

INDICE.	
RESUMEN.....	4
PALABRASCLAVE.....	5
INTRODUCCIÓN.....	6
CONSIDERACIONES FINALES.....	19
CAPÍTULO I.- - La Cultura e ideología. Conceptos y referentes históricos.....	24
1.1.- El Ser humano: animal cultural por antonomasia	
1.2.- Concepto de Cultura.....	30
1.3.- Concepto de ideología.....	41
1.4.- Conclusión capitular.....	90
CAPITULO II.-Tendencias de enunciación en arte frente a la lengua oficial y la Industria cultural.....	94
2.1 Declaración de principios.....	
2.2. Eje 1.- Genealogías del arte actual.....	122
2.3 Eje 2.- La tensión entre alta cultura y baja cultura en la enunciación de la artística actual.....	143
2.4 Eje 3.- Textualidad y sentido.....	160
2.5 Eje 4.- Los procesos artísticos que se relacionan a las ideas de otredad.....	170
2.6 Eje 5.- La preocupación fenomenológica del espacio y su evolución a entorno.....	180
CAPÍTULO III.- La Ciudad de México. Entre la nostalgia y la promesa de modernidad.....	191
3.1 Contextualización.....	
3.2.- El arte público y el arte urbano. Aproximación a una definición.....	198
3.3 Un Plano Cartesiano de la Ciudad de México.....	204
3.4.- Las esferas de lo público y lo privado en la ciudad.....	234

3.5.- La ciudad simbólica: valores culturales y semióticos.....	247
3.6.- La Publicidad un caso aparte.....	259
3.7.- La ciudad de México desde sus Anuncios.....	269
3.8.- El Edificio Como Soporte Publicitario.....	282
3.9.- Conclusiones capitulares.....	285
CAPÍTULO IV. El anuncio publicitario cómo referente de la dimensión visual de las ciudades globales.....	
	292
4. 1.- Introducción.....	
4.2.- El anuncio publicitario.....	315
4.3.- Lo efímero y la proliferación como cualidades del discurso publicitario.	346
4.4.- De registros, recuerdos y recorridos.....	364
4.5 Influencias recíprocas entre publicidad y artes visuales.....	424
4.6.- Fuego contra fuego: ejemplos de producción artística que experimentan con el anuncio publicitario.....	437
4.7.- Nuevas propuestas de intervención de la dimensión visual de la ciudad de México.....	524
4.8.- La iconografía prehispánica un referente en el street art y el graffiti contemporáneo en México.....	544
4.9.- Caso práctico Proyecto generativo “Entre el encordado y lo acordado”. Por el arte y el diseño le hacemos la lucha”. Serie de Televisión Educativa.....	576
4.10.- Segunda Propuesta de proyecto utópico: Recuadre de paisaje por marco de soporte publicitario.....	593
V.- CONCLUSIONES.....	601
VI.- FUENTES DE CONSULTA.....	606