



Ideas y Valores

ISSN: 0120-0062

revideva_fchbog@unal.edu.co

Universidad Nacional de Colombia
Colombia

Ruffing, Margit
"Pensar por sí mismo" y "Publicidad"
Ideas y Valores, vol. LXII, núm. 1, 2013, pp. 73-84
Universidad Nacional de Colombia
Bogotá, Colombia

Disponible en: <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=80929926006>

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

redalyc.org

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

“PENSAR POR SÍ MISMO” Y “PUBLICIDAD”*

MARGIT RUFFING**

Johannes Gutenberg-Universität Mainz - Alemania

RESUMEN

“Pensar por sí mismo” y “publicidad” son ideas que caracterizan a la Ilustración, pues determinan la reivindicación del uso de la razón, refiriéndola al “progreso” tanto del individuo como de la sociedad. Según Kant, el desarrollo de la capacidad cognitivo- racional del hombre es solo un lado del “pensar por sí mismo”. Que la razón sea desarrollada como conciencia de la capacidad de la moralidad, implica la necesidad de un pensar “más allá de sí mismo”. “Pensar por sí mismo” abre entonces la posibilidad del juzgar comprensivo como capacidad hacia la “comunidad”, tanto en el sentido de una categoría formal de juicio lógico como en el de la idea racional de una república ideal.

Palabras clave: I. Kant, Ilustración, moralidad, pensar por sí mismo, publicidad.

* Traducido del alemán por Lisímaco Parra, Universidad Nacional de Colombia.

** mruffing@uni-mainz.de

“THINKING FOR ONESELF” AND “PUBLICITY”

ABSTRACT

“Thinking for oneself” and “publicity” are characteristic traits of the Enlightenment since they vindicate the use of reason by relating it to the “progress” of both the individual and society. According to Kant, the development of man’s cognitive-rational capacity is but one aspect of “thinking for oneself”. The fact that reason is developed as the awareness of the moral capacity entails the need of thinking “beyond oneself”. Thus, “thinking for oneself” opens up the possibility of comprehensive judgment as a capacity aimed at the “community”, both in the sense of a formal category of logical judgment and of the rational idea of an ideal republic.

Keywords: I. Kant, Enlightenment, morality, thinking for oneself, publicity.

“PENSAR POR SI MESMO” E “PUBLICIDADE”

RESUMO

“Pensar por si mesmo” e “publicidade” são ideias que caracterizam a Ilustração, pois determinam a reivindicação do uso da razão ao referi-la ao “progresso” tanto do indivíduo quanto da sociedade. Segundo Kant, o desenvolvimento da capacidade cognitivo-racional do homem é somente um lado do “pensar em si mesmo”. Que a razão seja desenvolvida como consciência da capacidade da moralidade, implica a necessidade de um pensar “mais além de si mesmo”. “Pensar por si mesmo” abre, então, a possibilidade do julgamento compreensivo como capacidade à “comunidade”, tanto no sentido de uma categoria formal de juízo lógico quanto no da ideia racional de uma república ideal.

Palavras-chave: I. Kant, Ilustração, moralidade, pensar por si mesmo, publicidade.

Los dos conceptos mencionados en el título son ideas que caracterizan a la Ilustración, pues determinan de manera más puntual la reivindicación del uso de la razón, refiriéndola al “progreso” tanto del individuo como de la sociedad. Pero, según Kant, el desarrollo de la capacidad cognitivo racional del hombre es solo un lado del “pensar por sí mismo”. Resulta decisivo que la razón sea desarrollada como conciencia de la capacidad de la moralidad. Esto implica a su turno la capacidad y la necesidad de un pensar “más allá de sí mismo”, que Kant ha caracterizado, en distintos contextos reflexivos, como concordancia de o adhesión a juicios. “Pensar por sí mismo” abre entonces la posibilidad del juzgar comprensivo, como capacidad hacia la “comunidad” tanto en el sentido de una categoría formal de juicio lógico, como en el de la idea racional de una república ideal. “Pensar por sí mismo” es, a la vez, el fundamento del actuar moral que exige poder pensar en el lugar del otro, que Kant ha formulado en la *Antropología* como una máxima para la sabiduría. Pero una comunidad política bien lograda, es decir, el desarrollo de la república civil, requiere de la publicidad, un concepto que supone mucho más que la libertad de opinión o de expresión. Como criterio para la legitimidad de las máximas, la exigencia kantiana de la publicidad significa nada menos que la de la condición de posibilidad de reconocer y convenir una voluntad común.

