

25 de mayo de 2021

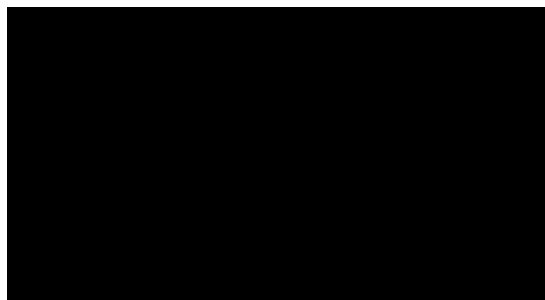
**H. Consejo Divisional  
Ciencias y Artes para el Diseño  
Presente**

De acuerdo con lo establecido en los “Lineamientos para la Investigación de la División de Ciencias y Artes para el Diseño. Registro y Seguimiento de las Áreas, Grupos, Programas y Proyectos” numeral 2.4 y subsiguientes, la **Comisión encargada de la revisión, registro y seguimiento de los proyectos, programas y grupos de investigación, así como de proponer la creación, modificación, seguimiento y supresión de áreas de investigación, para su trámite ante el órgano colegiado correspondiente**, sobre la base de la documentación presentada, en particular el cumplimiento de requisitos conforme a la ficha informativa anexa y considerando suficientemente sustentada la solicitud de Registro de Proyecto de Investigación, propone el siguiente:

**Dictamen**

Aprobar el Registro del Proyecto de Investigación titulado “**Visualidad Rostri-Publicitaria**”, el responsable es el Mtro. Daniel Fajardo Montaña, adscrito al Programa de Investigación P-007 “Identidades Urbanas”, con una vigencia del 2 de agosto de 2021 al 2 de agosto de 2022 y que forma parte del Área de Investigación “Estudios Urbanos”, presentado por el Departamento de Evaluación del Diseño en el Tiempo.

Los siguientes miembros estuvieron presentes en la reunión y se manifestaron a favor del dictamen: Dr. Luis Jorge Soto Walls, Mtra. Sandra Luz Molina Mata y Mtra. Mónica Elvira Gómez Ochoa.





---

## Correcciones al proyecto de investigación de Daniel Fajardo

1 mensaje

---

Buenas tardes, me permito enviar las modificaciones realizadas para el registro del proyecto de investigación **"VISUALIDAD ROSTRI-PUBLICITARIA" del Mtro. Daniel Fajardo Montaña**, integrante del Área de Estudios Urbanos del departamento de Evaluación del Diseño en el Tiempo, para que se sirva turnarlas a la comisión correspondiente. Saludos cordiales.

**Dr. Luis Soto Walls**

---

### 3 adjuntos

 **2a\_CARTA DANIEL a JEFATURA\_CORRECCIONES al Formato de Proyecto Rostri-Publicitaria.pdf**  
218K

 **1a\_Formato con CORRECCIONES\_VISUALIDAD ROSTRI-PUBLICITARIA.pdf**  
278K

 **3a\_CARTA de la JEFATURA a JEFE DEPTO\_LUIS SOTO\_CORRECCIONES del proyecto VISUALIDAD ROSTRI-PUBLICITARIA.pdf**  
158K

Ciudad de México a 24 de mayo de 2021.

**DR. LUIS JORGE SOTO WALLS**  
**JEFE DEL DEPARTAMENTO DE EVALUACIÓN**  
**P R E S E N T E**

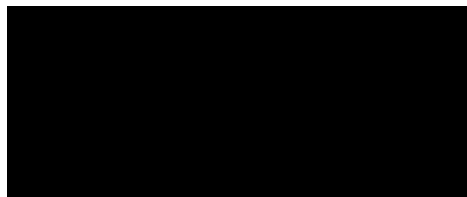
Por este conducto te hago llegar el “Formato para el registro de proyectos de investigación” denominado **VISUALIDAD ROSTRI-PUBLICITARIA**, propuestos por el **MTRO. DANIEL FAJARDO MONTAÑO** (núm. eco. 39266). El proyecto tiene como objetivo general: examinar la visualidad producto de la observación masiva, constante y descontrolada de anuncios publicitarios de rostros humanos para motivar el consumo, como lo refieren los documentos. Y al mismo tiempo definir y explicar sus efectos en las personas en el ámbito físico, psicológico y ambiental.

En esta ocasión, las correcciones que solicitó la *Comisión encargada de la revisión, registro y seguimiento de los proyectos, programas, Grupos de investigación, así como de proponer la creación, modificación, seguimiento y supresión de Áreas de investigación* (SACD/CYAD/415/2021) para su trámite ante el órgano colegiado correspondiente fueron:

1. Recalendarizar el proyecto de investigación y se sugiere que considere un año de vigencia.
2. Respecto a las actividades que ya realizó se sugiere que las ponga como avance de proyecto.

Las cuales están puntualizadas en el formato de registro. Por tal razón te pido atentamente que turnes esta solicitud ante el H. Consejo Divisional presidido por el Dr. Marco Vinicio Ferruzca Navarro para su revisión y, en su caso, aprobación. Sin más por el momento te agradezco de antemano tus diligencias y aprovecho para enviarte un cordial saludo.

**A T E N T A M E N T E**  
**“CASA ABIERTA AL TIEMPO”**



**DRA. MARÍA ESTHER SÁNCHEZ MARTÍNEZ**  
**JEFA DEL ÁREA DE ESTUDIOS URBANOS**



Casa abierta al tiempo  
**Universidad Autónoma Metropolitana**  
**Azcapotzalco**

Ciudad de México a 23 de mayo del 2021

**Dra. Maria Esther Sánchez Martínez**

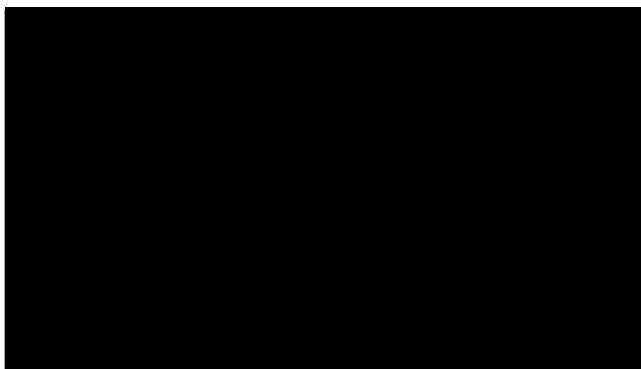
Jefa del Área de Estudios Urbanos

Presente.

Por medio de la presente, le comunico que he atendido a la solicitud de correcciones que se marcan en el oficio SACD/CYAD/415/2021, con respecto al proyecto de investigación "VISUALIDAD ROSTRI-PUBLICITARIA". He realizado una recalendarización del proyecto con un tiempo máximo de un año y he añadido actividades ya realizadas como avance de la investigación.

Agradezco mucho su atención y apoyo para completar el proceso de registro de este proyecto de investigación, quedando atento a sus comentarios.

Saludos cordiales.



