

V. 11. ¿CUANDO NO TENEMOS IMÁGENES?

Las imágenes son representaciones adecuadas a las realidades físicas. La imagen siempre hace relación a un objeto sensible, material.

Las realidades incorpóreas, que no pueden tener representación material (porque en este caso la representación efectuada no sería verdadera), ¿cómo las puede conocer el entendimiento? ¿Cómo puede expresar el entendimiento realidades que no son materiales, si de ellas no hay representación material posible?

Tomás de Aquino resuelve.

"Conocemos las realidades incorpóreas, de las cuales no tenemos imágenes, por comparación con los cuerpos sensibles, de los cuales sí tenemos imágenes.

"Así comprendemos la verdad misma, reflexionando sobre el objeto cuya verdad investigamos; a Dios lo conocemos, como dice Dionisio, en cuanto causa y por vía de eminencia y de negación; y en cuanto a las demás substancias incorpóreas no podemos conocerlas en el estado de la vida presente más que por remoción o mediante una cierta comparación con las cosas corporales.

"Por consiguiente, para conocer algo de estos seres necesitamos, aun cuando ellos no existan ^{de} imágenes, re-

currir a las imágenes de realidades corpóreas". (S.Th.I,q.84, a.7, ad 3).

De lo conocido a lo desconocido.

Las soluciones son antiguas. Da la impresión que a fuerza de ser viejas pierden vigencia. No estaría mal cuando se encuentra un sustituto.

Del mismo modo que mediante el signo llegamos al conocimiento de lo que desconocemos, mediante las imágenes conocidas llegamos a lo desconocido.

Papel de la imaginación.

Como siempre, en toda comunicación, la imaginación juega su papel. Es ella quien tiene la facultad de unir y separar imágenes, formar unas nuevas. Pensamiento nuevo, imagen nueva.

El poder, por la misma capacidad de ella, que tiene el ser humano de "imaginar cosas irreales", nos ofrece la posibilidad de buscar imágenes "semejantes".

Lo imaginable.

La potencialidad humana raya en lo infinito. La imaginación tiene un campo de horizontes sin límites para "imaginar". Debe ser así, debe proporcionarle al entendimiento "modos de expresión". ¿Quién conoce los límites del pensamiento humano?

La "agilidad mental" debe entenderse en "agilidad para encontrar imágenes".

El ser humano es capaz de "imaginar lo inimaginable".

La costumbre de poner ejemplos.

También es un sistema descubierto desde la antigüedad que no hemos logrado superar. Ponemos ejemplos para explicar.

"Todos pueden experimentar en sí mismos que, cuando se quiere entender algo, se forman ciertas imágenes a modo de ejemplares, en las cuales podemos contemplar, por así decirlo, lo que nos proponemos entender.

"Y por esto, también, cuando queremos hacer comprender a otro una cosa, le proponemos ejemplos que le permitan formarse imágenes para entenderla". (S.Th I, q.84.a.7).

Reto a la imaginación.

Es la conclusión que se desprende.

Si no tenemos imágenes debemos, porque podemos, inventarlas; unir, separ, aumentar o disminuir: jugar con las que ya tenemos.

Para expresarnos: imagen.

Es lamentable, pero es un recurso muy antiguo, que tengamos que buscar ejemplos, rodeos largos, para poder-nos expresar.

A todos no se les "ocurren" ejemplos.

Por esto, hoy más que nunca, permanece el reto:
la imagen.

V. 12. LA IMAGEN ES EL MENSAJE.

Durante toda la reflexión que venimos haciendo, motivados por la teoría tomista sobre el conocimiento humano, hemos estado tentados en aportar direcciones diversas, hacer referencias a otras teorías.

La limitación férrea que nos hemos impuesto ha sido el freno para quedarnos, en exclusiva, en esta demarcación escolástica.

Recapitulación necesaria.

En nuestro intento de observar cómo la imagen es una constante necesaria en el proceso de conocimiento y cómo el objeto envía su mensaje al entendimiento, hemos podido constatar que la imagen es esencialmente el mensaje que todo objeto envía al entendimiento.

A grandes rasgos hemos visto:

1º Todo objeto material, para llegar a los órganos de los sentidos, necesita una representación propia, esencial, específica. El objeto se queda en el lugar que ocupa. Lo que se traslada es la propia representación.

2º Los órganos de los sentidos externos reciben la representación "a su modo", según su propia capacidad, según para lo que están hechos.

