

**UNIVERSIDAD AUTONOMA DEL ESTADO DE MEXICO
FACULTAD DE ARQUITECTURA Y DISEÑO
LICENCIATURA EN DISEÑO INDUSTRIAL**

UNIDAD DE APRENDIZAJE

“DISEÑO DE JOYERÍA”



6 CRÉDITOS

NÚCLEO

OPTATIVO

ELABORÓ:

L.D.I MARTHA SUSANA ANDRADE MAYER

2016



Tema:

JOYERÍA COMERCIAL

Material: Visión proyectable.

Unidad de Aprendizaje

- Diseño de Joyería

Unidad de Competencia III:

- Joyería Comercial.

Tema:

- Diseño de Joyería comercial, elementos de diseño, materiales alternativos y conceptos creativos.

Objetivo:

- Dada la metodología por el docente, el alumno abordará el diseño de joyería comercial, a través de los elementos de diseño, materiales alternativos y conceptos creativos aplicados en la elaboración de la joyería y la gente sus aspiraciones, deseos e intenciones.

Secuencia Didáctica:

- Joyería contemporánea- Joyería comercial – Joyería tradicional

I. Guión explicativo

Guía Explicativa “Joyería Comercial”

No. Diapositiva	Guía Explicativa.
1	Portada. Unidad de Aprendizaje: Diseño de Joyería
2	Unidad de aprendizaje, tema, objetivo, secuencia didáctica.
3	Guión Explicativo
4	Contenido Temático
5	Diapositivas
6	Presentación Joyería comercial
7	Contenido Joyería comercial
8	Introducción. Se introduce sobre la evolución de los materiales en joyería y como actualmente se elaboran piezas en materiales no convencionales.
9	Definición de Joyería Comercial.
10	Explica como la joyería comercial está ligada a los perfiles psicográficos, las tendencias de moda.
11	Se puntualiza en las características de la joyería comercial.
12	Se abordan los elementos de diseño que tienen un aporte importante en esta tipología de joyería.
13	A partir de formas y líneas se pueden generar impulsos emocionales.
14	Se explican formas horizontales y angulares
15	Diferencia de formas curvas y orgánicas.
16	Se cierra el apartado de forma con una reflexión sobre la simplicidad de la forma.
17	Se comenta el contraste como elemento importante dentro del lenguaje visual.
18	Se explican los tipos de contraste
19	Se ejemplifican tipos de contraste: contorno y textura
20	Se ejemplifican tipos de contraste: dirección y posición.
21	Se explica el color como estímulo importante para el diseñador de joyería.
22	Se describe el color denotativo.

23	Se describe el color connotativo
24	El color como medio de comunicación y significado de los colores.
25	Se mencionan algunos esquemas de color derivados del círculo cromático.
26	Ejemplos de los significados de los colores.
27	Materiales alternativos
28	Polimetilmetacrilato
29	Ejemplos de piezas de polimetilmetacrilato.
30	Polímeros modelables
31	Ejemplos de piezas de polímeros modelables
32	Resinas
33	Resina poliéster
34	Resina Epoxi
35	Resina de poliuretano
36	Resina acrílica
37	Ejemplo de piezas elaboradas con resina
38	Conceptos creativos para el diseño de piezas de joyería comercial
39	Geométrico y la simplicidad de forma para la significación de ideas
40	Ejemplos de piezas geométricas
41	Las series de joyería, la exploración de una sola idea y sus ramificaciones.
42	Personalizado, un segmento con características particulares.
43	Referencias
44	Escala de verificación 1
45	Escala de verificación 2
46	Ubicación de la Unidad de Aprendizaje en el mapa curricular.

II. Contenido Temático

“Joyería Comercial”

