

¿Qué es la filosofía popular?

Alejandro León Cannock

1. Del arte Pop a la filosofía Pop

¿Por qué un urinario no puede ser objeto de la reflexión filosófica? ¿Tiene acaso un objeto supuestamente trivial e insignificante la posibilidad de poner en movimiento a una disciplina tan noble y distinguida como la filosofía? Platón nos enseñó claramente que el pensamiento filosófico debe alejarse cuanto pueda de la materialidad de la existencia, de la imperfección de lo sensible, de la seducción de la carne; su objeto, aquello en que se reconoce y en que refleja su pureza debe ser de carácter elevado, ideal. Por ello, determinó que la filosofía nacía como búsqueda de la Idea, nunca de la Cosa. Como bien sabemos -y la historia misma de la filosofía es la mayor prueba de esto- esta orientación del pensamiento planteada por el divino Platón se estableció como el modo natural en que se debía ejercer si se quería pensar rectamente, esto es, filosofar, y no simplemente jugar con el lenguaje, discursando en torno a imágenes o sombras pasajeras que se deshacían tan rápido como caía el sol.

Desde ese entonces, la Cosa no tuvo nada más que decirle al filósofo. El urinario, aun menos. Es obvia la referencia al readymade de Duchamp que revolucionó el quehacer y la teoría artística en la década de 1920. ¿Qué podría decir Platón del urinario de Duchamp? Es muy probable que no mucho. Recordemos al Sócrates del Sofista poniendo en duda la existencia de Ideas que representasen cosas tan bajas y degradadas como pelos, uñas... y, por qué no, podríamos agregar, urinarios. La obra de Duchamp tuvo un gran impacto porque apuntaba a cuestionar una forma de entender el trabajo artístico que podríamos calificar de platónica: hay una forma particular de hacer arte, gracias a la cual podemos afirmar que hay producciones que son claramente artísticas (bellas) y otras que no lo son. Esta clase de distinción se realiza fundamentalmente gracias a la existencia de determinados criterios de demarcación; en el caso de Platón, las Ideas. La crítica de Duchamp puso sobre el tapete la cuestión acerca de la definición de la obra de arte, llevó hasta su límite propio a la misma disciplina haciendo que tome consciencia de la imposibilidad de continuar ejerciéndose ingenua y dogmáticamente. De alguna manera, el urinario expresó la necesidad del arte de mirarse a sí mismo y definirse, pero para lo cual tuvo que también mirar hacia el exterior, hacia su afuera, hacia lo que no era arte. Duchamp introdujo en el dominio hasta ese entonces bien resguardado del arte clásico lo que simplemente no calzaba bajo ningún criterio artístico: lo más degradado y alejado de la Idea, un pedazo de lo real, la Cosa, el urinario¹.

Después del acto transgresor (traspaso de límites naturales) y perverso (desviación de fines esenciales) de Duchamp no se podía volver hacia atrás. Tratar de hacerlo hubiera equivalido a negar una toma de conciencia histórica; solo un autoengaño lo hubiera permitido. El camino que debía recorrer el arte de ahí en adelante quedó trazado. La creación artística entró en un acelerado proceso de conexión y apropiación de lo que

¹ Será Duchamp, piensa Onfray, el que en el campo de la estética genere una revolución radical contra el platonismo/cristianismo: el urinario mata la idea de lo Bello y devolvió el arte a la inmanencia (cf. Onfray, Michel, La potencia de existir. Manifiesto hedonista, Buenos Aires: Ediciones de la Flor, 2007, p. 95).

hasta ese momento le había sido negado por no adecuarse a los criterios establecidos; esto significa que empezó a redefinirse en función de todo lo que no era arte. De esta inspiración nacerá posteriormente el arte pop de Andy Warhol y con él la introducción de la inmensa masa de producciones de la cultura popular se convirtió en parte fundamental de la creación artística².

Estoy convencido de que la revolución que se ha dado en el arte a lo largo del siglo XX ha sido absolutamente positiva, pues le permitió al arte clásico rebasarse a sí mismo y entrar en contacto por primera vez con aquello que finalmente siempre fue su condición de posibilidad: la experiencia pura, no cualificada artísticamente; la vida misma, lo cotidiano. Así, pues, inspirado por esta transformación, en las siguientes páginas trataré trazar un esquema de lo que podríamos calificar como “filosofía pop”³.

2. Primer principios de la filosofía popular: agenciamiento

Los componentes centrales del concepto “filosofía pop”, la especificidad de esta filosofía, pueden determinarse teniendo en cuenta tres principios básicos que la hacen posible: el *principio de agenciamiento*, la *conexión con el afuera* y la *inclusión de la cultura popular*. Estos tres principios son en realidad los tres momentos fundamentales de su despliegue. Cada uno de ellos presupone al anterior. El *principio de agenciamiento* es la base del ejercicio pop del pensamiento, pues es el que va a establecer *cómo* funciona. La *conexión con el afuera* nos muestra, en cambio, ya no cómo funciona sino hacia *dónde* se dirige. Finalmente, la inclusión de la cultura popular nos ofrece -una vez que sabemos cómo y dónde- aquello en que debe ocuparse la filosofía pop, es decir, el *qué* de su ejercicio. Cómo, dónde y qué, como veremos más adelante, constituyen las coordenadas que nos permiten re-contextualizar a la filosofía, haciendo de ella un pensamiento concreto, cargado de vitalidad y que emerge continuamente de una experiencia temporal del mundo.

El *principio de agenciamiento* funciona como una especie de “primer principio”, tanto ontológico como epistemológico. Así como Platón y Aristóteles nos enseñaron que la ley del pensamiento y de la existencia era el principio de no contradicción, la filosofía pop sostiene que es el principio de agenciamiento quien ocupa aquel lugar privilegiado. Según este principio, tanto la constitución de lo real como la naturaleza del pensamiento están exentas de cualquier tipo de relación a priori y necesaria. Esto significa que, más allá de las construcciones pre-establecidas por la racionalidad humana, lo único que hallamos en el mundo son determinaciones libres, es decir, singularidades no ligadas entre sí: el puro *esto* o el caos. La filosofía pop se nos muestra entonces como un

² No está de más mencionar que ya en siglo XIX la “estética anarquista” dio un paso importante hacia la reconexión del arte con el pueblo al liberar a la creación artística del corsé que la sometía a la obra producida -destinada al mercado como producto- y al museo como espacio propio -templo o santuario del verdadero arte- (véase, por ejemplo, las ideas de autores como Kropotkin, Bakunin o Tolstoi). El énfasis en la experimentación y en el carácter revolucionario del arte contribuyeron con ello. Por otro lado, ya en los años 60’s la aparición de la “Internacional Situacionista” colaboró aún más en conducir el arte hacia lo vida cotidiana (piénsese, por ejemplo, en las propuestas de Guy Debord). Podríamos llamar a la filosofía pop también “filosofía situacionista”.

