



Título de Grado en Enseñanzas Artísticas Superiores

GUIA DOCENTE

Cultura del diseño de joyería 2026-27

Especialidad: Joyería y objeto

Curso 2026/2027

→ 1. Datos de identificación → 2. Objetivos generales y contribución de la asignatura al perfil profesional de la titulación → 3. Conocimientos recomendados → 4. Competencias de la asignatura → 5. Resultados de aprendizaje → 6. Contenidos → 7. Volumen de trabajo/ Metodología → 8. Recursos → 9. Evaluación → 10. Bibliografía

→ 1. Datos de identificación

DATOS DE LA ASIGNATURA

Centro	Escola d'Art i Superior de Disseny de València		
Título	Grado en enseñanzas artísticas superiores		
Departamento	Ciencias sociales		
Mail del departamento	cienciassociales@easdvalencia.com		
Asignatura	Cultura del diseño de joyería		
Web	easdvalencia.com		
Horario			
Lugar impartición	Vivers	Horas semanales	5
Código		Créditos ECTS	6
Ciclo		Curso	2º
Duración	Semestral	Idioma	Castellano/Valenciano
Tipo de formación	FB. Formación Básica	Tipo de asignatura	50% presencial 50% autónomo

DATOS DEL PROFESORADO

Profesorado responsable	Rosa Esteban Esteban
Correo electrónico	resteban@easdvalencia.com
Horario tutorías	Se indica en la aplicación de la guía docente
Lugar de tutorías	Se indica en la aplicación de la guía docente



→ 2. Objetivos generales y contribución de la asignatura al perfil profesional de la titulación

Los objetivos establecidos en esta guía docente orientarán el diseño de las acciones formativas dirigidas a la consecución de los resultados de aprendizaje previstos.

La asignatura Cultura del diseño tiene como objetivos fundamentales:

- Colaborar en la adquisición de los objetivos generales del perfil profesional del diseño de joyería..

En concreto esta asignatura se dirige a la consecución de los siguientes objetivos:

1. Desarrollar la capacidad para proyectar conociendo los valores simbólicos, formales, funcionales del diseño. Así como el valor y la significación estética, social y medioambiental de sus producciones.
Asimismo, se fomentará la capacidad para interpretar críticamente el contexto cultural, social y tecnológico en el que se desarrolla la práctica del diseño contemporáneo.
2. Colaborar en la adquisición de la competencia investigadora, incluyendo la búsqueda, selección, contraste y análisis crítico de información procedente de fuentes analógicas y digitales necesaria en todo proceso de diseño y presente como parte del mismo proceso proyectual, así como necesaria para el desarrollo de su actividad profesional.

De manera más concreta los objetivos de esta asignatura son:

1. Conocer los fundamentos básicos de la Cultura del diseño, como la investigación, la sociedad, la comunicación y el consumo, así como la influencia de la transformación digital en la cultura del diseño contemporáneo
2. Analizar e identificar desarrollando la capacidad de interpretar críticamente los significados culturales y sociales asociados al diseño de joyería, los conceptos de semiología, estética, forma, función y estructura y su desarrollo de la profesión del diseñador y diseñadora de joyería . Valorar e identificar los valores emocionales del diseño.
3. Dominar metodologías de investigación aplicadas al diseño, integrando estrategias de búsqueda, análisis, evaluación crítica y gestión de la información procedente de diferentes fuentes.
4. Desarrollar una actitud crítica, ética y responsable ante el uso de herramientas digitales y tecnologías emergentes como apoyo a los procesos de investigación, análisis y comunicación del diseño.

La asignatura podrá participar en proyectos interdisciplinares impulsados por la EASD València que favorezcan la colaboración entre asignaturas y especialidades, permitiendo al alumnado aplicar los conocimientos adquiridos en contextos reales de difusión, mediación cultural y transferencia del diseño a la sociedad.

→ 3. Conocimientos previos recomendados

La cultura del diseño es una asignatura básica dentro del perfil del diseñador de joyería. Es recomendable, que el alumnado haya superado el resto de las asignaturas básicas que se imparten en el primer curso.

Cultura del Diseño se coordina con las asignaturas de proyectos de joyería de manera que se utilizan los proyectos que se han realizado ya, o los que se realizan al mismo tiempo, para la consecución de los resultados de aprendizaje de la asignatura. Estas coordinaciones se concretarán en la aplicación de la guía.

Asimismo, se recomienda disponer de competencias básicas en búsqueda y gestión de información académica y recursos digitales de apoyo a la investigación.



→ 4. Competencias de la asignatura

Se presentan a continuación las competencias a cuyo logro contribuye la asignatura de **Cultura del diseño de joyería**.

