



Comunicación y Hombre

ISSN: 1885-365X

comunicacionyhombre@ufv.es

Universidad Francisco de Vitoria

España

Barraca Mairal, Javier

La imagen como fuente de reflexión y compromiso ético

Comunicación y Hombre, núm. 14, 2017, pp. 145-158

Universidad Francisco de Vitoria

Pozuelo de Alarcón, España

Disponible en: <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=129453532009>

- ▶ Cómo citar el artículo
- ▶ Número completo
- ▶ Más información del artículo
- ▶ Página de la revista en redalyc.org

redalyc.org

Sistema de Información Científica

Red de Revistas Científicas de América Latina, el Caribe, España y Portugal  
Proyecto académico sin fines de lucro, desarrollado bajo la iniciativa de acceso abierto

**Dr. Javier Barraca Mairal**

Universidad Rey Juan Carlos

@ [javier.barraca@urjc.es](mailto:javier.barraca@urjc.es)

ID 0000-0001-5019-1771

■ Recibido / Received  
1 de marzo de 2017

■ Aceptado / Accepted  
10 de abril de 2017

■ Páginas / Pages  
De la 145 a la 158

■ ISSN: 1885-365X

# La imagen como fuente de reflexión y compromiso ético

The image as source of ethics reflection and engagement

El texto plantea la cuestión del valor de la imagen, creada por el ser humano, para la reflexión moral y la generación del compromiso ético. Frente a visiones recelosas con las imágenes, que desconfían de sus efectos éticos, en este trabajo se combaten esta clase de tópicos. Se advierte acerca de la fecundidad y las enormes posibilidades de una integración adecuada entre la imagen creada -mediática o artística- y la formación en valores. Para ello, se plantean algunas claves de esta mutua interacción. Además, muestra esta fecundidad en el contexto de lo comunitario y organizativo, no ya sólo en relación con lo individual. Finalmente, aconseja, acompañarla de la palabra dialogada y la reflexión comunitaria, para desarrollar valores, con creatividad, en el contexto del encuentro interpersonal profundo.

---

**PALABRAS CLAVE:** imagen, ética, arte, valores, organizaciones, compromiso

This essay shows the great value that a right use of the images, created by human beings, may have on ethics reflection and moral engagement. Still today very often we find conceptions about images that consider them as enemies of ethics and human values. This essay explores some of the big possibilities that a careful use of the images, both in media and in Arts, could have for moral education. That is why the article offers some practical keys on this topic. The paper shows this both for individuals and groups or organizations. Finally, the text ends suggesting the relationship between images and words, dialogue and social reflection, in order to develop values, with creativity, in the context of personal and deep encounters.

---

**KEY WORDS:** image, ethics, arts, values, organizations, engagement

*<<El arte no reproduce lo visible, sino que hace visible>>* (Paul Klee).

## 1. Imágenes, ética, sufrimiento: provocación inicial para una reflexión

¿A quién no conmoverán las descarnadas fotografías de los cadáveres de esos niños migrantes, arrojados por el mar sobre las playas de la opulenta Europa, en este supuestamente

avanzado siglo nuestro, el XXI?, ¿A quién no sacudirán, por dentro, los tenebrosos vídeos que reflejan a los infantes famélicos del tercer o cuarto mundos?, ¿Quién no se horrorizará con la reproducción mediática de las ejecuciones masivas, las matanzas, la destrucción provocada por el fanatismo, el odio, la guerra o las catástrofes naturales, todavía en nuestro tiempo?. La globalización actual, con sus ambigüedades y contradicciones, también alcanza a desconcertarnos a través de imágenes, imágenes reproducidas tecnológicamente que parecen saltar por encima de nuestros protectores muros (A. Alonso editor: 2016).

Sin embargo, tampoco algunas de las horribles imágenes del siglo pasado van ni mucho menos a la zaga de las ya citadas. Macabras son, sin duda, las ofrecidas por aquella horrenda multitud de cadáveres amontonados - los de los prisioneros asesinados en los campos de exterminio nazis-, que es transportada, como una carga vergonzante, hacia las anónimas fosas comunes. Y, no menos atroz, aquella otra de los rostros demacrados de los torturados, tras las alambradas del horror; o la de las pilas enormes de sus despojos, sus zapatos, sus pertenencias personales... O la de aquellos prisioneros obligados a disfrazar el horror con la demente escena de su propia interpretación musical, en una funesta orquesta de la muerte, a modo de sádica paradoja.<sup>1</sup> Pero, sobre todo y ante todo, estremecedora y execrable imagen, llena de miedo e inocencia, la de esos niños; sí, la de los niños aterrorizados, que se ven arrancados de sus familiares, y marcados para su implacable y sistemática destrucción.

Pues bien, se ha dicho que todas estas imágenes no deberían siquiera existir, y que es preciso destruirlas, pues su sola realidad ya ofende la memoria de las víctimas que en ellas aparecen. Ni aún para recordar a los muertos ni para prevenir frente a estos horrores, se ha afirmado, resulta legítimo grabarlas, difundirlas por los medios o contemplarlas. Algo parecido –no idéntico- se afirma, hoy, del uso de determinadas imágenes particularmente cruentas en publicidad, propaganda, marketing o incluso en las campañas para paliar los accidentes, las epidemias, las masacres o catástrofes, en la lucha contra el terrorismo o en la denuncia de los crímenes más espeluznantes (Ferrer: 2001). Ello, a causa de que se juzga que en el sufrimiento de las personas y en su ser comunicado se conserva siempre algo de “sagrado”, de íntimo, de intocable.

Ahora bien, a partir de estas primeras evidencias, surge paso a paso toda una compleja serie de interrogantes; interrogantes tales como: ¿hasta qué punto es esto realmente así, y en qué medida puede ser contestado? ¿Caben o no formas de interpretar la existencia y el recurso a estas u otras imágenes que resulten fecundas moralmente, en un sentido profundo?

