

8. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

8.1. BIBLIOGRAFÍA

- AGAMBEN, G. (2006). *Estancias. La palabra y el fantasma en la cultura occidental*. Pre-textos. (Traducción en español por Tomás Segovia)
- AICHER, O. (2004). *Tipografía*. Campgràfic.
- ALBERS, J. (1964). *La interacción del color*. Alianza Forma
- ALCALÁ, J. R., y JARQUE, V. (2013). Utopías del arte tecnológico. Un análisis de la situación, cincuenta años después. *Historia (s) del arte de los medios*. *Artnodes*, 13, 4-15. ISSN 1695-5951. <http://dx.doi.org/10.7238/a.v0i13.1924>
- ALEGRET, A. (s.f.). *La historia de Loewe*. <https://enriqueortegaburgos.com/la-historia-de-loewe/>
- ALONSO, R. (2005). El espacio expandido. Publicado en: *art. es*, 6-7. <https://acesse.dev/bYR7E>
- ALVES DE PAIVA MENEZES DE SEQUEIRA, M. L. (2012). *O minimalismo nas produções Escultórica e Arquitetónica*. [Tesis doctoral]. Universidad de Lisboa
- ANIDO FREIRE, N. y LOUSSAÏEF, L. (2018) When Advertising Highlights the Binomial Identity Values of Luxury and CSR Principles: The Examples of Louis Vuitton and Hermès. *Corporate Social Responsibility and Environmental Management* 25, 4, 565-582 <https://doi.org/10.1002/csr.1479>
- ANTEQUERA PARILLI, R. (2006). El arte aplicado a la industria. *Propiedad Intelectual*, 5(8-9), 75-134. <https://encr.pw/m55DM>
- ANTÓN SANCHO, J. y GONZÁLEZ PRESENCIO, M. (2019). Dibujo y control. El trabajo de Javier Carvajal para Loewe. *Revista EGA- Expresión Gráfica y Arquitectónica*, 24(37) 48-61. <http://doi.org/10.4995/ega.2019.10584>
- ARAGÓ, M. M. (2022). "Nuevos espacio- tiempos. La inmersividad en la era digital". En: SARDÁ, R. y ALEMANY, V. (Eds.). *La imagen entra en escena. Creaciones digitales en el ámbito escénico, el espacio urbano y el espacio natural*. *ASRI: Arte y Sociedad*. N.º 21: Págs. 72-79. <https://doi.org/10.5281/zenodo.7643031>
- ARANDA DEL SOLAR, J. (2009). El *readymade* y la ruptura de la noción de arte del modernismo. *Estudios de Filosofía*, 7, 27-43. <https://doi.org/10.18800/estudiosdefilosofia.200901.002>

- ARGULLOL, R., LUJÁN, N., DE VILLENA, L.A., PUÉRTOLAS, S., ALDECOA, J. R., REGÁS, R., MARÍ, A., RACIONERO, L. y HERNÁNDEZ CAVA, F. (1995). *Loewe 1846-1996*. Macua & García Ramos
- APPLIN, J. (2012). *Yayoi Kusama. Infinity Mirror Room – Phalli's Field*. Afterall Books
- ATXAGA ARNERO, K. (2007) *Tipografía popular urbana. Los rótulos del pequeño negocio en el paisaje de Bilbao*. [Tesis doctoral]. Universidad del País Vasco
- AZNAR, Y. (2004). "Insensatos". En: CRUZ SÁNCHEZ P. A. y HERNÁNDEZ NAVARRO, M. A. (Eds.). *Cartografías del cuerpo. La dimensión corporal en el arte contemporáneo*. Cendeac
- BAHAMÓN, A y VICENS SOLER, A. (2009). *Escaparates. Diseño de montajes efímeros*. Parramón.
- BAIBOT, D. (1974). *Arte y técnicas del escaparate*. L.E.D.A.
- BALLESTRIERO, R. (2016). Desde la contorsión de la realidad a lo siniestro: el incómodo hiperrealismo de maniqués, muñecas, efigies y figuras de cera. *Brumal. Revista de investigación sobre lo Fantástico*, 4(2), 93-115. <https://doi.org/10.5565/rev/brumal.312>
- BAÑUELOS RAMÓN, T. (2016). *La escultura, el medio, su entorno y su fin*. [Tesis doctoral] Universidad Complutense de Madrid.
- BARBERÀ GINÉ, A. (2018). Fotogrametría para la conservación restauración de bienes culturales. *Unicum: revista de l'Escola Superior de Conservació i Restauració de Béns Culturals de Catalunya*. Nº. 17, 57-76. Versión castellano: Traducción del catalán al español por Laia Torregrossa Delgado. <https://l1nq.com/dDBm9>
- BARRAGAN, J.M. (2006). "El arte como forma de experiencia vivida personal y colectiva. La interpretación artística en la formación del arteterapéutica". En: COLL ESPINOSA, F. J. *Arteterapia. Dinámicas entre creación y procesos terapéuticos*. Universidad de Murcia, 15-43.
- BARREIRO, M. S. (2014). Escenografías del deseo urbano. El escaparate como espacio fantasmal y límbico en el cine de vanguardia de los años 20. *Ángulo Recto. Revista de estudios sobre la ciudad como espacio plural*. Vol. 6, Nº 2, pp. 65-83. ISSN:1989-4015 http://dx.doi.org/10.5209/rev_ANRE.2014.v6.n2.47584
- BÁSCONES REINA, N. (2013). *Concepto actual del autorretrato en la obra del artista contemporáneo y la búsqueda de la identidad en la práctica artística*. [Tesis de doctorado]. Universidad de Valladolid.
- BATCHELOR, D. (1999). *Minimalismo: Movimientos en el Arte Moderno (Serie Tate Gallery)*. Ediciones Encuentro.