**Mtro. Daniel Fajardo Montaña**

División de Ciencias y Artes para el Diseño

## FORMATO PARA REGISTRO DE PROYECTOS DE INVESTIGACIÓN

|                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                     |                                     |                         |                          |             |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------|-------------------------|--------------------------|-------------|
|                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                     | Fecha de inicio:                    | 02/Ago/2021             | Fecha de conclusión:     | 02/Ago/2022 |
| Título del Proyecto: VISUALIDAD ROSTRI-PUBLICITARIA                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                 |                                     |                         |                          |             |
| Departamento al que pertenece: EVALUACIÓN DEL DISEÑO EN EL TIEMPO                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                   |                                     |                         |                          |             |
| Área o Grupo en el que se inscribe: ESTUDIOS URBANOS                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                |                                     |                         |                          |             |
| Programa de Investigación, No. de Registro y como enriquece a éste                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                  |                                     |                         |                          |             |
| <p>IDENTIDADES URBANAS P007</p> <p>Este programa centra su atención en la utilización de metodologías cualitativas para entender la vida cotidiana en las ciudades, el interaccionismo simbólico que en ellas sucede y la construcción de identidades colectivas, a lo cual, este proyecto de investigación nutrirá significativamente, pues nos ayudará a entender los efectos que provoca la observación constante y repetitiva de rostros humanos en los mensajes publicitarios que vemos en el espacio público físico y virtual que vivimos como urbanitas. Por medio de este proyecto de investigación se elabora una semiótica del espacio que nos ayuda a comprender como las personas son transformadas en mercancía, mediante el uso descontrolado del retrato por parte de la industria publicitaria.</p> |                                     |                         |                          |             |
| Proyectos que conforman al programa                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                 |                                     |                         |                          |             |
| <p><b>Habitabilidad en Azcapotzalco</b><br/>CLAVE DEL PROYECTO: N-270</p> <p><b>Investigación en torno a la metodología cualitativa</b><br/>CLAVE DEL PROYECTO: N-024</p> <p><b>Entre la irregularidad y la regularización del suelo urbano, la red del intercambio institucional y la política territorial en la zona metropolitana de la ciudad de México, 1970 – 2002.</b><br/>CLAVE DEL PROYECTO: N-110</p> <p><b>Pintando los tiempos modernos: un estudio comparativo de la representación de la modernidad en las pinturas mexicana y norteamericana en los años precursores del siglo XX, 1900 – 1920.</b><br/>CLAVE DEL PROYECTO: N-244</p> <p><b>El arte público como estrategia para entender la ciudad</b><br/>Clave del proyecto: n-497</p>                                                            |                                     |                         |                          |             |
| Tipo de Investigación                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                               |                                     |                         |                          |             |
| Investigación Conceptual                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                            | <input type="checkbox"/>            | Investigación Formativa | <input type="checkbox"/> |             |
| Investigación para el Desarrollo                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                    | <input checked="" type="checkbox"/> | Otra                    | <input type="checkbox"/> |             |
| Investigación Experimental                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                          | <input type="checkbox"/>            |                         | <input type="checkbox"/> |             |
| Responsable del Proyecto                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                            |                                     |                         |                          |             |
| Nombre: Daniel Fajardo Montaña                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                      |                                     |                         | No. Económico: 39266     |             |
| Categoría y Nivel: Asociado C                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                       |                                     |                         |                          |             |
| Tipo de Contratación: Definitiva                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                    |                                     |                         |                          |             |

| Participantes  |        |
|----------------|--------|
| Nombre:        | Firma: |
| No. Económico: |        |
| Adscripción:   |        |
| Nombre:        | Firma: |
| No. Económico: |        |
| Adscripción:   |        |
| Nombre:        | Firma: |
| No. Económico: |        |
| Adscripción:   |        |
| Nombre:        | Firma: |
| No. Económico: |        |
| Adscripción:   |        |
| Nombre:        | Firma: |
| No. Económico: |        |
| Adscripción:   |        |

#### Antecedentes del Proyecto

Como antecedente directo de este proyecto de investigación que presentará los resultados de mi tesis doctoral, tengo que mencionar la investigación previa, realizada en la maestría de Estudios Urbanos titulada “¿CAMBIAR IDENTIDADES PARA CAMBIAR IMAGINARIOS URBANOS? DESENMASCARANDO MÁSCARAS HUMANAS” en la que identifiqué al rostro como constructor de identidad, como elemento de comunicación gráfica, entendiéndolo más que un envoltorio de piel, como un mero concepto ideológico, cimiento de nuestras fantasías, una especie de máscara humana permanente. Esta investigación se encuentra accesible a la libre descarga a través de este link: <http://zaloamati.azc.uam.mx/handle/11191/2497>

Es también necesario mencionar que desde hace más de diez años realizo prácticas artísticas en donde experimento con el anonimato facial, las cuales también han contribuido a detonar las reflexiones en torno al papel determinante que juega el rostro humano como sosten de nuestra construcción identitaria y como los rostros que protagonizan los anuncios publicitarios que vemos a diario nos moldean de acuerdo a sus intereses comerciales.

Hasta el momento, he realizado investigación de campo por las calles de la Ciudad de México y la ciudad de Valencia principalmente, registrando fotográficamente la presencia de anuncios publicitarios que utilicen el rostro humano como su motor de venta. He construido un archivo de casi dos mil fotografías de publicidad rostrofocada, que va creciendo, además en mis navegaciones diarias también me he dado a la tarea de guardar los anuncios que utilizan rostros publicitarios, teniendo en el archivo hoy por hoy, casi mil imágenes de este tipo.

#### Sustentación del Tema

Es evidente la importancia de las imágenes en nuestros tiempos, no podemos distraer la atención de la gran influencia que provoca la publicidad en nuestro comportamiento, la selección de nuestras decisiones y el desarrollo del consumismo crónico que padecemos como sociedad. Una piedra angular de las estrategias de venta con las que se ha alimentado económicamente la industria publicitaria, es la utilización del rostro humano a manera de carnada para provocar el consumo, que aunque parece ser un fenómeno urbano naturalizado y aceptado masivamente, es una silenciosa imposición que trae severas consecuencias a en nuestra salud física y psicológica, sin dejar de lado sus efectos sociales y ambientales.

Es necesario observar críticamente el paisaje urbano, evidenciar claramente las estrategias publicitarias que han secuestrado la imagen del rostro humano, desde la academia es urgente proponer alternativas que cambien la visualidad rostro-publicitaria imperante.

El estudio de la rostroidad, vinculado con la publicidad que vemos en los espacios públicos físicos y virtuales es un terreno que se ha explorado muy poco, este proyecto de investigación puede generar planteamientos de cambios que pueden repercutir en nuevas políticas públicas y la incorporación de nuevas líneas de investigación dentro de la División de Ciencias y Artes para el diseño de nuestra universidad.

#### Objetivos del Proyecto de investigación, generales y específicos

Examinar, valorar y criticar las características del tipo de visualidad que provoca la observación masiva, constante y descontrolada de anuncios publicitarios que recurren al uso del rostro humano fotografiado para motivar el consumo, con lo cual, se podrán definir y explicar sus efectos colaterales en las personas a nivel físico, psicológico y ambiental.

Entender como el retrato se ha utilizado históricamente para alterar la realidad y proyectar ideales sobre las personas retratadas, lo que nos ayudará a desifrar la manipulación visual que utilizan los anuncios publicitarios que recurren obsesivamente al uso de fotografías de rostros de personas que se presentan como ideales de un sistema económico, basado en el consumismo.

