



CONSTRUIR SOBRE ROCA

**BASES ANTROPOLÓGICAS
Y ÉTICAS DE LA CIENCIA,
LA CULTURA Y LAS INSTITUCIONES**



Óscar Dejuán
Carmen González Carrasco
José María Martí

COORDINADORES, UNIVERSITAS - UCLM



Ediciones de la Universidad
de Castilla-La Mancha

© de los textos e ilustraciones: sus autores

© de la edición: Universidad de Castilla-La Mancha

Edita: Ediciones de la Universidad de Castilla-La Mancha

Colección ATENEA n.º 20

Ilustración de cubierta y composición: Jaime López Molina



UNIÓN DE EDITORIALES
UNIVERSITARIAS ESPAÑOLAS Esta editorial es miembro de la UNE, lo que garantiza la difusión y comercialización de sus publicaciones a nivel nacional e internacional

I.S.B.N.: 978-84-9044-405-4

D.O.I.: <http://doi.org/10.18239/atenea.2020.20.00>

Hecho en España (U.E.) – Made in Spain (U.E.)



Esta obra se encuentra bajo una licencia internacional Creative Commons CC BY 4.0. Cualquier forma de reproducción, distribución, comunicación pública o transformación de esta obra no incluida en la licencia Creative Commons CC BY 4.0 solo puede ser realizada con la autorización expresa de los titulares, salvo excepción prevista por la ley. Puede Vd. acceder al texto completo de la licencia en este enlace: <https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/deed.es>

ÍNDICE

- 1. Introducción** *pág_05*
La importancia de construir la casa sobre la roca
- 2. Corrientes antropológicas de la filosofía contemporánea** *pág_14*
Pedro López García
- 3. Una palabra vale más que mil imágenes** *pág_25*
Antonio Barnés Vázquez
- 4. Una mirada antropológica a la enseñanza.
La postmodernidad y la crisis de las élites intelectuales** *pág_40*
Benito Cantero Ruiz
- 5. Dos ejemplos de la transformación de los derechos
fundamentales en la sociedad digital: el derecho de acceso
universal a internet y el derecho a la educación** *pág_54*
M^a Mercedes Serrano Pérez
- 6. La teoría de los derechos humanos: evolución y crisis** *pág_64*
José M^a Martí Sánchez
- 7. Cada mayor importa. Reflexiones sobre la discapacidad
y el valor de la vida humana en la pandemia** *pág_93*
M^a del Carmen González Carrasco
- 8. Hacia una organización responsable y sostenible en
tiempos de COVID-19** *pág_101*
Pedro Manuel García-Villaverde / Pablo Ruiz-Palomino
- 9. Bases antropológicas y éticas de la economía
y la ciencia económica** *pág_131*
Óscar Dejuán

Listado alfabético de autores

Barnés Vázquez, Antonio:

Profesor del Departamento de Literaturas Hispánicas y Bibliografía de la Universidad Complutense

Cantero Ruiz, Benito:

Catedrático de Geografía e Historia. Doctor en Antropología Social y Cultural.

Dejuán Asenjo, Óscar:

Catedrático de Fundamentos del Análisis Económico,
Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales de Albacete, UCLM.

García Villaverde, Pedro Manuel:

Catedrático de Organización de Empresas,
Facultad de Relaciones Laborales de Albacete, UCLM.

González Carrasco, Carmen:

Catedrática de Derecho Civil,
Facultad de Derecho y Ciencias Sociales de Ciudad Real, UCLM

López García, Pedro:

Profesor de Antropología Teológica, Instituto Teológico Diocesano de Albacete
(Universidad Eclesiástica San Dámaso)

Martí Sánchez, José M^a:

Profesor Titular de Derecho Eclesiástico,
Facultad de Derecho de Albacete, UCLM

Ruiz Palomino, Pablo:

Profesor Titular de Organización de Empresas,
Facultad de Ciencias Sociales de Cuenca, UCLM

Serrano Pérez, M^a Mercedes:

Profesora Contratada-Doctora de Derecho Constitucional,
Facultad de Derecho de Albacete, UCLM

Agradecimientos

Este libro recoge las ponencias presentadas al Seminario Universitas sobre “*bases antropológicas y éticas de la ciencia, la cultura y las instituciones*”. Desde 2012 el foro de estudio y debate Universitas ha organizado también Jornadas anuales de puertas abiertas y Cursos formativos. Las tres actividades están interrelacionadas y nos invitan a un agradecimiento colectivo. Gracias, en primer lugar, a quienes apoyaron la iniciativa y proporcionaron los medios adecuados: D. Ciriaco Benavente, obispo de Albacete, y D. Pedro Carrión, vicerrector de la UCLM en el Campus de Albacete. En segundo lugar, a quienes impartieron conferencias plenarias en las Jornadas Universitas: Manuel Carreira, Sara Gallardo, Francisco Contreras, María José Roca, José Ramón Ayllón, Jerónimo José Martín, Antonio Barnés, Amando de Miguel, Carlos Barrabés, Cristina Gortázar, Agustín Domingo, Jaime Pons, Carlos Rodríguez-Braun, Carlos Fernández Liria, José María Lasalle, Joaquín Leguina, Emilio Chuvieco, Jesús Romero, José Alberto Garijo. Con diferentes responsabilidades participaron también en las jornadas: Arturo Valdés, Benito Cantero, José Miguel Hernández, Pedro Melgar, Diego Pedregal, Marina Gascón, Antonio Escudero, Javier Avilés, Isabel López Cirugeda, Mercedes Serrano, Dolores Carcelén, María Ángeles Davia, Naim Schoshandy, Benito Cantero, Gregorio López, Dominik Kustra, Dolores Martínez y Juana Cuesta. No olvidamos a los profesores que colaboraron en el seminario pero les ha sido imposible participar en este libro: José María Melero, María Lozano, Arturo Valdés, Fabio Monsalve y M^a Ángeles Cadarso, Ricardo Inchausti y Juan Bravo. Por último, y con un cariño especial, recordaremos a los alumnos que colaboraron en la organización de estos eventos y participaron en las mesas redondas: Lara García, Elena López, José Luis Navarro, María Helena Sánchez, Ángel Ortiz, Vakhtang Mtchedlishvili, Rebeca Carrión, David Pérez Pastor, Luis Sahuquillo, Natalia Olmedo, Estefanía Sánchez, Ángel Alcarria, Roque Martínez y Juan Garrido.