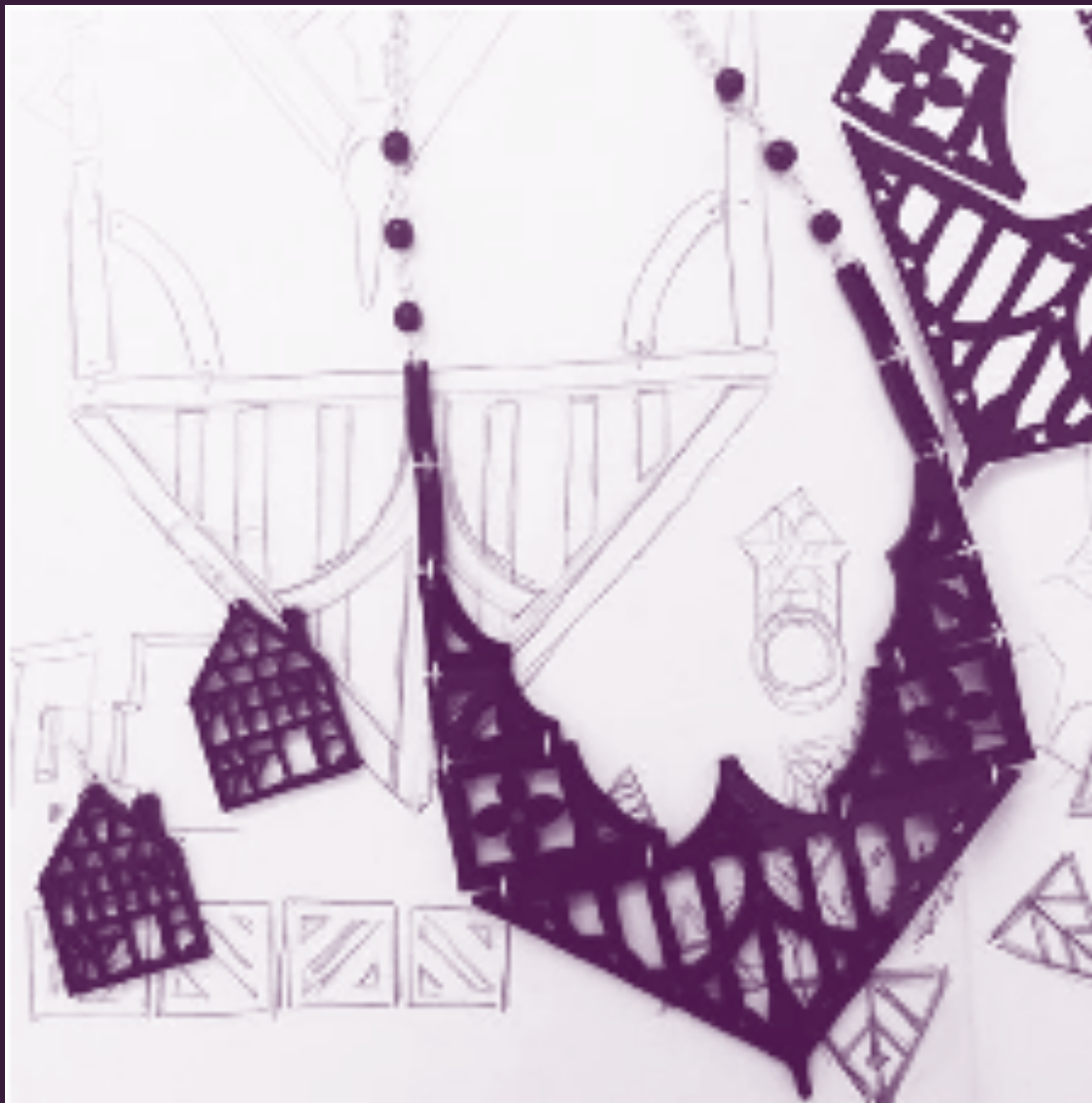
DIPOSITIVAS

CONTENIDO

GUIÓN EXPLICATIVO	I
CONTENIDO TEMÁTICO	II
DIPOSITIVAS	III
ESCALA DE VERIFICACIÓN	VI
UBICACIÓN DE LA UNIDAD DE APRENDIZAJE	V



III. Diapositivas



JOYERÍA COMERCIAL

Contenido Joyería Comercial

- a) Introducción
- b) Definición de Joyería comercial
- c) Elementos de Diseño
 - Forma
 - Contraste
 - Color
- d) Materiales y procesos
 - Polimetilmetacrilato (PMMA)
 - Polímeros Moldeables
 - Resinas
- e) Conceptos creativos.
 - Geométrico
 - Series
 - Personalizado

a) Introducción

Desde tiempos ancestrales el hombre ha sentido la necesidad de adornar su cuerpo, siendo las joyas objetos por medio de los cuales expresaban su espiritualidad o como trofeo de las hazañas logradas, sin embargo después de la revolución industrial y con el surgimiento de los nuevos materiales y procesos tecnológicos la joyería deja de lado su carácter espiritual para convertirse en un producto de consumo, un producto de moda de diversas calidades, precios y características muy particulares.

b) Definición de Joyería Comercial

- La joyería comercial o bisutería no es solamente un producto de consumo, es el **medio de expresión** en donde el usuario refleja sus aspiraciones, deseos, intenciones.

Roland Barthes, en el sistema de la moda (2005), describe como la joya ha cambiado como signo, perdiendo sus connotaciones de poder económico y social y se ha convertido en bisutería, en un objeto democrático y homogéneo. Expresa cómo la joya convierte su poder de significación, sentido dados por usuarios y observadores, demuestra el carácter social de la joya y posible interpretación como signo.

Debido a su carácter de producto de moda la joyería comercial debe atender los **perfiles psicográficos**, las **diferencias de género**, los niveles socioeconómicos y **las tendencias de moda**.



Características de la Joyería Comercial

- Materiales alternativos (No preciosos)
- Producción en serie
- Tendencias de moda
- Concepto con mensaje específico para ciertos grupos.
- Temporal

c) Elementos de Diseño

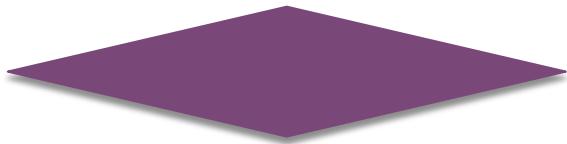
Para lograr una **comunicación visual** efectiva, es necesario conocer los **elementos** con los que el diseñador cuenta, y seleccionar la **combinación** de ellos que mejor vaya a su diseño. Es igual de indispensable que domine los principios que le servirán para sacar el mejor partido de estos elementos tanto en la combinación, como en la manera de ubicarlos en el espacio de trabajo.

