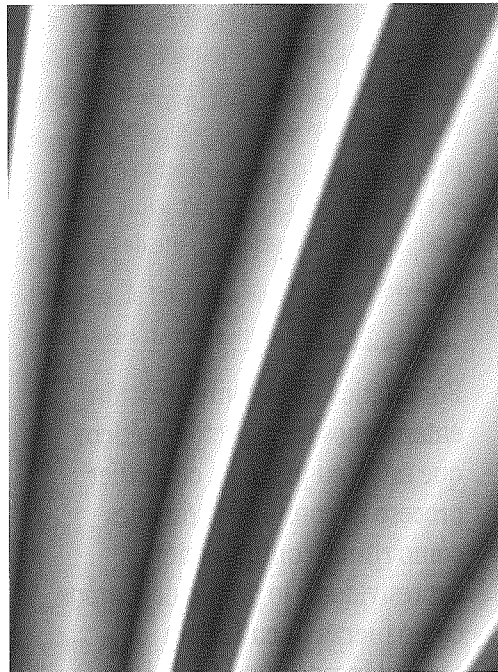


EL FUNDAMENTO ESTÉTICO DE LA COMUNICACIÓN Y LA VIDA POLÍTICA

Katya Mandoki



A sí como la pragmática tiene dificultades en distinguirse de la semántica, la estética los tiene respecto a la teoría del arte. Sin entrar a fondo en el problema de las definiciones, valga establecer para los fines de este texto que entendemos a grandes rasgos a la estética como teoría de los procesos que atañen a la sensibilidad¹. Asimismo, entenderemos a la pragmática como teoría de los intercambios semióticos (entre enunciante/enunciario) aunque igualmente ocurran efectos estéticos en estos procesos.

¹ A diferencia de la filosofía analítica prevaleciente en la estética anglosajona, Robert de Ventós (1973-388-396) entiende a la estética como teoría de la sensibilidad, pero afirma que su enfoque es semántico en contra del formalismo sintáctico.

Estética y pragmática

La pragmática, como disciplina especializada, es un campo relativamente joven que surge por los años sesentas y cuya definición se desprende de la clasificación de la teoría de los signos en tres ramas establecida por Morris en los años treinta, a saber, la sintáctica, la semántica y la pragmática. Morris (1938, 6) distingue a la semántica como la «relación de los signos con los objetos a los que se aplican», la sintáctica como la «relación de los signos entre sí», y la pragmática viene a ser «la relación de los signos con sus intérpretes». Sin embargo, esta distinción no es tan simple ya que, como lo argumenta Levinson (1983), la pragmática no sólo se desliza constantemente hacia la semántica sino que su especificidad está determinada por procesos de contextualización bastante difíciles de definir.

Abordaremos a la estética desde un enfoque pragmático enfatizando tales procesos en tanto intercambios que ocurren entre autor-espectador por mediación de la obra de arte en la poética, y entre el medio y el sujeto que lo percibe o entre los sujetos puestos en relación en el caso de la prosaica (Mandoki 1994, 83-91). He preferido esta definición a la de Morris porque no son los signos los que se relacionan con los intérpretes sino más bien al revés, los intérpretes/enunciantes son los que se relacionan entre sí por medio de signos². Asimismo, tal relación semiótica tampoco es exclusivamente unidireccional, como podría implicarse por la frase «relación de/con» sino que es pluridireccional, como «relación

entre» sujetos por medio de signos. Por ello es válido hablar de intercambio, puesto que a través del intercambio de signos se produce el diálogo, la significación y el sentido, así como efectos sensibles en el caso de la estética. Recapitulando, la pragmática analiza cómo se producen efectos de significación y sentido a través del intercambio semiótico, mientras que la estética abordada desde una aproximación pragmática estudia la producción de efectos sensibles por medio del intercambio (no precisamente recíproco³) de estímulos perceptuales, aunque también van implícitos efectos de significación. En otras palabras, todos los efectos estéticos son efectos de sentido, pero no todos los efectos de sentido son efectos estéticos. La comunicación estética vendría a ser una parte de la semiosis.

Por estética de la comunicación entendemos los aspectos estéticos que están en juego en cualquier proceso de comunicación tales como ritmo, configuración, expresividad y lo propio del *pathos* como fuerza ilocutiva, la seducción y persuasión de la retórica.

En la estética pueden hallarse los tres mismos cortes planteados por Morris respecto a la semiótica, de modo que los análisis formalistas como los de Clive Bell, Clement Greenberg y Rudolf Arnheim serían propios de la sintáctica

estética, los iconográficos o iconológicos de Aby Warburg, Andre Grabar, James Hall, Arnold Whittick y Erwin Panofsky corresponderían a la semántica estética y finalmente la estética de la recepción iniciada por Jauss y la escuela de Konstanz, los estudios de la función social del arte en la Escuela de Francfort y las reflexiones de John Dewey apuntarían hacia la pragmática estética. Desde esta última dirección está asentado este texto. La diferencia entre semiótica y estética es más una cuestión de foco que de método u objeto diferenciado (al contrario de lo que se ha supuesto aislando a la obra de arte y a lo bello como objeto exclusivo y excluyente de la estética).

La empresa de fundamentación

Desde aquí analizaremos la propuesta de Herman Parret (1993) quien intenta fundamentar a la pragmática desde la estética en pleno espíritu modernista, a pesar de las tendencias antifundamentacionistas del posmodernismo y el desconstruccionismo⁴. Parret define a la pragmática como teoría de la comprensión («understanding»), lo cual rebasa el terreno de la lingüística para extenderse a la epistemología y parcialmente a la ontología (aunque sean «pequeñas ontologías», según el autor). Entendiendo a la pragmática ya no como una rama de la lingüística sino

² Suponiendo puede todavía usarse esta terminología a pesar de las críticas al concepto de signo por Eco y Greimas.

³ Me refiero a que un artista puede haberse conmovido por un suceso, visión, paisaje y generar una emoción o una obra, y un espectador puede ser afectado por alguna obra o paisaje. Como en los sistemas biológicos, se da un intercambio entre el medio y el organismo que nunca es recíproco ni simétrico.

⁴ Parecería más lógico ir en dirección contraria, fundamentar a la estética en la pragmática, ya que ésta cuenta con bases empíricas y metodológicas más firmes que aquella. La estética aun no ha dejado de ser una de las ramas de la filosofía sin lograr autonomía en sus métodos, buscándola sólo a nivel de objetos, como el arte o lo bello, los cuales operan a modo de verdaderos obstáculos epistemológicos. Véase al respecto, Mandoki 1994.

de la semiótica, tal como fue enunciada originalmente por Morris, su horizonte se ubicaría en el énfasis sobre el contexto comunicacional de los intérpretes desde el que se accede al intercambio semiótico y que posibilita y condiciona al proceso de significación.