COMPETENCIAS TRANSVERSALES

CT7	Utilizar las habilidades comunicativas y la crítica constructiva en el trabajo en equipo.
CT12	Adaptarse, en condiciones de competitividad a los cambios culturales, sociales y artísticos y a los avances que se producen en el ámbito profesional y seleccionar los cauces adecuados de formación continua.

COMPETENCIAS GENERALES

CG6	Utilizar las habilidades comunicativas y la crítica constructiva en el trabajo en equipo
CG13	Conocer el contexto económico, social y cultural en que tiene lugar el diseño.
CG14	Valorar la dimensión del diseño como factor de igualdad y de inclusión social, y como transmisor de valores culturales
CG20	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
CG21	Dominar la metodología de investigación.

COMPETENCIAS ESPECÍFICAS

CE15	Reflexionar sobre la influencia social positiva del diseño, valorar su incidencia en la mejora de la calidad de vida y del medio ambiente y su capacidad para generar identidad, innovación y calidad en la producción
------	--

→ 5. Resultados de aprendizaje

RESULTADOS DE APRENDIZAJE	COMPETENCIAS RELACIONADAS
R1- Realiza una investigación en diseño identificando sus distintas tipologías y metodologías, y profundiza en los contenidos impartidos en la asignatura. Ind.2.1 Aplica correctamente las metodologías de investigación.	CG21. CG14



Ind.2.2 Elige fuentes relevantes y las citas de manera correcta (normas APA). Selecciona, contrasta y evalúa críticamente la información procedente de fuentes bibliográficas, documentales y digitales, justificando su relevancia para el proceso de investigación.	
R2 - Explica los conceptos básicos de la asignatura: la cultura, la estética, las tendencias, la forma, la función y la estructura, la semiología y la comunicación y los identifica en el ámbito de la joyería . Ind 1.1. Identifica los conceptos /ideas /escuelas, más relevantes. Ind.1.2. Relaciona conceptos y procesos y los aplica al momento actual. Ind 1.3. Relaciona los aspectos históricos, sociales, culturales, tecnológicos y medioambientales que influyen en la evolución del diseño contemporáneo.	CG14, CT12 CE15.
R3 – Analiza la relación existente entre cultura y el consumo, y cómo estos factores influyen en el comportamiento en la sociedad contemporánea Ind 1.1. Identifica los conceptos y teorías más relevantes. Ind.1.2. Los aplica a un caso determinado. Ind.1.3. Argumenta las decisiones adoptadas durante el proceso investigador utilizando un razonamiento crítico y fundamentado.	CG13, CG14
R4 - El alumnado participa en las dinámicas planteadas, expone, comunica y defiende eficazmente, las actividades planteadas en la asignatura, tanto de manera individual como de grupo. Comunica los resultados de la investigación utilizando un lenguaje académico adecuado y recursos gráficos, visuales y digitales coherentes con los objetivos del trabajo.	CT7, CG6, CG14, CG20
R5 - Se tiene en cuenta la perspectiva de género en el desarrollo de las actividades o trabajos: se utiliza el lenguaje inclusivo, no se utilizan imágenes sexistas y se tiene en cuenta la diversidad. Reflexiona críticamente sobre el proceso seguido, identificando fortalezas, limitaciones y posibilidades de mejora.	CG14

→ 6. Contenidos

Unidad 1. Investigación y diseño

1.1 La investigación en diseño

- Introducción; Trabajo colaborativo
- Qué es. Tipos de investigación, Tipos de enfoque.
- Proceso. Tema, pregunta, Abstract,
- Planificación y plan de acción.



- e) Búsqueda avanzada de información en recursos académicos y bases de datos especializadas.
- f) Uso responsable de herramientas digitales como apoyo al proceso de investigación.

1.2 Metodología en la investigación en diseño.

- a) Estrategia metodológica cuantitativa y cualitativa
- b) Fuentes de información. Clases y manejo.
- c) Construcción del marco teórico-práctico.

1.3 Aspectos formales y resultados de la investigación.

- a) Análisis en la información, mapa temático.
- b) Estructura del trabajo,
- c) Estilo APA, plagio.
- d) Resultados de la investigación.

Unidad 2. Cultura, subcultura y el papel del diseñador

2.1. Concepto de cultura del diseño

- a) Concepto y enfoques del concepto de cultura.
- b) Escuelas sociológicas y prácticas culturales.
- c) Elementos y funciones de la cultura.
- d) La cultura del diseño hoy. Transformación digital y cultura del diseño contemporáneo.

2.2 Cultura y subculturas

- a) Rasgos de las subculturas.
- b) Metodología para el análisis de las subculturas.
- c) Análisis de una subcultura.

2.3 El arte en vivo

- a) Antecedentes
- b) Los happenings
- c) El movimiento fluxus
- d) Las performances

2.4 La función del diseñador en la sociedad contemporánea.

- a) Roles del diseñador en la sociedad.
- b) El diseñador como transformador de la sociedad.
- c) Análisis de autores relevantes.