Forma

- La forma es importante para el impacto visual de la pieza de joyería, transmite estados emocionales y psicológicos matiza la composición.



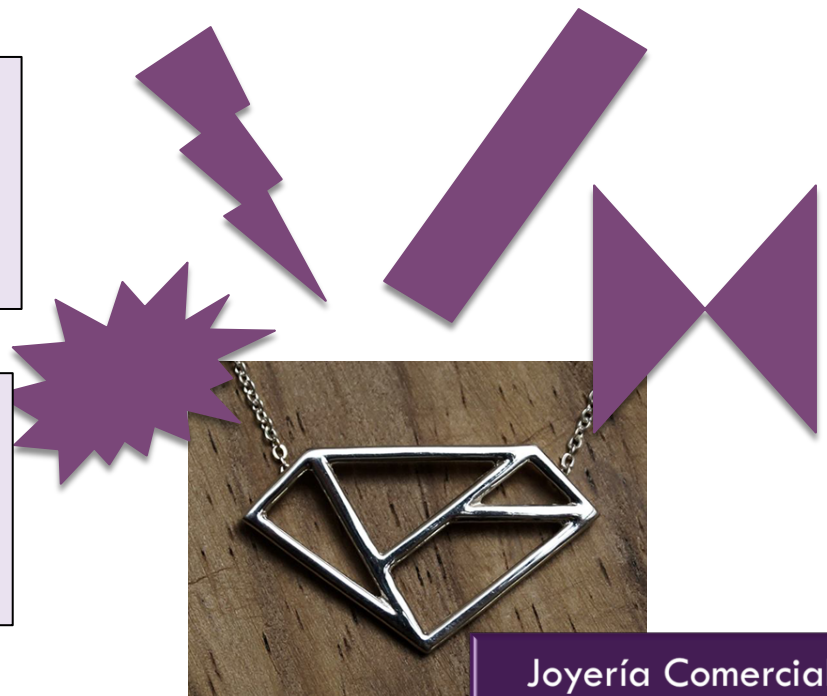
Las líneas y formas verticales transmiten estabilidad y resistencia



Las formas horizontales son muy estables, representan tranquilidad y paz.

Las líneas y formas angulares son las más activas, transmiten movimiento.

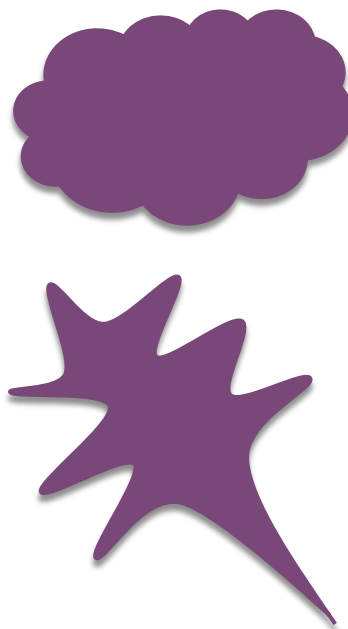
Líneas, formas y puntos angulares, son más masculinos que las curvas, representan fuerza y energía.





Las curvas son feminidad,
movimiento, fluidez.
Sugieren calidez, confort,
misterio.

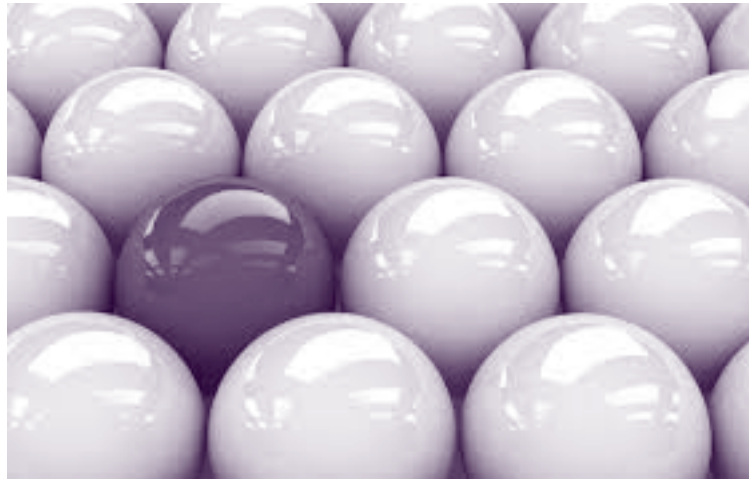
Las formas orgánicas por
su familiaridad con la
naturaleza representan
comodidad,
espontaneidad.