3.

UNA PALABRA VALE MÁS QUE MIL IMÁGENES

Antonio Barnés Vázquez

D.O.I.: <http://doi.org/10.18239/atenea.2020.20.03>



Que el ser humano posee una doble condición espiritual y corporal se muestra de un modo admirable en la lengua, que expresa conceptos inmateriales mediante sonidos que pueden hacerse también visibles. En efecto, el hombre, ser corporal, no solo vive en un ámbito sensible, sino, sobre todo, en uno simbólico, entre conceptos, que nos trasladan a un mundo situado más allá de la apariencia y de lo singular e inmediato. Simultáneamente el ser humano puede ver y ser visto, contemplar el mundo, con sus infinitos seres, y contemplarse a sí mismo y a los otros. Y así como en la lengua se distinguen las palabras pronunciadas (naturales) de las escritas (artificiales); las imágenes pueden diferenciarse entre las que *desprenden* los entes físicos, sean *naturales* (un caballo) o *artificiales* (un coche de caballos), de aquellos objetos construidos a se como imágenes: pinturas, esculturas, grabados, fotos, fotogramas, etcétera.

Las palabras son decodificadas por dos sentidos corporales: oído y vista. Las imágenes solo por la vista. Pero la escritura de una lengua conocida se revela como concepto para el lector, no como dibujo, de modo que no solo el oído y la vista sino la mente intervienen en la comunicación lingüística. Para quien desconoce el chino, un carácter de esa lengua es un mero dibujo. Para quien sabe español, la palabra *casa* no se percibe como imagen (cuatro líneas curvas redondeadas) sino como idea, la de habitáculo. La lengua, con su triple dimensión: sonido, dibujo (físicas) y sentido (mental), hace patente la condición metafísica del ser humano.

Hablar, oír y ver son operaciones naturales. Escribir, leer, visualizar fotos o fotogramas son operaciones culturales, no imprescindibles. La escritura es un fenómeno reciente en la historia de la humanidad; y la fotografía, el cine y sus derivados son fenómenos recentísimos.

El hombre emite/percibe palabras apoyado en un lenguaje corporal visible, sin esfuerzo. La elaboración de imágenes para la escritura o para cualquier otro fin es un arte, con una secuencia temporal: primero se dibujó y después se escribió. De hecho, las letras proceden de dibujos estilizados. Es más fácil dibujar un bisonte que asignar un dibujo a una palabra (y no digamos descomponer las palabras en fonemas y atribuir a cada fonema una grafía).

En la escritura se ha operado el paso de la manufactura a la mecanización, y aunque la fotografía ha tardado varios siglos en llegar, las imágenes han sido compañeras del libro antes y después de la mecanización.

Era del libro / era de la imagen

Así como la modernidad podría denominarse “era del libro” tras la invención de la imprenta (la difusión del luteranismo y la Revolución francesa serían impensables sin el invento de Gutenberg); la Edad Contemporánea podría calificarse como “era de la imagen”, ya que la fotografía y el fotograma difundidos a través de nuevas tecnologías han creado una segunda naturaleza virtual superpuesta a la real. Antes de la fotografía eran escasas las imágenes artefactas presentadas a la mirada humana; ahora, en cambio, el hombre vive rodeado de imágenes fabricadas, que influyen en su percepción de sí mismo y del mundo.

Si la televisión introdujo la imagen en movimiento en los hogares; internet lo ha hecho en los dormitorios, los lugares de trabajo y los bolsillos, proporcionando el acceso a millones de imágenes.

La última pieza de ese proceso, hasta el momento, es el teléfono móvil, o mejor, computadora móvil, que universaliza la prensa, la radio, el cine, la televisión y un sinnúmero de productos de entretenimiento basados en la imagen. Aunque todos los libros del mundo se introdujeran en la red, internet es un ámbito privilegiado para la difusión de imágenes.

Ya en el siglo XIX se vislumbraba este cambio de paradigma:

Y sin duda nuestro tiempo... prefiere la imagen a la cosa, la copia al original, la representación a la realidad, la apariencia al ser... Lo que es sagrado para él no es sino la ilusión, pero aquello que es profano es la verdad. Más aún, lo sagrado se engrandece a sus ojos a medida que decrece la verdad y que la ilusión crece, tanto y tan bien que el colmo de la ilusión es también para él el colmo de lo sagrado.¹

La revolución de internet

La fotografía, el fotograma e internet han revolucionado la comunicación humana. La primera congeló imágenes reales, algo inaudito. El cine creó la imagen en movimiento. Tal enajenación de la realidad ha sido multiplicada exponencialmente por internet, que ha modificado el libro y la lectura, la fotografía y el cine, la televisión, los medios de comunicación, las relaciones humanas: todo.