Unidad 3. La producción de diseño

3.1 Dicotomía forma, función y la estructura. Debate y relevancia actual.

3.2 La estética.

- a) El juicio estético.
- b) El canon de belleza y los estereotipos.

3.3 Las tendencias.

- a) Las tendencias en la joyería.
- b) Prospectores de tendencias.

Unidad 4. El consumo de diseño.

4.1 El consumo.

- a) Concepto, evolución y términos relacionados



- b) Cultura del consumo
- c) Escuelas sociológicas de Frankfurt y Birmingham.
- d) Desalineación y diseño
- e) La ilusión estética
- f) El fetichismo de las mercancías

- g) La creación de necesidades
- h) Impacto de las tecnologías en los hábitos de consumo y en la construcción de valor de los objetos de diseño.

4.2 Teorías motivacionales.

- a) Jerarquía de las necesidades de Maslow.
- b) Teoría bifactorial de Herzberg.
- c) Teoría de la existencia, relación y progreso de Alderfer.
- d) Teoría de las tres necesidades de McClellan.
- e) Teoría de las expectativas de Vroom.

Unidad 5. Valores emocionales y simbólicos del diseño.

5.1 Diseño emocional

- a) Concepto. Evolución.
- b) Análisis de Autores.
- d) Experiencia de usuario, interacción y diseño centrado en las personas.

5.2 La Semiótica.

- a) Concepto.
- b) Evolución por etapas: Pragmatismo, estructuralismo y fenomenología.
- c) Aproximación al análisis semiótico de una obra.

Unidad 6. Teoría de la información y comunicación.

6.1 Teoría de la comunicación social. Elementos de la comunicación

6.2 Modelos de comunicación.

6.3 El proceso de comunicación .

6.4 Teorías sociológicas sobre la comunicación.

- a) Escuela de Frankfurt
- b) Estructuralismo de Barthes y Seassure.
- c) Teoría de Habermas.

6.5 El aspecto emocional de la comunicación

6.6 Comunicaciones eficaces. Nuevos medios y comunicación digital del diseño.

6.7. Participación en proyectos de innovación docente e interdisciplinares promovidos por la EASD València relacionados con la difusión de la cultura del diseño, la mediación cultural, la comunicación del diseño y la relación entre creación, producción y sociedad.

Herramientas de inteligencia artificial como apoyo a la investigación y al análisis de referencias, considerando sus implicaciones éticas, la necesidad de verificar la información obtenida y la autoría de las aportaciones realizadas.

→ 7. Volumen de trabajo/ Metodología



7.1 Actividades de trabajo presencial

ACTIVIDADES	Metodología de enseñanza-aprendizaje	Relación con los Resultados de Aprendizaje	Volumen trabajo (en nº horas o ECTS)
<i>Clase presencial</i>	Exposición y contextualización de los contenidos por parte del profesorado mediante clases participativas, seminarios y análisis de casos. Se fomentará la reflexión crítica, el debate y la relación de los contenidos con el contexto cultural, social y tecnológico del diseño contemporáneo.	R1, R2, R3, R4, R5	40 horas
<i>Clases prácticas</i>	Construcción significativa del conocimiento a través de la interacción y actividad del alumnado: • Sesiones de trabajo grupal en grupos supervisadas por el o la docente. • Visita y estudio de talleres de joyería en coordinación con otras asignaturas de la especialidad. • Charlas de profesionales y workshop. • Asistencia y realización de mesas redondas. • Estudio de campo, visitas a exposiciones • Sesiones de búsqueda,, debates dirigidos y actividades de análisis crítico. selección, análisis y contraste de información procedente de fuentes bibliográficas, documentales y digitales., investigación y exploración a través del uso de herramientas de IA.	R1, R2, R3, R4, R5	20 horas
<i>Tutoría</i>	Atención personalizada y en pequeño grupo. Periodo de instrucción y/o orientación realizado por un tutor o tutora con el objetivo de orientar el proceso de aprendizaje, realizar el seguimiento del trabajo de investigación y proporcionar retroalimentación continua sobre el desarrollo de las competencias de la asignatura. y temas presentados en las clases, seminarios, talleres, lecturas, realización de trabajos, proyectos, etc.	R1, R2, R3, R4, R5	10 horas
<i>Evaluación</i>	Proceso de evaluación continua orientado a valorar el grado de adquisición de las competencias y resultados de aprendizaje previstos en la asignatura.	R1, R2, R3, R4, R5	5 horas
SUBTOTAL			75