Como es sabido en el contexto de la filosofía de Kant, “pensar por sí mismo” y “publicidad” son objeto de máximas que conciernen a la praxis de la razón, es decir, al cumplimiento de la actividad racional en todo su alcance,¹ y en lo que sigue serán presentadas en tal sentido. Pero también puede tomarse como punto de partida que el pensar por sí mismo involucra determinaciones teóricas o presupuestos de la razón práctica que contribuyen a un esclarecimiento teórico-epistemológico de la publicidad, que es el criterio del pensamiento ilustrado.

Y con este último aspecto quiero comenzar mi exposición: 1) la relación teórica entre pensar por sí mismo y publicidad se ve lo más claramente posible en el *sensus communis*, del que Kant trató en la *Crítica del Juicio* con relación al juicio de gusto, pero que me parece que también es la condición de posibilidad de la publicidad. En relación con la praxis o actividad de la razón, pensar por sí mismo es, en palabras de Kant, la “máxima de la auto conservación de la razón”. Con lo anterior se dice que no se trata tan solo de una expresión de la

1 Con esto se quiere decir que no solo se trata del pensamiento mismo y de la comunicación de pensamientos, sino también de la capacidad humana para la moral fundada en la razón. Sobre la significación del concepto de publicidad en Kant existe un extenso análisis en la monografía de Klaus Blesenkemper.

conciencia ilustrada, sino también del presupuesto para el proceso de ilustración real y experimentable, es decir, para el progreso moral de la humanidad en la historia. 2) Este puede verse o comprobarse una vez más con la ayuda de las “máximas del derecho” que Kant, en el escrito sobre la paz, amarra a la publicidad. Este es el segundo punto que abordaré.

Como es conocido, según Kant, el pensar pertenece al entendimiento como su actividad específica. Esta actividad, es decir, el pensar del entendimiento, consiste en partir de categorías a priori para concebir y enjuiciar la “experiencia” dada y percible en la intuición. Pero el pensar por sí mismo ha de ser entendido en un sentido más abarcador y fundamental. A saber, el pensar por sí mismo ensancha el concepto del pensar, en la medida en que también implica la auto-reflexión filosófica de las facultades del conocimiento, lo que para Kant significa, ante todo, la crítica de la razón como suprema facultad de conocimiento. Pero esto es tarea de la filosofía: la filosofía, a la que ciertamente “todo le concierne” (cf. *L*, Ak. IX 23), está obligada al “uso libre y propio de su razón”, al que el filósofo, “como pensador por sí mismo”, ha de recurrir (cf. *L*, Ak. IX 26). La idea de libertad unifica, como ningún otro concepto de la razón, las filosofías teórica y práctica, y solo el pensar por sí mismo como actividad de la razón puede producir dicha idea. Precisamente a ello se refiere Kant cuando, en la *Crítica de la razón pura*, escribe: La razón “*se crea la idea de una espontaneidad que pudiera comenzar por sí misma a obrar*” (*KrV*, B561). Pero, al mismo tiempo, precisamente esta razón filosóficamente reflexionante y reflejada (en cuanto que disuelve la tercera antinomia), y que también “piensa por sí misma” en sentido práctico, constata que “en el hombre reside una facultad de determinarse a sí mismo independientemente de la coacción mediante impulsos sensibles” (*KrV*, B562). La crítica de la razón especulativa, tal como se muestra por ejemplo aquí en la disolución de la antinomia, puede fungir como efecto y expresión en la filosofía del pensar por sí mismo, metódicamente enseñado y, por así decirlo, profesional. Pero precisamente ello también depende entonces, en últimas, de lo que la razón pura, que se critica a sí misma, dé a conocer, a saber, los más altos fines que nos proponemos cuando queremos hacer uso de nuestro entendimiento: “¿Qué uso podemos hacer de nuestro entendimiento, incluso con miras a la experiencia, si no nos proponemos fines? Pero los fines más altos son los de la moralidad, y solo una razón pura puede darnoslos a conocer” (*KrV*, B844/A816).