¿Qué prevalece en internet, la imagen o la palabra? Se han generado océanos de imágenes y de palabras, pero internet es ámbito privilegiado para la imagen en movimien-

¹ Feuerbach. Prefacio a la segunda edición de la *Esencia del cristianismo*. Citado por Guy Debord en *La sociedad del espectáculo*, Naufragio, Santiago de Chile, 1995, p. 7.

to, por lo que se produce una subordinación de la palabra a la imagen. Lo prueba la diferencia entre un periódico en papel y su versión digital. En el papel (si es un periódico de información general) suele primar el texto sobre la imagen. En las versiones digitales, en cambio, se destacan las fotos y los vídeos sobre los textos. Ocurre algo parecido que en la televisión, donde la imagen es la protagonista. En la prensa escrita la imagen ilustra el discurso verbal. En la prensa digital los textos, a menudo, glosan las imágenes, cuando no es la propia imagen o el vídeo el contenido único de la noticia. Prima lo visual sobre lo textual; el impacto sobre la idea; la noticia con foto sobre la noticia sin foto; el espectáculo.

Las redes sociales, nacidas de internet, restringen el uso de las palabras. Twitter es un icono de ello. Un *tweet* podría definirse como un titular sin razonamiento (aunque se ha ampliado el inicial, más limitado, número de letras permitido). Un *tweet* es una frase que se arroja como una piedra. Por su parte, el mitin político ha nacido en la era de la imagen porque se alimenta de ella. A un mitin no se va a explicar un programa, sino a enervar los sentimientos, a fortalecer los lazos de pertenencia a una tribu. Un mitin es un espectáculo visual donde las palabras integran frases *gritantes*, más parecidas a una foto (fogonazo) que a un discurso (razonamiento).

El dominio de la imagen sobre la palabra puede ser una definición de la caverna platónica: un espacio dominado por las apariencias.

Internet y la industria del móvil han alterado el panorama. Antes el cine estaba en la calle, después entró en las casas, con la televisión; y ahora está en el bolsillo, donde también llevamos una máquina de fotos y una grabadora-reproductora de vídeos (con sus correspondientes almacenes de fotos y vídeos).

Internet es un nuevo universo, como América fue un nuevo mundo para la Europa de la Edad Moderna. El mundo virtual es una realidad a la que se accede a través de una pantalla, que nos introduce y a la vez nos protege, ofreciéndonos una visión inodora e indolora.

Como las legiones de turistas que prefieren fotografiar a mirar, optamos por jugar con nuestro aparato o fijarnos en la publicidad de las calles a mirar a quienes nos rodean; escribir correos en lugar de cartas, mandar mensajes en vez de pensar lo que decimos, ilustrar las páginas corporativas con fotos de jóvenes atractivos, no con gente real: nuestra gente.

Las redes sociales son campo abonado para la pulsión emocional, que es lo más contrario al pensamiento, al debate racional. En esta línea, se presentan los referéndum como la panacea de la democracia cuando, al contrario, tales plebiscitos suponen una mínima expresión de participación ciudadana en un debate racional, ya que lo que se plantea es un sesgo. Señores, hay estas dos opciones. ¿Y por qué dos, y no cinco? Además, la verbalización que se solicita es la mínima posible: sí o no, que equivale al cero y al uno del lenguaje informático.

El *homo televisivus* es más vulnerable, más pasivo, que el *homo radiophonicus* o *diurnarius*.² Las imágenes suplantán nuestra imaginación; las palabras la incentivan.

2 Periodístico.

El *homo verbalis* posee más recursos para tomar sus propias decisiones que el *homo visualis*. Llamo *homo verbalis* al que posee recursos intelectuales para discutir la retórica verbal y visual.

Palabra e imagen en contraste

La fotografía y el cine han afectado a nuestra percepción del mundo y del hombre. Si la mimesis ha sido tradicionalmente el motor de la creación artística, la foto y el fotograma la han logrado de una manera *exacta*, lo que ha provocado que buena parte del arte contemporáneo haya abandonado su objetivo mimético. La fotografía y el cine, aun mediados por la máquina, son acciones humanas y por tanto intencionadas: todo objeto fotográfico o cinematográfico es subjetivo, manipulado por un sujeto y mediatizado por una máquina. Al igual que la escritura, la fotografía y el cine no son inocentes. Están siempre marcados por un propósito, si no explícito, al menos implícito en la mente del artista que los hace (el *artifex*).

El hombre puede ser más activo ante la palabra (está libre su imaginación) que ante la imagen (es más pasivo). La velocidad de la lectura corresponde a un tiempo más humano que el cinematográfico. La imagen suele ser más sugestiva (suscita emoción) que la palabra. Los discursos más preparados para el embaucamiento, los políticos, tienen muy en cuenta la escenografía.