3º Esa imagen recibida por los sentidos exter-

nos pasa al sentido común, quien discrimina, hace una primera apreciación de las sensaciones recibidas y distribuye los datos a los otros sentidos internos, según sus propias funciones en orden al conocimiento del objeto.

4º Los sentidos internos, memoria, imaginación, estimativa en los animales y cogitativa en los seres racionales, ofrecen la imagen elaborada al entendimiento agente.

5º El entendimiento agente ilumina la imagen, la presenta, así, al entendimiento posible.

6º El entendimiento posible, mediante la imagen recibida, se pone en acto de entender. El proceso de abstracción hace posible, al entendimiento, conocer el universal del objeto que quedó fuera. Mediante la propia reflexión podrá conocer la imagen que le sirvió de medio de conocimiento.

Para expresarse.

Un proceso similar ocurre cuando el entendimiento quiere expresar un concepto, una idea:

Concebido ese concepto, el entendimiento debe pedir a la imaginación, a la memoria, a la cogitativa, que le proporcionen las imágenes sensibles referentes a ese concepto universal que él posee.

Una vez adecuado el objeto elegido, materializado el concepto, singularizada la idea, se expresa. Se expone al mundo exterior, precisamente, para que los sentidos externos del perceptor puedan aprehender, mediante sus órganos, los estímulos adecuados a su modo de ser.

Imagen y signo.

Expuesta así la teoría, comprobamos la necesidad de la imagen para todo conocimiento.

Conociendo la imagen se conoce el objeto a quien representa la imagen.

Pero, esa es una gran diferencia, conociendo el signo, no conocemos "la esencia" del objeto a quien representa el signo. Conocemos "la representación", cómo está el signo en lugar del objeto a quien hace referencia.

El objeto material, se conoce por sí mismo, mediante su imagen. La relación del signo es al "contenido mental" que un autor le imprimió, independientemente de la igualdad o desemejanza que pueda existir entre los dos objetos.

La imagen, no. La imagen representa al propio objeto: conociendo la imagen del objeto, conocemos el objeto mismo.

La imagen lleva "todo lo que es el objeto"; el signo lleva solamente "la representación asignada", sin decir nada de la "naturaleza" del objeto.

La fuerza de la imagen es la ser "semejante" al objeto; la imagen es lo que es el objeto.

Imagen y objeto.

Todo objeto puede ser conocido por el entendimiento. El entendimiento recibe únicamente "representaciones". Todo objeto, para ser conocido por el entendimiento deberá te

ner su propia y específica representación.

Si deseamos que el objeto sea aprehendido por el entendimiento, el medio de conocimiento no podrá desfigurarse, en nada, lo que es el objeto. La imagen es el medio de conocimiento. La imagen no puede desfigurarse, en nada, el objeto a quien representa.

Objeto y su mensaje.

En comunicación sabemos que "lo que dice el objeto al entendimiento" es el mensaje del objeto.

El mensaje del objeto al entendimiento: "lo que es, en sí, el mismo objeto". El entendimiento debe recibir "lo que es, en sí, el objeto".

Cuando el objeto, además de ser, lo que es, puede "decir lo que piensa". En este caso hay dos mensajes: el primero, "la naturaleza" (lo que es en sí) del objeto; en segundo lugar, "lo que dice".

Mensaje e imagen.

Todo objeto se comunica con el entendimiento por el único medio posible: la propia imagen.

Todo lo que tenga que decir el objeto al entendimiento deberá decirlo por medio de la imagen.

Si el objeto envía mensajes al entendimiento, deberá hacerlo por el único medio de que dispone: la imagen.

El entendimiento aprehende.

Para Tomás de Aquino el hecho de aprehender no es una simple información recibida.

Aprehender es "tomar posesión" de lo más esencial, lo más intimo, del objeto. Tomar "su propia naturaleza" y asimilarla a la naturaleza intelectual del entendimiento.

El entendimiento queda "informado".

Recordamos que todo objeto, toda cosa, entre la composición de su ser, está compuesto de "materia" y de "forma". La materia lo que individualiza; la forma, lo esencial, lo "formal", es lo que la universaliza.

El objeto "informa" al entendimiento porque "imprime su propia forma". Le da el dato más esencial de su propia naturaleza. La "forma del objeto pasa a ser forma del entendimiento". Así, el entendimiento queda "informado", en posesión del dato más íntimo del objeto.

