

La visualidad rostri-publicitaria.

Máscaras trans-humanas, de la fotografía del rostro a la transformación urbana de las personas en mercancía.

ÍNDICE:

Resumen	2
Resum	3
Abstract	4
Agradecimientos	5
1 INTRODUCCIÓN	10
1.1 Objetivos	13
1.2 Metodología	15
2 LA CONSTANTE GUERRA DE LAS IMÁGENES	17
2.1 Antecedentes	17
2.2 La ciudad en guerra de imágenes, desde los albores de la publicidad pasando por la conquista ideológica de américa	29
2.3 La ciudad sin ciudad	44
2.4 El espacio público físico y virtual, escenario de la batalla	51
2.5 Los hologramas espaciales para ver lo invisible	72
2.6 El retrato como campo de disputa ideológica	78

3	LA PUBLICIDAD EXTERIOR, “INFLUENCER” DEL IMAGINARIO	103
3.1	La imagen y el paisaje urbano, conceptos necesarios para la publicidad exterior	103
3.2	La publicidad exterior, de paisaje urbano a contaminación visual	112
3.3	El retrato publicitario como estrategia de la publicidad exterior	136
3.4	La influencia social del retrato publicitario en el espacio público	151
3.5	Publicidad online personalizada y retrato publicitario	166
4	LA VISUALIDAD ROSTRI-PUBLICITARIA, TRANSFORMACIÓN DE LAS PERSONAS EN MERCANCÍA	185
4.1	El rostro publicitario como máscara trans-humana	187
4.2	La publicidad rostrificada	193
4.3	La visualidad rostri-publicitaria	199
4.3.1	La ciudad como madre	213
4.3.2	El consumismo y el capitalismo como padres	216
4.3.3	El culto al rostro perfecto	221
4.3.4	El protagonismo como ideal	232
4.3.5	La aparición inconsciente	238
4.3.6	Colonización de la mente	243
4.3.7	Generación de estereotipos	251
4.3.8	Fomentar el racismo	258
4.3.9	Fomentar el clasismo	265

4.3.10	Fomentar el sexismo -----	270
4.3.11	Su influencia en el mundo del arte -----	278
4.3.12	Nuestros retratos rostri-publicitarios -----	285
4.3.13	Entretenimiento rostri-publicitario -----	294
4.4	Imposición, identificación y rechazo -----	302
4.5	Efectos colaterales -----	310
4.5.1	Efectos físicos -----	314
4.5.2	Efectos psicológicos -----	319
4.5.3	Efectos sociales -----	325
4.5.4	Efectos ambientales -----	328
5	PRÁCTICAS ARTÍSTICAS Y CONTRA-VISUALIDADES ROSTRI-PUBLICITARIAS -----	334
5.1	La máscara, el anonimato y la disolución del rostro -----	338
5.1.1	Oweena Fogarty -----	340
5.1.2	Lorna Simpson -----	342
5.1.3	Andrea Torres Balaguer -----	345
5.1.4	Angélica García -----	347
5.2	Retratos fotográficos no hegemónicos -----	350
5.2.1	Orlan -----	352
5.2.2	Phillip Kremer -----	354

5.2.3	Lukas Avendaño	357
5.2.4	SH Sadler	360
5.3	La selfie intervenida como apuesta política	363
5.3.1	Línea de luz	367
5.3.2	Gilbert Schaffner	370
5.3.3	Audrey Wollen	374
5.3.4	Selfies intervenidas en la UAM Azcapotzalco	377
5.4	Desenmascarando máscaras humanas	381
5.4.1	Desenmascarándome	384
5.4.2	Festejos y amistades	390
5.4.3	Intervenciones en el espacio público	393
5.4.4	Espacios docentes el aula expandida	398
6	CONCLUSIONES	405
	Glosario de nuevos términos	411
	Referencia de ilustraciones	415
	Bibliografía	422