Si aplicamos esta dialéctica a los medios de comunicación, concluiremos que la prensa escrita y la radio son medios más racionales que la prensa digital, televisiva o inter-náutica. Con “racional” no pretendo decir “veraz” u “honesto”. Desde Sócrates sabemos que cualquier discurso humano puede ser engañoso. Lo que quiero decir es que unos medios están protagonizados por palabras y otros por imágenes. Todo discurso humano posee componentes racionales, volitivos y emocionales, o lo que es lo mismo, puede informar, mover o conmover. No existe el discurso “racional puro” ni “emocional puro”, pero sí puede escorarse a una parte u otra. Ante la prensa escrita el lector es más autónomo: puede leer y releer, y hacerlo a su velocidad. En la radio el oyente ha de adaptarse a la velocidad del hablante, no puede rebobinar lo oído, tiene menos capacidad de criticar lo que escucha. La televisión como un nuevo rey Midas convierte en espectáculo todo lo que toca, introdujo el espectáculo en el hogar, pero con el contrapeso de la prensa y la radio. Con la pluma se pueden contar más cosas que con la cámara, porque lo más importante, como enseña *El principito*, es invisible a los ojos. No niego que las artes visuales puedan también expresar lo invisible, pero hay que reconocer que lo tienen más difícil. Existe el arte conceptual, pero la palabra, la lengua, es conceptual, sin más. La imagen se presta más a la propaganda: lo saben muy bien los dictadores y los regímenes totalitarios. La divinización de los emperadores romanos fue una estrategia icónica, como dejó sentado Paul Zanker en su clásico *Augusto y el poder de las imágenes*.

La televisión ha convertido los debates políticos en combates de boxeo. El votante televisivo vota como el que juega a apuestas de caballos. El votante lector de periódicos tiene más elementos de juicio, porque *lee* juicios. En la televisión prima la impresión sobre el juicio.

Las conexiones que pueden entablarse entre palabras e imágenes son infinitas. Por ejemplo, el titular de prensa se asimila más a la imagen que el cuerpo de la noticia, pues el titular se visualiza, es como un fognazo. El objetivo del titular es captar la atención, tiene un sesgo artístico, emocional. El cuerpo de la noticia en cambio es discursivo, explicativo. El lector de titulares sabe menos que el lector de noticias. No solo sabe menos: sabe *peor*.

Si la prensa, por definición, ofrece una información fragmentaria, inmediata y reduccionista, es obvio que el lector de titulares o quien se limita a escuchar o ver las noticias, sabe menos que el lector de periódicos. Que a su vez sabe menos que el lector de libros. Pues un periódico solo puede relatar unas escenas de una película (episodios de la guerra de Siria), mientras que los libros pueden dar el contexto (la historia de Siria, de oriente medio, del Imperio otomano o del islam).

Se trata de contrastar las palabras con las imágenes, pero también de contrastar el mundo real con el mundo virtual, la presencia corporal con los hologramas. Si comparamos la prensa (palabra escrita e imágenes estáticas); la radio (palabra hablada sin imágenes); y la televisión (imágenes en movimiento con palabras), podríamos concluir, simplificando, que la prensa informa, la radio acompaña y la televisión entretiene. La prensa y la televisión son más frías, la radio es más cálida. La radio penetra más en nuestro interior, la televisión quizás nos mantiene en el patio de butacas.

En el siguiente cuadro puede visualizarse alguno de estos contrastes.

	palabra	imagen
unidad	palabra	foto
sentidos humanos		
ojos	textos fijos: ojos en movimiento	imágenes en movimiento: ojos fijos
imaginación	productora de imágenes	receptora de imágenes
decodificación		
(in)mediatez	mediata	inmediata
soporte	libro	aparato electrónico
libro / cine	velocidad de la página	velocidad del fotograma
	palabra	foto
	discurso	cine
medios de comunicación		
	radio – prensa	fotografía, cine, televisión, internet
	prensa escrita	prensa digital
	cuerpo de noticia	titular de noticia
	razonamiento	<i>tweet</i>

Comunicación política		
	programa	mitin (escenografía)
ciencia		
información / conocimiento	conocimiento	información fragmentaria, reduccionista e inmediata
	texto en su contexto	dato
mito de la caverna	realidad	aparición

Lectura: ascensión al monte de la abstracción desde el valle de la imagen

Si comparamos el mundo de la palabra con el mundo de la imagen, podríamos definir la lectura como la ascensión al monte de la abstracción desde el valle de la imagen.³

En la era icónica, las imágenes han ido proliferando paulatinamente. Se han verificado diversos procesos, entre los que destacan los ámbitos de acceso y la amplificación exponencial de la oferta. El cine nació como evento social. La televisión se introdujo en los hogares, logrando alcanzar una posición central. Si se me permite la hipérbole, el lugar que ocupaba el fuego (del que proviene la palabra hogar), pasó a ocuparlo la televisión. Internet, finalmente, ha convertido el consumo de imágenes en un acto individual, máxime con la creación de las computadoras de bolsillo conocidas como teléfonos móviles. Y no solamente ha habido un desplazamiento del marco: sociedad, familia, individuo, sino que han aumentado exponencialmente las imágenes accesibles. Con el móvil-computadora portamos en nuestro bolsillo un quiosco de prensa, un aparato de radio, una sala de cine y una televisión, amén de una biblioteca.

Volviendo a la definición de lectura, podemos plantearnos si dicha *subida al monte de la abstracción desde el valle de la imagen* es una actividad esencial o prescindible. Desde el humanismo antiguo y moderno se afirmará rotundamente que sí, pues la lectura y los libros se consideran la base de la cultura y del posible (nunca garantizado) progreso humano. Desde un pragmatismo mercantilista quizás internet y sus terminales individuales se consideren la oportunidad para permanecer en el valle de la imagen sin necesidad de sudar en la ascensión por el monte de la abstracción. Si el ideal barroco era la prudencia o discreción como brújula para sortear los embates de la vida, en este inicio del siglo XXI la brújula es el teléfono móvil, lo que indica un cambio de paradigma: del ser bueno, al estar bien; del ser y estar al moverse; del conocimiento propio al turismo; del gozo de las letras y las artes al entretenimiento.