7.2 Actividades de trabajo autónomo

<i>Trabajo autónomo</i>	Estudio del alumno o alumna: preparación y práctica individual de lecturas, textos, interpretaciones, ensayos, resolución de problemas, proyectos, seminarios, talleres, trabajos, memorias,... para exponer o entregar durante las clases teóricas, clases prácticas y/o tutorías de pequeño grupo. Lectura crítica de textos especializados. Análisis de casos. Busqueda documental. Elaboración progresiva de trabajo de investigación. Revisión crítica de las fuentes empleadas. El trabajo autónomo fomentará la capacidad de aprendizaje permanente, el pensamiento crítico, la	R1, R2, R3, R4, R5	30
-------------------------	---	--------------------	----



	autonomía investigadora y el uso responsable de recursos digitales como apoyo al proceso de aprendizaje.		
<i>Estudio práctico</i>	Preparación en grupo de lecturas, textos, interpretaciones, ensayos, resolución de problemas, proyectos, seminarios, talleres, trabajos, memorias,... para exponer o entregar durante las clases teóricas, clases prácticas y/o tutorías de pequeño grupo.	R1, R2, R3, R4, R5	30
<i>Actividades complementarias</i>	Preparación y asistencia a actividades complementarias como talleres, congresos, conferencias,...	R1, R2, R3, R4, R5	15
SUBTOTAL			75
TOTAL			150

Se utilizarán, cuando resulte adecuado, metodologías como el Aprendizaje Basado en Proyectos (ABP), el estudio de casos, el aprendizaje cooperativo, el Design Thinking, el aula invertida (Flipped Classroom) y actividades de investigación guiada.

Las herramientas digitales y de inteligencia artificial podrán emplearse como apoyo a los procesos de búsqueda de información, análisis y documentación, promoviendo siempre su utilización crítica, ética y transparente.

Se promoverá la participación activa del alumnado mediante debates, análisis de casos reales, discusión de textos, presentaciones orales y actividades colaborativas orientadas al desarrollo del pensamiento crítico y la argumentación.

Cuando la planificación docente lo permita, la asignatura podrá integrarse en proyectos interdisciplinarios de centro mediante actividades colaborativas orientadas a la investigación, la documentación, la difusión cultural, el comisariado de exposiciones, la organización de eventos y la comunicación del diseño.

→ 8. Recursos

Aulas equipadas con recursos audiovisuales y acceso a internet, biblioteca y recursos bibliográficos especializados, bases de datos y repositorios digitales, Aula Virtual de la EASD València, así como los recursos documentales y tecnológicos necesarios para el desarrollo de la asignatura.

Se fomentará la consulta de publicaciones científicas, catálogos de exposiciones, revistas especializadas, archivos digitales y otras fuentes documentales relacionadas con el diseño, el arte y la cultura contemporánea.

Podrán utilizarse plataformas digitales, archivos en línea y herramientas de apoyo a la investigación y organización de la información que contribuyan al desarrollo de las competencias de la asignatura.

Las herramientas de inteligencia artificial podrán emplearse como apoyo a la búsqueda, organización y análisis preliminar de información, siempre desde un uso crítico, ético y transparente, sin sustituir el proceso de reflexión, análisis y elaboración propios del alumnado.

Asimismo, podrán utilizarse museos, exposiciones, colecciones, archivos históricos, conferencias, jornadas y otros recursos culturales que favorezcan el análisis del diseño desde una perspectiva



contemporánea.

El profesorado podrá incorporar, cuando resulte pertinente, recursos digitales emergentes que favorezcan la participación activa, el aprendizaje colaborativo y el pensamiento crítico.

→ 9. Evaluación

9.1 Convocatoria ordinaria

9.1.1 Alumnado con evaluación continua

INSTRUMENTOS DE EVALUACIÓN Y CRITERIOS DE EVALUACIÓN/ CALIFICACIÓN	Resultados de Aprendizaje evaluados
La evaluación será el resultado de la suma de dos calificaciones, obtenidas de los siguientes instrumentos de evaluación: a) Presentación y en su caso defensa de uno o varios trabajos, individuales o en grupo que pueden suponer el 50% de la calificación total. Sobre este trabajo se tendrán en cuenta las siguientes especificaciones. 1. Los trabajos se calificarán de 0 a 10. 2. Las rubricas donde aparecerán los porcentajes y requisitos de los trabajos (o del trabajo) se especificarán en la aplicación de la guía 3. Para superar este apartado se considerará la media global de los trabajos, en su caso. Se valorará la adecuada aplicación de metodologías de investigación propias del ámbito del diseño. Se valorará la selección la diversidad, actualidad y calidad de las fuentes documentales empleadas. Se valorará la capacidad para analizar, interpretar y relacionar la información desde una perspectiva crítica. Se valorará la coherencia entre los objetivos, el desarrollo de la investigación y las conclusiones obtenidas. b) Prueba/s objetiva/s teórico práctica/s individuales que suponen el 50% de la calificación total. 1. Habrá una o varias pruebas objetivas durante el semestre. 2. La/s prueba/s se calificará de 0 a 10. c) Se considera que la asignatura está aprobada si se superan ambos apartados a) y b).	R1, R2, R3, R4, R5