El entendimiento no es pasivo.

En nuestro modo de hablar puede dejar la impresión de que el entendimiento es una potencia totalmente pasiva. Hemos hablado, por esto lo recordamos, de que el entendimiento "aprehende", "toma la imagen", "extrae el universal", "ilumina la imagen", etc.

?Dónde va la "forma" del objeto?

Las "formas" no se trasladan en un embalse, "co"mo las joyas en un cofre".

La relación es fácil: si el objeto envía al entendimiento, su mensaje, su forma, "lo que es", etc. y no puede hacerlo nada más que mediante su propia representación,

la imagen, en ella va toda la información que envía el objeto al entendimiento.

En la imagen va toda la información de lo que es el objeto, en virtud de la misma esencia de ser imagen. Conlleva la total representación.

Ser total representación implica, al menos en su sentido filosófico, conllevar la "forma" del objeto a quien representa. Dado el caso de que la imagen no fuera portadora de la "forma" del objeto, el entendimiento, no conocería "todo el objeto".

El entendimiento conoce lo que es, en sí, todo el objeto porque el objeto transmite, por medio de la imagen, "toda su naturaleza".

El entendimiento recibe "formas"

Es su modo natural de conocer, por medio de la recepción de "formas". Por su naturaleza inmaterial está capacitado para recibir muchas "formas". Puede entender muchas cosas.

"En el entendimiento humano la imagen de la cosa es distinta a la substancia del entendimiento, es como su forma; por lo cual, del entendimiento y de la imagen de la cosa se produce un todo, que es el entendimiento en acto de entender y la imagen tomada de la cosa". (II Sent. D.3, q.3.a.1).

La información que recibe y asimila el entendimiento es totalmente verídica: se recibe "lo que es" el objeto.

Se comparte "la forma" del objeto.

El medio, por el cual ha sido posible este poner en común la "forma", es la imagen.

No es modo perfecto de conocimiento.

Tomás de Aquino, después de estudiar todo el proceso de conocimiento, afirma que este modo de conocer no es el más perfecto.

El conocimiento perfecto se da cuando la conexión es entre dos entendimientos de un modo directo. Pero a "los humanos, en la presente vida," no es factible.

Para comunicar nuestros mensajes debemos realizar todo el proceso de "materialización" de los conceptos o la abstracción de las cosas materiales.

La imagen no es instrumento.

La naturaleza de todo instrumento, en comparación con el agente que lo mueve, radica en que los dos son diferentes.

La imagen, propiamente hablando no es un instrumento del objeto, es su imagen.

"La causa instrumental no obra en virtud de su propia forma, sino solo por el movimiento que imprime el agente principal; y por tanto el efecto no es semejante al instrumento, sino al agente principal.

"La causa principal obra por virtud de su forma, a la cual se asemeja el efecto, como el fuego calienta con su propio calor". (S.Th.III,q.62,a.1).

La imagen es el mensaje.

Hemos venido afirmando que el mensaje, en términos muy generales, es todo aquello que un objeto dice de su propia naturaleza o aquello que "expresa".

Desde el momento en que se desprende del emisor tiene existencia propia, "es mensaje".

Hace falta un medio para que ese mensaje llegue a su destino, al perceptor. El mensaje tiene vida con la finalidad de llegar a un perceptor. Está destinado al perceptor. Cuando llegue a su destino, el mensaje, ha cumplido su misión: informar.

Por otra parte hemos repetido, con Tomás de Aquino: la única posibilidad de contacto entre objeto (o lo que dice) y entendimiento es por medio de la imagen. Lo único que puede llegar al entendimiento es la imagen.

Aparece lógico que siendo la imagen el único medio para la relación objeto-entendimiento, el mensaje (lo que es o lo que dice el objeto) deba ir en ella.

Entre los diversos modos de poder conllevar algo: que lo que porta esté "consustancializado" con el mismo medio; que lo lleve "fuera" de su "naturaleza", de un modo independiente (por ejemplo "las joyas en un cofre").

Hemos apreciado que la imagen es la total representación del objeto: conocida la imagen conocemos el objeto. El mensaje de su propia naturaleza, indiscutiblemente, deberá ir impreso en la imagen del objeto.