¿Se limita esta fecundidad al nivel personal, como parece se ha planteado hasta hoy, o puede desarrollarse en el ámbito comunitario u organizativo, de acuerdo con lo que aquí va a proponerse? ¿Cuáles son las claves, en fin, para una fructífera relación entre la imagen y los valores, desde la perspectiva de la reflexión y el compromiso éticos, tanto en el registro de la persona como en el del grupo o la colectividad?



1. Fotografía “El tango de la muerte”, en: *El proceso de Nuremberg*, J.J. Heidecker y J. Leeb, Bruguera, Barcelona, 1962.

## 2. La “fecundidad” para la formación en valores de la imagen creada

La imagen visual engendrada por los seres humanos, y en especial la creada mediáticamente y la artística, cuando son vividas adecuadamente, ofrecen posibilidades riquísimas para la participación en muy diversos valores, para el desarrollo y la educación en sentido integral y, en fin, para activar el compromiso personal o comunitario frente a la realidad. Pero, por desgracia, gran parte de estas posibilidades permanecen todavía inexplicablemente inexploradas, salvo algunas honrosas excepciones como las que recientemente encarnan quienes desde la formación ética están hoy revelando la fertilidad del recurso a la imagen cinematográfica, por ejemplo la profesora Almacellas (Almacellas: 2004). Esto, acaso, por un complejo recelo, difícil de desterrar, en relación con todo lo icónico. Resulta casi escandalosa la ausencia de aprovechamiento formativo de la imagen mediática y artística visual, en concreto específicamente en el terreno « ético » de la educación. Pensemos en el bien qué pueden hacer a este respecto la fotografía, el video, el cine, la pintura, la escultura, la música, rectamente usadas, en el campo de la formación en valores. Parece como si educación ética –la denominada « formación en valores éticos», en términos actuales- e imagen creada, mediática o artística, se mantuviesen a una prudente y desconfiada distancia mutua (cuando no en una abierta confrontación, según muchos).

Debido a esto, ya es hora de que la imagen creada por los seres humanos y la ética cesen en esta árida suspicacia recíproca (que les es ajena, y viene importada desde opacos intereses), y comiencen a cooperar estrechamente. El futuro exige su colaboración, de un modo profundo y urgente, porque no cabe aspirar a un ser humano y una sociedad mejores, en sentido auténtico, sin la fecunda alianza de ambas esferas.

En definitiva, la imagen creada o engendrada por los seres humanos puede y debe orientar nuestra libertad hacia la respuesta a los mejores valores, sin forzarla; en definitiva, invitar y animar al compromiso con dichos valores. Quizás debido a esto, ya desde antiguo, ciertas imágenes se han considerado también precisamente como capaces de inspirar o de sugerir lo más elevado y excelsa en el ánimo humano.

En cualquier caso, en el momento presente, nuestras comunidades y sociedades no pueden dejar pasar sin grave riesgo la hermosa oportunidad, las fecundas posibilidades, que la imagen brinda a la formación ética y en valores. La educación moral o en valores, la educación en clave humanista, ha de acertar a incorporar este magnífico poder, esta característica influencia de las imágenes que agitan o sacuden conciencias y mueven a reflexionar críticamente acerca del bien o del mal y a avanzar en el compromiso con los valores humanos más básicos. Y esto, no ya sólo desde la perspectiva de los sujetos individuales, como hasta ahora ha resultado lo más habitual, sino también integrando una óptica novedosa sobre ello pero crucial, como es la que aquí se va a sumar: la de los grupos y organizaciones, en cuanto a la necesidad de fomentar su progreso comunitario, en el conocimiento y compromiso con los valores, a través de esta precisa inter-relación.



### **3. Algunas claves metodológicas: de la confrontación a la colaboración, y de lo singular a lo comunitario**

Este breve ensayo pretende, en primer lugar, criticar y desarticular la perniciosa falacia acerca de que ética o responsabilidad (compromiso) e imagen creada por los humanos resultan incompatibles. Para ello, analiza los diversos aspectos, luces y sombras, que el vínculo entre estas esferas puede revestir.

Sin embargo, nuestro propósito y propuestas no quieren limitarse tan sólo a esto. Por eso, en un segundo momento, se procura señalar el hecho de que no tenemos que contentarnos con desmontar este tópico en el ámbito de la educación en valores. Importa enormemente el que, además, tomemos todos conciencia de la necesidad no sólo de evitar dicha confrontación, sino de dar un paso más allá y buscar el que imagen creada y ética “cooperen”, se alien, colaboren juntas a fin de progresar en la promoción de los valores.

A causa de esto, concluiremos aquí estas líneas con un sincero llamamiento, dirigido a invitar a que se explore, en lo sucesivo, con fruto, esta mutua interacción entre la educación ética y las imágenes. Esto, muy en especial, con respecto a las imágenes creadas mediáticamente y las de altura estética y artística (Barraca: 2011). Nos parece que ya es tiempo, incluso que urge, el que se reflexione y ahonde en las fértiles y provechosas relaciones mutuas que cabe establecer, pese a tantos tópicos y prejuicios, en este sentido.

Además, introduciremos un asunto innovador en este terreno: se trata del esfuerzo por referir y aplicar todo esto no sólo al sujeto individual, a su reflexión y toma de posición ética personal, sino asimismo a los grupos y organizaciones. Es este un ámbito, hasta hoy, mucho menos explorado, a este respecto. Pues la ética se ha centrado en la persona, habitualmente, en cuanto ha tomado a esta como protagonista de su acción, por lo que el eje imagen-ética se ha situado también a menudo sobre la coordenada de lo individual. Aquí, sin embargo, pretendemos explorar esta interacción en su registro también interpersonal y comunitario. Indagaremos, así, en una original cuestión, cual es la de cómo convertir la relación imagen y ética en una fuente de fecundidad axiológica profunda, también, en el interior de los grupos y organizaciones. Con este propósito, expondremos y analizaremos ciertas experiencias novedosas concretas, desarrolladas por determinadas organizaciones, en este sentido.