Describir las estrategias más recurrentes de los retratos publicitarios que se utilizan en los anuncios de publicidad exterior en las ciudades y en la publicidad online que observamos en nuestras navegaciones por internet.

Analizar como se vincula la publicidad online personalizada con los retratos publicitarios que en ella se utilizan.

Demostrar que a través de las prácticas artísticas contemporáneas, el rostro humano fotografiado puede construir visualidades alternativas a las que propone la industria publicitaria que se sostiene en la utilización de la imagen de rostros humanos tratados como mercancía.

Determinar y describir las principales categorías en las cuales desde las prácticas artísticas, las fotografías del rostro humano, pueden generar visualidades alternativas a la visualidad que genera la publicidad.

#### Metas

Generar una investigación basada en las artes que nos ayude a contrarrestar el gran aparato ideológico que ha impuesto la publicidad durante décadas, al adueñarse de la utilización de la imagen del rostro humano convertida en mercancía.

Registrar fotográficamente y analizar la publicidad exterior que incluya la utilización de rostros humanos dentro de su mensaje comercial, en zonas representativas de la Ciudad de México y la Ciudad de Valencia en España.

Documentar y catalogar anuncios de publicidad online obtenidos de internet, en los que se utilice el rostro humano como parte de su estrategia comercial.

Realizar entrevistas en profundidad en grupos de discusión, para registrar, analizar e interpretar el pensamiento de otras personas con respecto a la publicidad que utiliza la imagen de rostros humanos en sus anuncios comerciales.

Documentar y seleccionar prácticas artísticas que utilicen el retrato fotográfico de manera no convencional, y desobediente a las normativas visuales que impone la visualidad generada por décadas por la publicidad.

Realizar y organizar una serie de acciones artísticas con la utilización de máscaras de lucha libre mexicana, para proponer un proyecto artístico propio que construya una visualidad alternativa a la que se impone por parte de la publicidad.

#### Métodos de investigación

Para la presente investigación se recurrirán a las siguientes metodologías de investigación:

- Documentación y registro fotográfico
- Metodología de los hologramas espaciales
- Entrevistas en profundidad
- Grupos de discusión
- Observación participante
- Investigación basada en las artes
- Método deductivo e inductivo

#### Plan de Trabajo

| Actividades                                                                        | Fecha                      | Trimestre |
|------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------|-----------|
| Estructura de investigación, documentación y organización del registro fotográfico | 02/Ago/2021 al 22/Oct/2021 | 21-P      |
| Redacción y correcciones por parte de directores de tesis doctoral                 | 02/Ago/2021 al 22/Oct/2021 | 21-P      |
| Revisión por parte de evaluadores de tesis doctoral y últimas correcciones         | Dic/2021 a Mar/2022 Aprox. | 21-O      |
| Defensa de tesis doctoral                                                          | Dic/2021 a Mar/2022 Aprox. | 21-O      |
| Realización de artículos de investigación basados en la tesis doctoral             | Mar/2022 a Jun/2022 Aprox. | 22-I      |
| Publicación de resultados de la investigación                                      | Jun/2022 a Ago/2022        | 22-I      |
|                                                                                    |                            |           |

|  |  |  |
|--|--|--|
|  |  |  |
|--|--|--|

## Recursos académicos, materiales, económicos y humanos

### Recursos académicos:

Para la realización de esta investigación, recurriré a los acervos bibliográficos de las bibliotecas de la UAM Azcapotzalco y la Universidad Politécnica de Valencia, por ser las dos instituciones que le han dado seguimiento a mi tesis doctoral.

Colaboración académica con profesores y profesoras de la UAM Azcapotzalco, en su División de Ciencias y Artes para el Diseño y la Facultad de Bellas Artes de la Universidad Politécnica de Valencia, para asesorar este proyecto de investigación.

### Recursos materiales:

Utilizaré una cámara réflex digital profesional para la documentación y registro fotográfico de la publicidad exterior en la Ciudad de México y la ciudad de Valencia en España.

Utilizaré equipo de grabación de audio para registrar las entrevistas en profundidad realizadas en los grupos de discusión.

Para esta investigación el equipo de cómputo y software de edición gráfica y de sonido serán indispensables.

También utilizaré una impresora y una tablet para realizar la lectura de mis fuentes bibliográficas que se encuentren en formato digital.

### Recursos económicos:

Necesitaré recursos económicos para la documentación y registro fotográfico de la publicidad exterior en la Ciudad de México y la ciudad de Valencia en España.

Invertiré recursos económicos para financiarme el desplazamiento a la ciudad de Valencia España, para establecer contacto directo con mi directora de tesis de la Facultad de Bellas Artes de la Universidad Politécnica de Valencia.

De ser necesario requeriré apoyo económico para viajar a Valencia, España para realizar la defensa de esta investigación doctoral.

### Recursos humanos:

En este proyecto de investigación hay un fuerte apoyo por parte de mis directores de tesis, tanto de la UAM Azcapotzalco como de la Universidad Politécnica de Valencia.

Así mismo, otros y otras académicas me han ayudado a darle dirección a este proyecto de investigación.

En los grupos de discusión que se crearán para la realización de las entrevistas en profundidad, colaboraré con estudiantes de tres universidades, la UAM Azcapotzalco, la Universidad Politécnica de Valencia y la Universidad de Ciencias y Artes de Chiapas.

## Organismo Solicitante

Área de Estudios Urbanos

## Productos de investigación

Tesis doctoral

## Fuentes bibliográficas, hemerográficas y electrónicas

Alana Contreras, R. (2000). Principios visuales de las fotografías publicitarias de retratos. Lima : Cámara oscura .

Altuna, B. (2009). El individuo y sus máscaras. Ideas y valores(140), 33-52.