Parret plantea que el objeto pragmático está, por una parte, en un contexto que es un efecto provisional de procesos de contextualización. Entiende al contexto no como estructura fija y preestablecida sino como efecto de un conjunto de estrategias situacionales. Como segunda característica, para P. el objeto pragmático es razonable, mas que racional, es decir, producto de estrategias discursivas. Lo razonable en P. quiere decir que se constituye por una red de razones. Finalmente, según el autor la significación sólo puede existir habiendo comprensión. De ahí que para Parret, el objeto pragmático exige «trascendencia» desde lo que se ha denominado emisor hacia el receptor o interpretante peirceano.

Desde estos presupuestos, Parret se pregunta por los fundamentos de la pragmática entendidos como fundamentación del valor de los valores y, por tanto, de lo social y lo político mismo. El autor se lanza contra la fundamentación de lo social en los términos planteados por Apel y Habermas que se basa en la argumentación y el consenso al interior de la comunidad. En su lugar propone a la estética como legitimadora de lo social⁵ y a la

comunidad afectiva que, a través de la fusión, la intercorporeidad a la Merleau Ponty y la cinestesia aristotélica, constituirían la auténtica fundamentación del estar comunitario.

Los tres niveles de integración de la comunicación y la estética

Habría que iniciar el análisis de la propuesta de Parret distinguiendo entre lo que se puede entender por 1) estética de la comunicación, 2) comunicación estética y 3) comunicación desde la estética⁶. Estaríamos hablando aquí, según las categorías morrisianas, de 1) la estética como forma y estructura en la comunicación a nivel sintáctico en el primer caso, algo así como la función estética de Jakobson en el esmero por la forma del mensaje cuya carga semántica dominante no tiene que ser precisamente estética (el ejemplo clásico de «I like Ike») aunque parte de sus efectos secundarios lo sean, 2) a la estética como dimensión semántica dominante en la comunicación donde hay una puesta en relación predominantemente sensible entre los sujetos de una interacción (el caso típico, artista-espectador a través de la obra) y 3) a la estética como contexto

⁶ Aunque Parret titula su libro *Aesthetics of Communication*, no analiza a los procesos de comunicación en sus cualidades estéticas. La estética de la comunicación en sentido estricto corresponde más a la retórica, que es la producción discursiva elaborada con recursos estéticos (ritmo, expresividad, dramatismo, comicidad) para la persuasión. Como ejemplo de la estética de la comunicación, ver Mandoki 1994, donde planteó a la estética desde un modelo retórico-dramatúrgico de los intercambios sociales definida como prosaica. La comunicación estética es predominantemente la producción artística, mientras que la empresa de Parret en realidad se ocupa de plantear a la comunicación desde la estética, más que desde la inteligibilidad racional.

de la interacción comunicativa y base de la pragmática. Así, por estética de la comunicación entendemos los aspectos estéticos que están en juego en cualquier proceso de comunicación tales como el ritmo, configuración, expresividad y lo propio del *pathos* como fuerza ilocutiva, la seducción y persuasión de la retórica. Aquí la estética es parte de la sintaxis, es decir, estructura y conforma, más que significa, a la comunicación. Por otro lado, la comunicación estética es aquella que explícitamente se enuncia para la producción de efectos estéticos como el caso de las poéticas o las artes en las que lo estético se ubica en el nivel semántico comunicado y significado en primera instancia. Lo que la comunicación estética propone es esencialmente la recepción del mensaje por sí mismo y por su propia cuenta en tanto significación sensible y no, como en la estética de la comunicación, a la estética en tanto medio para otros efectos de significación dominantes como puede ser el consumo o el proselitismo político o religioso en la propaganda y la retórica publicitaria.

El paradigma que concibe al sujeto del lenguaje como comunicador lo limita a una perspectiva de información compulsiva, como si estar en sociedad implicara necesariamente la puesta en circulación de información.

A lo que Parret se refiere es a una tercera instancia de la intersección de estos dos campos: se trataría de la estética como zona que abarca la afectividad o el sentimiento y la percepción sensorial (aisthesis en el sentido aristotélico y kantiano en la primera crítica) desde donde se fundamentaría la comunicación. Se trata de un concepto que sintetiza afectividad,

⁵ Parret demuestra una inquietud semejante a la de Eagleton (1990) en cuanto a la necesidad de hallar una dimensión encarnada que permita concretar los valores sociales. Eagleton igualmente ha insistido a lo largo de su libro en esta necesidad de concreción de valores que permitan la convivencia civil, y la estética parece ser el único recurso viable para tal empresa según ambos autores.

intercorporeidad y cinestesia como base para la comunicación y condición de posibilidad de la misma.

Dado que no es fácil evitar la confusión entre estas tres instancias, valga replantearlas de manera muy resumida: 1) estética de la comunicación: se producen efectos de significación múltiple, entre ellos estéticos, en la comunicación y se enfocan los medios de producción, en tanto estéticos, de tales efectos ⁷, 2) comunicación estética: comunicar lo estético, significar de tal modo para producir efectos sensibles en primera instancia ⁸ 3) comunicación desde la estética: siendo que existe la sensibilidad en común, es posible la comunicación (la estética como condición de posibilidad de la comunicación).

Para distinguir estas tres instancias, la de los medios, la de los efectos y la de las condiciones estéticas, tomemos por ejemplo el caso de una simple puerta. Una puerta labrada, frente a la que el ebanista se sitúa como ser sensible y pone en juego su imaginación y oficio calculando que otro estaría situado frente a ésta en su lugar, es un caso de comunicación estética. El ebanista se esfuerza en comunicarse desde y comunicar a lo estético por medio de su oficio. Lo que se enuncia es lo estético y lo que se objetiva es la sensibilidad del ebanista como carga semántica

⁷ Como en la técnica de la comunicación, que se ocupa de los medios técnicos para producir la comunicación, la estética de la comunicación se ocupa de los medios estéticos que están en juego en la comunicación, aunque sus efectos de significación sean múltiples, no exclusivamente estéticos o técnicos en cada caso.

⁸ Dominan aquí los efectos estéticos, más que sus efectos morales o políticos, como en el caso de la ética o la política de la comunicación. Desde luego, aquí también cuentan los medios estéticos sin los cuales no pueden producirse efectos estéticos, pero lo que se enfatiza son los efectos.

dominante. Esta puerta puede ser adquirida para tener la oportunidad de situarse frente a ella de ese modo (reproduciendo así esta comunicación estética), pero también para usarla como símbolo estatutario del propietario. En este segundo caso, puede seguir operando como comunicación estética pero se trata ya no de comunicación que enuncia lo estético en primera instancia sino de la estética como una dimensión entre otras de la enunciación que en este caso está ocupada por el propietario como enunciante. Aquí la puerta forma parte de una estrategia de presentación de la persona⁹ del propietario (activa también, pero no necesariamente dominante en la presentación del ebanista y de sus habilidades) y de una retórica de la identidad del propietario que utiliza la función estética para consolidar su enunciado. La forma de la puerta opera menos como invitación a situarse frente a ella, como se situó el ebanista, que como una estructura que se añade al plano más amplio de retórica de la identidad. Estamos en el caso de la estética de la comunicación cuya semántica aquí es estatutaria y su sintaxis estética. Por último, la propuesta de Parret puede interpretarse entendiendo a la puerta como punto de convergencia entre el ebanista, el propietario, el visitante etc. es decir, como instancia de comunicación cuya condición de posibilidad es la empatía, afectividad y fusión que permite establecer comunicación entre el ebanista, el propietario y el visitante aunque de manera diferida. Lo que cuenta aquí es menos la estética como valor semántico por sí mismo que como condición para la puesta en circulación de valores semánticos. La creación de esa puerta establece el lugar de posibilidad de relación intersubjetiva. En breve: en un caso se trata de

⁹ En el sentido planteado por Erving Goffman.

comunicación de lo estético (qué bella puerta) o comunicación estética, en otro de lo estético como medio para la comunicación estatutaria (soy propietario de lo bello, poseo el capital simbólico que me permite apreciarlo y el capital pecuniario para adquirirlo), es decir, de una estética de la comunicación y por último de lo estético como condición de toda comunicación (al situarnos igualmente ante lo bello, podemos comunicarnos, compartimos un sentido en común); aquí se trata de la comunicación desde la estética.