³ Vale la pena aclarar que el arte pop no está, en sus fundamentos, vinculado a una manera superficial y plástica de comprender la creación artística (que es propia del uso común del término “pop”, sobre todo en cierto sector masivo y juvenil de la cultura norteamericana). Por su parte, la filosofía pop tampoco debe ser entendida desde esta perspectiva trivial. Teniendo esto en cuenta tal vez nuestro mayor reto sea mostrar que la filosofía pop es tan o más rigurosa que cualquier otra forma de filosofía lo ha sido en el pasado.

empirismo radical: siguiendo a Hume, sostiene que la ley del pensamiento y de la existencia es la ley de conjunción. El orden del mundo y el orden de nuestros pensamientos responden a una lógica de conjunción constante de eventos que naturalmente no tienen ninguna relación entre sí. El producto de esta conjunción constante es un agenciamiento (Hume diría un hábito o una costumbre). Un agenciamiento, entonces, es un conjunto particular de relaciones específicas entre determinaciones libres que da lugar a *algo*. Un *esto* es un término de conjunción; un *algo* es una conjunción realizada. Un agenciamiento es una pequeña armonía. Por ello, a partir de su formación emerge un sentido. Por el contrario, el puro esto, no agenciado, es sin-sentido o a-significante.

Por ejemplo, este texto es un agenciamiento lingüístico, un conjunto de enunciados que da lugar a un texto con sentido. Pero, al mismo tiempo, cada enunciado es un conjunto de palabras, las que son, a su vez, un conjunto de letras. De la letra al texto pasamos por distintos grados de agenciamiento, del puro y a-significante *esto* (letra) al complejo y significativo *algo* (palabra, enunciado, texto). Pensemos en otro ejemplo: el cine. Un film es un agenciamiento, la conjunción de múltiples y heterogéneas imágenes. Una imagen, por su parte, es también el agenciamiento de los elementos que la componen. Y, así, podríamos continuar hasta toparnos con las singularidades últimas. Los diferentes niveles de agenciamiento tienen su propio sentido: el sentido del film, el sentido de una escena, el sentido de una imagen, etc. Un ejemplo más: un individuo. Aquí el lenguaje tiende a engañarnos, pues ¿somos los individuos realmente *individuales*, es decir, singularidad irreductibles, puro *esto*? Cada persona está constituida por una multiplicidad y, en ese sentido, es también un agenciamiento: afectos, recuerdos, pensamientos, fantasías, pulsiones, instintos, proyecciones, etc. Lo que uno es, nuestra esencia podríamos decir, es la particular forma en que todas nuestras singularidades están relacionadas entre sí, es decir, agenciadas. Por ello, no tiene sentido hablar de la esencia del hombre (de ninguna esencia en general) sino de la esencia de este o de aquel hombre particular, en otras palabras, solo es significativo hablar de la esencia cuando nos referimos a la forma en que un agenciamiento está constituido. Por ello Spinoza decía que la esencia de un cuerpo es igual a su potencia, esto es, a lo que pudiese hacer en función de sus elementos constitutivos. Cada agenciamiento singular, entonces, tiene su propia esencia.

Ahora bien, ¿encontramos en algún lugar determinaciones libres -puro *esto*- que no pertenezcan a algún agenciamiento particular formando parte de un *algo*? En principio no. Toda nuestra experiencia del mundo está de entrada cualificada por algún conjunto de relaciones en virtud de la forma en que nos representamos la realidad. Un tenedor, por ejemplo, en medio de la selva, en manos de un nativo que no conoce qué es ni para qué sirve este utensilio se convierte en puro *esto*. El caso de Francisco Pizarro entregándole la Biblia a Atahualpa es muy gráfico: este la olió, tocó, probó, etc., y la tiró al suelo. Carecía plenamente de sentido para él pues no pertenecía a ningún agenciamiento posible de su mundo. Así, pues, ubicarse frente al puro *esto* solo es posible si hacemos estallar la red de representaciones con la que ordenamos el mundo y en la que nosotros mismos estamos ubicados (o si nos ubicamos fuera de ella, como en los ejemplos mencionados). Sin embargo, esto implicaría una fuerte des-organización del mundo y una des-subjetivación de nosotros mismos: caotización. ¿El urinario de Duchamp no fue un acto de caotización? ¿No rompió Duchamp con las leyes de conjunción que predeterminaban, por un lado, los agenciamientos posibles del arte y, por el otro, los agenciamientos posibles de la higiene íntima? Lo que hace de la obra de

Duchamp algo más que un simple error categorial, es decir, algo más que una simple confusión empírica (por ejemplo, tomar el control de la TV por el celular), es que pone en cuestión toda la estructura trascendental que determinaba las condiciones de posibilidad de lo que era arte y de lo que no lo era. El urinario de Duchamp no es un error, es un acontecimiento que abre por primera vez al arte y lo conecta con la fuente desde la que nace toda creación: la experiencia radical, directa y pura del mundo. El urinario representa entonces para el arte el haber alcanzado el límite último de toda experiencia: el reconocimiento de que la base de su existencia (y de la existencia en general) es el agenciamiento o la conjunción constante. Desde este momento, el arte se liberó de su forma de interioridad (*lo que es arte por definición*) y pudo contactarse con la potencia de su afuera relativo (*lo que no es en principio ni por derecho arte*).