### **4. Aprovechar la fecundidad de la imagen mediática o artística en la educación integral**

En nuestro tiempo, parece que faltan todavía reflexiones y estudios adecuados, de calado filosófico, acerca de la fecunda posibilidad de una interacción honda entre la imagen creada, ya sea mediática o artística en general, y la educación, desde una perspectiva integradora. En especial, esta fértil aplicación de la imagen al campo de la formación cobra un particular



sentido en el terreno concreto de la formación ética actual, incluso aún más de la formación en valores y el compromiso moral, hoy sin duda acuciantes.

Un primer reto o dificultad que esta línea de trabajo debe sortear consiste en guardar, verdaderamente, un arduo equilibrio. Se trata de la armonía entre los diversos elementos puestos, aquí, en juego. Así, por ejemplo, esta colaboración de la imagen en la educación ética tiene que equidistar siempre entre los extremos "esteticista" o formalista -por un lado- y "moralista" o dogmatizante -por otro-. También, ha de integrarse el carácter especializado y preciso de esta palpitante cuestión con cierto espíritu de amplitud de miras, omnicomprensivo, tendente a lo universal, que acompaña siempre a lo mediático y lo artístico. Han de conjugarse, en síntesis, armónicamente, los aspectos estéticos y los éticos. Necesitamos, además, investigaciones integradoras, teóricas y aplicadas al tiempo, que aborden este desafío de modo riguroso y que, a la vez, ahonden en sus elementos esenciales, proyectándolos sobre ejemplos concretos, para mostrar su amplio alcance. Sin embargo, tal como exponemos, esta rica labor no constituye una empresa sencilla de acometer, dado que requiere una perspectiva y un perfil muy singulares, a la par que especializados y humanistas.

Se han dado, dentro de esta rara intersección, algunas experiencias actuales más o menos aisladas y fructíferas. Así, recientemente, se ha recurrido a la pintura en la formación ética a través de las nuevas tecnologías. Méndez, por ejemplo, en España, ha aprovechado con singular acierto estas posibilidades, en relación con el entorno digital. Por medio de célebres obras de la pintura y fotografías, ha interrogado a los jóvenes acerca de ciertas ideas relacionadas con los valores. Esto ya es un avance, pues utiliza de un modo sistemático las imágenes pictóricas y fotográficas para formar en valores, y sitúa este esfuerzo en un marco específico, de tipo educativo, de acuerdo con unos contenidos previamente expuestos.<sup>2</sup>

Desde luego, esto conecta con una tradición de enorme fecundidad, algunos de cuyos más célebres antecedentes se hallan en el uso didáctico del arte desarrollado ya desde nuestros ancestros más primitivos, en la época clásica y la edad media –vidrieras, capiteles, frescos, pórticos, retablos, mosaicos, etc.- o el resto de las sucesivas etapas históricas. En España, un pensador contemporáneo que ha destacado en la reflexión acerca del extraordinario valor formativo y ético del Arte en general es A. López Quintás (Quintás: 1993)<sup>3</sup>, quien ha invitado a aprovechar, con creatividad y profundidad, estas inmensas posibilidades educativas.

Conviene enseguida advertir que este aprovechar, auténticamente, la fecundidad formativa de la contemplación visual, reclama el atender a numerosos y complejos aspectos, parte de los cuales se persigue aquí explicitar. No se trata sólo de mostrar unas u otras imágenes, e interrogar acerca de unos u otros valores, cuestiones o problemas éticos. Preguntar es un método de enorme calado, pero toda propuesta formativa, integradora también en esto, no puede o debe limitarse ni circunscribirse al mero cuestionar. Además



2. Cf. el proyecto y materiales elaborados por el equipo de investigación de Estudios de Axiología para el MECD de España (CNICE), titulados: «Vivir la Ética». En: <http://contenidos.educarex.es/cnice/etica/enlaces.htm> (consultado el 10-8-2016).

3. Este autor se ha centrado en la literatura, y también más recientemente en la música, como claves para la pedagogía ética, pero asimismo ha explorado el poder formativo de la imagen pictórica e incluso del cine. Cf., su obra *El arte de pensar con rigor y vivir de forma creativa*, Asociación para el estudio de las ciencias humanas y sociales, Madrid, 1993.



de ello, se ha de ir más allá de un mero enmarcar este acto dentro de algún ambicioso programa o sistema de contenidos educativos precisos, y así del vincularlo a unos conceptos e ideas determinadas, bien articuladas. Hay que ahondar, junto a esto, en lo más profundo de estos procesos humanos y educativos; abrirlos, desde su interior, y no sólo cumplir metas u objetivos, previamente programados. Además, desde la conmoción interior y la reflexión inicial, suscitadas por las imágenes, ha de pasarse a la reacción vital integral, al compromiso estable con los valores, vividos gracias a la imagen, a la fidelidad a la propia responsabilidad personal.