9.1.2 Alumnado con pérdida de evaluación continua (+20% faltas asistencia)

INSTRUMENTOS DE EVALUACIÓN Y CRITERIOS DE EVALUACIÓN/ CALIFICACIÓN	Resultados de Aprendizaje evaluados
--	-------------------------------------



El alumnado que se pierda la evaluación continua deberá presentarse a las pruebas teórico-prácticas que se planteen en la aplicación de la guía que supondrán el 100% de la calificación total. Para evaluar estas pruebas, se utilizarán rúbricas y entrevistas individuales “one to one”. Previamente se especificarán los cuestionarios, indicadores y porcentajes otorgados a cada uno de ellos. Los criterios de evaluación serán: a) Dominio de los contenidos de la asignatura. b) Ajuste a las condiciones impuestas para la prueba. c) Capacidad de análisis y de síntesis. d) Capacidad de aplicar la teoría al caso concreto. e) Uso correcto de fuentes de información. f) Comunicación correcta tanto escrita como verbal. g) Capacidad para relacionar conceptos y construir una argumentación crítica. h) Rigor en el tratamiento y contraste de las fuentes de información, incluyendo recursos digitales cuando proceda.	R1, R2, R3, R4, R5
---	--------------------

9.2 Convocatoria extraordinaria

9.2.1 Alumnado con evaluación continua

INSTRUMENTOS DE EVALUACIÓN Y CRITERIOS DE EVALUACIÓN/ CALIFICACIÓN	Resultados de Aprendizaje evaluados
El alumnado que se presente a la convocatoria extraordinaria sin haber perdido la evaluación continua deberá presentarse a las pruebas a) o/y b) no superadas o no evaluadas en la convocatoria ordinaria, por tanto, deberá: a) Presentar y en su caso defender los trabajos suspendidos o no presentados durante el curso, que supondrán el 70% de la calificación final, serán de realización individual. b) Realizar una prueba objetiva teórico práctica sobre los contenidos impartidos en el curso y que supondrá el 30% de la calificación final.	R1, R2, R3, R4, R5

9.2.2 Alumnado con pérdida de evaluación continua (+20% faltas asistencia)

INSTRUMENTOS DE EVALUACIÓN Y CRITERIOS DE EVALUACIÓN/ CALIFICACIÓN	Resultados de Aprendizaje evaluados
--	-------------------------------------



El alumnado que se pierda la evaluación continua deberá presentarse a las pruebas teórico-prácticas que se planteen en la aplicación de la guía que supondrán el 100% de la calificación total. “
Para evaluar estas pruebas, se utilizarán rúbricas y entrevistas “one to one”- Previamente se especificarán los indicadores, cuestionarios y los porcentajes otorgados a cada uno de ellos.
Los criterios de evaluación serán:
a) Dominio de los contenidos de la asignatura.
b) Ajuste a las condiciones impuestas para la prueba.
c) Capacidad de análisis y de síntesis.
d) Capacidad de aplicar la teoría al caso concreto.
e) Uso correcto de fuentes de información.
f) Comunicación correcta tanto escrita como verbal.
g) Capacidad para relacionar conceptos y construir una argumentación crítica.
h) Rigor en el tratamiento y contraste de las fuentes de información, incluyendo recursos digitales cuando proceda.

R1, R2, R3, R4, R5

Las evidencias de aprendizaje obtenidas durante la participación en proyectos interdisciplinares de centro podrán incorporarse, cuando proceda, como parte de los trabajos académicos previstos en la asignatura, de acuerdo con los criterios establecidos en la aplicación de la guía docente.

Nota importante sobre el uso de la IA

Se permite el uso de inteligencia artificial (IA) en los trabajos académicos siempre que se indique claramente qué herramientas se han utilizado y con qué propósito (búsqueda, redacción, corrección, etc.). El uso no declarado o que sustituya la autoría será penalizado según el reglamento del centro.

→ 10. Bibliografía

Bibliografía básica.