- BAUDRILLARD, J. (1981). *El sistema de los objetos*. Siglo XXI.
- BAUDRILLARD, J. (2006). *Pantalla total*. Anagrama.
- BELL, J. G. (1961). *Creación y triunfo en artes*. L.E.D.A.
- BELLI, S. (2020). *Visual merchandising: Principios y prácticas del diseño de interiores comerciales*. Hoaki.
- BELLIDO GANT, M. L. (2002). Arte, museos y nuevas tecnologías. *Rev. Esp. Doc. Cient*, 25(3), 341-344. <https://l1nq.com/COFMf>
- BELTRÁN MONTALVO, A. P. , y SIMBAÑA ESCOBAR, P. R. (2019). Interacción digital entre el usuario y el espacio urbano: tecnologías que pueden transformar el tejido de la ciudad. *Eídos*, (13), 55-63. <https://doi.org/10.29019/eidos.v13i1.544>
- BENJAMIN, W. (2005). *Libro de los pasajes*. Akal. Edición de Rolf Tiedemann.
- BENJAMIN, W. (2008). *La obra de arte en la época de su reproducibilidad técnica*. En: Obras completas. Libro I, vol. 2. (Traducción en español por Alfredo Brotons Muñoz). Abada.
- BERMEJO BERROS, J. (2009). El storytelling y la publicidad. *Pensar la Publicidad, Revista Internacional de Investigaciones Publicitarias*. 3 (1), 248-250. <https://l1nq.com/Xp56y>
- BESTUÉ, D. (2021). *El sentido de la escultura*. Fundació Joan Miró.
- BIRKEN, L. (1988). *Consuming Desire. Sexual Science and the Emergence of a Culture of Abundance, 1871-1914*. Cornell University Press.
- BISBE, C. (2024, 12 de febrero) *Louis Vuitton abrirá su primer hotel en París en 2026 y este será el precio por noche* <https://acesse.dev/GNd5P>
- BOCKHOLT, N. (2017). *Realidad virtual, realidad aumentada, realidad mixta. y ¿qué significa "inmersión" realmente?* 1-6. Consultado en: <https://www.thinkwithgoogle.com/intl/es-es/canales-de-publicidad/tecnologiaemergente/realidad-virtual-aumenta-da-mixta-que-significa-inmersion-realmen-te>
- BORT MUÑOZ, M. A. (2021). *Storytelling aplicado al escaparate. El poder de la seducción*. Independently published.
- BOTÃO D'ALINCOURT RIBEIRO, C. F. (2016). *A influência do ready-made na escultura moderna*. [Tesis doctoral]. Universidade de Lisboa.
- BOU, L. (2008). *This is visual merchandising!* Instituto Monsa de Ediciones
- BOYER, A. (2009). Archipelia. Lugar de la relación entre (geo) estética y poética. *Nómadas*, (31), 13-25. <https://l1nq.com/jR3dl>

- BUCK-MORSS, S. (1989). *Dialéctica de la mirada. Walter Benjamin y el proyecto de los pasajes*. Antonio Machado Libros. Traducción de Nora Rabotnikof.
- BÜRDEK, B. (2002), *Diseño. Historia, teoría y práctica del diseño industrial*. Gustavo Gili.
- CABEZAS FONTANILLA, C. Y BASTOS BOUBETA, A. I. (2007). *Técnicas de diseño de escaparates. Guía práctica de métodos, materiales y procedimientos*. Ideaspropias Editorial.
- CAETANO HENRÍQUEZ, E. (2012). La producción escultórica en la era digital. Una tríada entre la industria, la formación y la creación artística contemporánea. *ASRI. Arte y Sociedad: Revista de Investigación*, 1, 1-8. <https://11nq.com/zl4ee>
- CAETANO HENRÍQUEZ, E. y NAVARRO PANTOJO, S. (2007). *Digitalización y Escultura. La Innovación al Servicio de los Métodos y Técnicas de Reproducción Escultórica*. Padilla.
- CALLEJÓN, D. y PEREZ-ROUX, T. (2010). De la interdisciplinariedad al enfoque integrador de los diferentes saberes artísticos. *Arte y Movimiento*. Nº 2, 41-53. <https://acesse.dev/uaaZa>
- CAMARGO PEREIRA, A. (2021). Narcissus Garden, corpo-imagem: território insólito entre o simbólico e o imaginário de Yayoi Kusama. *RELACult-Revista Latino-Americana de Estudos em Cultura e Sociedade*, 7(1). <https://doi.org/10.23899/relacult.v7i1.1952>
- CAMPI, I. (2007). *Diseño y nostalgia. El consumo de la historia*. Santacole
- CANO REDONDO, A. y MARTÍNEZ-MEDINA, A. (2018). Tipografía, escala y cuerpo: rótulos y letreros en el pequeño comercio español del XX. *XY. Studi Sulla Rappresentazione dell'architettura E sull'uso dell'immagine Nella Scienza E nell'arte*, 3(5), 22-39. <https://doi.org/10.15168/xy.v3i5.84>
- CARO, J. L. (2012). Fotogrametría y modelado 3D: un caso práctico para la difusión del patrimonio y su promoción turística. En: *IX Congreso Tecnologías de la Información y las Comunicaciones*. 1-15. <https://encr.pw/8Pyz2>
- CARRASCO CAMPOS, Á. (2009). Tras la muerte del arte como ideología. Un diálogo entre Adorno y Danto. *La torre del Virrey*, 6, 1, 61-65. <https://encr.pw/xlG7C>
- CARRILLO SANTANA, J.R. (2007). *Influencia de la estética en los objetos virtuales*. [Tesis doctoral]. Universitat de Barcelona
- CASTELLS, M. (2009). *Comunicación y poder*. Alianza Editorial.
- CENCI, W. (2011). "Arte y espacio: la estética y la escena perdida". En: IV Jornadas de Humanidades. Historia del Arte. *Imaginando el espacio: Problemas, prácticas y representaciones*. <https://acesse.dev/ukRBE>

