

Índice

PRESENTACIÓN	11
--------------------	----

PARTE I: TEXTOS Y CULTURAS VISUALES

1. HACIA LA CULTURA VISUAL	17
1.1. Miradas semióticas a la cultura	17
1.2. Una vez más: ¿qué quiere decir «cultura»?	22
1.3. La concepción simbólica de la cultura	29
1.4. La cultura visual	35
1.5. Las imágenes	39
2. TRES DIMENSIONES DEL TEXTO Y DE LA CULTURA VISUAL	45
2.1. El texto visual	45
2.2. La visualidad	49
2.3. La mirada	60
2.4. De las imágenes a los imaginarios	65
2.5. Bajo la ola	70
3. APROXIMACIONES SEMÁNTICAS A TEXTOS VERBOVISUALES ..	75
3.1. Sintaxis, semántica y pragmática: dimensiones complementarias	75
3.2. Agrupaciones semánticas	83
3.3. Isotopías y polisotopías	85

3.4. Universos de significación y oposición binaria	91
3.5. Redes de interpretantes, enciclopedias y diccionarios	98
3.6. Marcos de sentido	106
4. LA REFLEXIVIDAD EN LOS DISCURSOS VISUALES	113
4.1. ¿Imágenes que «hablan» de sí mismas?	113
4.2. Reflexividad de primer grado	115
4.3. Reflexividad de segundo grado	121
4.4. Reflexividad de tercer grado	129

PARTE II: ESCENARIOS POLÍTICOS DE LA IMAGEN

5. VANGUARDIA CONSUMADA, VANGUARDIA CONSUMIDA: EL IMAGINARIO CAPITALISTA	139
5.1. Tres paradojas del surrealismo	139
5.2. La relación (repudiada) del surrealismo con la tradi- ción	142
5.3. Surrealismo y cultura de masas. Imaginerías e ima- ginarios	149
5.4. Surrealismo y lógica cultural del capitalismo	156
6. CULTURA VISUAL Y ESPACIO PÚBLICO-POLÍTICO	163
6.1. Visualidad, espacios y cuerpos	163
6.2. Imágenes del periódico	171
6.3. La mirada sin miramientos	182
7. PROPAGANDA VISUAL Y EROTISMO	187
7.1. Estetización y erotización de la política	187
7.2. La línea general y otras líneas de fuga	192
7.3. El triunfo de la voluntad y otros fracasos eróticos ...	203
7.4. La política «modificada»	208
BIBLIOGRAFÍA	215
CRÉDITOS DE LAS IMÁGENES	227