Crítica a los paradigmas de la comunicación

Parret arranca su empresa fundadora cuestionando al paradigma dominante de las ciencias del lenguaje que conciben al sujeto como comunicador, jugador-economista y veriparlante (*truth-sayer*). Este paradigma se deriva del Círculo de Viena y presupone la transparencia del sentido y la relación especular del lenguaje con la realidad. En efecto, la aproximación al lenguaje que se ejerce especialmente desde la filosofía analítica presupone una aproximación positivista de detección de aspectos objetivos y una concepción del lenguaje como reflejo de la realidad que, como bien lo señala Parret, concibe al sujeto simplemente como detector de sentido, perdiendo toda la compleja dimensión de la mentira, la simulación, la dramaturgia, la fabulación y la polifonía del sentido que lúcidamente han expuesto desde diversos ángulos Goffman, Bajtín y Baudrillard entre otros. Más aún, no considera toda la fuerza constitutiva del lenguaje que se ha venido evidenciando cada vez más desde la tesis de Sapir y Whorf sobre la determinación lingüística del pensamiento, así como desde la teoría de los actos de habla iniciada por Austin. Por no decir más, esta tendencia cae en la ingenuidad de presuponer tal

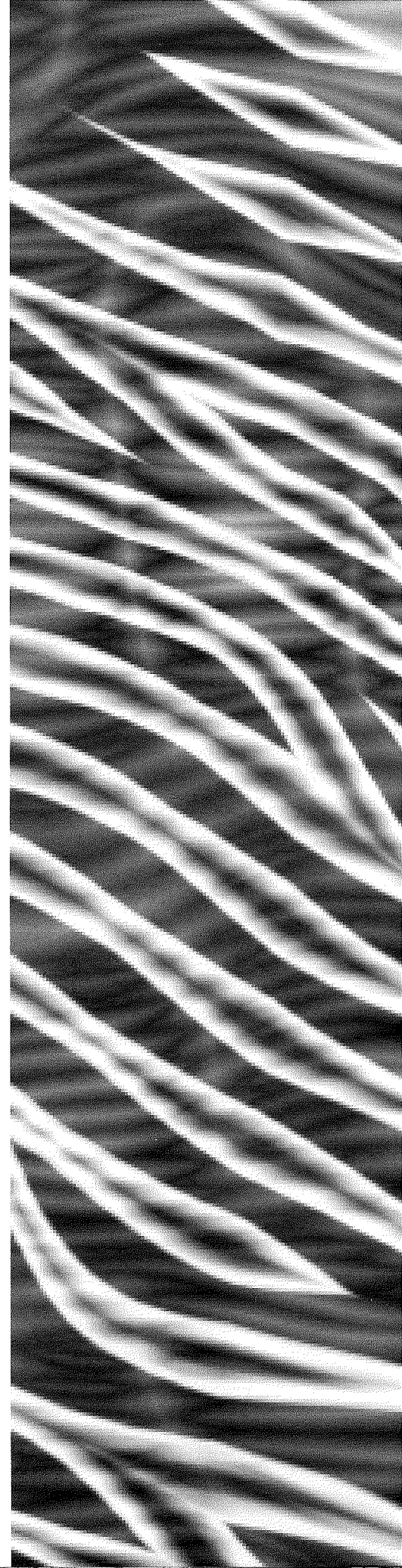
transparencia de la verdad y de la realidad y la transcripción literal de ésta al lenguaje.

El paradigma que concibe al sujeto del lenguaje como comunicador lo limita a una perspectiva de información compulsiva, como si estar en sociedad implicara necesariamente la puesta en circulación de información. Entender al sujeto social como comunicador es reducirlo a una perspectiva de la Informática Generalizada donde el ser humano no parece poseer otros atributos¹⁰. El último paradigma criticado por el autor es el de entender al lenguaje como una economía de intercambios lingüísticos la cual, desde Locke a Saussure y Bourdieu, se reduce a una simple coordinación de intereses individuales en donde la comunidad sería un horizonte tan fantasmagórico y borroso como el de la economía misma.

Si bien es importante trascender las aproximaciones solipsistas al lenguaje y la filosofía de la conciencia mencionados en varios casos por Parret, el problema no se resuelve cancelando el uso del término «intercambio». El intercambio no implica necesariamente interacciones basadas en intereses personales ni su reducción al sentido estricto de lo económico. Se puede entender igualmente en términos dialógicos y no solamente dialécticos o polemológicos. Es posible hablar de una economía de intercambios semióticos o simbólicos como los plantea Baudrillard (1982) y entendiendo a la economía en su sentido laxo, como lo hace Goux (1991) y no sólo desde el modelo pecuniario.

Como antídoto a estos tres paradigmas, Parret propone abordar la

¹⁰ Un caso típico de esta postura es la de Madison (1996). A tal compulsividad comunicativa y malinterpretación del diálogo buberiano, me he referido en "The Halley Bopp UFO Syndrome in Semiotics" *Semiotica* (en prensa).



fundamentación de la pragmática desde lo que denomina «pequeñas ontologías»:

1) la de Antílope como estrategia prudente y elegante para fundar la idea de una estrategia razonable que juega por jugar más que por ganar, 2) la de Albertine de Proust y su deseo de saborear «la rosa secreta que florece en las mejillas de Albertine» como fusión intercorporal y cinestesia, y finalmente 3) la de Penélope como memoria nostálgica. Estas tres sugerentes mini-ontologías le sirven a Parret para abordar su afirmación de que toda colectividad es en esencia pathémica, es decir, afectiva. Estar-con es un sentimiento que no tiene por qué someterse, según Parret, a la tiranía de la comunicabilidad.

Parret declara que su proyecto coincide plenamente con la afirmación de Hannah Arendt (1982) publicada póstumamente, de que la estética kantiana debe ser leída como la conclusión del concepto aristotélico de la política. Desde ahí, Parret pretende fundar la comunicación desde la estética y confrontar a las propuestas contemporáneas de la escuela de Francfort y los filósofos posmodernos.