Así pues, en su empleo filosófico, tanto teórico como práctico, “pensar por sí mismo” es un elemento central y fundamental del pensamiento kantiano, expresión y fundamento de la (auto) crítica de la

razón, y con ello de la idea críticamente producida –es decir, “creada de la razón”– de la libertad trascendental y del conocimiento de los más altos fines de la moralidad.

Pero el pensar por sí mismo, según Kant, también juega un papel central en el campo del “entendimiento común”, o en el de la auto comprensión (no filosófica) del hombre como un ser libre y moral. Es el núcleo de una antropología filosófica, y representa con ello mucho más, y más esencial, que una declaración sobre la capacidad de reflexión de las facultades humanas de conocimiento. En pro de esta tesis se podrían aducir diversas citas.²

La significación fundamental del pensar por sí mismo como constante antropológica se muestra con claridad indirecta, pero no por ello menos notable, en el hecho de que Kant, en el contexto de la definición y explicación del *sensus communis*, recurra a las “máximas del común entendimiento humano”.³ En la *Crítica del juicio* se dice:

Por cierto que las siguientes máximas del común entendimiento humano no pertenecen, como partes, a la crítica del gusto; pero pueden servir a la dilucidación de sus principios. Son las siguientes: a) pensar por sí mismo; b) pensar en el lugar de cada uno de los otros; c) pensar siempre en concordancia consigo mismo. La primera es la máxima del modo de pensar libre de prejuicios, la segunda del pensar amplio, la tercera del pensar consecuente. La primera es la máxima de una razón que nunca es pasiva. (KU, Ak. V 294)

Una razón pasiva, prosigue Kant, no es otra cosa que la “inclinación a la heteronomía”, es decir, la renuncia a la libertad, o “la necesidad de ser conducido por otro” –lo contrario del pensar por sí mismo–. Las máximas mencionadas, de las cuales la primera es el pensar por sí mismo, esclarecen la “operación de la reflexión”, que ha de poder consumir el “sentido común”, que consiste, según Kant,

2 Prescindiendo de pasajes de la propia *Antropología en sentido pragmático* (véase: APH, Ak. VII 139, 200), también son iluminadoras las declaraciones de Kant con respecto a su “nueva” doctrina del método, el método zetético, según el cual tendría que proceder la filosofía, y que es presentada en la *Nachricht von der Einrichtung seiner Vorlesung in dem Winterhalbenjahre 1765/66* (Ak. II 307). Sobre eso véase también mi artículo “‘Selbstdenken’ und ‘Wahrhaftigkeit’: Überlegungen zu Kants zetetischer Methode”. Véase también la contribución de Otfried Höffe *Selbstdenken: Immanuel Kants “Beantwortung der Frage: Was ist Aufklärung?”*.

3 En su estudio *Immanuel Kants Entwurf “Zum ewigen Frieden”*, y más concretamente en el capítulo titulado “Die Logik der Öffentlichkeit”, Volker Gerhardt destaca la connotación política de las “máximas del entendimiento humano común”, y alude a la tarea política particular de la “manera de pensar ampliada”, que, en la lección de antropología, también es llamada “manera de pensar liberal” (cf. APH, Ak. VII 228).