- **Julier, G.** (2012). *La cultura del diseño* (2.ª ed.). Gustavo Gili.
- **Julier, G.** (2017). *Economías del diseño*. Gedisa.
- **Norman, D. A.** (2013). *El diseño de las cosas cotidianas*. Nerea.
- **Sparke, P.** (2025). *An Introduction to Design and Culture: 1900 to the Present* (5.ª ed.). Routledge. <https://doi.org/10.4324/9781003515579>
[Introducción al diseño y la cultura: de 1900 al presente]
- **Barnwell, M.** (2021). *Design and Culture: A Transdisciplinary History*. Purdue University Press.
[Diseño y cultura: Una historia transdisciplinaria]
- **Krippendorff, K.** (2006). *The Semantic Turn: A New Foundation for Design*. CRC Press.
[El giro semántico: Una nueva fundamentación para el diseño]

Bibliografía complementaria:

- **Augé, M.** (2001). *Los no lugares. Espacios del anonimato. Una antropología de la sobremodernidad*. Gedisa.
- **Baudrillard, J.** (1987). *Cultura y simulacro*. Kairós.
- **Cirlot, J. E.** (1981). *Diccionario de los símbolos*. Labor.
- **Eco, U.** (2007). *Historia de la fealdad*. Lumen.
- **Eco, U.** (2010). *Historia de la belleza*. Debolsillo.



- Francalanci, E. (2010). *La estética de los objetos*. Antonio Machado.
- Giddens, A. (2004). *Sociología*. Alianza Editorial.
- Gobé, M. (2005). *Branding emocional*. Divine Egg Publicaciones.
- Hall, E. T. (1978). *Más allá de la cultura*. Gustavo Gili.
- Huyssen, A. (2006). *Después de la gran división: modernismo, cultura de masas, posmodernismo*. Adriana Hidalgo.
- Maffesoli, M. (2004). *El tiempo de las tribus*. Siglo XXI.
- Manzini, E. (2015). *Cuando todos diseñan*. Experimenta.
- Margolin, V. (2005). *Las políticas de lo artificial: Ensayos y estudios sobre diseño*. Designio.
- Norman, D. A. (1990). *La psicología de los objetos cotidianos*. Nerea.
- Norman, D. A. (2010). *El diseño emocional*. Paidós.
- Pérez, C. (2008). *La función como principio del diseño*. Universidad Tecnológica de Pereira.
- Press, M., & Cooper, R. (2009). *El diseño como experiencia*. Gustavo Gili.
- Valle, S. (2011). *Cibercultura y civilización universal*. Erasmus.
- Veblen, T. (2000). *Teoría de la clase ociosa*. El Aleph.

Bibliografía por temas.

Investigación en diseño

- Herrero Batista, M. (2010). *Investigación y diseño: Reflexiones y consideraciones con respecto al estado de la investigación*. No Solo Usabilidad.
http://www.nosolousabilidad.com/articulos/investigacion_diseno.htm
- Masferrer, A. (2019). *Diseño de procesos creativos: Metodología para idear y co-crear en equipo*. Gustavo Gili.
- Pontis, S. (2010). *¿Para qué sirve investigar en diseño?* Foroalfa.
<https://foroalfa.org/articulos/para-que-sirve-investigar-en-diseno>
- Seivewright, S. (2011). *Diseño e investigación*. Gustavo Gili.

◇ Complementarios recomendados

- Cross, N. (2007). *La investigación en diseño: Una introducción*. Gustavo Gili.
(Edición en castellano de *Designerly Ways of Knowing*, muy citado en el campo de la investigación en diseño).
- Margolin, V., & Buchanan, R. (2000). *La investigación en diseño: Perspectivas y enfoques*. Gustavo Gili.
(Aporta un marco teórico amplio sobre cómo se concibe la investigación desde el diseño).
- Manzini, E. (2015). *Cuando todos diseñan: Una introducción al diseño para la innovación social*. Experimenta.
(Conexión directa entre investigación en diseño e innovación social).

Cultura en general



- Bauman, Z. (2013). *Vida líquida*. Paidós.
- Han, B.-C. (2014). *La sociedad del cansancio*. Herder.
- Lipovetsky, G., & Serroy, J. (2015). *La estetización del mundo: Vivir en la época del capitalismo artístico*. Anagrama.
- Sennett, R. (2009). *El artesano*. Anagrama.
- Riello, G. (2016). *Breve historia de la joyería*. Gustavo Gili.
- Scarisbrick, D. (1996). *Joyería. Desde la antigüedad hasta el presente*. Taschen.

Papel del diseñador en la actualidad

- Manzini, E. (2015). *Cuando todos diseñan*. Experimenta.
- Manzini, E. (2022). *Entrevista Observatorio Cultural* [Video]. Vimeo.
<https://vimeo.com/16202403>
- Papanek, V. (2014). *Diseñar para el mundo real*. Pol·len Edicions.
- Starck, P. (2007). *Profundiza en el diseño* [Charla TED]. TED.
https://www.ted.com/talks/philippe_starck_thinks_deep_on_design?language=es
- Rawsthorn, A. (2018). *El diseño como actitud*. Gustavo Gili.
- Zafra, R. (2017). *El entusiasmo: Precariedad y trabajo creativo en la era digital*. Anagrama.
- Zafra, R. (2020). *Precariedad y trabajo creativo en la era digital* [Video]. YouTube.
<https://www.youtube.com/watch?v=pBMh3YuWoC4>

Diseño y poder

- Foucault, M. (2023). *Vigilar y castigar*. Ed. Paidós.