- No se debe confundir la **simplicidad** de la forma con el mal o flojo diseño. Una forma simple es reconocida por el ojo de manera más natural, si una forma es demasiado **compleja**, corre el riesgo de **causar confusión** y no transmitir el mensaje correctamente.

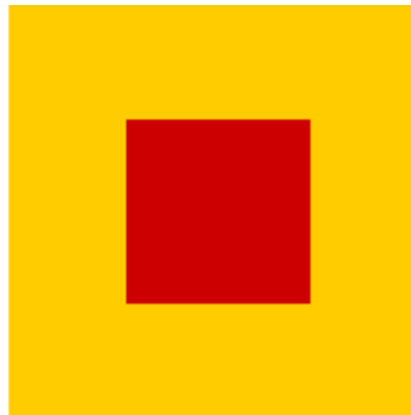
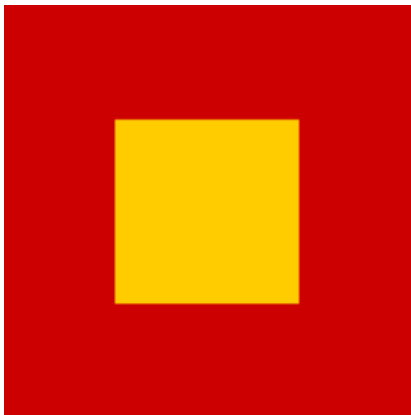
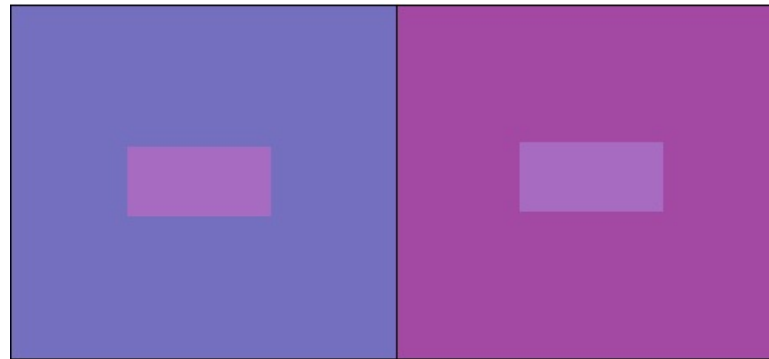
Contraste

- Es el efecto que permite resaltar el peso visual de uno o varios elementos dentro de una composición, mediante **la oposición o diferencia** para lograr un efecto dinámico en la composición.



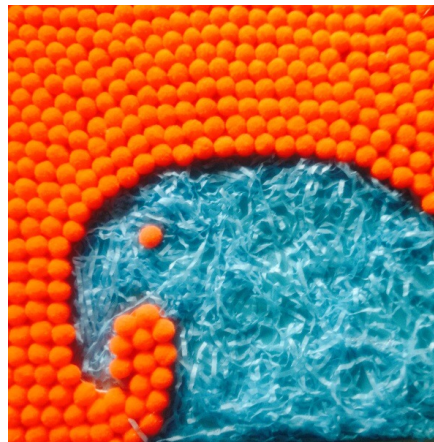
□ Tipos de Contraste:

Contraste de tono



Contraste de color

Contraste de contornos



Contraste de textura

Contraste de dirección



Contraste de posición

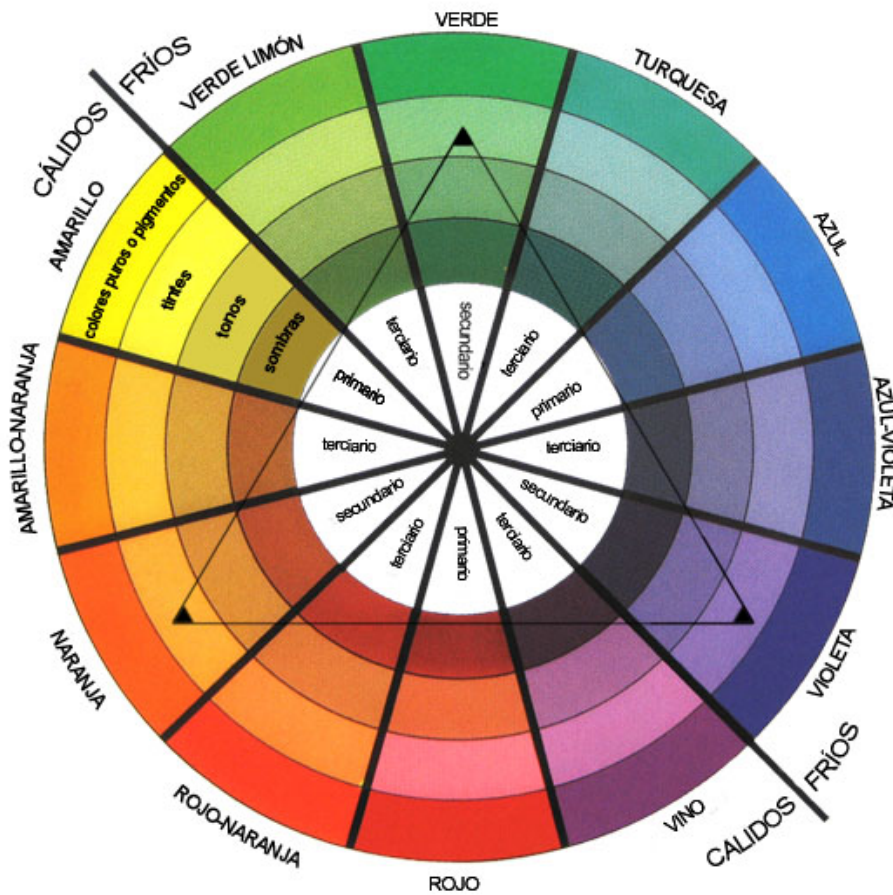
Color

- El color es un **estímulo** muy importante para la **visión**. Al adaptar elementos de color a las piezas de joyería el diseñador puede lograr enriquecer y adecuar la pieza a los requerimientos del cliente o a las tendencias de moda.
- Anteriormente se consideraba la pieza de joyería con sus componentes metálicos y el color solía proporcionarse con piedras preciosas, sin embargo actualmente el color puede añadirse de una gama muy amplia de materiales.

- **El color denotativo:** El color cuando está siendo utilizado como representación de la figura, es decir, incorporado a las imágenes realistas de la fotografía o la ilustración. El color como atributo realista o natural de los objetos o figuras. En el color denotativo podemos distinguir tres categorías: Icónico, saturado y fantasioso, aunque siempre reconociendo la iconicidad de la forma que se presenta.

- **El color connotativo:** La connotación es la acción de factores no descriptivos, sino precisamente psicológicos, simbólicos o estéticos, que suscitan un cierto clima y corresponden a amplias subjetividades. Es un componente estético que afecta a las sutilezas perceptivas de la sensibilidad

- Utilizar **el color como medio de comunicación** esperando un respuesta de quien lo recibe implica comprender cuando un color es denotativo y cuando connotativo.
- De esta manera, apoyado por la psicología del color o el **significado de los colores** puede crearse escalas cromáticas acorde al mensaje que se desea transmitir.



Esquemas de color:

- Monocromático
- Análogo
- Complementario
- Complementario Divido
- De Choque
- Análogo-complementario
- Triada
- Triada modificado
- Tetrádico
- Anacromático

ROJO	Amor, calor, valor, pasión, poder, espontáneo, sexo, ira e incluso peligro
NARANJA	Transmite amabilidad, alegría, innovación, energía y diversión
AMARILLO	Optimismo, hospitalidad, tranquilidad, creatividad, atemporalidad.
VERDE	Crecimiento, renovación, relajación, juventud, orgánico, seguridad

AZUL	Fuerza, frío/fresco, calma serenidad, descanso, confianza, inteligencia
MORADO	Misterio, sofisticación, eternidad, excentricidad, lujo, moda, frívolo, exótico
ROSA	Ilusión, ensueño, infancia, tierno, delicadeza, cortesía, erotismo, dulce, encanto
CAFÉ	Acogedor, estabilidad, confort, amargo, cálido, corriente, rústico

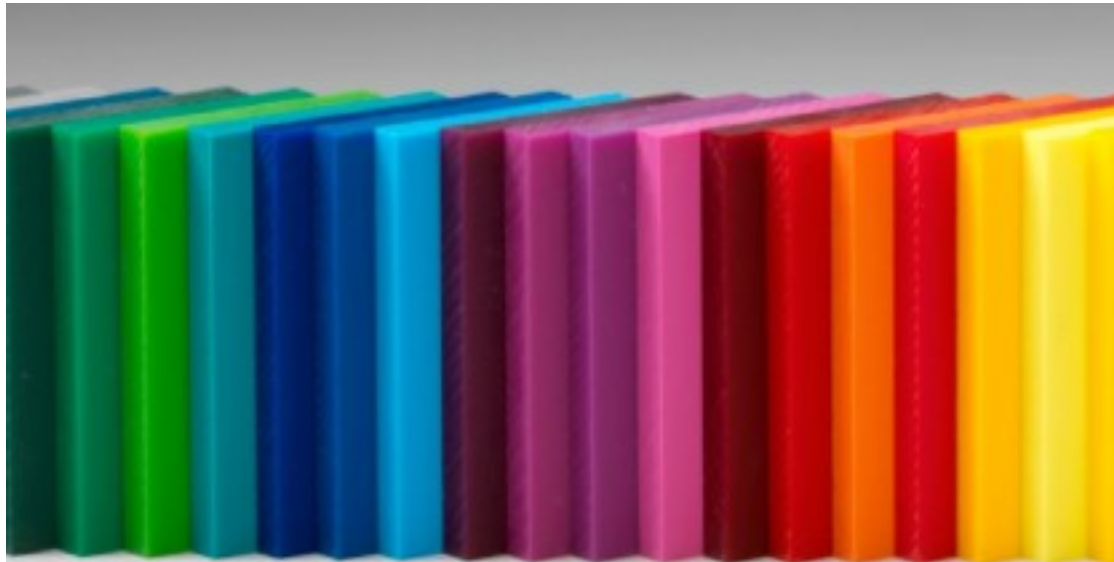
d) Materiales Alternativos

Tradicionalmente en la joyería se han utilizado metales como el hierro, el cobre, el bronce, el oro, la plata y el platino, estos metales han proporcionado cualidades específicas a cada pieza de joyería, pero sobre todo por la facilidad de ser manipulados para la creación de objetos ornamentales. Los más usados: los metales preciosos, el oro, la plata y el platino.