La filosofía, por su parte, no ha logrado aún romper con su propia forma de interioridad. Todavía se lucha por mantenerla pura, por evitar que sea contaminada por agentes externos. La forma de interioridad de la filosofía, su propio agenciamiento cerrado, es la Historia de la filosofía. Cada vez que alguien empieza a hacer filosofía se le enseña a agenciar con su propia historia, es decir, a pensar al interior de un desarrollo particular de ideas sostenido a través del tiempo por una policía del pensamiento, como decía Deleuze: la Academia. El filósofo, como afirmamos al inicio de nuestro texto, debe ocuparse de la Idea, nunca de la Cosa; por ello, tanto los estudiantes como los profesores de filosofía solo se conectan con la interioridad del libro, lugar sagrado donde han sido tejidas todas las posibilidades de agenciar las ideas filosóficas. Por ejemplo, es posible pensar la relación entre la concepción de la substancia en Aristóteles y en Descartes; puede pensarse también la relación entre la concepción del capitalismo en Marx y Weber. Pero, ¿sería posible pensar en un wáter como ejemplificación contemporánea de la materialización de la ideología? ¿Acaso no puede expresar la forma de nuestros wáteres la manera en que organizamos y valoramos el mundo? ¿Podría entonces el wáter agenciar con la filosofía? ¿Podríamos pedirle a Sócrates que le dé vueltas al asunto e incluya a las uñas, los pelos y los urinarios dentro del cielo de las ideas? ¿Es decir, puede haber ideas para aquello que está fuera de la forma de interioridad de la filosofía? Esta última es la pregunta fundamental que la filosofía pop pone sobre el tapete y a la que busca darle una respuesta afirmativa. En otras palabras: ¿qué puede legítimamente pensar la filosofía?

3. Segundo principio de la filosofía popular: conexión con el afuera

Estas últimas cuestiones me llevan al segundo principio de la filosofía pop: *la conexión con el afuera*. He afirmado que todo lo que es y todo lo que puede ser pensado con sentido son los agenciamientos: estos constituyen la unidad mínima significativa. La filosofía, al igual que el arte, es un agenciamiento particular que está expresado en su propia historia. Ya lo decía Hegel, conocer la Historia de la Filosofía es conocer la filosofía. Aquella, escrita en los libros, es lo que he llamado la *forma de interioridad de la filosofía*: lo que es *la* filosofía. Supuestamente, lo que no está expresado en esa historia ni escrito en esos libros no pertenece al agenciamiento de la filosofía, no es filosófico. Ahora bien, aquí es donde nos acercamos al punto de inflexión de la misma filosofía. Al igual que sucedió con el arte conceptual de Duchamp, en la filosofía ha llegado el momento en el que su forma de interioridad no se puede sostener más a sí misma en su pureza y distinción. El momento histórico en el que nos toca vivir está conduciendo a la filosofía cada vez más a que tome conciencia, como lo hizo el arte en su momento, de que sus límites o fronteras están quedando hundidas en un mar del que solo se puede salir si es que se renuncia a la pretensión metafísica de distinguir una

interioridad filosófica de una exterioridad no-filosófica. Llegado este punto, la filosofía debería reconocer que el principio de agenciamiento rige la existencia en su conjunto y que ella misma es la expresión de determinados agenciamientos que no son ni naturales, ni eternos, ni *a priori*, ni necesarios, es decir, que son tan contingentes como un puñado de experiencia pura. Alcanzar este reconocimiento será la forma en que la filosofía se desbordará a sí misma entrando en conexión con su afuera. Esto permitirá la proliferación indefinida de conexiones con elementos heterogéneos que originariamente no formaban parte de la filosofía y que, en lugar de denigrarla como muchos suelen pensar, van a conectarla con la experiencia real ofreciéndole muchas más posibilidades para pensar el mundo.

Ahora bien, es posible aproximarse a la idea de “afuera” desde dos puntos de vista, vinculados entre sí, pero que no se confunden: el *afuera absoluto* y el *afuera relativo*. Toda disciplina, ciencia, arte, técnica, etc., en general, todo saber organizado en torno a ciertos principios, criterios, límites, fundamentos, se cierra sobre sí mismo en lo que líneas arriba he llamado la “forma de interioridad”. Con ello especializamos el saber y ordenamos, parcelamos y controlamos el mundo. La Modernidad sin duda fue el momento histórico que más avanzó en este sentido. Ahora bien, siempre que algo se cierra sobre sí generando una interioridad, al mismo tiempo produce fuera de sí una forma de exterioridad, o un afuera. Lo interior es homogéneo, lo exterior heterogéneo. Esta exterioridad heterogénea es el afuera relativo. En pocas palabras y pensando en la filosofía como ejemplo, todo lo que no calza en la Historia de la Filosofía, todo lo que la Historiografía Oficial o la Academia no consideran como parte de sí es lo que podemos llamar el afuera relativo de la filosofía. Para empezar, volviendo a un momento fundacional de la filosofía occidental, el mito es su afuera relativo más próximo, tan próximo que debe esforzarse por distinguirse de él lo más posible: ya Platón y su Sócrates lo decían enérgicamente en *La república*, los poetas deben ser expulsados de la polis pues materializan el horror filosófico, la Cosa. En el caso del arte, fue el urinario de Duchamp lo que hizo estallar su forma de interioridad. De ahí en adelante miles de orificios agujerearon el territorio artístico liberando flujos y conectando la creación artística con todo aquello que podría servirle para potenciarse al máximo. Ahora vemos que el arte es esencialmente indefinido: trabaja con cualquier tipo de soporte, material o inmaterial, con todos los sentidos y con los medios de expresión que estén a su disposición: video, instalación, graffiti, serigrafía, grabado, pintura... y un larguísimo etcétera. Es más, se podría decir que *cualquier cosa* puede ser arte; basta para ello ver a los artistas que trabajan con deshechos. Y este es un caso fundamental: lo que ha perdido su forma, su función, su utilidad, su rol, su espacio apropiado en la sociedad, el deshecho o la basura -y esto nos recuerda una vez más las uñas y los pelos de Sócrates-, se convierte en materia pura para la creación. Nos liberamos así de la sumisión a la Forma de Interioridad del Arte (Trascendente) reivindicando al mismo tiempo toda la Potencia del Afuera del Arte (Inmanencia).

Así, pues, cada forma de interioridad se esfuerza por demarcar claramente sus límites: no se debe confundir el arte con la filosofía, ni la filosofía con la ciencia y aún menos con la religión, etc. Sin embargo, el diálogo, la mezcla y la interferencia entre disciplinas siempre ha existido, para bien o para mal. Algunas han pretendido someter a otras o adjudicarse tareas más importantes: la filosofía determinando a la política en Platón, la teología esclavizando a la filosofía en el mundo medieval, las neurociencias intentando someter a la filosofía en la actualidad, etc. No obstante, lo que todas las formas de interioridad comparten, sobre todo cuando se conciben a sí mismas como