Tribus urbanas

- Castro, E. (2021). *El trap*. Errata Naturae.
- Costa, P.-O. (2002). *Tribus urbanas*. Paidós.
- Hebdige, D. (2004). *El significado del estilo*. Paidós Ibérica.

Tendencias

- García Avilés, J. A. (2020, 10 de noviembre). *La difusión de las innovaciones en los medios de comunicación: Claves de un proceso*. UMH. <https://mip.umh.es/blog/2020/11/10/difusion-innovaciones-medios-claves-proceso/>
- García Raboso, E. (s. f.). *El fenómeno tendencia en la joyería*. Doze Magazine. <http://doze-mag.com/joyeria/retrato-de-lo-efimero/2183-el->
- Guillaume, E. (2016). *Sociología de las tendencias*. Gustavo Gili.
- Locking, A., & Martínez de la Pera, E. (2020). *¿Quién decide la ropa que llevas?* [Video]. YouTube. <https://www.youtube.com/watch?v=oYyn-hHQOHc>
- Martín, R. (2011). *Tendencias*. Gustavo Gili.
- Rodríguez, G. (2021, 8 de febrero). *Los creadores de tendencias y la curva de difusión de la*



innovación. Gemarodriguez.es. <https://www.gemarodriguez.es/los-creadores-de-tendencias-y-la-curva-de-difusion-de-la-innovacion/>

- Rogers, E. M. (2003). *Diffusion of innovations* (5.ª ed.). Free Press.

Consumo de diseño: Nueva economía

- González Reyes, L., & Almazán, A. (2023). *Decrecimiento: Del qué al cómo. Propuestas para el Estado español*. Icaria.
- Jickel, J. (2021). *Menos es más*. Capitán Swing.
- McDonough, W., & Braungart, M. (2005). *Cradle to cradle*. McGraw-Hill.
- Rifkin, J. (2011). *La tercera revolución industrial*. Paidós.
- Rifkin, J. (2014). *La sociedad de coste marginal cero*. Paidós.

Consumo y diseño

- Bauman, Z. (2007). *Vida de consumo*. Fondo de Cultura Económica de España.
- Bauman, Z. (2013). *La cultura en el mundo de la modernidad líquida*. Fondo de Cultura Económica de España.
- Boorman, N. (2009). *No marcas*. Temas de Hoy.
- Burbano, C. (2013, 30 de abril). *Escuela de Frankfurt* [Video]. YouTube. https://www.youtube.com/watch?v=_AH9XhPFyTA
- El País. (2017, 15 de octubre). *Obsolescencia programada y consumismo* [Video]. YouTube. <https://www.youtube.com/watch?v=zz-61eHzO1w>
- Miller, D. (1999). *Ir de compras: una teoría*. Siglo XXI.
- Miller, D. (2009, 18 de enero). *Daniel Miller, una mirada distinta sobre el consumismo* [Entrevista]. *La Nación*. <http://www.lanacion.com.ar/1101969-daniel-miller-una-mirada-distinta-sobre-el-consumismo>
- Rivas, A. J., & Grande, I. (2015). *Comportamiento del consumidor*. ESIC.
- Slater, D. (1997). *Cultura del consumidor y modernidad*. Siglo XXI.
- Veblen, T. (2004). *Teoría de la clase ociosa*. Alianza Editorial.
- Vía Sociológica. (2020, 6 de mayo). *El fetichismo de las mercancías* [Video]. YouTube. <https://www.youtube.com/watch?v=ZlP31q4CuPA>

Agencias de tendencias:

- VML. (2024). *Tendencias*. VML. <https://www.vml.com/es/about-us>
- WGSN. (s.f.). *Fashion* [Base de datos y recursos en línea]. WGSN.

Forma función estructura.

Ara. (2015, 7 de julio). Entrevista a André Ricard. André Ricard, dissenyador: “A l’iPad li posaria un 7 perquè persegueix l’estètica i s’oblida de la funció” [Entrevista en video]. Ara.cat.

https://www.ara.cat/videos/entrevistes/entrevista-andre-ricard-antoni-bassas_8_3919024.html

Copleston, F. (2011). *Historia de la filosofía*. Vol. 1: De la Grecia antigua al mundo cristiano. Ariel.

Klein, N. (2000). *No logo*. Paidós.



Munari, B. (1983). *¿Cómo nacen los objetos? Apuntes para una metodología proyectual*. Gustavo Gili.