Para el humanismo, uno de los principales objetivos de la escuela (en cualquier nivel educativo) es sumergirse en la lectura de autores antiguos y modernos en un diálogo enriquecedor. Se concibe la lectura como un camino imprescindible para gozar de grandes maestros muertos corporalmente, pero vivos en sus libros. De ahí que promover la experiencia de subir al monte de la abstracción, acompañar a los alumnos en ese proceso, fomentar ese hábito, se conforma como una tarea primordial. El esfuerzo de la subida per-

3 Ver Antonio Barnés: *Elogio del libro de papel*, Rialp, Madrid, 2014.

mite alcanzar una visión gozosa sobre el valle, que no anula, complementa el panorama que ofrece el *valle*.

No estamos reflexionando aquí sobre las imágenes naturales, sino sobre las artefactas. ¿Cuáles de estas imágenes existían antes de la fotografía? Esculturas, dibujos, imágenes y pinturas en las iglesias... ¿Con quién se podía comparar un adolescente? Con personas de su entorno. No había fotografía, ni televisión, ni cine. No había fotografías en las paredes, ni en la prensa, ni en las revistas, ni en la publicidad.

La publicidad, la moda, el cine manipulan las imágenes humanas: las construyen, reconstruyen, deconstruyen. Crean estereotipos. Los individuos fotografiados en paradas y vallas publicitarias constituyen imágenes de diseño sofisticado.

Si leer es subir al monte de la abstracción desde el valle de la imagen, habrá que hacer ese esfuerzo de ascensión. Es más fácil mirar que leer. Los videojuegos, los vídeos, las películas, internet, la televisión... son reinos de lo visual. ¿Cuándo subiremos al monte? ¿Dónde aprenderemos a leer, a amar la lectura, a poseer la perspectiva, que se tiene desde el monte sobre el valle? En la familia y en la escuela. La escuela no puede ser un departamento del valle, ha de estar también en el monte.

En la escuela se debe aprender cómo un periódico (de calidad) informa más y mejor que un telediario, el cual dura menos, y es esencialmente visual: las frases glosan las imágenes. Al mismo tiempo, la escuela ha de mostrar que los periódicos informan, en tanto que los libros forman; que, en definitiva, los medios de comunicación, por su propia naturaleza, son reduccionistas, fragmentarios e inmediatos.

El libro, protagonista de la escuela

La educación, el proceso de enseñanza-aprendizaje, ya familiar, ya escolar, ya, en cualquier caso, social, precisa de la palabra y la imagen: base de la comunicación humana, verbal y gestual o icónica.

En toda labor educativa podríamos distinguir tres tareas fundamentales:

- A. Enseñar a leer y a escribir, que no es solo decodificar o enlazar signos, sino penetrar en el sentido de los discursos orales o escritos.
- B. Enseñar a atender, a fijar la atención.⁴
- C. Dar a conocer los canales del conocimiento o, dicho de otra manera, dotar de sentido crítico para discernir la fiabilidad de las fuentes de información.

⁴ Según aquello que escribió Cicerón: *Studium est autem animi assidua et vehementer ad aliquam rem adplicata magna cum voluptate occupatio, ut philosophiae, poeticae, geometricae, litterarum.* (El estudio es la ocupación asidua y fuertemente aplicada de la mente a algún asunto con gran placer, como la filosofía, poética, geometría, literatura). *La invención retórica*, I, 36. La definición de cultura, según Simone Weil es la «educación de la atención». “No conozco definición de esa palabra que sea a la vez tan escueta y tan convincente”, escribe Roberto Calasso (*La marca del editor*, Anagrama, Barcelona, 2014, p. 121).

En realidad, las tres tareas giran en torno a la atención, pues es el único modo a través del cual el hombre se transforma de pasivo en activo, y pueda así adquirir ese dominio de sus actos en que, según Aristóteles, consiste la libertad.

Una biblioteca amplía el claustro de docentes de un centro educativo. La esencia de una escuela, colegio, universidad o academia es su biblioteca, lo que da su dimensión. Biblioteca pequeña: escuela pequeña; biblioteca descuidada: escuela descuidada; biblioteca magnífica: escuela magnífica... Hay dos errores comunes en la era digital: el primero, pensar que todos los libros están en la red, lo cual no es cierto; el segundo, que lo van a estar, lo cual lo duda mucho Robert Darnton, ex bibliotecario de Harvard; y el tercero, el más grave, que una tableta sustituye a una biblioteca física porque desde ella se puede acceder a cualquier libro. En primer lugar, ya lo hemos dicho, porque no todos los libros están en la red; pero en segundo lugar, y este es el quid, porque los libros más importantes no son los que buscamos, sino los que nos encuentran. ¿Cómo vamos a buscar un libro cuya existencia ignoramos? ¿Es nuestra mente la que elige lo que quiere conocer o es la biblioteca la que nos abre la mente? Los libros más importantes son los que nos salen al encuentro.

Una escuela que menosprecia la biblioteca entiende que su claustro de profesores es el mejor de los posibles. En caso contrario permitiría que sus alumnos atendiesen al magisterio de los mejores profesores, vivos y difuntos, presentes en los libros.

Si la escuela desea enseñar, primará la biblioteca. Si la escuela desea desarrollar habilidades circenses, primará los gimnasios, las instalaciones deportivas, los talleres y los espectáculos audiovisuales.