saberes superiores, es la distinción o el rechazo abierto a la *cultura popular*: el arte bello está en los museos, no en el folklore de las calles; la verdadera religiosidad está en la Iglesia, no en el fervor popular; la buena filosofía está en las aulas universitaria, no en el café; el verdadero conocimiento es el de la ciencia occidental, no el de los saberes no occidentales (chamanes, gurús, etc.). La cultura popular expresaría entonces de la forma más adecuada la idea de “afuera relativo”; es siempre, casi por definición, algo exterior, marginal, outsider... y, gracias a ello, subversivo, contestatario, libertario, crítico, reformador, innovador. La cultura popular expresa, en este sentido, la inmanencia bruta desde la que brotan todas las organizaciones sistemáticas posteriores. ¿Podría haber filosofía sin caverna? ¿Religión sin pueblo? ¿Arte sin sentimientos? ¿Ciencia sin necesidades? La caverna, el pueblo, los sentimientos, las necesidades, es ese el lugar de lo popular. Y es este, paradójicamente, el lugar del que -utilizando los más enrevesados argumentos y las más cínicas estrategias- los saberes han buscado eludirse. ¿Con qué finalidad? Respuesta simple, pero no por ello menos brutal: separarse de lo popular en una dirección obviamente celeste, le otorga a quienes lo hacen poder para controlar a los demás; para juzgar la vida, diría Nietzsche.

4. Tercer principio de la filosofía popular: la inclusión de lo popular

Hemos entrado sin anunciarlo explícitamente al tercer principio de la filosofía pop, la inclusión de la cultura popular. Antes de continuar con este punto es necesario decir algo acerca del otro punto de vista sobre el afuera, el “afuera absoluto”. Este remite ya no simplemente a la exterioridad heterogénea con la que toda disciplina se relaciona y de la que la cultura popular expresa su último límite. Yendo más allá de todo límite, de toda categoría, significante, concepto, lenguaje, discurso, es decir, fuera de toda representación organizada del mundo, nos enfrentamos al afuera absoluto. Este es simplemente lo Heterogéneo, o el Silencio. Parménides lo confundió con el No-ser, porque no se dio cuenta que la negación y la nada son ideas introducidas por la mente humana, pues en la naturaleza todo es positivo, pura Vida. Pero sí es cierto que hay algo que no se puede pensar, que no se puede conocer y que no se puede decir: el afuera absoluto o el mundo sin el hombre. Darse de cara con el afuera absoluto es enfrentarse al límite de la racionalidad, es, como decía Melville, conducir al pensador hacia esas profundidades de las que regresa -si regresa- con los ojos inyectados de sangre y con los tímpanos reventados. Lo que se ve y se escucha ahí es lo que no se puede ver ni escuchar. Lo que se piensa es, paradójicamente, lo que no se puede pensar. El afuera absoluto es, pues, el límite de lo humano, pero justamente por ello la fuente desde la que todo lo humano surge. Así, pues, la filosofía pop busca reconectarse con la cultura popular para escapar de la Forma de Interioridad de la Filosofía y recuperar un poco de la Potencia de la Inmanencia desde la que ella, así no le guste a Platón, nació. Y es a través de la conexión con lo popular que se hace posible, aunque con dificultad, el acercamiento al afuera absoluto. Solo quien ha dejado la seguridad de la Forma para entregarse a la contingencia del Devenir puede alcanzar, tras muchas lágrimas, el Afuera... un nuevo nacimiento.

Hasta ahora hemos señalado cómo funciona (principio de agenciamiento) la filosofía pop, hacia dónde se dirige (conexión con el afuera) y algo hemos dicho sobre qué es lo que debe pensar (inclusión de lo popular). Para cerrar esta sección me detendré brevemente en este último punto para ejemplificarlo. Slavoj Žižek es tal vez en la actualidad el filósofo más conocido que ha llevado más lejos la inclusión de la cultura popular en la reflexión filosófica. Žižek tiene como base de su pensamiento la filosofía de Hegel y el psicoanálisis de Lacan. Es hegeliano y lacaniano. Sin embargo -y es esto

lo que me interesa-, para poder analizar, explicar o simplemente usar a Hegel, a Lacan o a cualquier otro filósofo lo que Zizek hace es mezclarlo, conectarlo, agenciarlo con algún elemento de la cultura popular. Célebre es la remisión constante de Zizek al cine: desde éxitos de Hollywood como Matrix hasta directores clásicos como Hitchcock. Zizek nos explica el capitalismo a partir de un film, las perversiones o el funcionamiento de las fantasías a partir de Michael Jackson, los conceptos básicos de Lacan a partir de un conjunto de películas de Hitchcock, como ya adelantamos; o la ideología en función de los tipos de wáter: el francés, el alemán y el americano. Lo que hay pues, en el caso de este filósofo, es la efectiva materialización de un modo pop de hacer filosofía.

Otro caso significativo es el del filósofo francés Michel Onfray. Este, instruido por el pensamiento de Deleuze, en el año 2002 se separó de la enseñanza tradicional y fundó en Caen (Francia) la Universidad Popular de Filosofía, universidad que busca romper, desde el plano institucional y político, la forma de interioridad de la filosofía. Aquí no hay títulos, ni jerarquías, ni requisitos, solo la intención y el deseo de pensar libremente. Es una representación, como el mismo Onfray dice, del Jardín de Epicuro, no de la Academia de Platón. Es un espacio democrático, abierto para todo aquel que desee hacer filosofía y que busque conectar el pensamiento con la cultura. Ambos son casos paradigmáticos del devenir de la filosofía en la actualidad; así como ocurrió con el urinario de Duchamp y el posterior desarrollo del arte pop de Warhol, en la filosofía se están abriendo agujeros por los que podrá fluir un poco de experiencia, un poco de cultura popular. Y esta es una forma de democratizar la filosofía, y por ello de activar el pensamiento. El arte ya está en la calle, la gente hace arte; ¿la filosofía por qué no?⁴.

