

Índice

1. APRENDIZAJE Y FICCIÓN 9

Que la ficción no educa. Cómo aprendemos
los seres humanos. Los mapas visuales.

2. LA HISTORIA DEL ARTE 41

Imagen y poder. Imagen y educación.
La mirada hegemónica.

3. LOS MEDIOS DE MASAS 63

Imágenes reproducibles. Los estereotipos.
¿Hemos evolucionado algo?

4. LA RELACIÓN PERSONA/IMAGEN 93

El proceso de lectura de una imagen.
El poder de invisibilizar. Imaginario y contexto social

5. LA MODA	119
La moda me agrede «lo normal». Violencia simbólica. No somos solo cuerpos.	
6. LA PUBLICIDAD	141
¿Es la publicidad un reflejo de la sociedad? Qué puede hacer la publicidad por las personas. Qué puede hacer la ley por la publicidad (y por las personas).	
7. EL CONSUMO Y LOS MOVIMIENTOS SOCIALES	169
El activismo como «pose». Entrar en el <i>mainstream</i> : pérdidas y ganancias. El cambio comienza por el conocimiento.	
8. LAS REDES SOCIALES	195
Por fin comunicación. De mirar a actuar. El selfie activista.	
9. LA DIETA SANA DE IMÁGENES	219
Llevar una dieta sana de imágenes. Sensacionalismo: el glutamato de la comunicación. Sobredosis de violencia.	
10. PROPUESTAS	243
Las imágenes prescriptoras. Equilibrar el acto comunicativo. Las tres ces : consciencia, conocimiento y compromiso.	
Epílogo.	267