Con los adelantos tecnológicos han surgido una gran cantidad de materiales que son igualmente maleables y proporcionan a las piezas de joyería características diferentes a las proporcionadas por los metales.

Polimetilmetacrilato (PMMA)

- Termoplástico moldeable que se puede manipular cuando se calienta. Disponible en barra, tubo y lámina con una gran variedad de colores y medidas, fácil de cortar, pulir y teñir.





www.jalanjewelryaustraliz.com



Joyería Comercial

Polímeros moldeables

Los polímeros moldeables o arcillas de polímeros son de PVC, con una serie de plastificantes y otros productos que le confieren su característica maleabilidad, deben cocerse a 130° C. su consistencia es parecida a la arcilla cerámica. Existe una amplia gama de colores.

El policloruro de vinilo (PVC) es el producto de la polimerización del monómero de cloruro de vinilo. Es el derivado del plástico más versátil. Este se puede producir mediante cuatro procesos diferentes: Suspensión, emulsión, masa y solución.



Resinas

Las resinas son polímeros líquidos que se solidifican al entrar en contacto con otros agentes, que pueden ser catalizadores o endurecedores, que le otorgarán la rigidez característica. En la joyería se suelen utilizar resinas de poliéster, epoxi o de poliuretano. Pueden ser coloreadas como sólidos o tener cierta transparencia, cualidades que le otorgan al joyero un sin fin de posibilidades.



- **Resina poliéster.** Plástico termoestable que se puede mezclar con tintes y rellenos y en el que pueden incrustarse objetos. Cuando se seca adquiere un tacto pegajoso y encoge (aproximadamente un 7%), por lo que resulta mejor trabajarlo en capas finas.



- Resina epoxi.- Plástico termoestable exotérmico de baja temperatura. Cuando se seca no resulta pegajoso y encoge en un porcentaje mínimo. Es adecuado para mezclarse con tintes y revestimientos muy brillantes, pero también se puede moldear.



- Resina de Poliuretano.- Es menos quebradiza, mayor resistencia al impacto que un poliéster normalmente es opaca se puede teñir o pintar fácilmente.



- Resina Acrílica.- Estas resinas no poseen la dureza ni la resistencia de las antes mencionadas pero son resinas fáciles, rápidas y limpias para usar. No son tóxicas y carecen de disolventes. Tiene dos componentes una carga y un líquido que se mezclan y homogenizan.





e) Conceptos Creativos

- Para la Joyería Comercial, como cualquier otro tipo de joyería, el concepto es una parte fundamental al momento de crear una joya.
- Los conceptos de relacionados a la joyería comercial están muy relacionados con la moda, deben ser temporales.

Geométrico

- Las formas geométricas proporcionan un sentido de orden, nitidez, pulcritud.
- Este tipo de formas se trabaja de manera mecánica con ayuda de herramientas y máquinas especializadas, el trabajo manual, si es bien realizado, a veces carece de perfección característica de las formas geométricas.



Series

- Elaborar una serie de joyería es una técnica muy eficaz al momento de explorar conceptos, mediante variaciones progresivas que mantienen relación perceptible entre sí.



Personalizado

- El diseño personalizado consiste en establecer los rasgos comunes de cierto grupo para ofrecer un producto con el cual se identifiquen, por ejemplo: los Hipsters, PeeWees, mexicano, etc.



REFERENCIAS

□ BIBLIOGRAFÍA

- Codina, Carles. La joyería. Ed. Parramón. 2010
- Codina, Carles. La Nueva joyería. Ed. Parramón. 2010
- Galthon, Elizabeth. Diseño de Joyería. Ed. Gustavo Gilli. Barcelona 2013.
- McGrath, Jinks. Acabados decorativos en Joyería. Ed. Quarto. E.U.A 2007
- Olver, Elizabeth. El Arte del Diseño de Joyería. Ed. Accanto 2003
- O'Farrel, Thomas. Joyería Artesanal. Ed. Albatros Argentina 2004
- Ortiz, Georgina. El Significado de los colores. Ed. Trillas. México 2011.
- Ortiz, Georgina. Forma, Color y Significados. Ed. Trillas. México 2008.
- Seecharran, Vannetta. Técnicas de Joyería contemporánea. Ed. Acanto. Barcelona 2010.
- Young, Anastasia. Directorio de Materiales de Joyería. Ed. Acanto. Barcelona 2009.