5. Contra el sentido común y el dogmatismo

Una de las objeciones que inmediatamente puede surgir frente a nuestra propuesta de filosofía pop es que esta nueva forma de entender el quehacer filosófico renuncia a aquello que desde siempre ha sido el caballo de batalla de todo pensamiento que se pretendía filosófico: la lucha frontal y abierta contra el sentido común. La filosofía ha empezado siempre justamente en su diferencia, definida esta como superación y oposición, con el sentido común. Pensemos en Platón y su clara y fuerte distinción entre *doxa* y *episteme*: la primera es expresión de un pensamiento bajo, ocupado en sombras e imágenes falsas de la realidad, la Cosa; la segunda, por el contrario, expresión del pensamiento que piensa aquello que realmente vale la pena ser pensado, la verdad, la Idea. Descartes, por su parte, también muestra enfáticamente la necesidad de que el pensamiento se separe de todo lo que lo aleja de la certeza: una vez más, la Idea versus la Cosa, *res cogitans* versus *res extensa*. Así, pues, el hombre común y silvestre, el hombre de la calle, esto es, aquel que no ha sido iniciado en los secretos de la Academia filosófica, piensa desde, a partir de, en y para el sentido común. En este sentido, exigirle a la filosofía que retome las fuentes de la cultura popular pareciera que es, al mismo tiempo, conducirla a que realice la más extraña de las alianzas posibles, la alianza con su Némesis. Esta traición terminaría siendo el fin de la filosofía. ¿Asistimos

⁴ En Francia están apareciendo intelectuales y filósofos que específicamente buscan desarrollar un proyecto de filosofía pop en la misma línea que nuestra propuesta. Véase, por ejemplo, el evento organizado en Marseille: “La semana de la filosofía pop” (http://www.lesrencontresplacepublique.fr/web_acappella/). También véase el libro publicado por Mehdi Belhaj Kacem et Philippe Nassif llamado justamente Pop philosophie (<http://www.evene.fr/livres/livre/mehdi-belhaj-kacem-et-philippe-nassif-pop-philosophie-15011.php>)

en la actualidad a la muerte de la filosofía como algunos han sostenido? Creo enfáticamente que no.

¿Cómo escapar, salir, de esta paradoja? Ya Deleuze mostraba que la paradoja no implica el cese del pensamiento, sino aquel punto en el que se enfrenta con algo que lo hace padecer y, gracias a ello, lo activa. ¿Cómo superar, entonces, esta paradoja? Es necesario tomar conciencia de que con ella nos enfrentamos a una falsa oposición, a una elección cerrada pero ilusoria. La filosofía clásica nos ofrece dos opciones: la *doxa* o la *episteme*; es decir, el pensamiento filosófico o el pensamiento del sentido común. Es esta dicotomía la que la filosofía pop pretende dejar atrás. Desde nuestra perspectiva ambas opciones terminan siendo en última instancia las dos caras de una misma moneda; ambas representan una versión dogmática del pensamiento: del lado elevado, el pensamiento filosófico sometido a un ideal que determina qué es filosofía y cómo debemos pensar; del lado bajo, el pensamiento del sentido común sometido a los clichés y modas de la época que hacen del pensar un ejercicio bobo de reconocimiento y repetición. En ambos casos, el pensamiento se mantiene inactivo pues simplemente se busca que se adecue a modelos previamente determinados: ideas o tópicos. Es por esto que Deleuze sostiene que solapadamente, subterráneamente, siempre ha existido una alianza entre filosofía y sentido común, y que, por ello, todo el ruido que han hecho los filósofos al exigirnos elevarnos más allá de la *doxa* ha sido simplemente una excusa para mantener el estado de cosas tal cual se encontraba. Lo hemos señalado ya, lo que está detrás de la preservación de un ideal o de un tópico es una pretensión/posición de poder.

La filosofía pop entonces mantiene la intención, el impulso filosófico originario - distinguirse de la *doxa*- pero no propone la misma forma de realizarlo. Es claro que la propuesta platónica de alcanzar la *episteme*, propuesta que se ha mantenido en la tradición occidental al menos hasta Hegel, es una expresión poderosa de pensamiento metafísico. Y este, evidentemente, es el representante más significativo de la forma de interioridad de la filosofía. La filosofía pop al conminarnos a recuperar la cultura popular está, como ya lo hemos señalado anteriormente, enfrentándose directamente con esta forma de interioridad metafísica que sostiene a la filosofía clásica. Por ello, la filosofía pop, a pesar de que exige con todas sus fuerzas, con todas sus voces, la lucha frontal, la distinción, la crítica del sentido común, jamás propone, bajo ninguna circunstancia, que esta separación nos lleve hacia el cielo de la *episteme*. Como hemos señalado líneas arriba, sentido común y filosofía clásica constituyen la alianza más terrible para el pensamiento; contra las dos debe luchar un pensamiento que busque emanciparse. Pero, entonces, una vez más, ¿qué opción nos ofrece la filosofía pop frente a la clásica dicotomía *doxa-episteme*? Recuperando el sentido literal del término “paradoja”, la filosofía pop nos propone justamente pensar siempre *paradójicamente*. “*Para*” implica “ir en contra de”, y “*doxa*”, significa, básicamente, “sentido común”. De esta forma, el pensamiento paradójico nos invita a pensar siempre en contra de la opinión establecida, en contra de los tópicos, clichés, modas; en contra de la estupidez, de la necedad, del dogmatismo, es decir, en contra de toda visión que desde el sentido *común* del hombre *común* en una ciudad *común*, se considere como la normal, como el “así son las cosas”. El pensamiento paradójico se pregunta en cambio: ¿por qué no podrían ser de otra manera? ¿De cualquier manera? ¿De un modo inimaginable? ¿Inaceptable? ¿Perverso? El pensamiento paradójico propone un nomadismo del pensamiento, frente a las dos formas sedentarias de pensar: el sentido común y la filosofía clásica.