La escuela basada en los principios del humanismo, desde Sócrates a Jaeger, tendrá el libro como protagonista; incentivará la comprensión, educará la atención, y formará en el discernimiento entre ciencia y técnica, opinión y verdad, información y conocimiento. La discriminación de las fuentes del saber, la separación del grano de la paja son la columna vertebral de la educación y de la ciencia.

No parece razonable reducir texto y aumentar las imágenes en los centros educativos, del nivel que sean. La imagen ya prevalece fuera de la escuela.

La foto es algo muerto. ¿Qué interesa más, qué nos sitúa más ante algo que capta nuestra atención, un poema de Antonio Machado o una foto suya? Sin la escritura de Antonio Machado sus fotos no dicen casi nada. Los seres humanos sin palabras se perciben como cuerpos. Con la mediación de las palabras se hacen personas, y el cuerpo pasa a un segundo plano. El lenguaje corporal apoya (o traiciona) las palabras.

La realidad virtual es más icónica, y por ello, menos humana. La presencia posee un valor que no puede ser sustituido por la foto; el teatro impacta más que el cine, porque hay comunicación entre los actores y el público. El cine es una secuencia de imágenes enlatada: imágenes en cierto modo muertas. En el teatro hay personas vivas.

¿Una imagen vale más que mil palabras?

Es un lugar común afirmar que una imagen vale más que mil palabras. Expresión no unívoca que puede significar diversas cosas. Si alude al valor pedagógico del ejemplo frente a las meras palabras, la idea merece pocas objeciones. Pero si se interpreta literalmente, si lo que se quiere postular es que la imagen, la representación visual, posee mayor valor que la palabra, la sentencia es altamente discutible.

Fue en un libro del filósofo italiano Cornelio Fabro donde leí por primera vez la provocadora vuelta del revés del tópico: “Una palabra vale más que mil imágenes”. No recuerdo en qué contexto se afirmaba, pero en nuestra dialéctica palabra / imagen, el *anti-tópico* parece bastante oportuno.

Entiendo imagen como representación visual, y no como ejemplo. La palabra, en cambio, es un significado abstracto que viaja a través de un sonido dibujable desde la escritura.

La palabra *mesa* responde a una abstracción, pues “la mesa” no existe: existen mesas concretas. La palabra es más general, más abstracta. Las imágenes son siempre concretas: esta imagen.

Los libros dejan más suelta la imaginación, en tanto que las películas optan por una representación. “No me lo imaginaba así”, porque cada uno se imagina los personajes a su manera.

La palabra y la imagen se mueven en universos distintos, no intercambiables. Difícilmente una palabra, por muy material y singular que sea su significado, podría ser abarcada por una imagen. La palabra “mesa”, que designa un mueble universal y concreto puede, en efecto, ser visualizada fácilmente. Lo que sucede es que cualquier palabra, por concreto que sea su sentido, suele tener adheridas acepciones figuradas. Por ejemplo: en el ejemplo propuesto, mesa *redonda* o mesa *de negociación* quedarían fuera del icono “mesa”. Si el término es abstracto, la dificultad es mucho mayor. ¿Qué imagen puede expresar la definición agustiniana de libertad: “autodeterminación hacia el bien”? Lo cual no significa que el proceso inverso sea posible. ¿Una palabra o un discurso pueden sustituir la imagen de El Escorial? Por tanto, hay que postular la no intercambiabilidad entre palabra e imagen. Pero, ¿cuál es la primacía ontológica? ¿Entenderíamos El Escorial sin palabras? ¿captaríamos la disposición arquitectónica de El Escorial sin imágenes? Quizás hayamos de advertir que sin palabras no se habría construido El Escorial, y no por lo ocurrido en Babel según el relato bíblico, que los operarios no podían entenderse por hablar lenguas diferentes, sino por la sencilla razón de que El Escorial es un constructo racional, y las palabras, el discurso lingüístico son la expresión más cabal de nuestra racionalidad. Por tanto, no solo no podríamos entender El Escorial sin palabras, sino que no podríamos haberlo construido ni diseñado.

Las imágenes son percibidas por hombres y animales. ¿Los animales entienden lo que ven como nosotros? ¿Poseen pensamiento simbólico, capacidad de abstracción? No. Por eso no hablan ni piensan con palabras.

Buena parte del arte contemporáneo ha querido emanciparse de la palabra, de la excesiva racionalización o, simplemente, de toda lógica. En la literatura también se intentó por el dadaísmo. Pero los discursos ininteligibles tienen poco recorrido. Ahora bien, ¿han logrado las artes plásticas esa emancipación? Si lo hubieran logrado, ¿por qué entonces esos ríos de tinta tratando de explicar las obras de arte? ¿No bastaría con contemplarlas? ¿Es que acaso el hombre no puede prescindir de las palabras para entenderse a sí mismo y al mundo, para enfrentarse a las imágenes, para asimilar las imágenes y convivir con ellas?

Las imágenes son elocuentes, pero insuficientes. No basta una exposición icónica del descubrimiento de América para entender el acontecimiento histórico: mapas, fotos de la naturaleza, representaciones de sus habitantes, etcétera. Necesitamos un discurso explicativo. Por muy prolija que sea una muestra en imágenes, sin discurso verbal no podemos poseer un conocimiento cabal del evento, a pesar de que su objeto, como es el caso del mencionado, haya sido, sobre todo, un cúmulo de *acciones*, no de *palabras*.