La extraordinaria fecundidad de la imagen, mediática e incluso artística, para la formación ética y en valores, presenta así numerosas aunque siempre enriquecedoras demandas, algunas singularmente profundas y complejas. Empezar a identificarlas y clarificarlas, en parte, constituye precisamente uno de los motivos específicos de la presente investigación, investigación que conviene conecte, dado su tenor moral, con una auténtica reflexión personal, a la que ha de acompañar asimismo una labor ulterior de tipo analítico y crítico. Ofrecer, sin embargo, una meditación de la que quiera extraer alguna clave práctica para la interacción de la ética con la imagen, resulta difícil de lograr si no se toma como punto de inicio alguna clase de imagen particular. Debido a esto, aquí, se ha comenzado por traer a la consideración imágenes concretas, dotadas de una carga y significación éticas patentes, como todas las mencionadas en las líneas de inicio. También, por esta misma causa, deberán ser mencionadas otras de un carácter diverso, a lo largo de las sucesivas consideraciones que se van a entretejer.

En este sentido, parece que toda reflexión moral acerca de lo icónico comporta atender igualmente a esa característica clase de imagen que supone la engendrada por el arte. De esta forma, en el análisis de la relación imagen-ética, no procede excluir la esfera de la creatividad estética humana. De aquí, la necesidad a este propósito de convocar, para favorecer un uso verdaderamente fecundo de la contemplación de tipo fundamentalmente visual, a determinadas obras de arte concretas. Pero, ante todo, además, tales obras han de verse interpretadas siempre de un modo profundamente personal, “vocacional”, de manera que representen auténticos encuentros humanos con lo artístico. Justamente, este prisma – el del ámbito del encuentro personal y vocacional con el arte- es el que han adoptado quienes han acometido, con mayor calado, el análisis reflexivo de esta conexión, como por ejemplo hizo Juan Pablo II desde la perspectiva de la teología moral contemporánea (Juan Pablo II: 1999). Sólo así, leyendo la imagen artística desde la clave de una fecunda relación personal, como una auténtica llamada vinculada a nuestra propia vocación, se alcanzará a transformar estas fértiles experiencias en un verdadero crecimiento moral, en maduración ética del sujeto.

## 5. La imagen y su valor para la ética

La imagen visual no ha gozado, por parte de algunos, de una excesiva buena reputación desde la perspectiva concreta de la ética, en determinados episodios de la historia del arte y de la estética.<sup>4</sup> Desde la prohibición bíblica de la imagen de Dios –“el ídolo”-, ha habido

4. Resultan innumerables los rastros de esta suspicacia hacia la imagen, que registra la historia de la moral. Desde la crítica contra la mitología hecha por la filosofía antigua, a los más modernos estudios en torno a lo subliminal y la manipulación social a través de lo visual.

quienes la han considerado como una temible arma para fomentar las peores flaquezas morales de los hombres. La censura de ciertas imágenes y su destrucción (la tendencia « iconoclasta » contra la que luchó san Juan Damasceno, por ejemplo) ha acompañado desde siempre al ser humano, que las ha juzgado en ocasiones la mayor profanación posible de lo santo y lo sagrado, y una verdadera « llave de oro » para la peligrosa caja de Pandora de la corrupción social y moral. (Besançon, 2003).<sup>5</sup>

Sin embargo, cabe también una concepción de la imagen como camino hacia los valores y la ética, que sin duda, hoy, debemos desarrollar. Esto, dado que habitamos ya un mundo de imágenes, una sociedad icónica cada vez en mayor medida. Por eso, las posibilidades de la imagen, en concreto, como cauce de formación ético, no pueden seguir desdeñándose. Merecen un estudio detenido, que potencie de manera específica este fecundo modo de mejorar a los hombres y sus sociedades, de promover los valores.

## 6. Iconos, valores y personas.

La imagen puede coadyuvar a mejorarnos como personas y como sociedades. Esto, aunque muchos se resistan a admitirlo, aún hoy, desde determinadas posiciones, en cierto sentido retrógradas o, al menos, plagadas de inercias heredadas, como se verá. Estas imágenes pueden ser o no imágenes de personas. Pero, necesariamente, las mediáticas y artísticas serán siempre « para » o « hacia » las personas, y « de » o « desde » las personas. Esto salva la supuesta, y para algunos escandalosa, « des-humanización », des-personalización, del arte y la comunicación contemporáneos, que denunciara ya Ortega en su celeberrimo texto *La deshumanización del Arte* (Ortega y Gasset, 1966). Ciertamente, con frecuencia, son antropomorfas las características imágenes piadosas de los dioses, las imágenes conmemorativas que exaltan a emperadores o reyes, las de escenas, sucesos o pasajes destacados y aleccionadores, las de episodios referidos a héroes o santos en general. Todas ellas se han prodigado, multiformes, a lo largo de la historia, pese a sus opositores y los recelos levantados en torno a esto (frescos, estatuas, tablas, óleos, sargas, tapices, monedas, sellos, fotografías, cine, etc. ofrecen un elocuente, para algunos más bien locuaz, testimonio).

Hoy, además, contamos con la imagen que reproduce su representación de forma mecánica o automática. Pues bien, cabe advertir que esta también puede ayudarnos éticamente, en un alto grado. Eso, a pesar de que muchos se escandalizarían con una proposición tan optimista, debido a su escéptico juicio acerca de la significación de la imagen o representación tratada tecnológicamente, por cuanto la juzgan desprovista de auténtica creatividad estética o artística. Desde luego, al menos, tal como perspicazmente anunció W. Benjamin (Benjamin: 1982), en su célebre ensayo *La obra de arte en la época de su reproductibilidad técnica*, la progresiva expansión de la imagen reproducida técnicamente ni excluye lo artístico ni en absoluto resulta neutral, en relación con la evolución humana y social.