Nuestra exposición precedente debe llevarnos a plantear entonces una diferencia fundamental. Es claro que la cultura popular no se identifica con la *episteme* o con la filosofía clásica: hemos visto que la primera constituye el *afuera relativo último* de todo saber, mientras que la segunda es la *forma de interioridad* de la filosofía. No obstante, no es tan claro por qué el sentido común no se identifica con la cultura popular. Es esta la identidad que debemos evitar, pues si no lo logramos haríamos del pensamiento paradójico la expresión acabada del sentido común; creando así una nueva forma de legitimar los poderes establecidos: una nueva alianza monstruosa, tal vez más terrible que la de la filosofía clásica y la opinión. Tratemos entonces de deshacer el lazo que, *desde el sentido común*, une a la cultura popular con el sentido común. Pensemos paradójicamente esta relación. Como ya hemos señalado, el sentido común se identifica con el orden de cosas establecido, con aquello que los ciudadanos de buena voluntad consideran lo normal, lo bueno, lo aceptable; lo que cae tal vez bajo la infame categoría de lo “políticamente correcto”. Ahora bien, la expresión misma “sentido común” encierra una contradicción, ¿cómo puede ser algo *sentido* y *común* al mismo tiempo? Lo sentido, concepto que pertenece a la misma familia de términos como afecto, pasión o sentimiento parece ser, por el contrario, siempre singular. ¿Es posible que dos cuerpos sientan lo mismo? Si fuese posible, ¿cómo saberlo? Bueno, justamente la idea de “sentido común” alude a que es posible, para los hombres y mujeres de buena voluntad, alcanzar un punto tal de coincidencia que sus *sentidos* se hacen comunes, es decir, que se ubican bajo una regla común. Esta regla común para el sentido eleva por encima de las experiencias singulares un conjunto de tópicos o clichés que unifican u homogenizan la multiplicidad de experiencias que se dan en el tiempo. Las telenovelas, los *reality shows*, los libros de autoayuda, muchas películas de Hollywood, los periódicos y noticieros, los blogs, el marketing y la publicidad, y un largo etcétera son fábricas de sentido común, grandes maquinarias instaladas para producir sentimientos, ideas, modos de vida que sean representativos del ciudadano promedio. El triunfo de la *doxa* es, como sostenía Deleuze, el triunfo de la estupidez, es decir, de la incapacidad del individuo para pensar y sentir por sí mismo, sin someterse al aplastante poder de los tópicos y los clichés. Así, retomando palabras de Jean-Luc Nancy, podríamos decir que hay dos formas de entender el *sentido*: por un lado, como lo que se siente, el sentir el mundo; por el otro, desde una visión más metafísica, como un objetivo, meta o ideal al que se aspira y que, por ello, le otorga sentido a nuestra vida. Tanto el sentido común como la filosofía clásica, ponen el segundo sentido de la palabra “sentido” por encima del primero: lo fundamental no es la manera en que uno siente -afecto singular- el mundo, sino, más bien, la manera en que uno se adecúa a un sentido -ideal universal- del mundo. Esta segunda acepción dicta la norma y esta siempre determina lo normal y con ello lo moral.

La cultura popular, por su parte, tal como la hemos venido definiendo, no se identifica con la norma normal y moral, es decir, con aquello que defiende el sentido común; sino con las experiencias singulares y múltiples que los individuos creadores tiene del mundo. El arte pop no es el arte clásico, pero tampoco es la reproducción mecánica del sentido común. Está en el medio y tiene la función, cual máquina de guerra, de hacer estallar ambas representaciones: ¿quién podría decir que el *urinario* de Duchamp representó las exigencias del arte académico de aquellos años? Nadie. ¿Quién podría decir que el *urinario* de Duchamp representó el sentido común de sus contemporáneos? Nadie. ¿A quién representó entonces? A nadie. La obra de Duchamp constituye lo que Deleuze llama un *acontecimiento*. Un acontecimiento es algo que pasa pero que no está

contemplado dentro de las condiciones de lo posible; un evento, tomando palabras de Nietzsche, inactual, es decir, en contra del tiempo presente pero a favor de un tiempo futuro; un suceso que rompe con los estados de cosas establecidos, tanto desde el punto de vista del sentido común como del punto de vista de la Academia. De esta manera, el urinario de Duchamp no fue algo representable, ni significativo ni simbólico, fue la expresión de un poco de experiencia pura; de tal forma que, como hemos visto, hizo estallar la forma de interioridad del arte al incluir en él un elemento no artístico, haciendo al mismo tiempo que el arte entre en relaciones con el afuera relativo que constituye la cultura popular y con ello que roce el afuera absoluto: lo real. La obra de Duchamp cuestionó el sentido constituido del arte -sentido como ideal- y nos enfrentó a un nuevo nacimiento del arte y, con ello, a un nuevo nacimiento del mundo -sentido como afecto, experiencia-. Desde ese entonces, al menos para los creadores artistas el mundo fue otro. El pensamiento del arte también.

¿Y la filosofía? Los casos presentados en la sección anterior -Zizek y Onfray- son, a mi juicio, dos ejemplos representativos de que la filosofía está alcanzado su propio límite. La Universidad Popular de Caen fundada por Onfray es una máquina de guerra contra la Academia, pero también contra el sentido común; los libros de Zizek sobre el cine tienen una función semejante; los libros del mismo Deleuze también lo hacen. En lo popular podemos hallar la materia para construir indefinidos mundos, múltiples perspectivas, nuevas formas de subjetivarnos, impensables maneras de relacionarnos... la cultura popular, siempre que no se somete a la Academia y que no se alía con el sentido común constituye el plano de inmanencia desde el que puede brotar una nueva forma de hacer filosofía (filosofía pop) y con ello una nueva forma de pensar

6. La filosofía popular, el pensamiento débil y la filosofía como conversación

Quiero ahora dialogar brevemente con dos formas de hacer filosofía muy celebradas en la actualidad y que, de alguna manera, comparten parte del espíritu de la filosofía pop. Por un lado, el pensamiento débil desarrollado en Italia por Gianni Vattimo y, por el otro, la filosofía conversacional propuesta por Richard Rorty. Lo primero que hay que rescatar positivamente de ambos proyectos es que buscan distanciarse de las versiones metafísicas, fuertes, totalitarias, epistémicas de la filosofía. Esto significa que comparten con la filosofía pop la intención de llevar la filosofía fuera de las coordenadas de su forma de interioridad. Como señalábamos al inicio de nuestro ensayo, esto no es más que la expresión de un movimiento epocal del que tal vez haya sido Nietzsche el primero en ponernos al tanto. Se habla entonces de época post-metafísica, de post-modernidad, etc. Más allá de la etiqueta, lo significativo es la convicción de que la filosofía debe nacer y terminar en la tierra, y debe estar a favor de la vida.

No obstante, pienso que ambos proyectos fallan en puntos fundamentales. Podríamos decir que uno falla por exceso y el otro por defecto. El pensamiento débil si bien se despliega a partir de Nietzsche y Heidegger y propone con ello un pensamiento que vaya más allá -o más acá- de la pretensión metafísica de fundar absolutamente y de las categorías sobre la que la filosofía clásica se ha construido, a pesar de ello mantiene un lenguaje demasiado metafísico, exageradamente fenomenológico. Ya Nietzsche había señalado que nuestro lenguaje es metafísico, que Dios está en la gramática. Onfray, en una dirección semejante, sostiene que nuestro cuerpo y nuestro pensamiento están formateados por el cristianismo -platonismo o metafísica para el pueblo-; tomando en cuenta estas indicaciones, todo pensamiento que pretenda separarse de la interioridad de

la filosofía debe buscar nuevos medios de expresión. El pensamiento débil, desgraciadamente, no lo hace. Sigue recurriendo a la hermenéutica textual, a la interpretación de la tradición... a la Historia Oficial de la Filosofía. Esta tendencia le impide romper consigo misma y dirigirse hacia su afuera para pensar de otra manera. Sin nuevos medios de expresión, sin un nuevo lenguaje, sin nueva terminología, sin creación conceptual, difícilmente podremos ahuyentar a los fantasmas de la metafísica.