"Lo que dice el objeto", lo que puede expresar un entendimiento capaz de emitir mensajes propios, hemos apre-ciado, sólomente puede formularlos mediante las imágenes ante-riormente recibidas. Esa es la labor de la imaginación, de la memoria, de la cogitativa: ofrecer al entendimiento el material adecuado a sus conceptos, a sus ideas.

Si el entendimiento desea expresar algo debe hacerlo mediante imágenes. Es decir, sus mensajes, deben estar impresos en la imagen. Es su única manera de poder expresarse.

Por la imagen, llegamos a dos conclusiones, el entendimiento recibe los mensajes de los objetos que están fuera, que están frente a él, que no son él.

Por la imagen, cualquier entendimiento, debe expresarse, comunicar lo pensado.

No hay, dentro de la teoría tomista, otra posibilidad.

A estas alturas de la reflexión sabemos que la imagen representa totalmente al objeto.

Los mensajes son lo que "son los objetos" o lo que "dicen" los objetos.

La imagen, al menos, conlleva consustancialmente el mensaje de los objeto.

Del mismo modo hemos apreciado cómo todo entendimiento se expresa por medio de imágenes, no tiene otra posibilidad.

Lo que dice el entendimiento, a otro entendimiento, es lo que constituye, propiamente, el mensaje. Es lo que dice el entendimiento emisor al entendimiento receptor.

Conociendo la imagen utilizada por el entendimiento para expresar mensajes, conocemos el mensaje.

La imagen es mensaje. El mensaje no puede tener vida propia sin la imagen. La existencia del mensaje, para la comunicación a un receptor, está condicionada a la imagen. Si no hay imagen, no hay mensaje.

La imagen es mensaje.

V.13. "EL MEDIO ES EL MENSAJE"

"LA IMAGEN ES EL MENSAJE".

Es un tema obligado, como emergencia de la teoría que hemos expuesto, cuando nos proyectamos en actualidad.

"El medio es el mensaje", es una frase feliz. Una frase cargada de simbolismo comunicacional.

Imagen artificial, construida por McLuhan, mediante la cual ha querido resumir todo un cúmulo de estudios, de reflexión personal y experiencias.

Imagen artificial, captada por la vista, como cualquier palabra, cualquier sonido, cualquier frase, como un objeto que se arroja al perceptor, para que se aprehenda "lo que dice" y "lo que quiere decir".

Su potencialidad consiste en la riqueza de estímulos que conlleva hacia la propia implosión del perceptor.

Las polémicas que ha despertado es un buen testimonio. Pero esa frase mcLlughana, está perdiendo vigencia, precisamente, a fuerza de comprender el mensaje que conlleva.

Los científicos de la comunicación, acostumbrados a analizar frases, palabras, reproducciones icónicas, etc. para descubrir contenidos; acostumbrados a analizar programas, para averiguar dónde están los mensajes; acostumbrados a estu

diar programas y contenido para descubrir las fallas de los sistemas comunicacionales, les chocó, por inesperada, la frase de McLuhan. (1)

Sumidos en el análisis gramatical o semiológico, tomaron la frase, demasiado rápidamente, la sometieron a sus propios alambiques teóricos y la frase siguió desbordando los conceptos que hasta ese momento se manejaban.

El señor McLuhan no ha querido decir un disparate; cuando emite su mensaje sabe perfectamente qué es un emisor, qué es un medio; sabe la función del contenido en la comunicación y sabe cómo se estructura y emite un mensaje.

Visión tomista.

Con las bases que hemos manejado, tal vez como nuestro propio alambique intelectual, encontramos en esa frase, una imagen natural: ahí están sus letras, el conjunto de letras, una imagen natural total. Me dice "lo que es". La realidad objetiva de ella me habla en la dirección del sentido gramatical; al sentido gramatical, lógicamente, le sigue un juicio netamente literario.

Quienes no atraviesan la visión de la simple imagen natural, para comprender que, además, conlleva una fuerte imagen artificial, se han quedado a mitad de camino.

(1) McLUHAN, Marshall. La comunicación de los medios. Edit.

Diana. México, 1975. Las citas que hacemos corresponden a las páginas de esta edición.

Comprender los medios.

El mensaje de cualquier medio o tecnología, según aprecia McLuhan, no es sino el cambio de escala, de ritmo o patrón de comportamiento que se introduce en las relaciones humanas.

Esa es la gran preocupación que, constantemente, borbotea en la mente del autor: los efectos que están produciendo, en nuestra era electrónica, los medios.

