

“ESTUDIOS SOCIALES DEL DISEÑO”

DATOS GENERALES

Tipo de crédito	Tipo de asignatura	Idioma de impartición	Modalidad de impartición
Optativo	Seminario	Español	Presencial y/o Mixta

CRÉDITOS

De acuerdo con la propuesta curricular, los datos escolares de la asignatura son:

Semestre	Número de semanas	Horas presenciales de teoría por semana	Horas presenciales de práctica por semana	Horas de trabajo autónomo del estudiante por semana	Total de créditos (RGE)
-	16	3	0	3	6

OBJETIVO GENERAL DE APRENDIZAJE

Analizar los contextos de producción del diseño para que se reconozcan las prácticas y condiciones que le dan origen, así como los impactos de su consumo cultural.

PLANEACIÓN DIDÁCTICA GENERAL

A continuación, se describe la planeación general del proceso de aprendizaje:

#	Nombre de la Unidad o Fase	Resultados de aprendizaje específicos	Metodologías y actividades de enseñanza-aprendizaje
1	El diseño desde las ciencias sociales	El diseño como un fenómeno social - El diseño y sus campos de acción - El diseño y sus campos disciplinares Hacia una especialización del diseño - La constitución del diseño como profesión - El diseño y su relación con la ciencia - Diseño, investigación e interdisciplina El diseño y sus actores - La construcción de la identidad entre diseñadores - El diseño como actividad individual y como trabajo colaborativo - El diseño como campo social	Metodologías - Aula invertida - Aprendizaje basado en pensamiento - Aprendizaje basado en investigación Actividades - Lecturas de textos especializados - Presentaciones y/o reportes de actividades de investigación - Reflexiones y discusiones en plenaria y con base en las lecturas del curso Instrumentos de evaluación - Rúbrica - Lista de cotejo

2	El diseño como producto cultural	Aspectos sociales de la generación de productos de diseño • Dimensiones sociales de la creatividad • Complejidad, incertidumbre y contingencia en el diseño • Comunicación y argumentación del conocimiento en el diseño Diseño y realidad • La definición de contextos relevantes • La construcción de públicos • Los productos de diseño y su significación	Metodologías Aula invertida Aprendizaje basado en pensamiento Aprendizaje basado en investigación Actividades • Lecturas de textos especializados • Presentaciones y/o reportes de actividades de investigación • Reflexiones y discusiones en plenaria y con base en las lecturas del curso
3	El impacto social del diseño	Tópicos selectos de la relación entre el diseño y la sociedad • Diseño para una educación equitativa e incluyente • Diseño para una política de participación y justicia social • Diseño para la sustentabilidad y calidad de vida • Diseño para la igualdad de género, la tolerancia y la paz • Diseño para la interculturalidad • Diseño para la comunicación social de la ciencia	Metodologías Aula invertida Aprendizaje basado en pensamiento Aprendizaje basado en casos Actividades • Lecturas de textos especializados • Presentaciones y/o reportes de actividades de investigación • Reflexiones y discusiones en plenaria y con base en las lecturas del curso

EVALUACIÓN

A continuación, se muestra las condiciones de las evaluaciones parciales.

# Parcial	Momento de evaluación	Método de evaluación y valor para la evaluación parcial	Ponderación para evaluación final
3	Al finalizar la Unidad 3	• Actividades (Reportes de lecturas, presentaciones, investigaciones, entre otras.) • Participaciones en clase (Plenarias, discusiones, mesas de diálogo, realización de esquemas y diagramas de organización de ideas, entre otras. • Proyecto(s) de la unidad (ensayos, ejercicios de análisis, entre otros)	30% 40% 30%
	Ordinario	Promedio de todos los proyectos	100%

RECURSOS BIBLIOGRÁFICOS Y DIGITALES

TEXTOS BÁSICOS

Albrow, Martin (2004) Travelling beyond Local Cultures, en *The Globalization Reader*,
Almond, Gabriel A. (1999): *Una disciplina segmentada. Escuelas y corrientes en las Ciencias Políticas*, FCE, México