- CHAVES, N. (2003). El diseño: ni arte ni parte. En CALVERA, A. (Ed) *Arte ¿? Diseño*. (pp. 119-138) Gustavo Gili.
- CHECA GODOY, A. (2008). *Historia de la publicidad*. Netbiblo.
- CHERIAA, A. (2021). *La sinergia entre las artes visuales y la ropa de moda. Estudio de la colaboración entre Louis Vuitton y Yayoi Kusama*. Ediciones Nuestro Conocimiento
- CHOW, A. (2022, 4 de noviembre) *Louis Vuitton colabora con LEGO para instalaciones navideñas*. <https://encr.pw/hMZ6X>
- CID JURADO, A. (2002). El estudio de los objetos y la semiótica. *Cuicuilco*. Vol.9, nº25, 208-227. <https://encr.pw/6MsXv>
- CISNEROS, M. (2003). ¿Qué es la escultura? *Homenaje a Anna Maccagno. I Simposio sobre la escultura peruana del siglo XX*. Pontificia Universidad Católica de Santa María.
- COSTA, J. (1994). *Diseño, comunicación y cultura*. Fundesco.
- COSTA, J. (2014). Diseño de Comunicación Visual: el nuevo paradigma. *Grafica*, 2(4), 89-107. <https://doi.org/10.5565/rev/grafi-ca.23>
- COSTA, J. (2018). Gutenberg 2018. Cómo se forjó la cultura del diseño. *I+ Diseño. Revista Científica de Investigación y Desarrollo en Diseño*, 13, 13-21. <https://doi.org/10.24310/ldiseno.2018.v13i0.5147>
- DANTO, A. (1995). El final del arte. *El paseante*. nº23/25, 28-55. <https://l1nq.com/HHXHe>
- DANTO, A. (2013). *¿Qué es el arte?* Editorial Paidós.
- DANTO, A. y DE MICHELE, G. (2010). *Historia de la belleza*. Debolsillo.
- DEANGELIS, S. (2014). Oskar Schlemmer, el *Ballet Triádico* y el vestuario de la Bauhaus. *Telondefondo. Revista de teoría y crítica teatral*. nº 20, 116-148. ISSN: 1669-6301 <https://doi.org/10.34096/tdf.n20.6604>
- DELGADO, M. (2011) *El espacio público como ideología*. Catarata. En: URDA PEÑA, L. (2015). El arte efímero y el espacio público. Madrid 2006-2011.
- DEVIA NUÑO, A., y SZLIFMAN, M. (2016). Instalación y arte tecnológico en el museo. En: *Ponencia presentada en el 3º Congreso Latinoamericano de Diseño, DISUR*.
- DÍAZ GÓMEZ, F., JIMÉNEZ PEIRÓ, J., BARREDA BENAVENT, A., ASENSI RECUENCO, B., y HERVÁS JUAN, J. (2015). Modelado 3D para la generación de patrimonio virtual. *Virtual Archaeology Review*, 6(12), 29-37. <https://doi.org/10.4995/var.2015.4150>
- DÍAZ GÓMEZ, F., JIMÉNEZ PEIRÓ, J., BARREDA BENAVENT, A., ASENSI RECUENCO, B., y HERVÁS JUAN, J. (2015). Modelado 3D para la

- generación de patrimonio virtual. *Virtual Archaeology Review*, 6(12), 29-37. <https://doi.org/10.4995/var.2015.4150>
- D'AMICO, M. (1971). *Lo audiovisual en expansión*. Monte Ávila Editores.
- ECHEVERRÍA, M. A. (1995). *Creatividad & Comunicación. Una mecánica operativa para la creación de ideas de transmisión en los procesos de comunicación persuasiva*. GTE Editorial.
- ECO, U. (2007). *Historia de la fealdad*. Lumen.
- ECO, U. (2021) *La memoria vegetal*. Lumen. Formato Ebook
- ESPINEL CORREAL, F. y RAMÍREZ GÓMEZ, G. (2013). La semiótica en el estudio de los objetos de diseño. *Iconofacto*. (9), 13, 106-122. <https://l1nq.com/QH3zO>
- ESPINOSA, P. (2011, 11 de junio). *Hermès, una vuelta a los orígenes*. https://www.abc.es/estilo/abcp-hermes-vuelta-orige-nes-201106110000_noticia.html
- ESPOSITO, C. (25 de noviembre de 2015). El fantástico mundo de Faye Mcleod. *NSS Magazine*. <https://l1nq.com/DW2h2>
- FERNÁNDEZ ARENAS, J., TORRIJOS, F., AGUILAR ICAZA, J., RUIZ FELIU, J.L., HINOJOSA I FAYES, P. , CARLES PASTOR, M.R., JAVIERRE PÉREZ, Y., SABARTÉS RUESCAS, M.M., PUIGGRÓS ROMÁN, M.E., MORENO, M.R., LUGO GENEROSO, I., VALLÈS ROVIRA, I., ARIBAS VINUESA, J. y RODRÍGUEZ
- MORALES, J.R. (1988). *Arte efímero y espacio estético*. Anthropos.
- FERNÁNDEZ POYATOS, M. D. (2006) *Orígenes y evolución de la actividad publicitaria en España 1880-1936*. [Tesis doctoral] Universidad de Alicante.
- FERNÁNDEZ RAMÍREZ, N. A. (2012). *Vidrieras y comportamientos del consumidor*. [Tesis doctoral] Universidad del Salvador
- FERRELL, S. S. (2015). *Pattern and disorder: Anxiety and the art of Yayoi Kusama*. Scripps Senior Theses. Paper 554. http://scholarship.claremont.edu/scripps_theses/554
- FLYNN, T. (2002). *El cuerpo en la escultura* (Vol. 4). Ediciones AKAL.
- FONDATION LOUIS VUITTON. (s.f.) Promoción de las artes. <https://www.fondation-louisvuitton.fr/en/fondation>
- FONTANET I SUREDA, J., MARC I JORNET, A. y VALLVÉ I MORO, X. (1990). *Biblioteca Atrium del Escaparatismo. Tomo 1: Introducción a la promoción visual*. Ediciones Atrium.
- FONTANET I SUREDA, J. M., CASTILLO I GONZÁLEZ, F., VALLVÉ I MORO, X. y DOMÍNGUEZ ROJAS, L. (1990). *Biblioteca Atrium del Escaparatismo. Tomo 3: Materiales y técnicas del escaparatista*. Ediciones Atrium.