- Barrón de Paula, M. (2016). La desidealización del retrato. Valencia : Universidad Politécnica de Valencia .
- Barthes, R. (1999). Mitologías. México: Siglo XXI editores.
- Baudrillard, J. (2009). La sociedad de consumo. Sus mitos, sus estructuras. Madrid : Siglo XXI.
- Cacciari, M. (2009). La ciudad. Barcelona: Gustavo Gili.
- Calvino, Í. (1998). Las ciudades invisibles. Madrid: Siruela.
- Castells, M. (2001). La Galaxia Internet (Primera ed.). Barcelona: Random House Mondadori.
- Chaves, N. (2002). El oficio de diseñar : propuesta a la conciencia crítica de los que comienzan . Barcelona: Gustavo Gili.
- Checa Cruz, M. (2020). El Big Data y la publicidad personalizada en redes sociales. Valladolid: Universidad de Valladolid.
- Comisión sexta del EZLN. (2015). El pensamiento crítico frente a la hidra capitalista. Ciudad de México: Rincón Zapatista Comandanta Ramona.
- Consejo de Publicidad Exterior . (2016). Manual del reglamento de la Ley de Publicidad Exterior . Ciudad de México : Secretario de Desarrollo Urbano y Vivienda - Gobierno de la Ciudad de México.
- Covarrubias, J. (2012). Anuncios espectaculares de la Ciudad de México. La época negra de la publicidad exterior. . Ciudad de México : UAM Azcapotzalco .
- Deleuze, G., & Guattari, F. (1997). Año cero - rostridad. En G. Deleuze, & F. Guattari, Mil mesetas. Capitalismo y esquizofrenia (págs. 173-196). Valencia: Pretextos.
- Delgado Ruíz, M. (1998). Dinámicas identitarias y espacios públicos. Cidob D'Afers Internacionals, 17-33.
- Debord, G. (1995). La sociedad del espectáculo . Santiago de Chile: Ediciones naufragio .
- Estevan Estevan, M. C. (2011). Outdoor Advertising. La colonización publicitaria del espacio público. Cuenca: Facultad de Bellas Artes - Universidad de Castilla La Mancha.
- Ewing, W. A. (2008). El rostro humano. El nuevo retrato fotográfico. . Barcelona : BLUME.
- Flores Aguilar , P., & Quiroz Mella , P. (2011). El poder de la imagen en la sociedad de control. Faro(13), 118-130.
- Flusser, V. (1990). Hacia una filosofía de la fotografía. México D.F.: Trillas .
- Fogarty O'Mahoney, O. C. (2014). El retrato como performance. tránsito diaspóricos. Santiago de Cuba, 1992 al 2002. Retratos de la máscara ritual del oficiante/muerto en la casa-templo del espiritismo cruzado. En N. Patiño, Persona y semejanza, coloquio del retrato (págs. 100-117). Ciudad de México: UAM Azcapotzalco.
- Freedberg, D. (1992). El poder de la imágenes. Madrid: Ediciones Cátedra.
- Freund, G. (2017). La fotografía como documento social . Barcelona: Gustavo Gili.
- Goffman, E. (1997). La presentación de la persona en la vida cotidiana. Buenos Aires: Amorrortu editores.
- Hiernaux, D. (2007). Los imaginarios urbanos: de la teoría y los aterrizajes en los estudios urbanos. EURE, 17-30.
- Muñiz, E. (2011). La cirugía cosmética: ¿un desafío a la "naturaleza"? Belleza y perfección como norma. Ciudad de México: Universidad Autónoma Metropolitana unidad Azcapotzalco.
- Le Breton, D. (2010). ROSTROS, ensayo antropológico. Buenos Aires: Letra Viva.
- Lefebvre, H. (1978). El derecho a la ciudad. Barcelona: Ediciones península .
- Lindón, A. (2007). Los imaginarios urbanos y el constructivismo geográfico: Los hologramas espaciales. Revista EURE, 31-46.

Lins Ribeiro, G. (2002). El Espacio-Público-Virtual. Brasília: Universidad de Brasília.

Lynch, K. (1998). La imagen de la ciudad. Barcelona: Gustavo Gili.

Ortiz Leroux, J. (2013). Las redes sociales interactivas: Tecnologías streaming y urbanización virtual. UAM Azcapotzalco, División de Ciencias y Artes para el Diseño. México DF.: UAM Azcapotzalco.

Sartori, G. (1998). Homo videns. La sociedad teledirigida. México D.F.: Taurus.

Silva, A. (2006). Imaginarios urbanos. Bogotá: Arango Editores.

Silva, A. (2007). Imaginarios urbanos en América Latina: Urbanismos ciudadanos. Barcelona: Fundación Antini Tapies.

#### Modalidad de difusión

Publicación de tesis doctoral de manera impresa y digital.

Accesibilidad de la tesis doctoral por medio de los recursos electrónicos de las bibliotecas físicas y virtuales de la UAM Azcapotzalco y la Universidad Politécnica de Valencia.

Nota: FAVOR DE NO MODIFICAR EL FORMATO.

**SACD/CYAD/415/2021**

12 de mayo de 2021

**Dr. Luis Jorge Soto Walls**

Jefe del Departamento de Evaluación del Diseño en el Tiempo

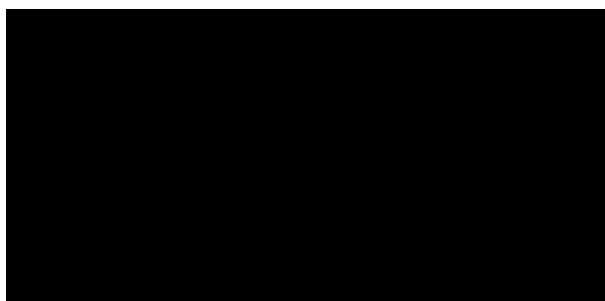
Presente

**Asunto:** Observación respecto al registro del Proyecto de Investigación “Visualidad Rostri-Publicitaria”

Por este medio, le informo que la *Comisión encargada de la revisión, registro y seguimiento de los proyectos, programas, Grupos de investigación, así como de proponer la creación, modificación, seguimiento y supresión de Áreas de investigación, para su trámite ante el órgano colegiado correspondiente*, solicita lo siguiente respecto al registro del Proyecto de Investigación “Visualidad Rostri-Publicitaria”

- Recalendarizar el proyecto de investigación y se sugiere que considere un año de vigencia.
- Respecto a las actividades que ya realizó se sugiere que las ponga como avance del proyecto.

Sin otro particular por el momento, le envío un cordial saludo.



## Registro de proyecto de Investigación Daniel Fajardo

•

Buenas tardes Dr. Marco Ferruzca Navarro, me permito enviarle la documentación para el registro del proyecto de investigación **"VISUALIDAD ROSTRI-PUBLICITARIA"** del **Mtro Daniel Fajardo Montaño**, quien es profesor del Departamento de Evaluación del Diseño en el Tiempo, con objeto de que se sirva enviarla al Consejo Divisional que usted preside, para su análisis y eventual aprobación. Sin más por el momento, agradezco la atención que se sirva prestar a la presente.

**Dr. Luis Soto Walls**

---

### 4 adjuntos

 **1\_Formato\_VISUALIDAD ROSTRI-PUBLICITARIA.pdf**  
310K

 **3\_CARTA de la JEFATURA a JEFE DEPTO\_LUIS SOTO\_Justificación del proyecto VISUALIDAD ROSTRI-PUBLICITARIA.pdf**  
128K

 **2\_CARTA DE DANIEL para la JEFATURA\_Justificación del proyecto VISUALIDAD ROSTRI-PUBLICITARIA-firmada.pdf**  
581K



Saludos

**Marco Ferruzca**

Director - Dean

Universidad  
Autónoma  
Metropolitana   
Casa abierta al tiempo **Azcapotzalco**

División de Ciencias y Artes para el Diseño

Division of Science and Art for Design

-----  
#quedatencasa

#aprendencasa

+ 52 (55) 53189145 CDMX

[dircad@azc.uam.mx](mailto:dircad@azc.uam.mx)

#### 4 adjuntos



**1\_Formato\_VISUALIDAD ROSTRI-PUBLICITARIA.pdf**  
310K



**3\_CARTA de la JEFATURA a JEFE DEPTO\_LUIS SOTO\_Justificación del proyecto VISUALIDAD ROSTRI-PUBLICITARIA.pdf**  
128K



**2\_CARTA DE DANIEL para la JEFATURA\_Justificación del proyecto VISUALIDAD ROSTRI-PUBLICITARIA-firmada.pdf**  
581K



**FAJARDO Carta del Jefe de Departamento Registro del proyecto.pdf**  
514K

## Solicitud de registro con justificación del registro del proyecto de investigación de Daniel Fajardo

2 mensajes

Buenas tardes Dr. Marco Ferruzca Navarro, me permito enviarle nuevamente la documentación para el registro del proyecto de investigación **"VISUALIDAD ROSTRI-PUBLICITARIA"** del **Mtro Daniel Fajardo Montaña**, quien es profesor del Departamento de Evaluación del Diseño en el Tiempo, **anexando la justificación sobre el vínculo con las áreas prioritarias de la problemática nacional**, con objeto de que se sirva enviarla al Consejo Divisional que usted preside, para su análisis y eventual aprobación. Sin más por el momento, agradezco la atención que se sirva prestar a la presente.