- Antaki Charles, Billing Michael, Edwards Derek, et al "El análisis del discurso implica analizar: crítica de seis atajos analíticos" en *Athenea Digital*, No. 3: 14- 35, Universidad de Loughborough (primavera 2003)
- Appadurai, Arjun (2008) *Disjuncture and Difference in the Global Cultural Economy*, en *The Anthropology of Globalization: A Reader*, editado por J.X. Inda.
- Basu, Amrita (2003) *Globalization of the local / localization of the global: mapping transnational women's movements*, en *Feminist theory reader*, editado por C.R. McCann y S.K. Kim. Nueva York: Routledge. Págs. 68-77.
- Bauman, Zygmunt (2002) *La cultura como praxis*. Paidós, Barcelona, pp.9-94, 345-349 notas.
- Berger, Peter y Thomas Luckmann (1997): *Modernidad, pluralismo y crisis de sentido. La orientación del hombre moderno*. Barcelona: Paidós pp.43-57 (La significación de las relaciones sociales, la coincidencia de sentido y las condiciones generales para la aparición de una crisis de sentido) [1ª. Ed: 1995]
- Berger, P. L., & Luckmann, T. (2011). *The Social Construction of Reality: A Treatise in the Sociology of Knowledge*. Open Road Media.
- Becker, H. S. (1982). *Art Worlds*. University of California Press.
- Bourdieu P. (1976): "El campo científico", *Los usos sociales de la ciencia*. Buenos Aires: Nueva Visión, 2000. pp.11-57.
- Bourdieu P. (1994): *But who created the "creators"?* En: *Sociology in Question*, Sage Publications, France
- Bourdieu, P. (). *La distinción. Criterio y bases sociales del gusto*. Taurus. Disponible en https://pics.unison.mx/maestria/wp-content/uploads/2020/05/La_Distincion-Bourdieu_Pierre.pdf
- Björklund, T. A., Keipi, T., & Maula, H. (2020). *Crafters, explorers, innovators, and co-creators: Narratives in designers' identity work*. *Design Studies*, 68, 82–112. <https://doi.org/10.1016/j.destud.2020.02.003>
- Carey James W. (1989): "Part I: Communication as Culture", *Communication as Culture. Essays on Media and Society*. New York & London: Routledge. pp.13-110.
- Cross, N. (2010). *Designerly Ways of Knowing* (Softcover reprint of hardcover 1st ed. 2006 edition). Springer.
- Couldry, N., & Hepp, A. (2018). *The Mediated Construction of Reality*. John Wiley & Sons.
- Curran, James, David Morley, y Valerie Walkerdine (comp.) (1998) *Estudios culturales y comunicación. Análisis, producción y consumo cultural de las políticas de identidad y el posmodernismo*. Paidós, Barcelona, pp.377-454
- Dilnot, C. (1982). *Design as a socially significant activity: An introduction*. *Design Studies*, 3(3), 139–146. [https://doi.org/10.1016/0142-694X\(82\)90006-0](https://doi.org/10.1016/0142-694X(82)90006-0)
- Domènech, Miquel (comp.) (1998) *Sociología simétrica: Ensayos sobre ciencia, tecnología y sociedad*. Barcelona: Gedisa. Cap. 1 Claves para la lectura de textos simétricos. 13-43.
- Fascara, J. (2002). *Design and the social sciences: Making connections*. Taylor & Francis. <http://www.crcnetbase.com/isbn/9780203301302>
- Foucault, M. (2001). *La arqueología del saber*. Siglo XXI.
- Fuentes Navarro, R. (1998): "Introducción" y Capítulo 1: "El campo académico de la investigación de la comunicación como objeto de análisis", en *La emergencia de un campo académico: continuidad utópica y estructuración científica de la investigación de la comunicación en México*. Guadalajara: ITESO/Universidad de Guadalajara. pp.7-83.
- Fuentes Navarro Raúl (1998): Capítulo 5: "La configuración cognoscitiva del campo de la investigación académica de la comunicación", en *La emergencia de un campo académico: continuidad utópica y estructuración científica de la investigación de la comunicación en México*. Guadalajara: ITESO/Universidad de Guadalajara. pp.241-336.
- Friedman, Jonathan (2001) *Cultura, identidad y proceso mundial*, en *Identidad cultural y proceso global*. Edición en inglés: 1994. Buenos Aires: Amorrortu. Págs. 127- 161.
- Grüner, Eduardo. 2003. *El retorno de la teoría crítica de la cultura: una introducción alegórica a Jameson y Žižek*, *Estudios culturales. Reflexiones sobre el multiculturalismo*.
- Keppler, A. (2005). *Medien und soziale Wirklichkeit*. En M. Jäckel (Ed.), *Mediensoziologie: Grundfragen und Forschungsfelder* (1. Aufl., p. 388). VS Verlag für Sozialwissenschaften.
- Knoblauch, H. (2019). *The Communicative Construction of Reality*. Routledge.
- Krishnakumar, S., Berdianer, C., Lauff, C., McComb, C., & Menold, J. (2022). *The story novice designers tell: How rhetorical structures and prototyping shape communication with external audiences*. *Design Studies*, 82, 101133. <https://doi.org/10.1016/j.destud.2022.101133>
- Levis, Diego (2001) *Sobre artistas y espectadores*, en *Arte y computadoras. Del pigmento al bit*.
- Luhmann, N. (2000). *Reality of the Mass Media*. Blackwell Publishers; Biblioteca personal.
- Martín-Barbero, J. (2002): "Itinerarios de la investigación", *Oficio de Cartógrafo. Travesías latinoamericanas de la comunicación en la cultura*. Santiago de Chile: Fondo de Cultura Económica, pp.205-255.
- Matthews, B., Doherty, S., Johnston, J., & Foth, M. (2022). *The publics of design: Challenges for design research and practice*. *Design Studies*, 80, 101106. <https://doi.org/10.1016/j.destud.2022.101106>
- Resnick, E. (2019). *The Social Design Reader*. Bloomsbury Visual Arts.