Los medios tecnológicos están produciendo efectos, detectados por el Profesor, no sometidos al análisis de los profesionales. Pasan desapercibidos.

Todos los medios ofrecen mensajes colaterales, poco captados por aquellos que se empeñan en limitar su campo de investigación a contenidos y programas.

Preocupación obsesionante.

"El medio es el mensaje" es un látigo intelectual, para despertar de la inconsciencia perceptora.

McLuhan desea advertir, por eso su grito, que "los medios están embrujados", que nos absorben, que "nos metemos en ellos", entregandonos a ellos sin reserva, sin resistencia y de un modo continuo.

Los medios tecnológicos.

En el ámbito de la teoría que hemos expuesto, los medios, todos los medios tecnológicos, fungen función de instrumentos. Todo instrumento tiene su propia naturaleza de

"ser"; son objetos, independientes del agente que los mueve. Objetos materiales que son "entes", seres.

Para conocer los instrumentos, como cualquier objeto material, deben proyectar su propia imagen, decir lo que son. Los medios instrumentales tienen su "decir", además de lo que puedan decir por la acción del agente principal.

Es decir, no podemos olvidar el mensaje que esos instrumentos, esos medios tecnológicos, puedan decir.

Los instrumentos en cadena, "los medios producen otros medios", mantienen su cordón umbilical: intentan cumplir con la función asignada por el agente principal. Esto no quiere decir que, ellos, no produzcan otros efectos colaterales, a veces independiente, del objetivo principal.

Contra los sentidos.

En la tesis de McLuhan, los medios tecnológicos, producen efectos que se vuelven contra los sentidos del hombre, sus propias extensiones, narcotizándolos.

A ello contribuye el mismo hombre, tomando una actitud narcisista, "entregándose" (de un modo continuo, sin resistencia) a la contemplación de los medios que él mismo ha creado.

Hay efectos, en la comunicación humana, que se dan a nivel de medios: "No se dan a nivel de opiniones o de conceptos: son ellos los que cambian la proporción de los sen tidos o pautas de percepción" (Pag.42).

Nuevos campos de investigación.

La voz de alerta, "el medio es el mensaje", ha nacido del examen minucioso y reflexivo de los campos de investigación y del círculo cerrado en el cual se mantenían.

Es una repulsa y un llamado para abrir los ojos a otros horizontes: el problema, dice el Profesor, radica en los medios, no exclusivamente en los contenidos y en los programas.

"El análisis de programas y contenidos no brindan indicio alguno de la magia de los medios y su carga subliminal" (Pag.43).

"La falla en la percepción se produce, precisamente, en que se presta atención al contenido del programa de nuestros medios, pero se hace caso omiso de la forma" (Pag.258).

El ejemplo de la TV.

La búsqueda de los efectos, por ejemplo en la TV, ha llevado a los especialistas a detenerse en programas y en sus contenidos.

Se toman decisiones.

Se cambian programas.

Se quitan y se incluyen contenidos.

Y siguen los efectos de la TV.

No se ha pensado, para muchos sigue siendo repulsivo, que los efectos lo producen los medios.

"Los efectos excesivamente táctiles de la imagen televisiva no pueden ser contrarrestados por medio del

simple cambio de la programación" (Pag.102).

Sustitutos de la realidad.

Cuando la comunicación se hace por medios tecnológicos, se interponen otros factores diferentes a cuando la comunicación es directa entre un emisor y un receptor. Los medios tecnológicos, afirma el Profesor, sustituyen a la realidad: se da una alteración en el proceso de la sensación; percibimos por medio de estímulos tecnológicos, no percibimos directamente de la realidad comunicacional humana.

Los medios modifican a los otros medios: es una cadena de modificaciones, de alteraciones, desfigurando, quitando la verdadera forma de los mensajes originales. No es extraño ese producto de la tecnología: según él, ocurre lo mismo con el idioma, es alterado por el contacto con otro idioma.

Escuchar el mensaje de los medios.

Intentar comprender la imagen expresiva que va inserta en "el medio es el mensaje", significa saber comprender los múltiples mensajes que están proporcionando los medios de comunicación.

Los mensajes que nos ofrecen los medios están patentes, pero hace falta saberlo aprehender, saber extraer el mensaje que conllevan esos medios.

"Cuando se den cuenta que el medio es el mensaje, propondrán la supresión de los medios como tales, en lugar de buscar el control de los contenidos" (Pag.284).