Con los dedos cruzados por que Parret efectivamente logre su propósito, ya que cuánto mejor que los tortuosos procesos de ponerse de acuerdo desde la racionalidad comunicativa -el consenso, la argumentación y demás propuestas de Habermas y Apel- sería fundar lo social y lo político desde algo tan sencillo como el sentimiento de solidaridad, o el simple gesto de tomarse la mano. ¡Qué maravilloso sueño el que con la simple estetización de lo político uno pueda escapar, como lo declara Parret (19) al dominio del eje *philia/eris* o *agón/iréné* para integrarse comunalmente de un modo análogo al *pas de deux* coreográfico! Lamentablemente, Parret falla.

El paradigma lúdico

Si en primer lugar se entiende una interlocución como estratégica desde una perspectiva lúdica o desde un paradigma de juegos (y en concreto del concepto de juego infinito que Parret toma de Carse (1986)), podemos ver al modelo del intercambio sin la característica del interés egoísta. El principio lúdico del juego infinito que no busca un fin ulterior al juego mismo, evoca no sólo al concepto de Jakobson (1963, 218) de «el mensaje por su propia cuenta» de la función estética, sino al desinterés kantiano de la analítica de lo bello en su tercera crítica.

Una cosa es afirmar que el *pathos* es predecible y estructurado por una sintaxis, lo que lo hace razonable, y otra muy distinta es concebir lo razonable como una violencia que se impone al *pathos* por el hecho de la enunciación.

Contra el concepto de estrategia desde el juego finito, donde la meta es ganar y, por lo tanto, se juega contra el juego mismo buscando en realidad el fin del juego, Parret propone el juego infinito donde la meta es jugar. No se aclara, sin embargo, más que como declaración de preferencia personal, cuál es la relación entre esta visión de estrategia como juego infinito y la fundación de la pragmática habiendo expulsado el paradigma del intercambio de su horizonte propositivo. Tratando de rescatar el proyecto de Parret, es necesario integrar el concepto de intercambio y entender al juego infinito como una versión de la función fática planteada por Malinowski (1953): jugar como medio de contacto. El concepto de intercambio se integra en la función fática y lúdica como intercambio de saludos o de fichas de juego para mantener contacto. Hay asimismo un intercambio de roles en los juegos de

niños, paradigmáticos del juego infinito, o el intercambio de jugadas, de la pelota, de bromas, de ritos u objetos simbólicos en varios tipos de juego. El juego infinito es un proceso de intercambios cuya función dominante es lúdica desde el punto de vista estético a la vez que fática desde el punto de vista semiótico (cuando no es un juego solitario).

La transposición

Contra el énfasis de la pragmática de Austin y Searle sobre el sentido desde el punto de vista de la producción, Parret lo propone desde la transposición (64) de la cual encuentra tres tipos: paráfrasis, interpretación y metalenguaje. Entiende, pues, a la transposición como puramente lingüística o intradiscursiva. Esto es extraño considerando que justamente de lo que se ocupa la pragmática abarca la dimensión extralingüística no sólo como lo que se representa de la realidad por el lenguaje, sino en su performatividad constitutiva a través de los actos de habla y en la función del contexto en la significación por implicaturas. De ahí que la transposición de sentido tendría que abarcar mucho más que lo puramente lingüístico extendiéndose hasta lo extralingüístico y viceversa. Lo que ocurre con el sentido es, más que un proceso de transposición, uno de conversión de tal modo que el sentido producido y originado desde el lenguaje puede convertirse en sentido de lo real, factual. De esta manera también un sentido extralingüístico (un estado de ánimo, intención, compromiso) puede convertirse en enunciado lingüístico o acto intersubjetivo en las funciones expresivas y conativas¹¹. Para ampliar este sentido del concepto de transposición planteado por Parret, puede atribuírsele

¹¹ El tema del potencial de conversión del lenguaje ya lo he tratado en Mandoki 1996 y Mandoki 1997, así que no me extenderé aquí sobre ello.

una dimensión extralingüística que comprendería la transposición de sentido no sólo del sujeto A al B sino en relación al contexto interpretativo de A al de B que puede no ser exclusivamente lingüístico. Igualmente puede ocurrir una transposición de lo extralingüístico a lo lingüístico y viceversa (como en la sensación extralingüística de tener frío y el deseo de ganar calor que se traduce al lingüístico conativo «cierra la puerta» con la intención de trascender al extralingüístico de que el destinatario efectúe el acto esperado).

Para Parret, la comprensión es el proceso de transposición por excelencia ya que está implicado en los tres tipos mencionados: no puede haber paráfrasis, interpretación o metalenguaje sin comprensión. Sin embargo, el énfasis cognoscitivo y glotocéntrico que pone Parret a la comunicación debilita su propuesta, ya que elimina los niveles paralingüísticos y extralingüísticos, así como las dimensiones constitutivas y prácticas de la misma.

El modelo bajtiniano de la carnavalización ¹² bien puede identificarse con el *sensus communis* en el que la comunidad se apropia del sentido y lo devuelve transformado. En este caso está claro el recurso estético de la transformación y reciclaje de sentido, así como un caso típico de lo que podría entenderse por transposición. Frente al «hacerse ver» ejercido por la versión oficial de las autoridades, la carnavalización traspone barreras y devuelve otro «hacerse ver» caricaturizado de éstas. La voz del pueblo deja el fondo para ser la figura discursiva principal obligando al otro, el poder oficial, a ponerse en posición receptiva.

Abducción

De la comprensión, Parret arranca a la comprensión abductiva propuesta por Peirce. Propone que la solución al enigma epistemológico de cómo ocurre

la formulación de una hipótesis se puede dar a partir de la estética por su posibilidad de aprehender lo cualitativo e individual que se manifiesta en el *logos* abductivo (69-70) a través de figuras concretas.

Hay un concepto que Parret resalta respecto al funcionamiento de la abducción peirceana: el elemento sorpresa (72), lo inesperado (lo obtuso, hubiese dicho quizás Barthes (1986)) que interrumpe los hábitos de pensamiento. No es un proceso de lo general a lo particular ni viceversa, sino de lo dado en concreto a una conjetura. La abducción pareciera operar como un ponerse en lugar del otro, y para ello, es imprescindible hacerlo desde la sensibilidad. Parret tiene razón al asociar la abducción con la estética y con la imagen, es decir, al signo icónico a través de la analogía del «como si», pues esa situación implica al plano espacial y metafórico (como lo plantearon Lakoff y Johnson (1980)) y al indicial dado que, a diferencia del símbolo peirceano, la abducción siempre está motivada.

Lo razonable en el *ethos* es la coexistencia, en el *logos* la coherencia y, en el *pathos*, la convivencia en su sentido etimológico de vivencia común.

En efecto, el proceso de abducción puede iluminar los problemas de la apreciación y de la experiencia estética, ya que aquí hay también un elemento de sorpresa (de ahí la demanda de originalidad en el arte), de figuración concreta, de ruptura de hábito (en este caso perceptivo), de ponerse en lugar de y por tanto la participación de sensibilidad y de la imaginación productiva explicitada por Kant ¹³. El

sentido de la comunicación se realiza por medio de la transposición en sus tres instancias, según Parret, y tal transposición implica que el sujeto de la comunicación es un sujeto que comprende por abducción icónica e indicial. De la abducción a la estética puede no haber más que un paso (y quizás aún menos que uno), pero Parret no acaba de explicarlo.