Pensemos en la fotografía; ella encarna lo real con peculiar pujanza, y transmite con extrema eficacia mensajes de todo tipo; y, así, también -claro está- aquellos que implican

5. Sobre esta milenaria "estigmatización" de la imagen, cf., hoy en día: *La imagen prohibida*, de Maurice Besançon, Biblioteca de Ensayo, Siruela, Madrid, 2003.



una más grave carga moral (recuérdense las reproducciones fotomecánicas, tachadas de auténtico “escándalo” visual, vinculadas a los campos de exterminio, las bombas atómicas, el terrorismo, el hambre, la pornografía, etc.) Así, la imagen fotomecánica ofrece y trata un contenido que puede resultar más o menos violento, cuestionable y reprobable en la materialidad de su carga moral, pero que brinda, al menos en cuanto denunciable desde la perspectiva ética, oportunidad para la reflexión y, en su caso, para la reacción crítica y el compromiso en la lucha contra aquella forma de abuso o manipulación concreta de la dignidad personal que en ella se refleje. Por esto, tal vez, la suspicacia que a menudo convoca la imagen fotomecánica se asocia más bien al poder de manipulación que se le atribuye, y ciertamente asimismo al hecho de que ella puede ser a su vez manipulada y alterada estratégicamente hasta convertirla en un fabuloso medio de distorsión de lo real y dominio de los sujetos. Sin embargo, la manipulación, en cuanto tal, ya sea a través del lenguaje verbal o icónico, ya recurra a unas u otras estrategias o técnicas, no constituye sino una tentación o posibilidad permanentes que amenaza al ser personal y sus diversas manifestaciones, no un destino inexorable del humano coexistir, tal como los lúcidos análisis en torno a ella de López Quintás han desvelado (López Quintás: 1998).

En concreto, la imagen dinámica -del cine, el video, el montaje audio-visual, la imagen de ordenador, etc.-, además, logra presentar la misteriosa faceta narrativa o discursiva, temporal, del hombre. Enseña, pues, también, el hondo discurrir de la vida y su derivación ética, cuando es profunda y está creativamente elaborada. Recordemos las obras cinematográficas que abordan explícitamente estas transformaciones morales en los sujetos, gracias al transcurso de la narración visual, como « El tercer hombre », interpretada por O. Wells, o « La naranja mecánica » de Kubrick. Ahora bien, en nuestro propio tiempo y contexto, todavía se requieren trabajos, experiencias y expertos que exploren con hondura, con todo el detalle necesario, el enorme fruto axiológico y moral que cabe extraer de lo cinematográfico, así como de muchas otras formas de creación de imágenes por parte de los seres humanos. Un testimonio práctico, a la par que riguroso, del extraordinario valor formativo del cine es el que ofrecen, hoy, los trabajos especializados, dirigidos a la orientación y tutoría, de la educadora y filósofa española M. A. Almacellas, quien aplica con una gran fertilidad el profundo método pedagógico del pensador contemporáneo A. López Quintás (Almacellas: 2009).

## 7. Hacia un humanismo de la imagen

La imagen posee una particular fuerza formativa para el bien, al igual que para el mal –la temible corrupción de la conciencia o su manipulación-, porque el hombre es un ser sediento de imágenes. La persona se alimenta de ellas, se nutre, crece gracias a su sabia (Sartori: 2002).<sup>6</sup> El sentido de la vista constituye uno de nuestros orientadores básicos en el entorno. La cantidad y calidad de la información que proporciona al hombre es inmensa. Por otro lado, posee una capacidad de impronta, en la mente humana, muy peculiar; fija o concreta,

6. Muestra de ello brinda la categoría, a la par antropológica y sociológica, acuñada por G. Sartori, en relación a nuestro tiempo, y que encarna su célebre término: « *Homo videns* ». Cf. G. Sartori: *Homo videns: la sociedad teledirigida*, Taurus, Madrid, 2002.



y graba o marca la memoria con especial intensidad. Además, su poder de sugestión y de reminiscencia sobre la personalidad del sujeto resulta singular, al igual que su fuerza con respecto a la identificación, la evocación, la motivación e influencia (Bandura: 1987).<sup>7</sup> De ahí, el que la propiedad más preciada del hombre -su razón- se haya designado a menudo por medio de expresiones conectadas con lo visual; por ejemplo, se habla de « la luz » del entendimiento, de “ver” como comprender, de « estar claro » para lo inteligible, de « lucidez » como estado de sensatez, o de « perspicacia » para la capacidad de comprensión, etc.

Por otro lado, no debemos excluir la palabra y la imagen recíprocamente. El hombre precisa de ambas. La imagen con palabras nos alcanza más y mejor; la palabra con imagen, también. Sin la reflexión lograda a través de la palabra, la imagen pierde gran parte de su carga de valores. Recordemos la influencia social de la televisión. Por eso, de ningún modo cabe preferir una a la otra en la formación ética, en valores, pues esto empobrecería terriblemente su mutua fecundidad. De aquí, proviene el reclamo actual de un verdadero « diálogo con y a partir del elemento audiovisual », que se sitúa en la entraña de toda fecunda aplicación de la imagen al campo ético, como, por ejemplo, en la simple “conversación” tras su contemplación.<sup>8</sup> Este diálogo admite diversas formas y estilos, de acuerdo con los propósitos concretos y ámbitos en los que se desarrolla según el caso. Cabe plantearlo en un clima más o menos íntimo o cercano (desde el coloquio amistoso o familiar, tras la película, a las tertulias especializadas sobre cine, por ejemplo), o con un enfoque mucho más amplio de público, específico en su acento y coordinado (como el cine-forum como método de formación moral.) Esto, también se ha realizado, como sabemos, a través del medio televisivo, radiofónico, etc. En todo caso, estas modalidades prácticas de formación en valores, a través de la imagen o del cine, reclaman un exquisito cuidado. Por ejemplo, es notable la importancia de “la elección prudente” de la obra o fragmento audio-visual, que debe “ajustarse” al foro o público concretos, y a lo perseguido, etc.