- FONTANET I SUREDA, J., CASTILLO I GONZÁLEZ, F. y AREGALL, J. (1990). *Biblioteca Atrium del Escaparatismo. Tomo 5: Creación de Escaparates*. Ediciones Atrium.
- FRANCALANCI, E. L. (2006). *Estética de los objetos*. Titivillos. (Traducción en español por Francisco Campillo en edición digital, edición impresa en 2010)
- FRANCO GONZÁLEZ, M. A. (2020). *COMM013PO: Decoración en tiendas y escaparates*. Editorial Elearning.
- FRUNZETTI, I. (1972). La homología cosmica en la obra de Brâncusi. *Traza y baza: cuadernos hispanos de simbología, arte y literatura*, (1), 95-107. <https://acesse.dev/qIRwp>
- GARCÍA CALVENTE, P. (2015). *El maniquí. Evolución de una forma escultórica y su presencia en el arte*. [Tesis doctoral]. Universidad de Granada.
- GARCÍA CALVENTE, P. (2018). Helmut Newton y el maniquí: la ambigüedad de lo artificial. *Cuadernos de Arte de la Universidad de Granada*, 49, 305-320. <http://dx.doi.org/10.30827/caug.v49i0.7778>
- GARCÍA-DOMÉNECH, S. (2014). Percepción social y estética del espacio público urbano en la sociedad contemporánea. *Arte, Individuo y Sociedad*. Vol. 26, 2, 301-316. https://doi.org/10.5209/rev_ARIS.2014.v26.n2.41696
- GARDÓ, J. (1928). *Manual Práctico de Contabilidad de Talleres*. Editorial Cultura Barcelona
- GARFIELD, S. (2016). *Es mi tipo*. Taurus.
- GAZIER, M. (2017). *Leïla Menchari, the Queen of Enchantment*. Actes sud/ Hermès
- GEA ORTIGAS, M. I. (2014). *Diccionario breve de Madrid*. Ediciones La Librería.
- GECZY, A y GENOCCHIO, B. (2011) *What is installation? An Anthology of Writings on Australian Installation Art*. Power Publications Sydney. ISBN: 978-1864874303 En: SÁNCHEZ ARGILÉS, M. (2006). *La instalación en España, 1970-2000*. [Tesis doctoral]. Universidad Autónoma de Madrid.
- GIANELLA, A. (2021). *Visual merchandising o el amor a primera vista*. Nobuko.
- GÓMEZ, L., y RACIOPPE, B. (2016). El arte y lo tecnológico: una reflexión desde la comunicación/cultura. *Divulgatio. Perfiles académicos de posgrado*, 1(01), 161-172. <https://doi.org/10.48160/25913530di01.14>
- GONZÁLEZ KIRCHNER, B. (2015) *La ciudad tradicional como objeto de consumo: Bandalización del espacio público a imagen de los centros comerciales suburbanos*. [Tesis doctoral] Universidad Politécnica de Madrid.

- GUERRERO, I. (2015). La pantalla ruidosa. *Paradigma*. (18), 35-36. <https://acesse.dev/YLJLU>
- HAN, B.C. (2013). *La sociedad de la transparencia*. Herder Editorial.
- HARO TECLEN, E. (1974). *La sociedad de consumo*. Salvat Editores.
- HERMÈS. (2019) *The invisible traveler*. *Hermes Maison Shanghai spring window by artist duo Chiaozza*. https://www.hermes.cn/cn/en/content/185531_spring_window_2019/
- HELLER, E. (2008). *Psicología del color. Cómo actúan los colores sobre los sentimientos y la razón*. Editorial Gustavo Gili.
- HERMÈS. (s.f.). *Hermès, artesano contemporáneo desde 1837. Seis generaciones de artesanos*. <https://www.hermes.com/es/es/content/272470-seis-generaciones-de-arte-sanos/>
- HERNÁNDEZ AZMITIA, M. F. (2012). *Arquitectura Comercial*. [Publicación Facultad de Arquitectura y Diseño] Universidad del Itsmo
- HIERNAUX-NICOLAS, D. (2018). Los pasajes cubiertos de París: La gestación de un modelo internacional. *Los pasajes cubiertos de París y su difusión mundial: España y América Latina*. pp. 19-52 Universidad Autónoma de Querétaro. <https://l1nq.com/wiJjM>
- HOMER, K. (2021). *Little book of Louis Vuitton. The story of the iconic fashion house*. Headline
- HOMER, K. (2023). *Pequeño libro de Hermès. La historia de la icónica casa de moda*. Blume.
- HOPKINS, D. (2021). *Dark toys: Surrealism and the Culture of Childhood*. (Ed. inglés). Yale.
- HOWARD, P. (201). *¿Qué es la escenografía?* Alba Editorial.
- INSTORE. (s.f.). *Hermes. Escaparates Hermès Savanna*. <https://www.instore.es/proyec-tos-y-trabajos-realizados/hermes-savanna/>
- JACOBS, M. (2008, 12 de mayo). Takashi Murakami. *Time Magazine*. <https://encr.pw/UOq9q>
- JAUREGUIBERRY, M. y MORO RODRÍGUEZ, P. M. (2007). Reflexiones en torno a una metodología de análisis para la escenografía. En: MORO RODRÍGUEZ, P. M. *La escalera. Anua- rio de la Facultad de Arte*. N.17, 2ª parte, 175-180. <https://acesse.dev/hIIAf>
- JIMÉNEZ, J. (2012). *Marcel Duchamp. Escritos*. Galaxia Gutenberg.
- JOSA MARTÍNEZ, E. y LLOVET, C. (2015). La tienda en el entorno digital. 141-160 En: *Moda en el entorno digital*. EUNSA Ediciones Universidad de Navarra