**Luis Soto Walls**

### 5 adjuntos

-  **1\_Formato\_VISUALIDAD ROSTRI-PUBLICITARIA.pdf**  
310K
-  **3\_CARTA de la JEFATURA a JEFE DEPTO\_LUIS SOTO\_Justificación del proyecto VISUALIDAD ROSTRI-PUBLICITARIA.pdf**  
128K
-  **2\_CARTA DE DANIEL para la JEFATURA\_Justificación del proyecto VISUALIDAD ROSTRI-PUBLICITARIA-firmada.pdf**  
581K
-  **FAJARDO Carta del Jefe de Departamento Registro del proyecto.pdf**  
514K
- 

## 5 adjuntos



**1\_Formato\_VISUALIDAD ROSTRI-PUBLICITARIA.pdf**  
310K



**3\_CARTA de la JEFATURA a JEFE DEPTO\_LUIS SOTO\_Justificación del proyecto VISUALIDAD ROSTRI-PUBLICITARIA.pdf**  
128K



**2\_CARTA DE DANIEL para la JEFATURA\_Justificación del proyecto VISUALIDAD ROSTRI-PUBLICITARIA-firmada.pdf**  
581K



**FAJARDO Carta del Jefe de Departamento Registro del proyecto.pdf**  
514K



**FAJARDO Justificación en Relación con Problemática Nacional.pdf**  
520K

Ciudad de México a 23 de marzo de 2021

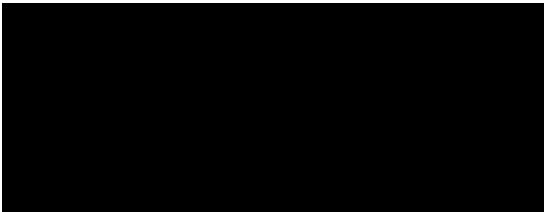
**Dr. Marco Vinicio Ferruzca Navarro**  
**Presidente del Consejo Divisional**  
**División de Ciencias y Artes para el Diseño**  
**Presente**

Por este conducto, me dirijo a Usted para solicitarle que presente ante el Consejo Divisional que preside, la solicitud de registro del proyecto de Investigación **"VISUALIDAD ROSTRI-PUBLICITARIA"** que presenta como responsable del proyecto, el **Mtro. Daniel Fajardo Montaña**, quien pertenece al **Área de Estudios Urbanos** del Departamento de **Evaluación del Diseño en el Tiempo**.

El proyecto **"VISUALIDAD ROSTRI-PUBLICITARIA"**, el cual centra su atención en la utilización de metodologías cualitativas para entender la vida cotidiana en las ciudades, el interaccionismo simbólico que en ellas sucede y la construcción de identidades colectivas. Este proyecto nutrirá significativamente la investigación en el ámbito urbano, pues nos ayudará a comprender y explicar los efectos que provoca la observación constante y repetitiva de rostros humanos en los mensajes publicitarios que vemos en el espacio público físico y virtual que vivimos como urbanitas.

Por lo anterior, le solicito se sirva turnar la solicitud de registro al Consejo Divisional que usted preside. Sin más por el momento, agradezco la atención que se sirva prestar a la presente.

**ATENTAMENTE**  
**"Casa abierta al tiempo"**



**Jefe del Departamento de Evaluación  
Del Diseño en el Tiempo.**



Casa abierta al tiempo

**Universidad Autónoma Metropolitana**  
Azcapotzalco

23 de marzo de 2020

**H. Consejo Divisional**  
**División de Ciencias y Artes para el Diseño**  
**Presente**

Por este conducto, me permito presentarles la solicitud de registro del proyecto de Investigación **"VISUALIDAD ROSTRI-PUBLICITARIA"** que **presenta como responsable del proyecto, el Mtro. Daniel Fajardo Montaña**, del Área de Estudios Urbanos del Departamento de Evaluación del Diseño en el Tiempo, en virtud de que dicho proyecto está orientado a estudiar y analizar la problemática desde las disciplinas del arte y el diseño atendiendo la complejidad de variables que intervienen y los impactos que provocan en los siguientes problemas nacionales establecidos en el Plan Nacional de Desarrollo 2018-2024:

1. **Desarrollo Social.** Es evidente la importancia de las imágenes en nuestros tiempos, o podemos distraer la atención de la gran influencia que provoca la publicidad en nuestro comportamiento, la selección de nuestras decisiones y el desarrollo del consumismo crónico que padecemos como sociedad. Una piedra angular de las estrategias de venta con las que se ha alimentado económicamente la industria publicitaria, es la utilización del rostro humano a manera de carnada para provocar el consumo, que aunque parece ser un fenómeno urbano naturalizado y aceptado masivamente, es una silenciosa imposición que trae severas consecuencias a en nuestra salud física y psicológica, sin dejar de lado sus efectos sociales y ambientales.
1. **Desarrollo Urbano.** Es necesario observar críticamente el paisaje urbano, evidenciar claramente las estrategias publicitarias que han secuestrado la imagen del rostro humano, desde la academia es urgente proponer alternativas que cambien la visualidad rostri-publicitaria imperante. El estudio de la rostridad, vinculado con la publicidad que vemos en los espacios públicos físicos y virtuales es un terreno que se ha explorado muy poco, este proyecto de investigación puede generar planteamientos de cambios que pueden repercutir en nuevas políticas públicas y la incorporación de nuevas líneas de investigación dentro de la División de Ciencias y Artes para el Diseño de nuestra universidad.



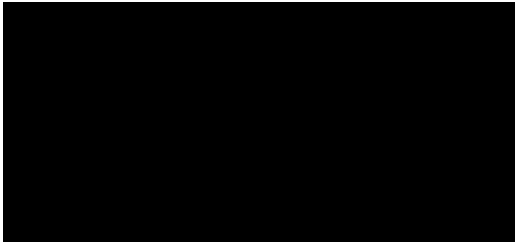
Casa abierta al tiempo

**Universidad Autónoma Metropolitana**  
Azcapotzalco

Sin más por el momento, agradezco de antemano la atención que se sirvan prestar a la presente.

**A T E N T A M E N T E**

**“Casa abierta al tiempo”**



**Jefe del Departamento de Evaluación  
Del Diseño en el Tiempo**

Ciudad de México a 08 de febrero de 2021.