## 8. Peligrosas imágenes. Beneficiosas imágenes

La suspicacia que ha despertado la imagen, en cuanto a la formación ética, no arranca fundamentalmente de su capacidad para representar el mal. Si bien es cierto que, desde siempre y aún hoy, ciertas imágenes provocan en nosotros rechazo, al menos por lo que respecta a la función socializadora. Hoy, por ejemplo, a menudo se denigran aquellas imágenes que sugieren o alientan, incluso celebran, conductas como el racismo, la competitividad extrema, el sexismo y la discriminación, la crueldad desnuda, la impudicia o violación flagrante de la intimidad, una intolerancia fanática, la ofensa ideológica al otro, la

7. Sobre su papel en la motivación, educación y, en general, su facultad de despertar la emulación, de lo bueno y lo malo, cf. los desarrollos psicológicos de A. Bandura, por ejemplo. Cf. la obra ya clásica a este respecto de Bandura, A.: *Teoría del aprendizaje social*, Espasa-Calpe, Madrid, 1987.

8. En España, han sido muchos los que han pretendido difundir la aplicación específica de este principio dialógico a la ética en relación con la imagen. Como, por ejemplo, los profesores: Urbina, de la Cueva, Orellana, de Padura, Almacellas, etc.





insolidaridad crasa, la vulgaridad, la insensibilidad, la codicia o el maltrato, la ira o venganza, la violencia gratuita o brutalidad, el terror real o cualquier forma de inhumanidad, etc. , por esto mismo, tales imágenes pueden usarse para criticar estas actitudes. Su virtualidad resulta, paradójicamente, dual. Así, también, la imagen del mal lo denuncia y condena, indigna o subleva contra él, advierte o previene en relación a éste, e incluso alecciona moralmente frente a su práctica. Puede en fin movernos hacia el compromiso en la lucha contra lo rechazable, animarnos a combatirlo. Pero, a la inversa, la imagen, supuestamente buena, o de lo bueno y bello, con respecto a los valores humanos, puede volverse contra éstos; al descalificar, burlarse o incluso promover animadversión y activa oposición hacia todo ello. De ahí, el que la verdadera fuente de desconfianza, en relación con la imagen, radique en algo mucho más profundo, que su tema u objeto.<sup>9</sup>

De la imagen se ha sospechado por razones muy profundas, incluso metafísicas, más allá de su materialidad. Se la ha asociado al orgullo o la vanidad, de quienes persiguen asimilarse al Creador, por antonomasia, a la intención o voluntad de ser como dioses. Porque al generar la imagen –de Dios, de los otros hombres e incluso del mundo-, el sujeto parece ambicionar crear la realidad misma, engendrarla desde la inexistencia. Esta sutil voluntad de poder se ocultaría bajo la falsificación, y ambicionaría en último extremo un inconfesable deseo de suplantar a Dios mismo. Sin embargo, a nosotros nos parece que, por el contrario, el hombre que realiza la obra de arte o el que crea la imagen visual comunicadora no hace sino “participar” en la Belleza y la Creatividad con mayúsculas, en los trascendentales presentes en todo lo real. Oscar Wilde ha indagado, con una honda metáfora, en esta inquietante tentación y obsesión humanas por dominar lo vital gracias a la apariencia visual.<sup>10</sup> He aquí, se ha juzgado, el auténtico peligro o daño de la imagen.

Por otro lado, su poder representativo alcanza cotas altísimas de verosimilitud, y la apariencia que muestra puede llegar a ser casi indistinguible con respecto a su última raíz. Además, su propia participación en determinadas cualidades –belleza, expresividad, solemnidad, realismo...– la hacen objeto de la admiración humana más elevada, y la llenan de un proverbial poder para la seducción. Los mitos clásicos –siempre actuales- de Narciso, enamorado de su propio reflejo, o de Pigmalión, seducido por la imagen artificial que elaboró, ahondan en estos riesgos ancestrales. Sin embargo, la imagen es tan sólo imagen; « presencia », y presencia fecunda, indudablemente, pero « de lo otro » al cabo. Así, mientras la imagen se mantenga en lo que ella es, no cabe desdeñarla o recelar de ella, injustamente. Ni siquiera la imagen de la persona, a pesar de la fuerza de lo virtual en estos días, substituye del todo a la persona misma; aunque la proyecte, con mayor o menor pujanza en el mundo. Por esto, la imagen no supone, necesaria y ontológicamente, un acto de « usurpación » de lo real, de suplantación de legitimidad, no implica de suyo ilícito subterfugio, ni una deficiencia de nuestro limitado conocer las ideas o la realidad, como sin embargo algunos han insistido

9. De aquí, arranca la necesidad de gestar toda una Filosofía de la imagen, y en particular una Ética de la imagen, que todavía se halla en proceso de germinación. Contribuciones contemporáneas, lúcidas, a esto, se hallan en Gadamer y Habermas, o en Ricoeur y Marion. En concreto, cf. *Verdad y método*, de H.G. Gadamer, Sigueme, Salamanca, 1977.

10. Su *Retrato de Dorian Gray* nos brinda una introspección en ello, plena de sugerencias y valor.

en interpretar el mito platónico de la caverna y las sombras (Platón, 2005). Ni la idolatría bíblica, ni el fetichismo o el totemismo, antiguos y modernos, constituyen un destino de la imagen. La imagen no implica endiosamiento ni adoración, en sí, ni hurta el alma o espíritu de lo real. Ni siquiera lo más ambicioso de ella: el retrato artístico. Debido a esto, no podemos demonizar en las obras de Tiziano, Velázquez o Goya, ni siquiera la supuesta reducción pictórica del sujeto a su exaltación, pues, curiosamente, de algún modo, éste la transciende; o a Solana, Zuloaga, Julio González, su empeño por capturar el alma del pueblo y de las gentes, que –viva- escapa, por su fuerza, indemne, a toda fijación.