- JOSA, M. E. y VILLANUEVA, M. (2017). La Serrano de Loewe, Javier Carvajal: análisis de proyecto arquitectónico. *Estoa*, 10(6), 1390-7263. <http://doi.org/10.18537/est.v006.n010.08>
- KRAUSS, R. (1996). *La originalidad de las vanguardias y otros mitos modernos*. Alianza.
- KRAUSS, R. (2002). La escultura en el campo expandido. *La posmodernidad*. 59-74. <https://encr.pw/95l5j>
- KUBLER, G (1988). *La configuración del tiempo*. Nerea.
- KUSAMA, Y., ARNAULT, D., DEITCH, J., ALI- SON DUNCAN, F., FURNISS, J. A., JACOBS, M., LARRATT-SMITH, P. , ULRICH OBRIST, H., TA- TEHATA, A. y YOSHITAKE, M. (2023) *Louis Vuitton Yayoi Kusama*. Rizzoli.
- LA REDACCIÓN. (9 de enero de 2023). La pantalla 3D que no dejarás de ver, por Louis Vuitton y Yayoi Kusama. *Periódico Publicidad – Periódico de Publicidad, Comunicación Comercial y Marketing*. <https://l1nq.com/dc3Ur>
- LAVA OLIVA. R. (2010). *Montaje de escaparates*. Editorial Vértice.
- LAVA OLIVA, R. (2011). *Diseño de escaparates*. Editorial Vértice.
- LEKERIKABEASKOA GAZTAÑAGA, A. (2019). Obras de arte y objetos que se encuentran en los límites entre la escultura y el diseño. Confluencias y divergencias en los espacios limítrofes y territorios híbridos. *Kobie anejo*. nº 21, 3-158. <https://acesse.dev/3JXDM>
- LEONELLI, L. (2022, 9 de mayo) La historia de Louis Vuitton y la casa-atelier donde comenzó el mito de las maletas más famosas del mundo. *Revista AD*. <https://encr.pw/Wpwk1>
- LESCANO, J. (2022). *Vida escaparate. ¿Vivir para ser visto o ser visto para vivir?* Editorial Almuzara. (Versión e.book)
- LIPOVETSKY, G., y ROUX, E. (2004). *El lujo eterno. De la era de lo sagrado al tiempo de las marcas*. Anagrama.
- LIPOVETSKY, G. y SERROY, J. (2015). *La estetización del mundo: Vivir en la época del capitalismo artístico*. Anagrama.
- LOEWE. (2021). *Descubra al artesano*. <https://www.loewe.com/eur/es/stories/ja-viersmedina-paulass21.html>
- LOEWE FUNDACIÓN (s.f.) *Enrique Loewe Lynch*. Universidad Politécnica de Valencia. <https://www.upv.es/contenidos/CACON-SUM/infoweb/caconsum/info/U0684824.pdf>
- LOEWE FUNDACIÓN. (2018). *Los archivos LOEWE*. <http://www.blogfundacionloewe.es/2018/12/los-archivos-loewe/>

- LOEWE FUNDACIÓN (2019). *A través de cristal*. <http://www.blogfundacionloewe.es/2019/10/a-traves-del-cristal/>
- LÓPEZ CÉSAR, I. (2014). La aportación estructural del Crystal Palace de la Exposición Universal de Londres 1851. Una ampliación del enfoque histórico tradicional. *RITA Revista Indexada de Textos Académicos*, (2), 76-83. <http://www.redfundamentos.com/rita/es/>
- LÓPEZ MÉNDEZ, L. y RUAS RUIZ DE INFANTE, J. (2021). Safari tipográfico: La tipografía como recurso didáctico para la comunicación en la docencia online y aprendizaje de Diseño. *ArDIn. Arte, Diseño e Ingeniería*. (10), 71-91. DOI: 10.20868/ ardin.2021.10.4528
- LÓPEZ PARDO, F. (2015). Puntos de mercado y formas de comercio en las costas atlánticas de la *Lybie* en época fenicio-púnica. *Gerión*, Vol. 33, 115-133. https://doi.org/10.5209/rev_GERI.2015.49054
- LOUIS VUITTON. (s.f.) *Louis Vuitton Yayoi Kusama. Una vida visionaria*. <https://l1nq.com/hUPGa>
- LOUIS VUITTON. (s.f.). *Pharrel Williams*. <https://es.louisvuitton.com/esp-es/magazi-ne/articulos/pharrell-williams>
- LOUIS VUITTON. (s.f.) *Una historia legendaria*. <https://es.louisvuitton.com/esp-es/magazine/articulos/a-legendary-history>
- LOUIS VUITTON JOBS. (2020, 15 de diciembre) *Detrás de las cámaras de nuestro escaparates eco-diseñados*. <https://encr.pw/rsG7L>
- LVOVICH, L. (2007). Radio y música concreta. De máquinas y expresión. *La Trama de la Comunicación*, 12, 303-317 <https://doi.org/10.35305/lt.v12i0.139>
- MACHADO, A. (2000). *El paisaje mediático. Sobre el desafío de las poéticas tecnológicas*. Libros del Rojas-Universidad Buenos Aires.
- MACHADO, A. (2004). Artes y Medios. Aproximaciones y distinciones, *La Puerta FBA-UNLP*. 1 (0) 84-93. <https://acesse.dev/73Kov>
- MADERUELO, J. (2012). *Caminos de la escultura contemporánea*. (Vol. 13) Ediciones de la Universidad de Salamanca.
- MAGÍN FERNÁNDEZ NAFRIA, F. (2016). Lo real como algoritmo: proyecciones de la arquitectura digital en el ciberespacio. Fedro. *Revista de Estética y Teoría de las Artes*, 16, 73-98 <https://acesse.dev/Gjpuv>
- MAHIQUES ESPARZA, N. (2011). Ventanas hacia el futuro. El espacio público exterior como soporte del lenguaje artístico transgresor. Consideraciones entorno a la aplicación de la lógica en nuestras prácticas sociales, una propuesta experimental. *Artes visuales y multimedia. Universidad Politécnica de Valencia*. Paper, 1-8. <https://acesse.dev/uw31e>

8. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- MANOVICH, L. (2005). *El lenguaje de los nuevos medios de comunicación: La imagen en la era digital*. Paidós.
- MARSHALL ORR, E. (2015). "Body Doubles: A History of the Mannequin". En: PUCCI, R. (Ed.) *Art of the Mannequin*, 35-55. Museum of Arts and Design
- MARTÍ PARREÑO, J., CABRERA GARCÍA-OCHOA, Y., y ALDÁS MANZANO, J. (2012). La publicidad actual: retos y oportunidades. *Pensar la publicidad*. VOL.6, Nº12, 327-343. ISSN: 1887-8598 http://dx.doi.org/10.5209/rev_PEPU.2012.v6.n2.41219
- MARTÍN BARBERO, J. (2003). *La educación desde la comunicación*. Norma. (pp. 80- 81). Citado en: GÓMEZ, L., y RACIOPPE, A. (2016). El arte y lo tecnológico: una reflexión desde la comunicación/ cultura. *Divulgatio. Perfiles académicos de posgrado*, 1(01), 161-172. <https://doi.org/10.48160/25913530di0114>
- MATÍA, P. , BLANCH, E., DE LA CUADRA, C., DE ARRIBA, P. , DE LAS CASAS, J. y GUTIÉRREZ, J. L. (2009) *Procedimientos y materiales en la obra escultórica*. Akal.
- MCCARTNEY, N. y TYNAN, J. (2021). Fashioning contemporary art: a new interdisciplinary aesthetics in art-design collaborations. *Journal of Visual Art Practice*. <https://doi.org/10.1080/14702029.2021.1940454>
- MEDELLÍN, A. (2013). *La danza del doble. Aproximaciones al Ballet triádico de Oskar Schlemmer*. Triádico. Archivo para la reejecución del Ballet triádico. Centro Nacional de Investigación de la Danza José Limón. Repositorio de Investigación y Educación Artística del Instituto Nacional de Bellas Artes.
- MENCHÉN BELLÓN, F. (2009). *La creatividad y las nuevas tecnologías en las organizaciones modernas*. Ediciones Díaz de Santos.
- MESEURE, A. (1993). *Macke*. Taschen.
- MILLARES, F., GALÁN SERRANO, J. y MULET ESCRIG, E. (2017). La imagen como vehículo para la presentación del producto: Diseño experimental para comparar su percepción a través de pantallas 2D y 3D. *Revista Sonda: Investigación y Docencia en las Artes y Letras*, 6, 131-140. <https://doi.org/10.4995/son-da.2017.18383>
- MÍNGUEZ, N. (2016). Un marco conceptual para la imagen corporativa. *ZER: Revista De Estudios De Comunicación = Komunikazio Ikasketen Aldizkaria*, 5(8). <https://doi.org/10.1387/zer.17426>
- MODIGLIANI, L. (2007). Louis Vuitton and the luxury market after the end of art. *Art Criticism*, 22(1), 91-104. <https://www.leahmo-digliani.net/uploads/2/6/5/3/2653262/2007modiglianilouisvuitton.pdf>

- MOLANO CAMARGO, F. (2016). El derecho a la ciudad: de Henri Lefebvre a los análisis sobre la ciudad capitalista contemporánea. *Folios*, (44), 3-19. <https://doi.org/10.17227/01234870.44folios3.19>
- MOORE, G. y HYAMS, J. (1990). *My time at Tiffany's*. St. Martin's Press.
- MORENO GALVÁN, J. M. (s.f.). La experiencia de "El Corte Inglés". *Artes*. Nº 35 8/IV/1963 (p. 22). En: EL CORTE INGLÉS. (2017, 28 de julio). {Objeto / Sin objeto} Ámbito Cultural y El Corte Inglés / Intervenciones de Arte Contemporáneo en la semana de ARCO '09. Fuente:<https://www.elcorteingles.es/recursos/informacioncorporativa/doc/portal/2017/07/28/1745.pdf>
- MORGAN, T. (2016) *Visual merchandising. Escaparates e interiores comerciales*. Edito- rial GG
- MOYA BLANCO, L. (1991). *Consideraciones para una teoría de la estética*. Universidad de Navarra: Servicio de publicaciones.
- NEWTON, H. (2005). *Autobiografía*. RM Verlag. ISBN: 978-84-933036-3-1
- NIETZSCHE, F. (1975). *Crepúsculo de los ídolos*. Alianza Editorial. Traducción por Andrés Sánchez Pascual
- ORTUÑO, P. (Ed.). (2018). *La imagen pensativa: ensayo visual y prácticas contemporáneas en el estado español. 16 miradas al videoarte*. Brumaria.
- PACHCIAREK, P. (2014). Mindfulness art of Yayoi Kusama. *Art of the Orient*, 3, 171-192. <https://doi.org/10.11588/ao.2014.0.8799>
- PARROT, N. (1981). *Mannequins*. Colona.
- PERNIOLA, M. (2018). *La estética contemporánea*. (Vol. 205). Antonio Machado Libros. ISBN: 978-84-9114-232-4. Documento digital: https://books.google.es/books?hl=es&lr=&id=aee4DwAAQBAJ&oi=fnd&pg=PT7&dq=la+estetica+contemporanea+perniola&ots=Mgnhn_y-az&sig=AV6yFLMXcZwYaz1uaEEuHFhV3mc#v=onepage&q=la%20estetica%20contemporanea%20perniola&f=false
- PEREIRA, P. (s.f.) *Carte blanche Hermes*. <https://www.pamenpereira.com/proyectos/hermes/>
- PÉREZ ESCOLANO, V. (2003). Escalas del minimalismo. Arquitectura y escultura. Fundación Cultural Mapfre Vida. *¿Qué es la escultura moderna? Del objeto a la arquitectura*. 263-291.
- PÉREZ YUSTE, A. (2004). El primer cable sin hilos que cruzó el Atlántico. *Historia de las ciencias y de las técnicas*. Universidad de La Rioja (pp. 787-794)
- PETIT-LAURENT, C. A. y BARGUEÑO, E. (2017). Lo útil, lo inútil y la utilidad de lo inútil. El souvenir como objeto marginal entre Arte y Diseño.