¿Una pasión razonable?

Parret plantea que el «*pathos* tiene un *logos*» (95), pero su manera de argumentarlo es contradictoria. Por una parte dice que «una pasión que se expresa o comunica siempre es ya una pasión razonable porque ha entrado en la gramática que la constriñe, controlando cualquier *pathos* caótico o desestructurado» ¹⁴. Aquí parece que el hecho mismo de que se ha comunicado es lo que impone el *logos* al *pathos*. Siendo éste el caso, el *logos* está en la comunicación misma, más que en el *pathos*. En otras palabras, no es el *pathos* el que manifiesta un *logos* o que es razonable, sino solamente su enunciación por el acto mismo de la enunciación. Lo que es razonable es la enunciación, no lo enunciado. Por otra parte, Parret afirma que hay una sintaxis en el *pathos*, y por lo tanto, de ahí su razonabilidad. Dice que «una 'lógica de los sentimientos' testifica la razonabilidad de la vida afectiva. Precisamente porque los sentimientos tienen una sintaxis predecible es por lo que el *pathos* muestra razonabilidad» ¹⁵

¹² Sobre la carnavalización como fenómeno de la estética de lo cotidiano, refiero al lector a Mandoki (1995).

¹³ Al respecto de la imaginación productiva en contraste con la reproductiva en Kant, ver Crawford (1982).

¹⁴ Traducción mía, como todas las citas textuales del libro. El texto original dice: "A passion that expressed or communicated is always already reasonable passion because it has entered into constraining grammar, controlling any chaotic or unstructured pathos". (90).

¹⁵ "A 'logic of sentiments' testifies to the reasonableness of affective life... It is because sentiments have a practicable syntax that *pathos* shows reasonableness". (97).

Una cosa es afirmar que el *pathos* es predecible y estructurado por una sintaxis, lo que lo hace razonable, y otra muy distinta es concebir lo razonable como una violencia que se impone al *pathos* por el hecho de la enunciación. Difiero asimismo de la identificación que hace el autor entre *pathos* con los sentimientos y emociones. Mientras las emociones son efectos psicológicos, el *pathos* es una modalidad estética.

Tenemos situados aquí cuatro problemas que Parret no acaba de desarrollar: la abducción y su relación con lo estético, la definición del *pathos* como razonable, la exclusión del concepto de intercambio y su acepción casi puramente mental y glotocéntrica de la transposición.

Parret se empeña en probar la razonabilidad del *pathos* para rescatar la dimensión afectiva en la comunicación contra el racionalismo instrumentalista predominante en los estudios del lenguaje, pero escudándose en lo razonable para no arriesgarse a los

extremos del irracionalismo que llevan al romanticismo, al nihilismo e incluso al fascismo. Esta legítima preocupación no implica, sin embargo, que la única salida sea considerar que exista una sintaxis en la vida sentimental, afirmación difícil, si no imposible, de probar. Más viable teóricamente sería considerar a la dimensión pathémica no sólo en la comunicación sino en la vida social e individual misma; como tal, no puede no ser transpuesta exclusivamente a través de la comunicación verbal y vertirse a través de ella. Lo razonable estaría en este caso dado por el *sensus communis*, no sólo en el sentido estrictamente kantiano como expectativa de lograr acuerdo en los juicios sobre lo bello, sino literalmente, como sentir lo que tenemos en común con el otro. En otras palabras, todo proceso de comunicación es siempre un intercambio para lo cual se requiere una comunidad en el código como condición del valor de cambio, y una diferencia como condición en el valor de uso de la

significación. La razonabilidad contemplaría estas dos condiciones en la comunicación: la comunidad y la diferencia. Al comunicarse, se despliega en mayor o menor grado el substrato pathémico. Puede decirse que incluso el *pathos* impulsa hacia la comunicabilidad. La comunicación es un grado de la puesta en común de la dimensión pathémica. Por ello, lo razonable del *pathos* está en el hecho mismo de su puesta en comunicación y en el reconocimiento del sentir en común, no en una presunta sintaxis previa o esencial de las pasiones.¹⁶ Lo razonable del *pathos* es la fe en la empatía, que es el sentir en común: por eso se comunica, porque la empatía es posible y razonable.

¹⁶ Por medio del *pathos* nos conmovemos, por el logos discurrimos y por el *ethos* somos. Entendiendo al *pathos* no como sinónimo de pasiones o de emociones sino de la dimensión sensible que puede tener toda clase de efectos emotivos, conceptuales y existenciales.

Lo razonable en el *ethos* es la coexistencia, en el *logos* la coherencia y en el *pathos* la convivencia en su sentido etimológico de vivencia común, vivenciar con el otro. Sostengo, pues, a lo razonable como puesta en común en sus tres instancias arriba mencionadas.

Lo sublime

Parret define al entusiasmo como la pasión por la pasión y, siguiendo a Lyotard (1987) lo relaciona con lo sublime. Establece por decreto que tal pasión por la pasión es razonable y por lo tanto supone probar que la pasión es razonable (110) cuando en realidad no es más que una petición de principios. El *pathos*, por otra parte, no es voluntario: se trata de la irrupción de una fuerza particular dentro de los confines del discurso modificándolo y generando turbulencias. El rango de lo sublime es una cuestión aparte, precisamente

liminal como su nombre lo indica, ya que se sitúa los umbrales de las tres dimensiones del discurso simultáneamente sobrepasándolos (el sublime matemático kantiano en el *logos*, el éxtasis místico en el *pathos* y el sublime de la naturaleza en el *ethos* al ubicarnos en nuestra verdadera menuda dimensión). Lo sublime no es cuestión de la que pueda ocuparse la pragmática puesto que no es interaccional, no se sitúa como intercambio o diálogo, ya que en él se suspende la calidad del sujeto en su identidad e individualidad.¹⁷

Dado que la iniciativa de Parret apunta al blanco de la fundamentación de la comunicación y la comunidad, para nada viene al cuento si lo bonito seduce o si es lo bonito sublime o lo bello quien lo

¹⁷ Este tema lo trato en el último capítulo de Mandoki (1991); por ello no abundaré al respecto.

logra¹⁸. El problema real aquí, y es lo que Habermas tiene detrás de la cabeza en su intento de fundamentar la acción comunicativa, es cómo evitar la arremetida de sistemas totalitarios como el nazismo y el stalinismo y su agarre sobre la sociedad. Aquí es donde el