Por otro lado, la versión conversacional de la filosofía propuesta por Rorty parece haber pecado por exceso. En su afán de distinguirse de la filosofía clásica y su interioridad fuerte y metafísica, Rorty prácticamente ha proclamado la “muerte” de la filosofía y nos ha animado a convertir la filosofía de ayer en la “conversación de la humanidad” de hoy. Dos problema encuentro en esta propuesta: en primer lugar, Rorty al abandonar la filosofía mantiene la clásica dualidad: *doxa* o *episteme*; sentido común o filosofía clásica. Ya que no quiere recaer en el totalitarismo de esta última parece ser entonces que se inclina por el primero. Y es este el segundo problema con su propuesta. Apostar por una “conversación planetaria” presupone justamente un enorme sentido común, un fondo compartido sobre el que todos los seres humanos podamos conversar plácidamente sobre cuestiones que nos atañen a todos. Este gusto por la conversación y el consenso es una forma solapada de conservadurismo, una manera políticamente correcta de mantener las cosas como están, de promover cierto sentido común como la norma, lo normal y lo moral. Hay en Rorty cierta nostalgia por los ideales -ya no metafísicos, pero sí consensuados- que da a luz a una nueva alianza con el sentido común. El miedo al disenso es el temor a sincerar la naturaleza humana, justamente el rechazo a eso popular que puede emerger intempestivamente y desorganizar nuestra amable conversación planetaria.

El pensamiento débil se queda corto y la filosofía conversacional se excede. La filosofía pop busca lograr aquello que ambas propuestas no han logrado: dejar atrás la interioridad de la filosofía pero sin que ello implique una alianza con el sentido común. Ni *doxa* ni *episteme*, la filosofía pop reivindica toda la potencia de un pensamiento paradójico y nómada que es, al mismo tiempo, absolutamente riguroso y libre.

7. ¿Cómo hacer efectiva la filosofía popular?

Para finalizar mi propuesta me gustaría, en forma programática, exponer algunas ideas sobre cómo hacer efectiva la filosofía pop. Para ello, es necesario determinar tres elementos: en primer lugar, cuáles son los medios a través de los cuales el pensamiento nómada se debe ejercer; luego, en consonancia con los medios, proponer un único requisito para su realización; finalmente, identificar el público hacia el que va dirigido.

Si hay algo de lo que la filosofía ha sido siempre dueña, eso es el concepto. El supuesto nacimiento de la filosofía en Grecia, se dio cuando el pensamiento empezó a ocuparse de conceptos y ya no de símbolos o figuras. Un filósofo, como bien lo dice Deleuze, es una persona que se dedica a crear conceptos. Por ello, en el último libro que publicó junto a Félix Guattari, *¿Qué es la filosofía?*, texto de madurez que solo pudo ser redactado una vez que las cosas habían sido meditadas en profundidad, Deleuze afirma enfáticamente, pero con mucha tranquilidad, que la filosofía es el arte de inventar o fabricar conceptos. Conceptos que tendrían la finalidad de ofrecernos nuevas maneras de ver y de pensar el mundo. Simplemente eso. Sin embargo, es cierto que Deleuze sostuvo que el concepto, para no ser puramente abstracto, debe ir acompañado de un *plano de inmanencia* y de un *personaje conceptual*. El primero es el diagrama

que *orienta* al concepto, es decir, es el conjunto de coordenadas que le dicen cómo funcionar: por ejemplo, el plano de inmanencia del pensamiento en el platonismo y en el cristianismo propone una cierta orientación ascendente, ideal, para la cual deben funcionar los conceptos; orientación que, en la Modernidad, debido al giro hacia la subjetividad, cambia completamente. Pensemos en la Idea platónica y en la idea cartesiana. El personaje conceptual, por su parte, es el que hace efectivo el funcionamiento del concepto, el que lo concretiza. Ejemplos abundan: Sócrates, para empezar, materializa conceptos como individuo, racionalidad, etc.; Jesús, hace lo propio como amor, caridad, etc. En Nietzsche podemos encontrar gran cantidad de personajes conceptuales: Zaratustra, el insensato, el bufón, el súper-hombre, etc. Tanto el plano de inmanencia como el personaje conceptual tienen la función de hacer de los conceptos algo concreto, es decir, de ponerlos en conexión directa con experiencias del mundo, con zonas de lo real.

Reforzando el punto anterior, en un texto temprano titulado “El método de dramatización”, publicado posteriormente en *La isla desierta*, Deleuze sin hacer referencia aún al plano de inmanencia ni a los personajes conceptuales, decía que el concepto concreto era aquel que estaba *dramatizado*, es decir, aquel que surgía a partir de la determinación de un conjunto de coordenadas específicas del mundo. De acá que el concepto no surgiera como respuesta a la pregunta esencialista “¿qué es?” propuesta por Sócrates y que ha sido el modelo de pregunta filosófica, sino, en otra dirección, de la pregunta pluralista o contextualista de los sofistas: “¿quién, cómo, dónde, cuándo, para qué, de qué manera, etc.?”.

Teniendo en cuenta esta necesidad, la filosofía pop propone como medio de expresión a los conceptos dramatizados. Esto significa que el pensamiento debe crear conceptos a la medida de cada situación específica, a la medida de cada elemento u objeto que se analice, a la medida de cada acontecimiento del que se quiera dar cuenta. Por ello, el pensamiento nómada nunca será tributario de la adoración al Concepto universal y abstracto, esto es, de la contemplación, reflexión o conversación sobre conceptos dados, si no más bien estará liberado a una alocada creación de conceptos, para tomar la frase con que Deleuze califica la filosofía de Leibniz. Un claro ejemplo de esta creación singular es el trabajo del mismo Deleuze en sus dos obras sobre cine, donde criticando las aproximaciones psicoanalíticas y fenomenológicas al cine por someterlo a marcos conceptuales impuestos desde el exterior, ajenos al cine, Deleuze propone crear conceptos inmanentes, es decir, conceptos que den cuenta de los films que se están analizando. Pero también es posible encontrar conceptos dramatizados en obras ajenas a la filosofía, en productos de la cultura popular: literatura, artes plásticas, cine, etc. ¿No plantea, por ejemplo, la obra literaria de Alberto Moravia una reflexión de gran profundidad sobre los sentimientos fundamentales que aquejan la existencia humana: tedio, aburrimiento, desprecio, etc.? ¿No es el cine de Kubrick la puesta en escena de un pensamiento sobre lo inhumano en el hombre? ¿No es la poesía de Artaud una crítica directa al Poder? ¿No es la pintura de Bacon un modo de pensar al hombre más allá de la subjetividad? ¿No es lo que encontramos en estos ejemplos pensamiento filosófico? Sin duda, pero no creado bajo la forma de la interioridad de la filosofía, sino desde la potencia de la inmanencia de su afuera relativo. El caso de Žižek, mencionado anteriormente es paradigmático en este sentido: ¿qué tienen que ver Michael Jackson o un wáter con el pensamiento filosófico? Hay que leer a Žižek para descubrirlo.