en “hacer abstracción del atractivo y la emoción, cuando se busca un juicio que deba servir de regla universal”. Así pues, en el concepto del *sensus communis* yace la “idea de un sentido comunitario”, que es caracterizado como “capacidad de enjuiciamiento que en su reflexión toma en consideración, en pensamiento (*a priori*), el modo de representación de cada uno de los otros para, por así decirlo, atener su juicio a la totalidad de la razón humana [...]” (KU, Ak. v 294). El presupuesto para esta así llamada “operación de la reflexión” (descrita detalladamente en el contexto original)⁴ es el pensar por sí mismo, es decir, la facultad fundamental de la razón como actividad; solo mediante este (subjetivo) ser activo resulta posible que, en el hallazgo (objetivo) de un juicio, también se piense “en el lugar de cada uno de los otros” o “pensar en concordancia consigo mismo”. De ahí que la máxima del pensar por sí mismo, como “manera de pensar libre de prejuicios”, se diferencie de las demás nombradas, así como de la manera de pensar clasificatoria del pensar reflexionante del entendimiento; también se podría hablar de una actitud espiritual, que es específica para cada hombre, y que puede y debe ser realizada por cuanto la razón “nunca es pasiva” y, entonces, “siempre es activa”.

Los mismos principios son mencionados en la *Antropología* como “máximas de la sabiduría”. Y aquí se cierra un círculo, pues la ciencia necesita de la sabiduría; la ciencia adquiere “su valor interno y verdadero” solo en cuanto que “órgano de la sabiduría” (cf. L, Ak. ix 26). En otras palabras, esto significa que todo conocimiento científico que aspira a la objetividad debe poder ser referido a las máximas mencionadas, pues *también los conocimientos científicos* han de ser compatibles con los *más altos* fines que razonablemente podamos

4 El texto original en el contexto: “Pero bajo el *sentido común* se debe entender la idea de un sentido comunitario, esto es, de una facultad de enjuiciamiento que en su reflexión toma en consideración, en pensamiento (*a priori*), el modo de representación de cada uno de los otros para, por así decirlo, atener su juicio a la totalidad de la razón humana y así eludir la ilusión de que, partiendo de condiciones privadas que fácilmente pueden ser tenidas por objetivas, tendrían un influjo perjudicial sobre el juicio [...] lo que solo sucede cuando uno atiene su juicio no tanto a otros juicios reales, sino más bien meramente posibles, y se pone en el lugar de cada uno de los otros, en la medida en que simplemente se hace abstracción de las limitaciones que casualmente se adhieren a nuestro propio enjuiciamiento; lo cual, a su vez, es realizado mediante el dejar de lado tanto como sea posible lo que es materia en el estado de la representación, esto es, sensación, y atendiendo exclusivamente a las peculiaridades formales de su representación o de su estado representacional. Ahora bien, tal vez esta operación de la reflexión parece demasiado artificial como para atribuírsela a la facultad que llamamos sentido común; pero ella solo así lo parece cuando se la expresa en fórmulas abstractas; en sí, nada es más natural que hacer abstracción de encanto y emoción, cuando se busca un juicio que deba servir de regla universal” (KU, Ak. v 294).

reconocer. Aquí, en el pensar por sí mismo, reside la facultad específicamente humana de pensar de una manera tal que los resultados –científicos, filosóficos y morales– producidos o vistos por uno mismo o por otros puedan llegar a ser convertidos en convicciones propias. Para ello, ciertamente, estos han de ser comunicables y aptos de aprobación, lo que no equivale a que sean “aptos para la mayoría”: no se trata de la cantidad, sino de la cualidad de la conformidad o aprobación, es decir, como dice el pasaje de la *Crítica del juicio* recientemente citado, “de atener al mismo tiempo su juicio a la totalidad de la razón humana” (KU, Ak. V 294).

Como actividad originaria, el pensar por sí mismo antecede al “ponerse en el lugar de cada uno de los otros”, y de esta manera es, al mismo tiempo, el presupuesto incondicionado de la comunicabilidad de un juicio, que es verdadero en el sentido de la “concordancia con el objeto”: obviamente que sin comunicabilidad tampoco hay “público”, ni “esfera pública” ni “publicidad”. Hacia el comienzo del tercer apartado del “Canon de la razón pura” –“Del opinar, creer y saber” (KRV, B848/A820 y ss.)–, la explicación sobre la necesaria comunicabilidad del juicio objetivo comienza con una definición: “El tener por verdad es un acontecimiento en nuestro entendimiento que puede descansar en fundamentos objetivos, pero que también exige causas subjetivas en la mente de quien juzga”. Así pues, existe un “tener por verdad suficiente objetivamente”, “cuando es válido para cualquiera, solo con tal que posea razón” (KRV, B848/A820). La comunicabilidad es así la “piedra de toque” de ese “tener por verdad”, que no solo debe expresar que un juicio sea “válido privadamente”, sino también una convicción objetiva suficiente acerca de la verdad del juicio. Es decir, que en estos casos debe ser posible “comunicarlo, y encontrar que el tener por verdad es válido para la razón de todo ser humano”. Las formulaciones de Kant son muy cuidadosas, cuando califica a esta “piedra de toque” –es decir a la posibilidad de comunicabilidad– como “externa”, y cuando dice que