**DR. LUIS JORGE SOTO WALLS**  
**JEFE DEL DEPARTAMENTO DE EVALUACIÓN**  
**P R E S E N T E**

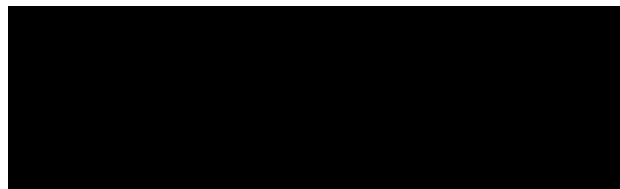
Por este conducto te hago llegar la carta de justificación y el “Formato para el registro de proyectos de investigación” denominado **VISUALIDAD ROSTRI-PUBLICITARIA**, propuestos por el **MTRO. DANIEL FAJARDO MONTAÑO** (núm. eco. 39266). El proyecto tiene como objetivo general: examinar la visualidad producto de la observación masiva, constante y descontrolada de anuncios publicitarios de rostros humanos para motivar el consumo, como lo refieren los documentos. Y al mismo tiempo definir y explicar sus efectos en las personas en el ámbito físico, psicológico y ambiental.

El Área de Estudios Urbanos (AEU) tiene entre sus propósitos el trabajo interdisciplinario en tres ejes: la historia, las identidades y el espacio. La propuesta de investigación se va a insertar en el Programa de Identidades Urbanas 007 (sesión y fecha de registro: 277 xxv 06 de diciembre de 1999), que mantiene su vigencia con dos proyectos registrados (N-497 y N-509). En este sentido se vincula con los objetivos del AEU y del Programa Identidades Urbanas 007 porque aborda el tema de lo urbano desde la experiencia de sus habitantes. Y de cómo se va construyendo la identidad de estos a partir de los ideales publicitarios impuestos. Para dar cuenta de la interdisciplinariedad se valdrá de las metodologías cualitativas provenientes de la etnografía y sociología urbanas para el análisis de las prácticas urbanas.

La investigación que se propone se relaciona con el diseño a través de la construcción del discurso visual derivado de la fotografía publicitaria en los ambientes físicos y virtuales. También se vinculará a través de la elaboración de una semiótica del espacio para examinar como las personas son transformadas en mercancía, mediante el uso descontrolado del retrato por parte de la industria publicitaria. Como propósito de largo alcance está en incidir en la generación de políticas públicas que transformen el espacio urbano. La propuesta se vincula con la investigación departamental en los rubros del: espacio arquitectónico y medioambiental, además de la comunicación gráfica y visual.

Por tal razón te pido atentamente que turnes esta solicitud ante el H. Consejo Divisional presidido por el Dr. Marco Vinicio Ferruzca Navarro para su revisión y, en su caso, aprobación. Sin más por el momento te agradezco de antemano tus diligencias y aprovecho para enviarte un cordial saludo.

**A T E N T A M E N T E**  
**“CASA ABIERTA AL TIEMPO”**



**DRA. MARÍA ESTHER SÁNCHEZ MARTÍNEZ**  
**JEFA DEL ÁREA DE ESTUDIOS URBANOS**



Casa abierta al tiempo

**Universidad Autónoma Metropolitana**

**Azcapotzalco**

Ciudad de México a 4 de febrero del 2021

**DRA. MARÍA ESTHER SÁNCHEZ MARTÍNEZ**

**JEFA DEL ÁREA DE ESTUDIOS URBANOS**

**P R E S E N T E**

Por medio de la presente te hago llegar la justificación del proyecto de investigación titulado "*VISUALIDAD ROSTRI-PUBLICITARIA*". El cual centra su atención en la utilización de metodologías cualitativas para entender la vida cotidiana en las ciudades, el interaccionismo simbólico que en ellas sucede y la construcción de identidades colectivas. Este proyecto nutrirá significativamente la investigación en el ámbito urbano, pues nos ayudará a comprender y explicar los efectos que provoca la observación constante y repetitiva de rostros humanos en los mensajes publicitarios que vemos en el espacio público físico y virtual que vivimos como urbanitas.

Por medio del proyecto "*VISUALIDAD ROSTRI-PUBLICITARIA*" se elabora una semiótica del espacio que nos ayuda a comprender como las personas son transformadas en mercancía, mediante el uso descontrolado del retrato por parte de la industria publicitaria. El estudio de la *rostridad*, vinculado con la publicidad que vemos en los espacios públicos físicos y virtuales es un terreno que se ha explorado muy poco, este proyecto de investigación puede generar planteamientos de cambios que pueden repercutir en nuevas políticas públicas y la incorporación de nuevas líneas de investigación dentro de la División de Ciencias y Artes para el diseño de nuestra universidad.

Finalmente, otro de los propósitos, es fortalecer el programa de investigación "*IDENTIDADES URBANAS*" con número de registro P007.

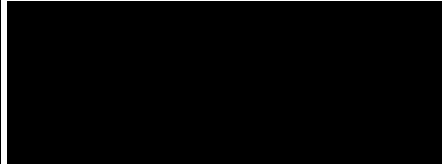
ATENTAMENTE

"CASA ABIERTA AL TIEMPO"



PROFESOR – INVESTIGADOR DEL  
ÁREA DE ESTUDIOS URBANOS

## FORMATO PARA REGISTRO DE PROYECTOS DE INVESTIGACIÓN

|                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                     |                                     |                         |                                                                                       |      |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------|-------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------|------|
|                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                     | Fecha de inicio:                    | 20/ENE/2021             | Fecha de conclusión:                                                                  | 21-P |
| Título del Proyecto: VISUALIDAD ROSTRI-PUBLICITARIA                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                 |                                     |                         |                                                                                       |      |
| Departamento al que pertenece: EVALUACIÓN DEL DISEÑO EN EL TIEMPO                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                   |                                     |                         |                                                                                       |      |
| Área o Grupo en el que se inscribe: ESTUDIOS URBANOS                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                |                                     |                         |                                                                                       |      |
| Programa de Investigación, No. de Registro y como enriquece a éste                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                  |                                     |                         |                                                                                       |      |
| <p>IDENTIDADES URBANAS P007</p> <p>Este programa centra su atención en la utilización de metodologías cualitativas para entender la vida cotidiana en las ciudades, el interaccionismo simbólico que en ellas sucede y la construcción de identidades colectivas, a lo cual, este proyecto de investigación nutrirá significativamente, pues nos ayudará a entender los efectos que provoca la observación constante y repetitiva de rostros humanos en los mensajes publicitarios que vemos en el espacio público físico y virtual que vivimos como urbanitas. Por medio de este proyecto de investigación se elabora una semiótica del espacio que nos ayuda a comprender como las personas son transformadas en mercancía, mediante el uso descontrolado del retrato por parte de la industria publicitaria.</p> |                                     |                         |                                                                                       |      |
| Proyectos que conforman al programa                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                 |                                     |                         |                                                                                       |      |
| <p><b>El arte público como estrategia para entender la ciudad</b><br/>         Clave del proyecto: n-497</p> <p><b>Producción del espacio urbano en disputa. Análisis de políticas, actores y formas que configuran la cultura urbana de la Ciudad de México (1997-2020).</b><br/>         Clave del proyecto: N-509</p>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                            |                                     |                         |                                                                                       |      |
| Tipo de Investigación                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                               |                                     |                         |                                                                                       |      |
| Investigación Conceptual                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                            | <input type="checkbox"/>            | Investigación Formativa | <input type="checkbox"/>                                                              |      |
| Investigación para el Desarrollo                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                    | <input checked="" type="checkbox"/> | Otra                    | <input type="checkbox"/>                                                              |      |
| Investigación Experimental                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                          | <input type="checkbox"/>            |                         |                                                                                       |      |
| Responsable del Proyecto                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                            |                                     |                         |                                                                                       |      |
| Nombre: Daniel Fajardo Montaña                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                      |                                     |                         |  |      |
| Categoría y Nivel: Asociado C                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                       |                                     |                         |  |      |
| Tipo de Contratación: Definitiva                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                    |                                     |                         |                                                                                       |      |

| Participantes  |        |
|----------------|--------|
| Nombre:        | Firma: |
| No. Económico: |        |
| Adscripción:   |        |
| Nombre:        | Firma: |
| No. Económico: |        |
| Adscripción:   |        |
| Nombre:        | Firma: |
| No. Económico: |        |
| Adscripción:   |        |
| Nombre:        | Firma: |
| No. Económico: |        |
| Adscripción:   |        |
| Nombre:        | Firma: |
| No. Económico: |        |
| Adscripción:   |        |