- Arte, individuo y sociedad*, 29(1), 153-166. <https://doi.org/10.5209/ARIS.52302>
- PORTERO LAMEIRO, J. D. (2017). Aproximación histórica a la creación publicitaria como obra artística protegida. *Historia Revista*. Vol.22. Nº2, 239-259 hr.v22i2.44924
- QUEENSLAND ART GALERY. (s.f.) *Yayoi Kusama Look Now See Forever*. <https://acesse.dev/vcXIZ>
- RAMOS, F. (2018). Las estrategias de la localización de los grandes almacenes: un estudio sobre "El Corte Inglés" en España. *Re- vista Caminhos de Geografia*, 19(68), 19-35. <http://dx.doi.org/10.14393/RCG196802>
- RANCIÈRE, J. (2012). *El malestar de la estética*, Clave Intelectual.
- RECIO, C. (s.f.) «*Louis Vuitton: Virgil Abloh*», *la crónica que cambió el curso de la moda*. <https://whitepaperby.com/virgil-abloh-louis-vuitton-cronica-moda-libro/>
- REMESAR, A. (2014). Arte público hoy: desafíos y oportunidades. In book: *Arte pública e Educação: Intervenção, memória e cidadania*. Edições lusófonas, 33-50. <https://doi.org/10.13140/RG.2.1.2623.9122>
- REMO, B. (1998). *La forma de lo bello*. A. Machado Libros.
- RESTREPO ZAPATA, J. (2014). *La invención de la imprenta y los libros incunables*. Editorial Universidad del Rosario; Oficina de Patrimonio Histórico de la Universidad del Rosario. <https://doi.org/10.7476/9789587384406>
- REYA. (24 de enero de 2023). Harrods Louis Vuitton Yayoi Kusama. [Video] YouTube. <https://www.youtube.com/watch?v=qZ7ch-QUlpX0>
- RIGATTO, L. y REGIS MOREIRA MARTINS, S. (2014). Hybridization between Fashion and Art and Aesthetics *Renovation. Blucher Design Proceedings, Conference paper*, 1(5), 163-168. <https://doi.org/10.5151/des-pro-icdhs2014-0017>.
- ROCCA, F. (2011). *Hermès. L'avventura del lusso*. Lindau.
- RODA ONOFRI, S. (2005). Edward Hopper: La cinematografía de lo pictórico. *Revista Latente: Revista de Historia y Estética del Audiovisual*. Nº 13, 81-100. <https://doi.org/10.25145/j.latente>
- RODRÍGUEZ, D. (2003). Introducción. Fundación Cultural Mapfre Vida. En: MARTÍN DE ARGILA, M. *¿Qué es la escultura moderna? Del objeto a la arquitectura*. 9-15.
- RODRÍGUEZ, D. (2003). Nada: metáforas del contorno. (Algunas ideas sobre la escultura y otros objetos contemporáneos). Fundación Cultural Mapfre

- Vida. En: MARTÍN DE ARGILA, M. *¿Qué es la escultura moderna? Del objeto a la arquitectura*. 17-31.
- RODRÍGUEZ CASTIBLANCO, M. (2010). El lenguaje comunicativo de los productos. *Grafías Disciplinarias de la UCPR*, (12), 13- 16. <https://doi.org/10.31908/grafias.v0i12.1557>
- RODRÍGUEZ CEDILLO, C. (2016). *Arqueología del futuro* [Tesis doctoral]. Universidad Politécnica de Madrid
- RODRÍGUEZ DELGADO, P. (2016). *Escaparatismo. Historia del comercio y del escaparate*. RU Books.
- RODRÍGUEZ MARTÍN, N. (2013). *La capital de un sueño: Madrid 1900-1936: La formación de una metrópoli europea* [Tesis doctoral]. Universidad Complutense de Madrid
- ROMERO-RODRÍGUEZ, L. M. y RIVERA-RONGEL, D. (2019). *La comunicación en el escenario digital. Actualidad, retos y prospectivas*. Pearson.
- ROSAS VERA, J., HIDALGO DATTWYLER, R. Y HERMOSILLA URRUTÍA, C. (2018). Los pasajes y las galerías comerciales en la configuración del espacio central en la ciudad de Santiago de Chile (siglos XIX y XX). *Los pasajes cubiertos de París y su difusión mundial: España y América Latina*. 269-294 Pontificia Universidad Católica de Chile. <https://acesse.dev/8jZcj>
- ROUSSEL-GILLET, I. (2019). Entre mages-couturières, rencontres de Leïla Menchari et de Michèle Gazier. *L'Entre-deux*. 5 (1) <https://lentre-deux.com/index.php?b=66>
- SAN MARTÍN, F. J. (2003). "Negro", En: *Berlin, Valérie. Exposición* / [textos Hasier Etxeberria, Francisco Javier San Martín], Diputación Foral de Gipuzkoa, 36-49.
- SAN NARCISO, G. M. (29 de enero de 2023). El universo infinito de Yayoi Kusama se fusiona con Louis Vuitton. *El Periódico de España Prensa Ibérica*. <https://acesse.dev/t0fPw>
- SÁNCHEZ, M. (2011). Actualizaciones de axiología estética: Vislumbrar la complejidad del mundo. En: FABELO CORZO, J.R. y PINO RODRÍGUEZ, A. (Eds.) *Estética, arte y consumo: Su dinámica en la cultura contemporánea*. (19-32) Colección La Fuente: BUAP.
- SÁNCHEZ ARGILÉS, M. (2006). *La instalación en España, 1970-2000*. [Tesis doctoral]. Universidad Autónoma de Madrid.
- SÁNCHEZ GALÁN, M. B. (2010). La publicidad y la imagen en movimiento: primeros pasos del cine publicitario en España. *Pensar la Publicidad. Revista Internacional de Investigaciones Publicitarias*. 4(1), 79-96. <https://l1nq.com/ra9JF>