VI. ESCALAS DE VERIFICACIÓN

ESCALAS DE VERIFICACIÓN SOLO VISIÓN PROYECTABLES “JOYERÍA COMERCIAL” DIAPOSITIVAS

1. La portada presenta datos de identificación suficientes y adecuados, tales como: Créditos institucionales, Título de la Guía para la Unidad de Aprendizaje, Nombre del programa educativo, Espacio Académico, Nombre de quien elaboró.	Si
2. Cuenta con un sistema de almacenaje con dimensiones y materiales adecuados.	Si
3. La colección del material es original o inédita.	Si
4. Claridad adecuada y composición sugestiva.	Si
5. El tamaño de la proyección es leible y observable.	Si
6. La colección del material responde a una parte del programa de estudios de la UA.	Si
7. La cantidad de láminas es adecuada para el tema que ilustra.	Si
8. La cantidad de texto, imágenes u otros elementos permite su lectura u observación.	Si
9. Los títulos representan el tema que ilustra el material.	Si

10. El empleo de tablas, gráficas o imágenes es claro.	Si
11. Combinación adecuada de colores que facilitan la claridad.	Si
12. Los contenidos son significativos y actuales para los temas que ilustran.	Si
13. La estructura y secuencia del material es congruente con la temática de la UA.	Si
14. Las imágenes, figuras y textos sintetizan las ideas centrales a desarrollar.	Si
15. Los textos son breves, claros, originales, concisos y expresivos.	Si
16. El lenguaje es sencillo; se expresan las ideas centrales.	Si
17. El formato y estilo de la presentación es uniforme.	Si
18. Incluye apartados de referencias con datos sobre la fuente de obtención de los elementos.	Si
19. Incluye un guión explicativo para el empleo de material, con relación a los objetivos y contenidos del curso. En la presentación de Office PowerPoint, y en impreso para su fácil manejo.	Si
20. Presenta un mínimo de 30 piezas para el caso de diapositivas, acetatos y fotografías.	Si