#### Antecedentes del Proyecto

Como antecedente directo de este proyecto de investigación que presentará los resultados de mi tesis doctoral, tengo que mencionar la investigación previa, realizada en la maestría de Estudios Urbanos titulada “¿CAMBIAR IDENTIDADES PARA CAMBIAR IMAGINARIOS URBANOS? DESENMASCARANDO MÁSCARAS HUMANAS” en la que identifiqué al rostro como constructor de identidad, como elemento de comunicación gráfica, entendiéndolo más que un envoltorio de piel, como un mero concepto ideológico, cimiento de nuestras fantasías, una especie de máscara humana permanente. Esta investigación se encuentra accesible a la libre descarga a través de este link: <http://zaloamati.azc.uam.mx/handle/11191/2497>

Es también necesario mencionar que desde hace más de diez años realizo prácticas artísticas en donde experimento con el anonimato facial, las cuales también han contribuido a detonar las reflexiones en torno al papel determinante que juega el rostro humano como sosten de nuestra construcción identitaria y como los rostros que protagonizan los anuncios publicitarios que vemos a diario nos moldean de acuerdo a sus intereses comerciales.

#### Sustentación del Tema

Es evidente la importancia de las imágenes en nuestros tiempos, no podemos distraer la atención de la gran influencia que provoca la publicidad en nuestro comportamiento, la selección de nuestras decisiones y el desarrollo del consumismo crónico que padecemos como sociedad. Una piedra angular de las estrategias de venta con las que se ha alimentado económicamente la industria publicitaria, es la utilización del rostro humano a manera de carnada para provocar el consumo, que aunque parece ser un fenómeno urbano naturalizado y aceptado masivamente, es una silenciosa imposición que trae severas consecuencias a nuestra salud física y psicológica, sin dejar de lado sus efectos sociales y ambientales.

Es necesario observar críticamente el paisaje urbano, evidenciar claramente las estrategias publicitarias que han secuestrado la imagen del rostro humano, desde la academia es urgente proponer alternativas que cambien la visualidad rostri-publicitaria imperante.

El estudio de la rostridad, vinculado con la publicidad que vemos en los espacios públicos físicos y virtuales es un terreno que se ha explorado muy poco, este proyecto de investigación puede generar planteamientos de cambios que pueden repercutir en nuevas políticas públicas y la incorporación de nuevas líneas de investigación dentro de la División de Ciencias y Artes para el diseño de nuestra universidad.

#### Objetivos del Proyecto de investigación, generales y específicos

Examinar, valorar y criticar las características del tipo de visualidad que provoca la observación masiva, constante y descontrolada de anuncios publicitarios que recurren al uso del rostro humano fotografiado para motivar el consumo, con lo cual, se podrán definir y explicar sus efectos colaterales en las personas a nivel físico, psicológico y ambiental.

Entender como el retrato se ha utilizado históricamente para alterar la realidad y proyectar ideales sobre las personas retratadas, lo que nos ayudará a desifrar la manipulación visual que utilizan los anuncios publicitarios que recurren obsesivamente al uso de fotografías de rostros de personas que se presentan como ideales de un sistema económico, basado en el consumismo.

Describir las estrategias más recurrentes de los retratos publicitarios que se utilizan en los anuncios de publicidad exterior en las ciudades y en la publicidad online que observamos en nuestras navegaciones por internet.

Analizar como se vincula la publicidad online personalizada con los retratos publicitarios que en ella se utilizan.

Demostrar que a través de las prácticas artísticas contemporáneas, el rostro humano fotografiado puede construir visualidades alternativas a las que propone la industria publicitaria que se sostiene en la utilización de la imagen de rostros humanos tratados como mercancía.

Determinar y describir las principales categorías en las cuales desde las prácticas artísticas, las fotografías del rostro humano, pueden generar visualidades alternativas a la visualidad que genera la publicidad.

#### Metas

Generar una investigación basada en las artes que nos ayude a contrarrestar el gran aparato ideológico que ha impuesto la publicidad durante décadas, al adueñarse de la utilización de la imagen del rostro humano convertida en mercancía.

Registrar fotográficamente y analizar la publicidad exterior que incluya la utilización de rostros humanos dentro de su mensaje comercial, en zonas representativas de la Ciudad de México y la Ciudad de Valencia en España.

Documentar y catalogar anuncios de publicidad online obtenidos de internet, en los que se utilice el rostro humano como parte de su estrategia comercial.

Realizar entrevistas en profundidad en grupos de discusión, para registrar, analizar e interpretar el pensamiento de otras personas con respecto a la publicidad que utiliza la imagen de rostros humanos en sus anuncios comerciales.

Documentar y seleccionar prácticas artísticas que utilicen el retrato fotográfico de manera no convencional, y desobediente a las normativas visuales que impone la visualidad generada por décadas por la publicidad.

Realizar y organizar una serie de acciones artísticas con la utilización de máscaras de lucha libre mexicana, para proponer un proyecto artístico propio que construya una visualidad alternativa a la que se impone por parte de la publicidad.

#### Métodos de investigación

Para la presente investigación se recurrirán a las siguientes metodologías de investigación:

- Documentación y registro fotográfico
- Metodología de los hologramas espaciales
- Entrevistas en profundidad
- Grupos de discusión
- Observación participante
- Investigación basada en las artes
- Método deductivo e inductivo

#### Plan de Trabajo

| Actividades                                                        | Fecha | Trimestre |
|--------------------------------------------------------------------|-------|-----------|
| Estructura de investigación, documentación y registro fotográfico  |       | 20-O      |
| Redacción y correcciones por parte de directores de tesis doctoral |       | 20-O      |
| Revisión por parte de evaluadores de tesis doctoral                |       | 21-I      |
| Tramites para defensa de tesis doctoral                            |       | 21-I      |
| Defensa de tesis doctoral                                          |       | 21-P      |
| Presentación pública de resultados de la investigación             |       | 21-P      |
|                                                                    |       |           |
|                                                                    |       |           |

#### Recursos académicos, materiales, económicos y humanos

##### Recursos académicos:

Para la realización de esta investigación, recurriré a los acervos bibliográficos de las bibliotecas de la UAM Azcapotzalco y la Universidad Politécnica de Valencia, por ser las dos instituciones que le han dado seguimiento a mi

tesis doctoral.