A lo anterior, se suma el que, por otra parte, imágenes de personas en actitudes nobles y moralmente bellas han servido siempre como fuentes para despertar -vía emulación- lo mejor en nosotros. De esta manera, las imágenes de lo bueno han motivado el compromiso y la responsabilidad en sujetos y comunidades.

Pensemos, simplemente como un ejemplo, en el célebre cuadro *Las lanzas* o *La rendición de Breda* de Velázquez, o películas que recrean actos heroicos o simplemente admirables (como en *Doce hombres sin piedad* la defensa del principio de la presunción de inocencia, o en *Brave heart* la libertad frente a la tiranía, etc.).

## 9. Un terreno novedoso sobre el que proyectar la relación ética-imagen: las organizaciones actuales

Tal como se ha apuntado, en determinados momentos de este trabajo, existe hoy todo un original campo sobre el que conviene proyectar los análisis y reflexiones aquí desgranados. Se trata del complejo terreno de las organizaciones contemporáneas, cuya consideración y relevancia no ha dejado de progresar en nuestro tiempo. Ahora bien, ¿puede la relación imagen-ética, en cuanto a su fecundidad moral como recurso formativo, trasladarse en este otro ámbito? ¿En qué grado se ha hecho ya? ¿Qué claves de interés cabe apuntar en este sentido?

Pueden mencionarse algunos ejemplos y casos innovadores de este recurso contemporáneo a las imágenes, con el fin de suscitar el par reflexión-compromiso, en grupo y “de” grupo, o por parte de estos. Esta última forma del conocimiento y el compromiso éticos no se orienta al sujeto aislado, sino que busca dinamizar éticamente al grupo como tal, al grupo, comunidad u organización en cuanto tales, cual un todo o unidad, y no ya como meros agregados o sumas de individuos. Estas innovadoras experiencias, ensayadas hoy por diferentes organizaciones y equipos, incorporan en parte las claves para una fértil relación general entre la imagen y la ética, aquí ya expuestas. Pero lo hacen siempre, al tiempo, como es lógico, con creatividad, adaptándolas a su propio marco concreto, a su distinta naturaleza, a sus características y propósitos peculiares.

Así, merece la pena señalar a este respecto las creativas experiencias desarrolladas, en España, por la organización denominada “Cinema-net”.<sup>11</sup> Se trata de toda una red de



11. Cinema-Net es una organización, en concreto una asociación sin ánimo de lucro, surgida en España, cuya finalidad consiste en el fomento de los valores en el cine y a través del cine. Su lema lo expresa así: <<Pensando el cine, cambiando el mundo>>. Cf.: <http://www.cinemonet.info>



profesionales, comprometidos con la vivencia de lo cinematográfico como cauce para la formación humanística y ética.

Esta institución ha desarrollado programas de formación en valores, enfocados tanto a sujetos como a ámbitos grupales u organizativos muy distintos, a través del cine, aplicados según los diferentes contextos a grupos, colectivos y comunidades diversos, y exhibiendo así una gran flexibilidad a este propósito. También, resulta sumamente innovadora la experiencia de ciertas empresas y corporaciones, que han puesto en marcha programas de reflexión, motivación y concienciación de grupo, a través del uso del video artístico y las performances audio-visuales estéticas; como simple muestra, remitimos a las originales intervenciones en estos medios específicos de la Dr. Hedda im Brahm, del Grupo Droege.<sup>12</sup> Finalmente, recogemos aquí también la experiencia de numerosos equipos y colectivos que han replanteado y reformulado el diálogo con el elemento audiovisual en función de la propia naturaleza de sus grupos, y de acuerdo con objetivos o expectativas formativas compartidas, orientándolo a sus fines específicos, con vistas a su desarrollo colectivo en determinados valores comunes. Este es el caso de determinadas tertulias cinematográficas, guiadas y a la par participativas, en torno a valores éticos concretos, como las celebradas hoy por distintas entidades educativas, dentro y fuera de sus aulas. Así, cabe citar, en especial, las organizadas para la formación del profesorado (muestra de ellas ofrecen las promovidas, durante años, por Miguel Ángel Blanco, desde el departamento de pedagogía y orientación, dentro del programa de formación continua del profesorado, de la amplia red educativa vicenciana, en toda España)<sup>13</sup>; o las sesiones que comienzan a reproducirse en las APAs -asociaciones de padres de alumnos- de muchos entes y sistemas educativos; o, también, las presentaciones de valores a partir de soportes y materiales audiovisuales, combinadas con fórmulas de debates abiertos, para la “formación de formadores”, en entidades especializadas en diferentes terrenos sociales (como las de la Fundación Dif, España)<sup>14</sup>, por citar sólo algunos ejemplos concretos.

En todas estas actuaciones, aparece como decisiva la pauta de promover una auténtica reflexión personal a propósito de la imagen, en la clave precisa de la vocación o el sentido profundo, tal como se ha expuesto aquí, en general, para un encuentro fecundo entre ética e imagen. Sin embargo, junto a ello, cobra vigor un aspecto singular, propio de lo organizativo o comunitario: la fertilidad de establecer encuentros, de trazar lazos o vínculos inter-personales,

12. Estas actuaciones son desarrolladas, bajo su dirección, en el marco del Grupo Droege, en Düsseldorf (Alemania). Este programa lleva por título: “Das Wie am Was – Art Concept” (The How of the What), Droege Group. Cf.: [www.droege-group.com](http://www.droege-group.com)

13 M. A. Blanco, profesor de Didáctica e Innovación Curricular del Centro de Estudios Superiores Don Bosco –adscrito a la Universidad Complutense- es el responsable del Área Pedagógica del Equipo de Titularidad de los centros educativos vicencianos en España (Hijas de la Caridad, Provincia Canónica de Madrid-Santa Luisa) y director de su programa de formación del profesorado.