En los museos, en las exposiciones de arte la gente ansía embadurnarse de palabras: seguir explicaciones a través de un aparato, un libro, un guía. “No hay nada que entender”, afirman artistas. Pero la gente quiere entender o incluso leer, aunque no entiendan lo que lean. La ininteligibilidad de los discursos (a los que nos tienen acostumbrados a menudo los críticos de arte) siempre ha poseído cierta aura mágica, aunque coincidimos con Ortega en que la claridad es la cortesía del filósofo.

Las ilustraciones de los libros: las de Doré de la *Divina Comedia* o del *Quijote*. ¿Suplen la lectura del libro? Son una obra de arte en su género, el del grabado, pero no sustituyen a las palabras.

Tan absurdo sería denostar las imágenes cuanto el arte que ha surgido en torno a ellas: escultura, pintura, fotografía, cine, etcétera. Pero de lo que se trata aquí es de avanzar en una dialéctica entre la palabra y la imagen. Hemos concluido que las imágenes y las palabras no son intercambiables, y que las palabras preceden ontológicamente a las imágenes. El hombre puede vivir sin fotografía, sin cine, sin televisión, sin internet (lo ha hecho durante miles de años). Pero no puede hacerlo sin palabras.

La imagen y la polis

La República romana fue gobernada durante 500 años por ciudadanos de carne y hueso que ejercían una magistratura colegiada y temporal. En el Imperio, sin embargo, asistimos a un gobierno personal y vitalicio y, lo que es más sorprendente, divinizado. ¿Cómo ha tenido lugar ese proceso de deificación tan contraria al alma romana? Las esculturas contribuyeron poderosamente a ello al comenzar a esculpirse desnudos algunos magistrados y generales, ya que la desnudez era atributo de la divinidad. En la contienda civil entre Octavio y Marco Antonio, prólogo del imperio, el primero se asimiló al dios Apolo y el segundo al dios Dionisos, también iconográficamente en las monedas. Esa divinización, que repugnaría a cualquier republicano como Catón el Censor o Cicerón, fue rechazada

por los cristianos. De modo que, oh paradoja, cuando un cristiano se negaba a dar culto al emperador no solo estaba defendiendo su fe, sino un principio esencial del espíritu romano, cristalizado en los largos siglos de la República.

Las imágenes de gran tamaño que pueblan nuestras ciudades por efecto de la publicidad, (empresarial o estatal), han introducido estos iconos imposibles antes de la invención de la fotografía. Es interesante el ejercicio de comparar los modelos perfectos –hombre y mujeres- que pueden visualizarse en las paradas de autobús con las personas reales que están en espera del vehículo. Ese contraste abismal entre un mundo virtual y el mundo real no puede provocar más que profundas disfunciones.

En el siglo XIX se produce el gran invento: la fotografía, imagen mecanizada. Vilem Flusser afirma que es un invento de la importancia de la escritura. Esa “copia” de algo que existió en un ahí y un ahora es un hecho nuevo en la historia.

Antes de los últimos dos siglos nadie podía contemplar representaciones tan exactas como las que logra la fotografía. Cuando no había museos, las imágenes a las que se tenía acceso eran las de las iglesias. Las pinturas solían estar en palacios no accesibles.

La era icónica ha introducido en el mobiliario urbano fotografías y aún vídeos a menudo de gran tamaño, lo que origina que un adolescente –persona en formación y conformación de su identidad- pueda compararse con imágenes de diseño, más allá de las reales de las personas de su entorno.

La prensa –con sus titulares atractivos–, la fotografía y el cine han influido notablemente en la literatura. El puesto de una librería se ha convertido en un espectáculo de colores y fotografías con lemas verbales a modo de titular. Por su parte, la literatura proporciona al cine muchas de sus historias.

El mitin político supone una escenografía perfecta para el embaucamiento: lo más opuesto a la lectura y debate sobre un programa. Hay una claqué de aplaudidores, frases breves y contundentes, decoración teatral.

La preponderancia de las imágenes sobre el discurso racional pone en marcha un proceso de infantilización. Es más pueril la frase que el razonamiento, pues la capacidad argumentativa se desarrolla paulatinamente con la madurez. Vivir de fregonazos de *tweets* corresponde a una existencia inmadura. Irracional y retrógrado fue divinizar a los políticos en Roma, a la par que una estrategia para consolidar una tiranía.

La explotación de las imágenes mueve ingentes sumas de dinero. Al comprar un libro, la relación comercial ha concluido. Cuando se adquiere un libro electrónico, sin embargo, la relación no se acaba, sino que se inicia, al comprador se le succiona, conocidos sus hábitos de consumo, se le solicitan actualizaciones, si es que no sucede que el producto queda obsoleto e inservible.

La industria del juego también se ha trasladado del ámbito social al individual: recreativos, consola, móvil. Lo cual repercute en la educación: a quienes reducen el ser humano a un consumidor les interesa una mano de obra rápida y fresca (reducir los años de las licenciaturas) y gente entretenida (se marginan las humanidades).