- Reuter, M. E. (2015). *Creativity—A Sociological Approach*.
- Rojek-Adamek, P., Gawron, G., Liubov, B., Kurmeleva, E., Mianowski, J., Glumac, O., Vicenzi, M., Cieslak, J., Zielińska, E., & Lindland, K. (2016). *Drafts from Sociology of Design. Introduction to Discussion*.
- Sánchez Ruiz, E. E. (2002). "La investigación latinoamericana de la comunicación y su entorno social: notas para una agenda", *Diálogos de la Comunicación* No. 64, Lima: FELAFACS, pp.25-36.
- Arfuch, L. (2002). *El espacio biográfico. Dilemas de la subjetividad contemporánea*. Buenos Aires: FCE.
- Shelley, C. (2017). *Design and Society: Social Issues in Technological Design* (1st ed. 2017 edition). Springer.
- Simmons, C. (2011). *Just Design: Socially Conscious Design for Critical Causes*. Simon and Schuster.
- Smith, T. O., Rachel Charlotte. (2013). *Design Anthropology: A Distinct Style of Knowing*. En: *Design Anthropology*. Routledge.
- Sparke, P., & Fisher, F. (Eds.). (2016). *The Routledge Companion to Design Studies*. SAGE Publications.
- Sparke, P. 2010. *Diseño y cultura una introducción. Desde 1900 hasta la actualidad*. Barcelona: Gustavo Gili.
- Szumurk, M. y Irwin, R. (Coord.). (2009). *Diccionario de estudios culturales latinoamericanos*. Grupo Editorial Siglo XXI.
- Tracey, M. W., & Hutchinson, A. (2016). Uncertainty, reflection, and designer identity development. *Design Studies*, 42, 86–109.
<https://doi.org/10.1016/j.destud.2015.10.004>
- Thorpe, A. (2010). Design's Role in Sustainable Consumption. *Design Issues*, 26(2), 3–16.
- Tiburcio García, C. (2015). *Sociedad de red del siglo XXI y el diseño gráfico, la formación y ejercicio profesional de los diseñadores* (U. I. de Puebla, Ed.). Universidad Iberoamericana de Puebla.
- Tromp, N., & Hekkert, P. (2018). *Designing for Society: Products and Services for a Better World*.
- Wang, D., & Ilhan, A. O. (2009). Holding Creativity Together: A Sociological Theory of the Design Professions. *Design Issues*, 25(1), 5–21.
- Whiteley, N. (1997). *Design for Society*. Reaktion Books.
- Why Designing Is Not Experimenting: Design Methods, Epistemic Praxis and Strategies of Knowledge Acquisition in Architecture
<https://link.springer.com/article/10.1007/s13347-017-0256-4>

RECURSOS DIGITALES

The Politics of Design. (s/f). Recuperado el 9 de octubre de 2023, de <http://thepoliticsofdesign.com/>

ELABORADORES Y REVISORES

- **Elaboró:** Luz María Hernández Nieto, Ruth Verónica Martínez Loera
- **Revisó:** José Antonio Motilla Chávez