

ÍNDICE

1. INTRODUCCIÓN	10-11
2. MOTIVACIÓN	13
3. MARCO TEÓRICO	14-73
3.1 Cultura	16-17
3.1.1 Alta cultura y Cultura Popular	18
3.1.2 Cultura Popular y Cultura de Masas	19-20
3.1.3 Identidad cultural	21
3.1.4 Identidad en la época de globalización	22
3.1.5 Homogeneización cultural e Industrias Culturales	23
3.1.6 Cultura Material	24
3.2 Objetos y significados	25-27
3.3 Los objetos y su relación histórica con el viaje	28
3.3.1 Edad de Piedra, Antigüedad y Edad Media	29-32
3.3.2 Siglos XVII, XVIII y XIX	32-34
3.3.3 Siglos XIX y XX - Turismo de Masas	34-37
3.3.4 Siglo XXI - Globalización	37-38
3.3.4.1 Turista	39
3.3.4.1.1 Consumo Turístico	40
3.3.4.1.2 Comportamiento de compra	41-42
3.3.4.1.3 Motivaciones de compra	43-44
3.4 Souvenir	45-48
3.4.1 Dimensión Industrial - Banal	49-51
3.4.1.1 Concepción del buen gusto y la estética	52-53
3.4.1.2 Kitsch	54-56
3.4.1.3 Producción en masa	57-58
3.4.2 Dimensión Simbólica - Emotiva	59-60
3.4.2.1 Coleccionismo	60-62
3.4.2.2 Memoria	62-63
3.4.2.2.1 Inicios de la investigación	63

3.4.2.2.2	Funcionamiento de la memoria	64
3.4.2.2.3	Recuerdo y Olvido	65-66
3.4.2.2.4	Vehículos de Memoria	66
3.4.2.2.4.1	Narración - Relato	67-68
3.4.2.2.4.2	Imagen	69-70
3.4.2.2.4.2.1	Fotografía	70-73
4.	MAPA CONCEPTUAL	74-77
5.	ESTADO DEL ARTE	78-89
6.	FUNDAMENTACIÓN DEL PROYECTO	90-99
6.1	Preguntas de Investigación	92-99
7.	TRABAJO DE CAMPO	100-143
7.1	Metodología	102-143
8.	DESARROLLO DEL PROYECTO	144-165
8.1	Estructura	146-149
8.2	Tamaño y Encuadernación	149
8.3	Color y Métodos de impresión	150
8.4	Portada	151-152
8.5	Papel	153-154
8.6	Tipografía	154
8.7	Imágenes/Fotografías	155-158
8.8	Diagramación	159-163
8.9	Diseño Final	164-165
9.	GESTIÓN ESTRATÉGICA	166-173
10.	CONCLUSIÓN Y PROYECCIONES	174-177
11.	BIBLIOGRAFÍA	178-188
12.	ANEXOS	190-202