Colaboración académica con profesores y profesoras de la UAM Azcapotzalco, en si División de Ciencias y Artes para el Diseño y la Facultad de Bellas Artes de la Universidad Politécnica de Valencia, para asesorar este proyecto de investigación.

**Recursos materiales:**

Utilizaré una cámara reflex digital profesional para la documentación y registro fotográfico de la publicidad exterior en la Ciudad de México y la ciudad de Valencia en España.

Utilizaré equipo de grabación de audio para registrar las entrevistas en profundidad realizadas en los grupos de discusión.

Para esta investigación el equipo de computo y software de edición gráfica y de sonido serán indispensables.

También utilizaré una impresora y una tablet para realizar la lectura de mis fuentes bibliográficas que se encuentren en formato digital.

**Recursos económicos:**

Necesitaré recursos económicos para la documentación y registro fotográfico de la publicidad exterior en la Ciudad de México y la ciudad de Valencia en España.

Invertiré recursos económicos para financiarme el desplazamiento a la ciudad de Valencia España, para establecer contacto directo con mi directora de tesis de la Facultad de Bellas Artes de la Universidad Politécnica de Valencia.

De ser necesario requeriré apoyo económico para viajar a Valencia, España para realizar la defensa de esta investigación doctoral.

**Recursos humanos:**

En este proyecto de investigación hay un fuerte apoyo por parte de mis directores de tesis, tanto de la UAM Azcapotzalco como de la Universidad Politécnica de Valencia.

Así mismo, otros y otras académicas me han ayudado a darle dirección a este proyecto de investigación.

En los grupos de discusión que se crearán para la realización de las entrevistas en profundidad, colaboraré con estudiantes de tres universidades, la UAM Azcapotzalco, la Universidad Politécnica de Valencia y la Universidad de Ciencias y Artes de Chiapas.

**Organismo Solicitante**

Área de Estudios Urbanos

**Productos de investigación**

Tesis doctoral

**Fuentes bibliográficas, hemerográficas y electrónicas**

Alana Contreras, R. (2000). Principios visuales de las fotografías publicitarias de retratos. Lima : Camara oscura .

Altuna, B. (2009). El individuo y sus máscaras. Ideas y valores(140), 33-52.

Barrón de Paula, M. (2016). La desidealización del retrato. Valencia : Universidad Politécnica de Valencia .

Barthes, R. (1999). Mitologías. México: Siglo XXI editores.

Baudrillard, J. (2009). La sociedad de consumo. Sus mitos, sus estructuras. Madrid : Siglo XXI.

- Cacciari, M. (2009). La ciudad. Barcelona: Gustavo Gili.
- Calvino, Í. (1998). Las ciudades invisibles. Madrid: Siruela.
- Castells, M. (2001). La Galaxia Internet (Primera ed.). Barcelona: Random House Mondadori.
- Chaves, N. (2002). El oficio de diseñar : propuesta a la conciencia crítica de los que comienzan . Barcelona: Gustavo Gili.
- Checa Cruz, M. (2020). El Big Data y la publicidad personalizada en redes sociales. Valladolid: Universidad de Valladolid.
- Comisión sexta del EZLN. (2015). El pensamiento crítico frente a la hidra capitalista. Ciudad de México: Rincón Zapatista Comandanta Ramona.
- Consejo de Publicidad Exterior . (2016). Manual del reglamento de la Ley de Publicidad Exterior . Ciudad de México : Secretario de Desarrollo Urbano y Vivienda - Gobierno de la Ciudad de México.
- Covarrubias, J. (2012). Anuncios espectaculares de la Ciudad de México. La época negra de la publicidad exterior. . Ciudad de México : UAM Azcapotzalco .
- Deleuze, G., & Guattari, F. (1997). Año cero - rostridad. En G. Deleuze, & F. Guattari, Mil mesetas. Capitalismo y esquizofrenia (págs. 173-196). Valencia: Pretextos.
- Delgado Ruíz, M. (1998). Dinámicas identitarias y espacios públicos. Cidob D'Afers Internacionals, 17-33.
- Debord, G. (1995). La sociedad del espectáculo . Santiago de Chile: Ediciones naufragio .
- Estevan Estevan, M. C. (2011). Outdoor Advertising. La colonización publicitaria del espacio público. Cuenca: Facultad de Bellas Artes - Universidad de Castilla La Mancha.
- Ewing, W. A. (2008). El rostro humano. El nuevo retrato fotográfico. . Barcelona : BLUME.
- Flores Aguilar , P., & Quiroz Mella , P. (2011). El poder de la imagen en la sociedad de control. Faro(13), 118-130.
- Flusser, V. (1990). Hacia una filosofía de la fotografía. México D.F.: Trillas .
- Fogarty O'Mahoney, O. C. (2014). El retrato como performance. tránsitos diaspóricos. Santiago de Cuba, 1992 al 2002. Retratos de la máscara ritual del oficiante/muerto en la casa-templo del espiritismo cruzado. En N. Patiño, Persona y semejanza, coloquio del retrato (págs. 100-117). Ciudad de México: UAM Azcapotzalco.
- Freedberg, D. (1992). El poder de la imágenes. Madrid: Ediciones Cátedra.
- Freund, G. (2017). La fotografía como documento social . Barcelona: Gustavo Gili.
- Goffman, E. (1997). La presentación de la persona en la vida cotidiana. Buenos Aires: Amorrortu editores.
- Hiernaux, D. (2007). Los imaginarios urbanos: de la teoría y los aterrizajes en los estudios urbanos. EURE, 17-30.
- Muñiz, E. (2011). La cirugía cosmética: ¿un desafío a la "naturaleza"? Belleza y perfección como norma. Ciudad de México: Universidad Autónoma Metropolitana unidad Azcapotzalco.
- Le Breton, D. (2010). ROSTROS, ensayo antropológico. Buenos Aires: Letra Viva.
- Lefebvre, H. (1978). El derecho a la ciudad. Barcelona: Ediciones península .
- Lindón, A. (2007). Los imaginarios urbanos y el constructivismo geográfico: Los hologramas espaciales. Revista EURE, 31-46.
- Lins Ribeiro, G. (2002). El Espacio-Público-Virtual. Brasília: Universidad de Brasília.
- Lynch, K. (1998). La imagen de la ciudad. Barcelona: Gustavo Gili.
- Ortiz Leroux, J. (2013). Las redes sociales interactivas: Tecnologías streaming y urbanización virtual. UAM Azcapotzalco, División de Ciencias y Artes para el Diseño. México DF.: UAM Azcapotzalco.

Sartori, G. (1998). Homo videns. La sociedad teledirigida. México D.F.: Taurus.

Silva, A. (2006). Imaginarios urbanos. Bogotá: Arango Editores.

Silva, A. (2007). Imaginarios urbanos en América Latina: Urbanismos ciudadanos. Barcelona: Fundación Antini Tapies.

#### Modalidad de difusión

Publicación de tesis doctoral de manera impresa y digital.

Accesibilidad de la tesis doctoral por medio de los recursos electrónicos de las bibliotecas físicas y virtuales de la UAM Azcapotzalco y la Universidad Politécnica de Valencia.

Nota: FAVOR DE NO MODIFICAR EL FORMATO.