

La era de la iconofagia: reflexiones sobre imagen, comunicación, medios y cultura.

Norval Baitello Junior. *A era da iconofagia. Reflexões sobre imagem, comunicação, mídia e cultura*. 1. ed. São Paulo: Paulus, São Paulo., 2014. v. 1. 159p. ISBN: 978-85-349-3993-5



Nuestro mundo es un mundo complejo de imágenes, que según Norval Baitello, somos consumidos por imágenes, esta es una verdad que veremos a lo largo del libro, pues la imagen es parte de nuestra vida desde que nacemos y cuando morimos, las imágenes siempre han ejercido sobre nosotros una gran fascinación.

El texto habla de comunicación, dividido en dos partes: la primera parte trae comunicación, violencia y sus dialectos, como la occidentación, y la pérdida de símbolos y el vacío de imágenes y al mismo tiempo la reproductibilidad técnica y la sociedad fuera de control, producir control a través de la falta de control, o sea, una crisis de visibilidad.

Por eso, el acto de volverse senil entre los jóvenes es más recurrente a través de las imágenes que posibilitan las redes sociales, sin embargo, la sedación a través de mucha información, la pérdida del presente para los virtuales con audición y visión, naturalizándose, con cultura del eco, donde el ser humano ofrece el cuerpo

tridimensional para convertirse en imagen, el cuerpo en quiasma óptico, píxeles de colores.

Sin embargo, la segunda parte, cuenta con la comunicación, sus tránsitos y transformaciones, enlaces y comunicación y la apropiación del espacio-tiempo por creación de cautiverio de lenguaje, que requiere complejidad de los medios, del cuerpo a la virtualidad. El espacio de dimensión nula, dice que el organismo es el representante de la actualidad y la escritura y medios secundarios.

La crisis de la visibilidad, alerta para el adorar las imágenes, porque la cultura de la imagen transforma lo tridimensional en planos y la imagen aflora, condiciona la mirada a superficies superficiales, limita el cuerpo a “observador de la observación”.

La iconofagia, se trata de imágenes devoran cuerpos, el individuo que se alimenta de imágenes, es decir, la cultura de multiplicar imágenes y la necesidad de verlas, oponiéndose a la cultura de la escucha, animándole a ejercitar nuevos sentidos y en consecuencia a un nuevo sentimiento.

Este libro trata de la relación entre cuerpos, imágenes, cultura y medios, a veces las imágenes se ofrecen como alimento para los cuerpos, a veces los cuerpos pierden su identidad y se dejan devorar por las imágenes.

Laís Melo-De Andrade
Universidad Estatal de Santa Cruz (Brasil)
<https://orcid.org/0000-0003-4012-6305>