Escuchamos el mensaje del emisor y no abrimos

nuestra capacidad perceptora para escuchar los mensajes que nos pueden ofrecer los medios.

McLluhan propone soluciones.

"El mejor modo de llegar al meollo de una forma es estudiar los efectos que surten en algún ambiente desconocido" (Pag.259).

"A pesar de que el medio es el mensaje, los controles van dirigidos más allá de la programación" (Pag.373).

"Estudiar los medios que se relacionan con la imagen" (Pag.409).

"La fuente fundamental de los efectos, en todos los casos, es el medio" (Pag.384).

"Necesitamos estar bien informados y ser muy conscientes" (Pag.102).

"Ser conscientes, quitar el embotamiento que cada una de las prolongaciones produce en el individuo y en la sociedad" (Pag.28).

No ha descubierto la magia de la imagen.

Llama poderosamente la atención cómo McLluhan se queda en el estudio de los medios, en verdad es su preocupación dominante.

Se ha quedado, evidentemente, en los medios, sin descubrir el potencial que conlleva la imagen. Porque la imagen, además de ser imagen representativa de la cosa, es el medio de conocimiento y el medio de expresión.

La imagen tiene su capacidad estimuladora para el conocimiento de las cosas, las posibilidades reales de comunicación efectiva y verídica.

Por la imagen nos comprendemos o nos incomunicamos, independientemente de que los medios tecnológicos, como sucedáneos de la realidad, nos desfiguren nuestro potencial de percepción.

Si a la magia de los medios añadimos la magia de la imagen podríamos sospechar el horizonte de posibilidades que se abren a cualquier investigador.

La imagen y lo icónico.

Las representaciones icónicas son imágenes. Es evidente. Lo que no es tan evidente, al menos dentro de la teoría que hemos expuesto, es que se limiten todos los estudios sobre la imagen a las reproducciones icónicas, como si ellas fueran las únicas imágenes existentes.

Esta posición no deja de señalar hacia una actitud narcisista. Hay una tendencia a fijarnos en la importancia que tienen las creaciones icónicas, descuidando el campo, casi sin límites, que tiene la imagen en otras parcelas, además de las reproducciones icónicas.

Nos quedamos con lo icónico: no descubrimos la imagen.

La versatilidad de lo icónico nos deslumbra, nos atonta, quedamos atrapados.

Los efectos de la imagen.

"La imagen es el mensaje" debe entenderse en su sentido formal.

La imagen conlleva los mensajes. La imagen es portadora de un mundo inimaginable; la imagen está totalmente consustancializada con el mensaje que el emisor transmite al receptor; el medio por el cual el entendimiento conoce, es la imagen; la imagen es medio de expresión de todo entendimiento. La imagen es el término de relación entre el emisor y el receptor para poner en común el mensaje.

Las imágenes evocan otras imágenes, muchas veces, no previstas por el emisor. Cuando la imagen sale de su original ya no depende de él, dependerá del receptor y del arsenal de experiencias que el receptor posea, como propio patrimonio.

Una imagen recibida, además de su función en la comunicación, despierta una cadena de imágenes: una imagen llama a otras imágenes.

Es el caso del indígena de McLuhan: el sonido del aparato tecnológico estimula su archivo, pone en funcionamiento su imaginación, su memoria; recuerda, sueña, une, separa, aumenta, desenfoca, arroja luz, quita detalles, pone viveza en los colores, cambia las medidas, cambia los pesos...

El estudio de la imagen.

Hoy se estudian los medios en sí y los efectos que ellos pueden producir.

El estudio profundo de la imagen, su función en la comunicación, su constitutivo, sus efectos, pueden contribuir a realizar el sueño de la libertad.

La imagen nos puede hacer libres.

Hay que pagar un precio alto: aprender a leer la imagen; poner a funcionar nuestra capacidad de juicio crítico, examinar la imagen que recibimos; descubrir que, mediante ella, nos comunicamos o nos incomunicamos, hacemos libres o nos manipulan.

No aceptamos minimizar la imagen al campo de las representaciones icónicas.

No nos podemos entregar "de modo continuo y sin resistencia", sin saber escudriñar qué son y qué conllevan. Se pide un control racional. Nos hace falta un control efectivamente humano de las imágenes.

Imagen, medio, mensaje... todo un programa fascinante para la reflexión personal.