¹⁸ Es inevitable asociar la descripción del sublime kantiano por Parret como “placer en la impotencia, miedo que lleva al gozo último” (119) con una alusión velada a la masturbación. Me parece que esta incursión en lo sublime no contribuye en nada a la empresa fundacional de Parret. Dicho sea de paso, la cita de Kant a la que Parret añade el signo de exclamación “Entre todos los salvajes, no hay nación que despliega un carácter más sublime que los de Norte América”! (Kant citado por Parret (115) y traducido por mí) se refiere probablemente a nuestros aztecas. Este texto pre-crítico de Kant es más anecdótico que filosófico. Tampoco contribuye su incursión en el terreno especializadamente estético de las categorías y su propuesta de mezclas tales como lo “bonito sublime” en Mozart o lo “sublime elegante” de Veronese (132). Estos son problemas puramente estéticos que no atañen en nada a la pragmática.

proyecto de Parret falla en pleno. Su estética de la afectividad y de la intercorporeidad nunca ha operado con tanta eficacia como al interior de las filas nazis durante los actos públicos ante el fñhrer. Y falla porque en su entusiasmo por el *pathos*, y su pasi3n por la pasi3n, Parret se olvida de la dimensi3n del *ethos* que es la única capaz de dar frente al irracionalismo totalitario, al culto a la personalidad y a la manipulaci3n de masas. La misma fijaci3n ic3nica de la que habla respecto a la abducci3n lleva oculta la tendencia a la idolatría y el culto a la personalidad. Esta abducci3n ic3nica por sί misma no puede ser iconoclasta.

Los peligros de la estética, el ethos y la estetizaci3n del principio griceano

Parret toma románticamente a la estética como arma de un solo filo, como *philia* sin *eris* o *irénè* sin *ag3n*. Nada más alejado de los hechos. Precisamente por su peligrosidad en su capacidad de seducci3n, por su maleabilidad para cualquier fin, su enorme potencia y reiterada disociaci3n de la dimensi3n ética (salvo en el memorable párrafo 59 de la crítica del juicio kantiano), la estética es todo menos inocente y neutra. Ya Plat3n lo supo muy bien al expulsar a los poetas de la Repúblicaa. La estética ha sido el arma más poderosa del totalitarismo. El caso más ilustrativo es el nazismo. Contra la puesta en estética de los sistemas totalitarios, la principal inmunizaci3n es volver la cara al otro, como lo propone Levinas, al de junto, no al de arriba que se hace ver sin ser verdaderamente visto¹⁹, sino al que es

señalado como «otro», el que se opone al «nosotros» de la totalidad y el consenso. Por otro lado, expulsada la dimensi3n estética, sólo queda un ejército de autómatas; pero incorporada ésta, no implica tampoco que los autómatas se vuelvan humanos, puesto que el *pathos* funciona bien como combustible de las máquinas de guerra.

Plantear como principio fundacional de la pragmática a la cooperaci3n sensible puede prescindir de elaborar toda una justificaci3n de cómo puede la pasi3n ser razonable, justificaci3n bastante acrobática en el discurso de Parret.

Parret distingue lúcidamente a los dos discípulos de Austin. Mientras la violaci3n al Principio de Sinceridad de Searle, como en el caso de la mentira, no cancela la comunicaci3n, violar el Principio de Cooperaci3n de Grice sí la anula y, por tanto efectivamente constituye un principio fundacional para la pragmática. La misma crítica que Parret (140) hace a la noci3n de sinceridad en Austin y Searle como valores vacíos de raíces ético-políticas (en este caso por su intrínseca vinculaci3n con lo convencional y jurídico) se puede aplicar a la afectividad planteada por Parret, solo que en este caso tal vacío se debe a la visi3n romántica de cuya ubre también se ordeñ3 para criar al monstruo nazi. El «estar-juntos afectivamente» adolece igualmente del psicologismo y el intencionalismo implícitos en el Principio de Sinceridad searleano criticado por Parret. De haberse ido más bien en la direcci3n que lee en Grice, Parret hubiese tenido más éxito en su empresa. Tanto más extraño el haberlo ignorado siendo que se trata de un principio de orden ético, que es precisamente el que le preocupa a Parret en su afán de ajustar la propuesta,

eminentemente ética, de los filósofos de Francfort. La empresa de Parret puede rescatarse si estetizamos no a la pragmática basándola en la afectividad y los sentimientos, sino al Principio de Cooperaci3n de Grice basándola en la sensibilidad. La cooperaci3n no es sólo una actitud sino una práctica, un proceso de actos de intercambio aún cuando haya desacuerdos. Con el ańadido de la sensibilidad, esta cooperaci3n se encarna e incide en la concreci3n necesaria que no requiere apelar a presupuestos metafísicos como los de la moralidad y racionalidad universales habermasianos o a la raz3n práctica en abstracto de Kant. Precisamente el problema de universalidad es el que puede resolverse desde la estética kantiana del *sensus communis* como contar con el otro y ponerse en su lugar.

Esta cooperaci3n sensible resuelve un último problema que la propuesta de Parret no consider3: la diferencia. ¿Qué ocurre ante la diferencia en el proceso de transposici3n? Qué con la malinterpretaci3n, la antipatía, el odio? El otro es tan distinto a uno que no hay modo de moverse con él en un *pas de deux* (figura propuesta por Parret), de sentir afecto por él o intentar la más remota sensaci3n de intercorporeidad. Sin embargo, lo que sí es posible intentar es ponerse en su lugar en un intercambio de roles a través del libre juego, enunciado por Kant, de la imaginaci3n y el entendimiento. Planteando así a la «transposici3n» parretiana como trascender la propia posici3n y posicionarse en lugar del otro, proceso realizable exclusivamente por medio de la sensibilidad al otro y por medio de la abducci3n, se puede concebir más concretamente esta idea fundamentadora de la comunicaci3n verbal y no verbal.

Estrategia comunicativa, consenso y polifonía

El principio de cooperaci3n sensible resalta la receptividad al otro, más que

¹⁹ Aquί también refiero al lector a Mandoki (1991) y Sheets-Johnstone (1994) sobre el ver y ser visto como mecanismo de poder. Adolf Hitler probablemente ha de haber tenido múltiples ataques de histeria por detalles ínfimos en su vida privada. Sin embargo, la personalidad de Hitler en lo privado estaba l3gicamente oculta y controlada tras su imagen pública del hacerse ver.

la producción de sentimientos y pasiones; se trata de una pasividad activa en el sentido kantiano de la estética en la primera crítica ²⁰ más que una actividad finalmente pasiva ²¹. Esta receptividad debe normar no sólo al que escucha, como se considera frecuentemente, sino sobre todo al que habla, pues no está hablando solo. Tal receptividad es precisamente lo que Bajtín implicó en sus conceptos de polifonía y dialogismo, donde el que habla altera su posición (he aquí la transposición) y su enunciación en relación a la presencia e individualidad del otro y coordinado con él, de modo que se manifiestan otras voces del contexto que se integran y en las que se incluye al otro. Puede decirse entonces que el dialogismo bajtiniano presupone a la cooperación sensible ya que, para que aparezcan las voces de los otros en el discurso, es necesaria la receptividad que otorga la sensibilidad en su sentido kantiano estricto de la primera crítica. Es así como la diferencia tiene lugar en el intercambio semiótico: no por medio del afecto, los buenos sentimientos y las pasiones, sino por la posibilidad que ofrece en cuanto al cambio de posición en la que se incluyen otras voces en la propia, en vez de traducirlas o mal representarlas.