14. Dif España es una fundación española, surgida en 1982, cuyas siglas significan: desarrollo integral de la familia; y cuyo objeto es promover los fines de la familia y sus valores, a través de la formación y la orientación. Cf.: [www.fundaciondif.org](http://www.fundaciondif.org)

gracias al diálogo y la reflexión compartidos. Ello, hasta configurar una trama de valores comunes y fundamentales, en torno a los cuales tejer la rica malla de la vida comunitaria. Para lograrlo, los grupos y comunidades han de acertar a fomentar, tal como se ha mostrado en los diferentes casos mencionados, su propia y distinta creatividad en este sentido.

## **10. A modo de conclusión: “Imágenes, para la reflexión y el compromiso éticos, con las que tejer la malla del encuentro y la comunidad”**

Tal como se ha mostrado, la imagen creada por los seres humanos no sólo no constituye un peligroso obstáculo para el desarrollo ético, sino que puede ofrecer una ocasión magnífica para el mismo. Desde luego, su tenor ambivalente implica el que sea tratada, en este sentido, con el cuidado y la fecundidad oportunos. Para ello, debe advertirse que extraer el beneficio ético más rico de la imagen, creada por los seres humanos, reclama en nosotros la labor de la reflexión personal. Hemos de encontrarnos con la imagen de un modo vocacional, conectarla con nuestra propia existencia de un modo profundo. Debemos, además, « dialogar » con y a partir de la imagen, para que ésta cobre todo su vigor ético en nosotros; hablar con ella y también acerca de ella, escucharla y responder por dentro.<sup>15</sup>

Con respecto a la imagen, en síntesis, las acusaciones de su fomentar la pasividad acrítica, la suplantación de lo real y de la relación inter-subjetiva, su negación de la reflexión y de la libre respuesta humana, y, así, su inmenso poder manipulador, resultan sólo posibles riesgos o peligros. Si nuestra relación logra ser adecuada, en cambio, si acertamos a verla como una apelación personal, una fuente de sentido, la imagen se convertirá, de algún modo, en "palabra significativa que nos habla", sin dejar de ser ella misma.

A esto, sumamos aquí la propuesta en favor de una innovadora incorporación de la fecunda dimensión inter-personal y social, presente en el binomio ética-imagen. Este no puede examinar sólo, como hasta ahora ha resultado más habitual, desde la óptica de la reflexión y el compromiso meramente individuales o singulares. Los grupos y organizaciones actuales demandan, hoy, integrar en su dinámica la relación ética e imagen, de un fructífero modo, tal como se ha apuntado han comenzado a procurar ya determinadas instituciones de acuerdo con su diversa naturaleza; si bien, esto reclama en su seno el despliegue de su propia creatividad colectiva. Gracias a una fructífera vivencia de la imagen con respecto a lo ético, podemos en fin vincularnos a otros, encontrarnos con ellos, urdir tramas de inter-acción valiosas, entrar en relación y formar comunidad. La imagen puede transformarse en puente para un "diálogo" fecundo, en puerta para la reflexión no sólo individual sino compartida, en una ventana colectiva hacia el crecimiento común en los valores y, así, para nuestro compromiso comunitario, y no ya sólo personal.



15. No ha de extrañarnos, entonces, que de la literatura contemporánea podamos extraer un rico magisterio en torno a este « leer », con fruto, la imagen. Cf., por ejemplo, Borges, Sábato, Mújica Láinez o, en España, Unamuno, E. D'Ors, Buero Vallejo, Ayala, etc.

## Bibliografía

- AA.VV.: *Las dos caras de la globalización*, A. Alonso editor, Madrid: BAC, 2017.
- ALMACELLAS, María Ángeles, *Educar con el cine*, Pamplona: Eiunsa, 2004.
- ALMACELLAS, María Ángeles, *Camino hacia la madurez personal*, Bilbao: Desclée de Brouwer, 2009.
- BANDURA, Albert: *Teoría del aprendizaje social*, Madrid: Espasa-Calpe, 1987.
- BARRACA, Javier: "Estética y formación humana: el valor de la estética en la educación", *Revista Educación y Futuro*, nº24, abril, pp. 205-219, Madrid, 2011.
- BENJAMIN, Walter: *Discursos interrumpidos*, Madrid: Taurus, 1982.
- BESANÇON, Maurice: *La imagen prohibida*, Biblioteca de Ensayo, Madrid: Siruela, 2003.
- FERRER, Carlos: *Publicidad agresiva*, Madrid: Ed. por el Instituto europeo de Marketing, Comunicación y Publicidad, 2001.
- GADAMER, Hans Georg: *Verdad y método I*, Salamanca: Sigueme, 1977.
-  HEIDECKER, Joe J. y LEEB, Johannes.: *El proceso de Nuremberg*, Barcelona: Bruguera, 1962.
- JUAN PABLO II: *Carta a los artistas*, Roma: 22-4-1999.
- LÓPEZ QUINTÁS, Alfonso: *El arte de pensar con rigor y vivir de forma creativa*, Madrid: Asociación para el estudio de las ciencias humanas y sociales, 1993.
- LÓPEZ QUINTÁS, Alfonso, *La revolución oculta*, Madrid: PPC, 1998.
- ORTEGA Y GASSET, José: *La deshumanización del Arte*, Obras completas, t.-III, Madrid: Revista de Occidente, 1966.
- PLATÓN, *República*, Madrid: Alianza, 2005.
- SARTORI, Giovanni: *Homo videns: la sociedad teledirigida*, Madrid: Taurus, 2002.
- WILDE, Oscar: *El retrato de Dorian Gray*, Madrid: Homo Legens, 2008.