Ahora bien, una vez que hemos determinado el medio de expresión de la filosofía pop, es necesario remarcar un punto fundamental de nuestra propuesta. La filosofía pop solamente pide un requisito, una única condición necesaria: *crear conceptos*. Convencidos de que los conceptos no es eternos ni universales, sino más bien, por el contrario, temporales y singulares, es decir, como hemos señalado, *dramatizados*, entonces el pensamiento nómada o paradójico debe necesaria y constantemente lanzarse a la tarea de crear conceptos a la medida de cada situación u objeto que se analiza. Sin duda podemos tomar un concepto prestado, por ejemplo del psicoanálisis, para analizar una película, pero este modo de acercarse a un evento particular, en este caso un film, lo somete a una conceptualización externa que no está construida para captar todos sus matices. Mejor entonces, siguiendo a Bergson, inventemos conceptos a la medida de aquello que queremos pensar. Será en ese acto de creación donde nuestro pensamiento desplegará su mayor potencia, será en ese instante que se verá forzado por la *cosa misma* a dar a luz a una nueva forma de pensar; a algo impensable hasta ese preciso momento en que el evento solicitó del pensamiento que pusiera en acción todas sus fuerzas para pensarlo. Los conceptos importados solo mantienen al pensamiento inactivo y someten lo que se quiere pensar a la tiranía de un discurso que no le corresponde y que solo por autoridad se busca imponer. Liberémonos entonces del diccionario de conceptos legados por la tradición y empecemos a fabricar, desde nuestra propia actualidad y en función de nuestras propias necesidades, los conceptos necesarios para repensar nuestro propio mundo.

8. ¿Para quién es la filosofía popular?

Finalmente, ¿hacia quién se dirige esta forma de pensar la filosofía? Tal vez este sea el punto clave, lo más revolucionario de nuestra propuesta. La especialización, complejidad y tecnificación propios del lenguaje de la filosofía clásica son una muestra clara del poder que la forma de interioridad de la filosofía y quienes la defienden quieren preservar. Solo unos pocos, elegidos, iniciados, tienen el privilegio de comprender ese lenguaje, tienen la oportunidad de pensar filosóficamente y, gracias a ello, de elevarse por encima de aquellos que, desgraciadamente, quedan atrapados en la *doxa* del fondo de la caverna. Digámoslo claramente: el saber *da* poder, el saber *es* poder. Sinceremos la filosofía. Esto marca una clara línea divisoria entre “nosotros los filósofos” y los “otros”; entre los que piensan y entre los que, a lo sumo, se esfuerzan por hacerlo. No obstante, lo que la filosofía profesional no se da cuenta es que al mantener un lenguaje tan alejado del hombre de la calle está perdiendo dos cosas fundamentales: en primer lugar, la fuente de la que ella misma ha nacido, esto es, el mundo concreto y lo que en él pasa; en segundo lugar, la posibilidad de decir algo valioso sobre ese mundo. Es, en este sentido, un lenguaje nihilista, hermético y esquizofrénico. Basta para comprobarlo observar los congresos, simposios o conferencias de filosofía donde las exposiciones y discusiones son tan especializadas que parece una escolástica posmoderna donde los únicos que entienden son aquellos que manejan el mismo lenguaje técnico. Esto hace de la filosofía un “coro de locos”, mucho ruido, muchas voces, nada de sentido. Y, en todo caso, si algún sentido emerge, será entre una pequeña cofradía, al interior de un cerrada secta: los platónicos, los fenomenólogos, los kantianos, etc. ¿Y los demás? ¿Los que no han recibido instrucción filosófica? ¿Los que se rehúsan a la especialización? Excluidos del supuesto trabajo del pensamiento. Y ¡ay! de aquel que se atreva a preguntar sin *saber* del tema La experiencia vivida para la filosofía especializada no tiene nada que aportar.

Propongo que nos ubiquemos en las antípodas de la filosofía clásica. La filosofía pop elige su público a partir de una convicción fundamental: el pensamiento filosófico tiene mucho que decir sobre la vida, a la vida y para la vida. Esto a diferencia de otras disciplinas como, por ejemplo, las matemáticas o la ingeniería industrial: se puede vivir sin saber nada en absoluto de estas; en cambio, nuestra idea es que no se puede vivir sin filosofía, o que, al menos, una vida filosófica es mucho más potente que una vida no filosófica. Simplemente porque, como diría Sócrates o un psicoanalista, una vida examinada puede alcanzar un sentido mayor, más densidad o profundidad. Así, pues, la filosofía es fundamental para repensar la relación con nosotros mismos, con el mundo y con los otros. En ese sentido, no puede quedar encerrada en cuatro paredes, custodiada por unos doctores del saber, debe democratizarse, popularizarse, salir a la calle, hablarle a la gente, impactar en las conciencias, movilizar los cuerpos. Por ello, proponemos una filosofía para no filósofos. Obviamente esto no elimina la filosofía para filósofos, sin duda, pero esta será solamente un ejercicio propedéutico, de ensayo. La verdadera filosofía es la que sale a la calle y se dirige a quienes no son filósofos. ¿No es acaso esto lo que hacía Sócrates? ¿No es esta la función que el *daimon* le había encomendado? Extraña perversión la de la filosofía que se despliega precisamente en la dirección contraria de aquella planteada por uno de sus fundadores. Empujar a las personas a que se examinen, cuiden o preocupen de sí mismos es la tarea de la filosofía tal cual el mismo Sócrates nos enseñó. Hagámoslo entonces, liberemos el pensamiento filosófico de su endogamia, abramos las puertas de la diferencia y empecemos a dirigirnos a quienes no son filósofos pero que puede y quieren pensar filosóficamente: no hay de qué preocuparse, *ellos también pueden comprender*. Filosofía para los no filósofos.