Frente a la tendencia de homogeneización que puede extraerse de algunos textos de la Filosofía Crítica, donde se pretende abarcar múltiples racionalidades bajo una sola, y múltiples moralidades en la única, e incluso bajo la tiranía del consenso donde la mayoría calla a la minoría, la cooperación sensible en la polifonía no acalla sino posiciona la diferencia.

Parret (144) afirma que la categoría de estrategia es inmensamente fértil para la pragmática, pero que al mismo tiempo apunta a la necesidad de buscar fundamentos que justifiquen y legitimen el comportamiento estratégico y las fuentes desde las que se ejerce la valorización para tales estrategias. Efectivamente, la estrategia es lo que permite rebasar el estatismo en el que puede permanecer la comunicación como en la función fática, o en tanto discurso monológico como un sermón. El consenso puede ser fático o monológico, ya que presupone la homogeneidad y la univocidad aboliendo lo que Lyotard (1988) denominó como el *diferendo* y donde la diferencia es acallada en su representación por la voz dominante. Hay mecanismos de producción de consenso por contagio o apelando al deseo usual de pertenencia y al miedo a la exclusión. Se aprueba por consigna, y se logra el consenso. La polifonía, por otra parte, permite la coexistencia de varias voces en la sincronía. La música polifónica ofrece un modelo metafórico mejor al de la melodía y armonía clásicas utilizado por Parret, ya que permite abarcar la disonancia y su integración en márgenes sonoros más flexibles. Un entramado discursivo polifónico, aunque sea disonante, puede generar un proceso en el que se establezca un equilibrio dinámico y variable.

Racionalidad y razonabilidad

Plantear como principio fundacional de la pragmática a la cooperación sensible puede prescindir de elaborar toda una justificación de cómo puede la pasión ser razonable, justificación bastante acrobática en el discurso de Parret. La palabra misma, «sensible» emparentada por semejanzas familiares con lo sensato, bien podría bastar en la vinculación con lo razonable. Si agregamos, siguiendo el modelo kantiano, la imposibilidad de conceptualización propia de lo estético puesto que «place sin concepto», es claro que esta propuesta de basar la

comunicación en un paradigma estético resulta inconmensurable con la demanda de racionalidad universal en Habermas. Lo que Kant ha suspendido, según Apel citado por Parret, es a la razón y a su ruta de salida del solipsismo. Sin embargo, esto no es del todo cierto. Por una parte, Kant (§ 9) describe a la experiencia estética como el libre juego de los poderes cognoscitivos, entre ellos la imaginación, el entendimiento y la razón. Por la otra, en el párrafo 40 Kant es bastante explícito en su concepción del *sensus communis* como «poniéndose en el lugar de cualquier otro» posibilidad contraria a presupuestos solipsistas.

Parret señala la diferencia de la auto-reflexividad kantiana que tiene un carácter de inmediatez y es un modo de presentación del objeto por la imaginación, de la auto-reflexividad de la razón en Apel, mediada por la razón y su ejército de conceptos. Según Parret (163), los filósofos de Frankfurt ²² no enfrentan el problema de la opacidad del lenguaje o, dicho en términos del autor, de su corporeidad. Esta opacidad se debe justamente a la falta de pureza del lenguaje puesto que no es una manifestación exclusiva del *logos*. En cuanto se permite la fractura de la costra consistente del discurso argumentativo por la dimensión estética, irrumpe la fuerza y carácter del *pathos* y del *ethos* que no son intradiscursivos. Por ello esta auto-reflexividad de la razón en la «acción comunicativa» es realmente solipsista si no se abre a la sensibilidad. Podrá regular la lógica y rigor de sus juicios, pero no tiene ninguna garantía de realidad y concreción, de incorporación en el cuerpo social. Se trataría de poner a dialogar a la razón con su otro, la sensibilidad, y así fincarla en lo sensato y razonable.

²⁰ «La forma constante de esta receptividad, que llamamos sensibilidad, es la condición necesaria de todas las relaciones, en las cuales percibimos los objetos exteriores a nosotros...» §3 b).

²¹ Esta actividad pasiva es a la que me refiero en la nota 18 respecto al «placer en la impotencia, miedo que lleva al gozo último» (119) de Parret.

²² Evidentemente, no podemos ocuparnos aquí de un análisis detallado a la Filosofía Crítica, lo cual nos desviaría del tema aquí tratado. Las referencias a Habermas y Apel son tratadas exclusivamente en términos de la crítica parretiana.

¿Estrategia desinteresada?

Se podría tomar al juicio estético kantiano, en tanto valorar y dar por sentado el acuerdo, como paradigmático del intercambio semiótico, que supondría enunciar e interpretar dando por sentada la comprensión desde un sentido o código en común. En ambos casos, sin embargo, nada queda de la estrategia, puesto que siendo el juicio estético desinteresado, sería una contradicción de términos suponer una estrategia desinteresada. Por otra parte, tampoco podríamos estar hablando simplemente de un juicio de gusto, es decir, un juicio hacia lo bello como origen de placer al referirnos al juicio estético. No se trata de la cualidad trascendente del gusto sino de la sensibilidad en tanto receptividad. Lo que se presupone en el juicio estético por el *sensus communis* no es el gusto común sino a la sensibilidad como facultad universal y humana en tanto condición de la apreciación. El gusto varía; está situado en el caldo del espacio-tiempo y sus diversos cuencos culturales. La sensibilidad no, pues es lo que, en el famoso párrafo 40, constituye al *sensus communis* a nivel sincrónico y diacrónico. De ahí la importancia del desinterés kantiano: desde el punto de vista del interés, no es posible ponerme en lugar del otro. Puedo calcular sus intereses, pero no ponerme en su lugar. De ahí, igualmente, su carácter no conceptual, pues aprehender al otro desde el concepto es convertirlo en objeto, referirme a él o supuestamente representarlo, y de ese modo anular la dimensión dialógica²³. Ponerme en lugar del otro, por lo contrario, es incorporar su subjetividad, no objetivarlo. El desinterés kantiano entendido desde la pragmática sugiere la suspensión temporal de interés en el momento de recepción del discurso del otro. Esta suspensión es una condición indispensable para lograr el ponerse en lugar del otro. Esta puesta en lugar del otro, es decir, esta transposición, sólo