Prototipos humanos

La literatura ha contribuido a configurar una serie de prototipos antropológicos que han desfilado a lo largo de la historia: el héroe, el filósofo, el orador, el mártir, el santo, el caballero, la *donna angelicata*, el cortesano, el discreto, etcétera. A la era icónica pertenece uno de nueva creación: el *sex symbol*, en el que el atractivo físico se transforma en icono con independencia de la belleza interior. La exaltación de la belleza femenina medieval y moderna venía acompañada de la discreción (virtud intelectual) y de la honestidad (virtud moral). Ahora podemos adorar a dioses o diosas de sensualidad fascinante sin atender en absoluto a probidad intelectual o moral alguna. Una consecuencia de este proceso es la sacralización de los actores. Antes de la fotografía y el cine, el mérito era más bien del autor y su obra. La verosimilitud embaucadora de la fotografía y del cine, que consagra el primer plano (imposible en el teatro) ha logrado que los actores sean más conocidos que los autores y casi que las obras. Es universal la imagen de Marilyn Monroe con su falda en movimiento y pocos pueden identificar a qué película pertenece el fotograma, y mucho menos al director o al guionista.

En la creación de estereotipos hay que distinguir entre la propaganda política (Julio César, Octavio Augusto...), la mitificación literaria de personajes históricos o pseudohistóricos (Aquiles, Alejandro) y la conformación de mitos-estereotipos literarios: el héroe, el caballero, el cortesano... En todas estas mitificaciones la imagen ha sido secundaria y a menudo idealizada, inventada y no realista: hasta el punto de que la mayoría de representaciones de personajes de la Antigüedad son dudosas. El cine y la televisión han provocado que por primera vez el protagonista de un drama sea el actor. No recuerdo ninguna trama de Starsky y Hutch: recuerdo a Starsky y a Hutch, o sea, a dos actores. Hasta entonces el protagonista había sido la trama (Electra) o el autor (Lope), no el actor. En la ópera ya empezó a darse el divismo, dada la cercanía de los actores y el público, pero ha sido el primer plano del cine y de la televisión lo que ha permitido la sacralización de las imágenes, la mitificación de los actores.

Mito, según el DRAE, es “personaje literario o artístico que encarna algún aspecto universal de la condición humana. *El mito de don Juan*”; “persona o cosa rodeada de extraordinaria admiración y estima”; y finalmente “persona o cosa a la que se atribuyen cualidades o excelencias que no tiene”.

El cine ha creado modelos antropológicos donde lo que prima es la apariencia. El héroe, el atleta, el pensador, el orador, el caballero, la *donna angelicata*, el cortesano o el discreto podían ser bellos o bellas, pero la belleza corporal era un plus de una belleza moral.

La foto, el cine, posee un efecto sacralizador. ¿Por eso el Antiguo testamento y el Corán prohíben las imágenes?

El actor ha sustituido al sabio, al sacerdote, al poeta, que poseían un valor añadido: una vida y unas palabras, más o menos bellas, más o menos verdaderas. El cine y la fotografía han encumbrado de forma desmedida a los actores (figurantes). Se da mayor credibilidad a la ficción. Se valora más imitar que ser.

La verosimilitud de la fotografía y del cine han devenido en una suerte de tiranía: lo fotográfico se impone a lo verosímil, el hecho se consagra frente al idealismo que ha caracterizado a la literatura desde Homero hasta Cervantes. Algo parecido puede decirse del alarde escenográfico. El texto de la obra se subordina a la puesta en escena.

Algunas conclusiones

Cuando se hace un descubrimiento se produce un deslumbramiento. Es comprensible. Don Quijote se fascinó con la lectura de libros, porque era propietario de una biblioteca, algo impensable antes de la invención de la imprenta. Los libros eran escasos y caros. Un hidalgo no habría podido permitirse una librería privada. Pero la invención de la imprenta lo hizo posible. Fue un hallazgo prodigioso, que provocó la extensión de los libros y la lectura.

Algo semejante ha ocurrido con la fotografía, el cine, la televisión e internet. Son descubrimientos fascinantes que permiten la creación de nuevos mundos, que multiplican infinitamente las posibilidades artísticas. Pero pasado el momento de éxtasis, las cosas deben reubicarse. No se trata de plantear cuestiones disyuntivas, sino copulativas. Puede convivir la prensa, la radio, la televisión, internet y los libros. Ciertamente, el surgimiento de algo nuevo redistribuye, reorganiza, y hay ramas que se desgajan del árbol y se pierden. Puede seguir existiendo la prensa de papel, pero posiblemente en un número muy inferior. La radio en cambio se ubica mejor en la red. Pueden editarse libros en papel, pero disminuyen las tiradas porque es posible imprimir según pedido y evitar el oneroso almacenaje. Pueden introducirse los dispositivos electrónicos en las escuelas, pero ello no obliga a suprimir las bibliotecas. No hay por qué plantear la alternativa libro de papel o libro digital. Pueden convivir ambos formatos.

La lectura será siempre un proceso arduo pero necesario, imprescindible. La lectura es ardua en la fase de la adquisición del hábito. Una vez que el hábito está adquirido la lectura es gozosa, y permite, desde el monte de la abstracción tener una visión sobre el valle de la imagen que solo desde esa elevación puede existir.

Palabras e imágenes son importantes. Pero una palabra vale más que mil imágenes.

Referencias

Barnés, A. (2014). *Elogio del libro de papel*. Madrid: Rialp.

Barnés, A. (2015). Felicitas. Culto y logos. *Polis. Revista de ideas y formas políticas de la antigüedad clásica*, 27, 7-25.

Calasso, R. (2014). *La marca del editor*. Barcelona: Anagrama.

Cicerón, M. T. (1997). *La invención retórica*. Madrid: Gredos.

Darnton, R. (2010). *Las razones del libro: futuro, presente y pasado*. Madrid: Trama.

Zanker, P. (1992). *Augusto y el poder de las imágenes*. Madrid: Alianza Editorial.