Pérez Cardona, C. A., & Escobar Rojas, M. L. (2008). La función como principio del diseño. *Grafías, Revista de Diseño de la Universidad Católica de Pereira*, 7(1), 67–80.
<https://doi.org/10.31908/grafias.v0i7.1619>

Ricard, A. (1982). *Diseño ¿Por qué?* Ariel.

Ricard, A. (2000). *La aventura creativa: Las raíces del diseño*. Ariel.

Riello, G. (2016). *Breve historia de la joyería*. Gustavo Gili.

Sánchez Valencia, M. (2005). *Morfogénesis del objeto de uso: La forma como hecho social de convivencia* (2.ª ed.). Universidad Jorge Tadeo Lozano.

Semiótica de la joyería

- Barthes, Roland. (1957) *Mitologías* Ed: Biblioteca nueva. Madrid.
- Barthes, Roland. (1994) *El sistema de la joyería* . Ed.: Paidós.
- Calefato, Patricia. (2003). *Joyería y cine. Instituto de Estudios de Joyería y Comunicación*
- Calefato, Patricia. (2021). *Fashion as Cultural Translation: Signs, Images, Narratives*. edit Anthem Pressorial.
- Calefato, Patrizia, *El sentido del vestir*. Editorial Engloba.
- Cirlot, Juan Eduardo; *Diccionario de los símbolos*. (1981) Ed.: Labor. Barcelona,
- Corujo Martín Inés. (2017). *La mantilla entre tradición y modernidad: joyería , género y cultura material en la España de los siglos XVIII y XIX**
- Daniel Jame Cole and Nancy Deit. (2015) *The history of Modern Fashion*. Ed. Laurence King Publishing
- Eco, U. (1976) *La psicología del vestir*. Ediciones de bolsillo
- Eco, Umberto. (1975) *Tratado de semiótica general*
- Flugél (1964). *Psicología del vestido*. Ed Paidós.
- Gobé, Marc. (2005) *Branding emocional*. Ed.: Divine EGG
- Heller, Eva. (2010). *La psicología del color*. Ed. GG
- Jean Chevalier, Alain Gheerbrant (1986). *Diccionario de los símbolos*. Ed.: Herder.
- Koppers Harald. *Fundamentos de la teoría de los colores*.
- Lipovetsky Gilles. (2006) *El imperio de lo efímero*. Ed. Anagrama.
- Lurie, Alison. (1994) *El lenguaje de la joyería* . Ed.: Paidós. 1994
- MARTÍNEZ NAVARRO Gema. (2016) *Marketing y comunicación de joyería* . Editorial Esic
- Norman, D. (2005) *Diseño emocional. Porque nos gustan o no los objetos cotidianos*. Ed.: Paidós.
- Sanmiguel Patricia. (2020). *Influencer Marketing* (Colección Acción Empresarial)
- SanMiguel, p. (2017). http://www.revistalatinacs.org/16SLCS/2017_libro/106_L.pdf
- Simmel, G. (2014). *Filosofía De La Joyería* . Ed. Casimiro.
- Squicciarino, Nicolás. (2012) *El vestido habla*. Ed Cátedra.

El feísmo. La anti joyería .

- Eco, U. (2007). *Historia de la fealdad*. Ed.: Lumen
- El concepto de la Anti-joyería . (2013). <https://triangulomag.wordpress.com/2013/09/16/el-concepto-de-la-anti-joyeria/>
- Ethic. (2020) *El Feísmo, ¿Una categoría artística?* <https://ethic.es/2020/01/feismo-arte-categoria->



estetica/

https://letraspalabrastextos.weebly.com/uploads/1/4/2/7/14270166/rosenkranz,_karl_-_estética_de_lo_feo.pdf

- Luna, P. 2020. La antijoyería . [https://codigomalva.com/2020/04/20/el-grunge-la-antijoyería /](https://codigomalva.com/2020/04/20/el-grunge-la-antijoyería/)
- Polhemus, TT. (1978) Fashion & Anti-fashion: Anthropology of Clothing and Adornment.
- Rosenkranz, K. (1992) Estética de lo feo. Edición digital. Recuperado de:

El Juicio estético

- Bornay Erika. La cabellera femenina. Ed. Cátedra.
- Della Volpe, Galvano (1972) Historia del gusto. Madrid. Ed: Visor
- Eco Umberto. 2004 Historia de la belleza. Ed: lumen
- El juicio estético de Hume. <https://revistafilosofia.uchile.cl/index.php/RDF/article/view/47738/57430>
- Henrich, D., & Carvajal Correa, C. (1992). Explicación kantiana del juicio estético. Estudios De Filosofía, (6), 77–94. Recuperado a partir de https://revistas.udea.edu.co/index.php/estudios_de_filosofia/article/view/339676
- Paquet, D. (1998). La Historia de la belleza. Ed. Claves