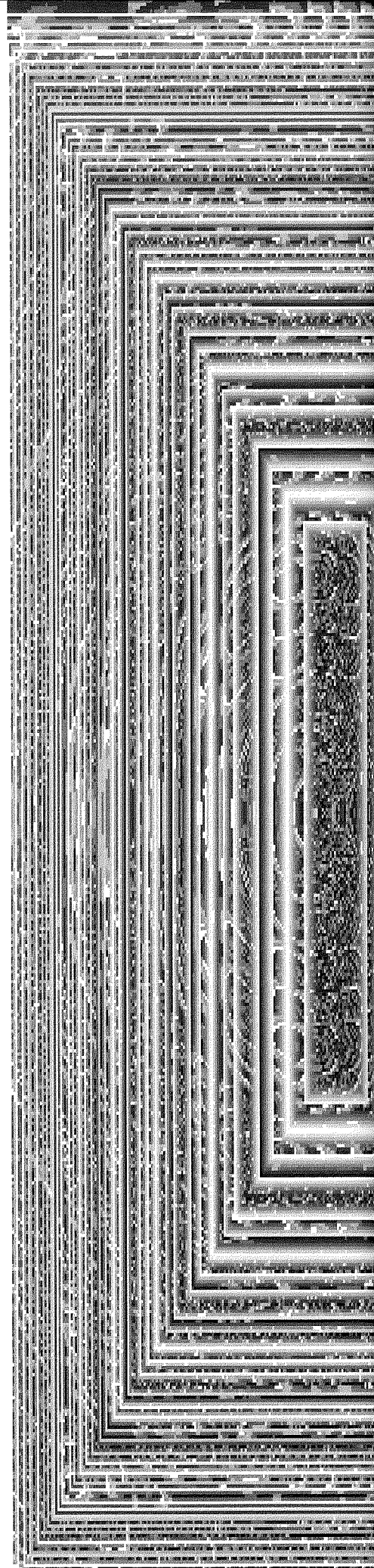
ocurre a través de la sensibilidad por un proceso de abducción. Nos figuramos al otro, nos imaginamos ser él o ella. He aquí el principio de cooperación sensible. Por último, el concepto kantiano de la finalidad sin fin como condición necesaria del momento de la apreciación estética y la suspensión de la relación utilitaria en la atelia, estarían implícitas en este concepto de juego infinito. Se trata de un devenir no utilitario en el tiempo. En suma, el desinterés kantiano opera como señal de alerta de que efectivamente se esté dando un proceso de subjetivación y no de objetivación o re-representación del otro. La cooperación puede ser estratégica, pero la sensibilidad, como el ponerse en lugar de, no lo es. Así, este principio de cooperación sensible puede incorporar a la estrategia y al desinterés en un equilibrio dinámico. Es el desinterés el que resolvería el problema de fundamentos que legitime el comportamiento estratégico y los criterios desde las que se ejerce la valorización para tales estrategias.

Mero sentido común

Recapitulando, hemos iniciado con la distinción de a) comunicación estética, que es de lo que a grandes rasgos ha tratado tradicionalmente la teoría estética, b) estética de la comunicación, que es otra manera de enunciar un trabajo del que me he ocupado anteriormente (Mandoki 1994) y c) la comunicación desde la estética que define la empresa propuesta por Parret. Esta última arranca de la Política aristotélica y de la Crítica del Juicio kantiana para fincar la legitimación de la pragmática. Plantea sensibilizar lo social por la intercorporeidad y socializar lo sensible por la cinestesia²⁴. Sin embargo, los términos en los que se establece esta síntesis son sumamente

²³ Lo que Buber (1958) denominó como el "yo-eso" o *Ich-es*.

²⁴ Lamentablemente, Parret menciona pero no aprovecha los trabajos sobre metáfora de Lakoff (1980, 1987, 1989) y Johnson (1980) y Turner (1989), así como a Johnson (1987) sobre corporeidad desde donde se podrían apuntalar mejor sus propuestas sobre la intercorporeidad.



problemáticos no sólo por deslizarse al psicologismo de las afecciones y sentimientos, sino y sobre todo, por olvidarse del otro y de la diferencia. La idea de «fusión» y su propuesta de que «la comunidad afectiva, sólo puede existir en el modo de *fusión*», es finalmente ensimismada. Tal intercorporeidad 'se siente a sí misma' en aquella auto-afección esencialmente temporalizada de la cinestesia. Aquí, donde 'tocar es tocarse a sí mismo' es donde emerge la comunidad de fusión.» (173) para Parret. Se licúa y se liquida la diferencia en la fusión para evitar la fisión.

Este es el punto de mayor vulnerabilidad en la propuesta de Parret, resultado de su manejo ambiguo de gusto, sensibilidad y sentimiento, conceptos disímiles que hubiera sido necesario distinguir. Asimismo, no puede haber comunidad afectiva donde se pierda la noción del individuo. Sólo el arrobamiento en el éxtasis o la histeria de masas pueden prescindir de la identidad propia y ajena. Parret ha corrido con demasiada prisa y su propuesta es prematura e incompleta, llena de espacios que requieren transiciones más prudentes y puentes más razonables para explorar esta dimensión individual y evitar la caída en el sentimentalismo y el romanticismo a la que puede llevar la tentación de la estética. Precisamente, y utilizando sus propios términos, la empresa fundadora que se propone requiere una estrategia razonable dejando menos a la especulación del lector y a la mala fe del tirano. Hay algo que se obstina en desquiciar la constitución de esta ruta política desde la estética: ni Aristóteles logró fundamentar su propuesta política en términos estéticos, ni Kant terminó de formular claramente las consecuencias políticas del *sensus communis* en lo que hubiera sido su cuarta crítica, (la Crítica de la Razón Política) ni Hannah Arendt desarrolló su intuición de la posibilidad de esta síntesis. Finalmente tampoco Parret la logra constituir coherentemente y sin exabruptos apasionados. Es mucho lo que está en juego por esta iniciativa y bien vale la pena apuntalarla. Combatir la empresa logocéntrica de la filosofía crítica de Francfort y de la pragmática

anglosajona desprendida de la filosofía analítica, requiere más (o quizás mucho menos) que un caballito de Troya, la elegancia de Antílope, la nostalgia de Penélope y la experiencia de fusión ante las mejillas de Albertine. Lo que hace falta es simplemente sentido común, es decir, sentido en común: el sentido concreto o lo corporal (en lugar de La Razón), el *ethos* encarnado en el rostro del otro (en lugar de La Moralidad abstracta) y lo común situado en lo local comunitario (en lugar de Lo Universal). En el rostro del otro se encarna el sentido, pues valga tener presente que «no es la mediación del signo la que forma la significación, sino que la significación (cuyo evento primordial es el cara a cara) es la que hace posible la función del signo» (Levinas 1991, 206).

Antes de discutir y argumentar, es necesario mirar y sentir: desde aquí podría trazarse esta empresa fundadora de la comunicación desde la estética. Los argumentos pueden ser impecables en su lógica, pero si carecen de la mirada sensible, poco tienen que ver con el valor y el sentido de la comunidad.

Lograr tal fundamentación estética no parece ser cuestión de apresar ese algo que se le resiste, algo que es otro, sino de guarecerlo. No es posible resolverla en las sutilezas del discurso abstracto y riguroso, espejismo narcisista cuyas víctimas clásicas son los filósofos. Es en los bordes externos a la filosofía, en el afuera del discurso, donde las concepciones de comunidad, intersubjetividad y significación se nos otorgan por la mirada sensible. Ocurren en la vida cotidiana sin más trámite, como una dádiva cuya única condición es la receptividad. Es la gracia en su sentido religioso de clemencia y su sentido estético de finura.