V. UBICACIÓN DE LA UNIDAD DE APRENDIZAJE

MAPA DE UNIDADES DE APRENDIZAJE

ÁREAS	COMPETENCIAS	SUBCOMPETENCIAS	NÚCLEO BÁSICO	NÚCLEO SUSTANTIVO	NÚCLEO INTEGRAL PROFESIONAL							
ÁREA DE TEORÍA	CONTEXTO DEL DISEÑO	HUMANÍSTICA	Estudios culturales HT HP TH CR 3 0 3 6	Antropología y sociología HT HP TH CR 3 0 3 6	Historia del diseño industrial HT HP TH CR 3 0 3 6	Filosofía del diseño industrial HT HP TH CR 3 0 3 6	Teoría del diseño HT HP TH CR 3 0 3 6					
		SUSTENTABILIDAD	Recursos Naturales HT HP TH CR 3 0 3 6				Impacto ambiental HT HP TH CR 3 0 3 6		Sustentabilidad del diseño HT HP TH CR 3 0 3 6			
	VINCULOS HOMBRE-OBJETO	ERGONOMIA	Ergonomía HT HP TH CR 2 2 4 6	Anatomía HT HP TH CR 2 1 3 5	Antropometría HT HP TH CR 2 1 3 5		Biomecánica HT HP TH CR 2 1 3 5		Psicología del diseño HT HP TH CR 2 1 3 5			
	COMUNICACIÓN Y LENGUAJES	ESTÉTICA	Expresión escrita y verbal HT HP TH CR 2 1 3 5	Ética HT HP TH CR 3 0 3 6	Semiótica HT HP TH CR 4 0 4 8	Poética HT HP TH CR 2 2 4 6	Prosaica HT HP TH CR 3 0 3 6		Estética HT HP TH CR 3 0 3 6			
		COMUNICACIÓN	Inglés C1 HT HP TH CR 2 2 4 6			Fotografía HT HP TH CR 0 4 4 4						
			Inglés C2 HT HP TH CR 2 2 4 6									
ÁREA DE DISEÑO	DESARROLLO DE PROYECTOS	DISEÑÍSTICA	Habilidades del pensamiento HT HP TH CR 0 3 3 3	Fundamentos del diseño HT HP TH CR 0 3 3 3	Conceptuación del diseño industrial HT HP TH CR 0 3 3 3	Diseño de juguetes HT HP TH CR 0 6 6 6	Diseño de mobiliario HT HP TH CR 0 6 6 6	Diseño de herramientas HT HP TH CR 0 6 6 6	Diseño de electrodomésticos HT HP TH CR 0 6 6 6	Diseño de equipos y máquinas HT HP TH CR 0 6 6 6	Proyectos de evaluación profesional 1 HT HP TH CR 0 9 9 9	Proyectos de evaluación profesional 2 HT HP TH CR 0 9 9 9
		PROYECTUAL	Dibujo técnico HT HP TH CR 0 4 4 4	Metodología HT HP TH CR 0 3 3 3	Diseño y bionica HT HP TH CR 0 4 4 4	Maquetas HT HP TH CR 0 4 4 4	Dibujo por computadora HT HP TH CR 0 4 4 4	Modelos HT HP TH CR 0 4 4 4	Técnicas de ilustración secas HT HP TH CR 0 4 4 4	Técnicas de ilustración digitales HT HP TH CR 0 4 4 4	Animación virtual HT HP TH CR 0 4 4 4	Manufactura por computadora HT HP TH CR 0 4 4 4
				Bocetaje HT HP TH CR 0 4 4 4	Geometría descriptiva avanzada HT HP TH CR 0 4 4 4							
ÁREA DE TECNOLOGÍA	TECNOLOGÍA Y PRODUCCIÓN DE LA FORMA	FÍSICO-MATEMÁTICO	Matemáticas HT HP TH CR 4 0 4 8	Física y mecanismos HT HP TH CR 2 1 3 5	Estadística inferencial HT HP TH CR 2 2 4 6	Resistencia de materiales HT HP TH CR 2 2 4 6						
		TECNOLOGÍA Y PRODUCCIÓN	Materiales y procesos básicos HT HP TH CR 4 0 4 8	Prácticas de madera HT HP TH CR 0 4 4 4	Prácticas de plásticos HT HP TH CR 0 4 4 4	Prácticas de metales HT HP TH CR 0 4 4 4	Prácticas de cerámica y vidrio HT HP TH CR 0 4 4 4	Prácticas de textiles HT HP TH CR 0 4 4 4	Organización de la producción HT HP TH CR 0 4 4 4	Nuevos materiales HT HP TH CR 0 4 4 4		
	IMPLANTACIÓN DE PROYECTOS	ECONÓMICO-ADMINISTRATIVO		Materiales y procesos avanzados HT HP TH CR 4 0 4 8	Administración del diseño HT HP TH CR 2 2 4 6	Economía HT HP TH CR 1 2 3 4	Contabilidad y costos HT HP TH CR 2 3 4 6	Mercadotecnia HT HP TH CR 2 2 4 6	Propiedad intelectual HT HP TH CR 1 2 3 4	Emprendedurismo HT HP TH CR 1 2 3 4		
TOTALES HORAS OBLIGATORIAS	UNIDADES DE APRENDIZAJE		6	7	7	8	7	7	7	4	4	
CREDITOS			21	25	24	28	29	28	28	28	20	20
			32	36	36	36	36	37	37	36	21	21
	UNIDADES DE APRENDIZAJE COMPARTIDAS CON ARQUITECTURA	DISEÑADOR INVESTIGADOR	Conceptos y lenguajes HT HP TH CR 2 2 4 6	Redacción de trabajos académicos HT HP TH CR 2 2 4 6	Educación en el diseño HT HP TH CR 2 2 4 6	Pedagogía en el diseño HT HP TH CR 2 2 4 6	Teoría y práctica del diseño industrial HT HP TH CR 2 2 4 6	Sistemas de evaluación HT HP TH CR 2 2 4 6				
	UNIDADES DE APRENDIZAJE COMPARTIDAS CON ADOU	DISEÑADOR PROYECTISTA	Computación básica HT HP TH CR 2 2 4 6	Dibujo natural HT HP TH CR 2 2 4 6	Reciclaje de materiales HT HP TH CR 2 2 4 6	Ergonomía aplicada HT HP TH CR 2 2 4 6						
	UNIDADES DE APRENDIZAJE COMPARTIDAS CON LAS 4 LICENCIATURAS	DISEÑADOR PRODUCTOR	Metrología HT HP TH CR 2 2 4 6	Calidad HT HP TH CR 2 2 4 6	Retórica HT HP TH CR 2 2 4 6	Inglés D1 HT HP TH CR 2 2 4 6	Inglés D2 HT HP TH CR 2 2 4 6					
		DISEÑADOR PROYECTISTA	Diseño de interiores HT HP TH CR 2 2 4 6		Diseño de joyería HT HP TH CR 2 2 4 6	Diseño automatizado HT HP TH CR 2 2 4 6	Envase y embalaje HT HP TH CR 2 2 4 6	Museografía HT HP TH CR 2 2 4 6				
		DISEÑADOR PRODUCTOR	Investigación de operaciones HT HP TH CR 2 2 4 6		Investigación de operaciones HT HP TH CR 2 2 4 6	Relaciones complejas HT HP TH CR 2 2 4 6	Automatización HT HP TH CR 2 2 4 6	Prácticas de marroquinería HT HP TH CR 2 2 4 6				
		DISEÑADOR EMPRESARIO	Planificación del diseño HT HP TH CR 2 2 4 6		Plan de negocios HT HP TH CR 2 2 4 6	Finanzas HT HP TH CR 2 2 4 6	Legislación HT HP TH CR 2 2 4 6	Gestión empresarial HT HP TH CR 2 2 4 6	Producción artesanal HT HP TH CR 2 2 4 6	Mercadotecnia integral HT HP TH CR 2 2 4 6	Gestión del diseño HT HP TH CR 2 2 4 6	