- SANCHO FRÍAS, J. A. y FRANCO RUÍZ, C. (2010). *Tendencias, estilos y tipos de escaparates*. Editorial Vértice.
- SANJUAN BALLANO, B. (2005). *La exposición mediática: construcción de un acontecimiento cultural en la prensa diaria: análisis de los valores-noticia, criterios de noticiabilidad y tratamiento discursivo espectacular de la ex- posición Velázquez (Museo del Prado, 1990)*. [Tesis doctoral]. Universidad de Sevilla.
- SANTILLÁN, T. (9 de enero de 2023). Los robots hiperrealistas de Yayoi Kusama en las vitrinas de Louis Vuitton. ¿Robot humano o humano actuando como robot? *ELLE Revista digital*. <https://encr.pw/Vm9pZ>
- SATUÉ, E. (1988). *El diseño gráfico: desde los orígenes hasta nuestros días*. Alianza editorial
- SCHLEMMER, O., MOHOLY-NAGY, L. y MOLNÁR, F. (1961) *The Theatre of the Bauhaus*. Traducción de Arthur S. Wensinger, Wesleyan University Press.
- SCHNAARS, S. P. (1993). *Estrategias de marketing: un enfoque orientado al consumidor*. Ediciones Díaz de Santos.
- SERRANO RAURELL, A. (2019). *L'autòmat, la fotografia i la crisi del model de subjectivitat clàssica en el surrealisme. Claude Cahun i Jindřich Štyrský*. [Tesis doctoral]. Univesitat de Barcelona.
- SHAOQIANG, W. (2018). *Display Art. Visual Merchandising and Window Display*. Flamant.
- SHKLOVSKI, V. (1978). "El arte como artificio". Siglo Veintiuno Editores. En: TODOROV, T. (Eds.) *Teoría de la literatura de los formalistas rusos*, 3, 55-70.
- SOMMET, M. y SOMMET, P. (2022). Thierry Hermès–Eine deutsch-französische Geschichte. *Patria: Anuario de Krefeld*, 93 , 45-53. <https://folia.unifr.ch/global/docu-ments/322514>
- SOMMET, P. (2023). *Sur les traces de Thierry Hermès: Une histoire franco-allemande par excellence*. Éditions Complicités.
- SOU, J. (2010). El escaparate urbano. Poética experimental y publicidad. *Archivo de arte valenciano*. Universidad Miguel Hernández de Elche. Vol.91, 289-298 <https://l1nq.com/8V8E6>
- SPENCE, C. (2022). Proprioceptive art: How should it be defined, and why has it become so popular? *i-Perception*. Vol. 13(5), 1–22 <https://doi.org/10.1177/20416695221120522>
- SUÁREZ, S. (2017, 23 de noviembre). *Democratizar el arte*. <https://www.revistaad.es/arte/articulos/loewe-william-morris-ma-drid/19622>

- TATEHATA, A., HOPTMAN, L., KULTERMANN, U. y TAFT, C. (2017). *Yayoi Kusama*. Phaidon
- TOKATLI, N. (2011) Creative Individuals, Creative Places: Marc Jacobs, New York and Paris. *International Journal of Urban and Regional Research*, 35(6), 1256-1271. DOI:10.1111/j.1468-2427.2010.01012.x
- TOSTADO REYES, J. A. (2019). La letra como signo visual del arte: Análisis de sus funciones discursivas. *RICSH Revista Iberoamericana de las Ciencias Sociales y Humanísticas*, 8(16), 325-352 ISSN: 2395-7972. <https://doi.org/10.23913/ricsh.v8i16.191>
- TRINIDAD LAFUENTE, I. (2012). *Tesaurus y diccionario de objetos asociados a la expresión artística*. Ministerio de Educación, Cultura y Deporte
- URDA PEÑA, L. (2015). *El espacio público como marco de expresión artística*. [Tesis doctoral]. Universidad Politécnica de Madrid.
- URDA PEÑA, L. (2015). "El arte efímero y el espacio público. Madrid 2006-2011". En: CHAVES MARTÍN, M.A. *Artes plásticas y ciudad*. 293-298. Formato PDF <https://encr.pw/hW7Tw>
- URDA PEÑA, L. (2016). Las experiencias artísticas efímeras contemporáneas en el espacio urbano. El arte efímero como dinamizador de la vida urbana. *on the w@ terfront. Public Art.Urban Design.Civic Participation.Urban Regeneration*. 45, (1),7-31. <https://l1nq.com/rrr0D>
- VILLANUEVA, M. y JOSA, M.E. (2016). Loewe, tradición en la imagen de la marca. *Revista Internacional de Cultura Visual* 3(1):19-29. <http://doi.org/10.37467/gka-revvisual.v3.490>
- VIRILIO, P. (1997). *The lost dimension*. Semiotext. (Traducción por Daniel Moshenberg). En: LESCANO, J. (2022). *Vida escaparate. ¿Vivir para ser visto o ser visto para vivir?* Editorial Almuzara.
- VIVEROS GRANJA, D. J. (2017). La clave de los sueños. En: *Miradas, lenguajes y perspectivas semióticas. Aportes desde América Latina*, 254 - 268. <https://acesse.dev/8A3EM>
- VIZCAÍNO-ALCANTUD, P. (2023). La historia del storytelling en publicidad: una aproximación profesional desde las estrategias creativas. *Revista Internacional de Cultura Visual*. 15(2), 1-18 <https://doi.org/10.37467/rev-visual.v10.4624>
- VUITTON, L., JACOBS, M., y GRAND, K. (2006). *Louis Vuitton*. Louis Vuitton Malletier. <https://www.hsleiden.nl/binaries/content/assets/hsl/lectoraten/pr-en-social-media/louisvuitton.pdf>
- WADE, F. (10 de diciembre de 2015). Yayoi Kusama: En el infinito. *Studio International*. <https://l1nq.com/b3Qa3>
- WAGNER, F. (1974). *Teoría y técnica teatral*. Editorial Labor.

- WARHOL, A. (1998). *Mi filosofía de la A a B y de B a A*. Maxi-Tusquest.
- XIMÉNEZ, M. (2014, 24 de julio). *Nadège Vanhee, nueva directora creativa de Hermès*. <https://www.vogue.es/moda/news/articulo-los/nadege-vanhee-nueva-directora-creativa-de-hermes/20303>
- ZELANSKI, P. , y FISHER, M. P. (2001). *Color* (Vol. 48). Ediciones AKAL.
- ZIMMERMANN, Y. (2003). El arte es arte, el diseño es diseño. En CALVERA, A. (Ed) *Arte¿? Diseño*. (pp. 57-73) Gustavo Gili.
- ZÖNGÜR, C. (2019). Rachel Whiteread Heykelleri ve Mekân Boşluk, Doluluk Kavramları. IDA: International Design and Art Journal, 1(1), s.43-53. [file:///C:/Users/crist/Downloads/nozsavas,+4_Z%C3%B6ng%C3%BCr_C_Rachel_Whiteread_Heykelleri_ve_Mekan_Bo%C5%9Fluk_Doluluk_Kavramlar%C4%B1%20\(1\).pdf](file:///C:/Users/crist/Downloads/nozsavas,+4_Z%C3%B6ng%C3%BCr_C_Rachel_Whiteread_Heykelleri_ve_Mekan_Bo%C5%9Fluk_Doluluk_Kavramlar%C4%B1%20(1).pdf)