falta enmarcar un problema con un enfoque directo.</li> <li>● No genera criterios para evaluar ideas y contrarrestarlas.</li> <li>● Su definición no captura los intereses de la audiencia.</li> </ul>	Demuestra evidencias del segundo paso del proceso de design thinking, pero, a medias, cumple con los siguientes criterios: <ul style="list-style-type: none"> <li>● Enmarca un problema con un enfoque directo.</li> <li>● Genera criterios para evaluar ideas y contrarrestarlas.</li> <li>● Captura los intereses de la audiencia.</li> </ul>	Presenta evidencias del segundo paso del proceso de design thinking, y cumple con los siguientes criterios a completitud: <ul style="list-style-type: none"> <li>● Enmarca un problema con un enfoque directo.</li> <li>● Genera criterios para evaluar ideas y contrarrestarlas.</li> <li>● Captura los intereses de la audiencia.</li> </ul>
<b>Comprensión del paso de “idear”</b>	No siguió el tercer paso del proceso de design thinking, y refleja falta de comprensión del concepto.	Presenta evidencias del tercer paso del proceso de design thinking, pero generó pocas ideas durante el brainstorming.	Muestra evidencias del tercer paso del proceso de design thinking, y generó una cantidad considerable de ideas que ofrecen diversas alternativas de dónde elegir como posibles soluciones.

<b>Comprensión del paso de “prototipar”</b>	No demuestra haber seguido el cuarto paso del proceso de design thinking, y evidencia falta de comprensión del concepto.	Demuestra evidencias del cuarto paso del proceso de design thinking, pero generó pocos prototipos para ser evaluados.	Demuestra evidencias del cuarto paso del proceso de design thinking, y generó una cantidad considerable de prototipos para ser evaluados.
<b>Comprensión del paso de “evaluar”</b>	No demuestra haber seguido el quinto paso del proceso de design thinking, y no evidencia comprensión del concepto.	Demuestra evidencias del quinto paso del proceso de design thinking, pero no presenta suficientes opiniones y retroalimentación de usuarios y colegas.	Demuestra evidencias del quinto paso del proceso de design thinking, y presenta suficientes opiniones y retroalimentación de usuarios y colegas.
<b>Producto</b>			
<b>Crterios</b>	<b>Por debajo de las expectativas</b>	<b>Se acerca a las expectativas</b>	<b>Cumple con las expectativas</b>
<b>Contenido</b>	Presenta un contenido poco atrayente y práctico para su destinatario. Carece de variedad y no posee secciones claras. No responde a las características de hipertextualidad y multimedialidad.	Presenta un contenido variado y dividido en diversas secciones. Responde, a medias, a las características de hipertextualidad y multimedialidad.	Presenta un contenido variado, práctico y dividido en diversas secciones. El texto responde a las características de hipertextualidad y multimedialidad.
<b>Aspecto visual</b>	El diseño es poco atractivo y convincente, no capta la atención del usuario.	El diseño es atractivo y convincente, pero algunos detalles no logran captar la atención del usuario.	El diseño es atractivo y convincente, logra captar la atención del usuario.
<b>Ortografía</b>	El texto presenta una cantidad considerable de errores gramaticales, ortográficos y de puntuación.	El texto presenta un uso aceptable de la gramática. Posee, algunos, errores ortográficos y/o de puntuación.	En el texto se hace buen uso de la gramática, ortografía, puntuación y edición.
<b>Presentación del producto en función de la audiencia **</b>	Presenta ideas y productos de forma poco innovadora (diapositivas de PowerPoint con mucho texto, recitación de notas, sin características interactivas).	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Agrega algunos toques innovadores a los medios de presentación que utiliza.</li> <li>• Intenta incluir elementos que hagan la presentación más animada.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Crea medios de presentación visualmente emocionantes.</li> <li>• La presentación incluye elementos que son especialmente animados, atractivos o poderosos para</li> </ul>

			llamar la atención de un público específico.
--	--	--	--

**\*Modelo de rúbrica adaptado de:** Buck Institute for Education. (2013). Creativity & Innovation Rubric for PBL.

**\*\* Elemento a tomar en cuenta:** si se presenta el producto final ante la clase.