[...] la suposición de que el fundamento de la concordancia de todos los juicios, a pesar de la diferencia de los sujetos entre sí, descansará en el fundamento común, a saber, en el objeto, con el que, por ello, todos concordarán, y mediante lo cual demostrarán la verdad del juicio. (KRV, B848/A821)⁵

- 5 Es un hecho que los hombres pueden concordar en juicios, y, estrictamente hablando, Kant argumenta empíricamente cuando se refiere a la comunicabilidad de los juicios. Las definiciones de “opinar”, “creer”, “saber”, “convicción” y “certeza” que siguen a continuación son derivadas de la definición del tener por verdad, y Kant declara lapidariamente que “no me detendré en la explicación de conceptos tan comprensibles” (KRV, B850/A822), antes de que los comente filosófico-trascendentalmente.

Para las explicaciones aquí citadas del “Canon de la razón”, es decir, para la totalidad de las determinaciones y reglas que valen para la razón, no se elabora ninguna argumentación apriorística general. Antes bien, Kant recurre una vez más a un concepto de razón que alude al pensar por sí mismo como actividad y facultad específicas, y que al mismo tiempo resulta tan comprensible como pensar por sí mismo que cualquier ser dotado de razón puede estar de acuerdo con él.

Esta concepción es, a su vez, absolutamente fundamental para el segundo concepto del que quisiéramos ocuparnos aquí: el de publicidad. En el escrito *Hacia la paz perpetua*, Kant califica a la “publicidad” como “principio trascendental” (cf. EF, Ak. VIII 382), que habría de ser considerado como “ético (perteneciente a la doctrina de la virtud)”, pero así mismo “también como jurídico (concerniente al derecho humano)” (EF, Ak. VIII 382). Así pues, en este concepto se reúnen lo “público” y lo “moral”. Y en su empleo durante el siglo XVIII, “público” contiene los distintos momentos significativos de “sabido de todos, ante la vista de todos, ostensible”, “*publicus*” y “común, comunitario”.⁶

Una bella y sucinta exposición de Kant se encuentra en los trabajos preparatorios para la *Metafísica de las costumbres*, más exactamente en los que se refieren al derecho privado. Allí dice: “Las máximas morales requieren de la publicidad cuando su fin moral solo es posible si todos los otros simpatizan asimismo moralmente, lo que no puede lograrse si uno no ha comunicado universalmente sus principios, eso es haciéndolos públicos” (Ak. XXIII 320). Lo hasta aquí expuesto ha mostrado la conexión entre pensar por sí mismo y comunicabilidad como “operación de la reflexión” que explica juicios de experiencias objetivos, e incluso juicios de gusto, en términos del tener por verdad y de adhesión. Tal como el pensar por sí mismo hace las veces de “piedra de toque del tener por verdad”, así la publicidad es el criterio para el examen de la legitimidad de máximas, un modo de la conciencia comunitaria de los seres racionales, y como tal, condición necesaria para la constatación de la voluntad común o del pueblo (en términos políticos). Con ello entro en la segunda parte, y final de mis reflexiones, a saber: la relación que existe entre pensar por sí mismo y publicidad, por una parte, y la concepción kantiana de ilustración, por la otra.

La inclinación a la heteronomía, es decir, a la razón pasiva, de la que se habló en el contexto de la explicación del *sensus communis* en la *Crítica del juicio*, es definida por Kant como “prejuicio” (cf. KU, Ak. V 294). El más grande prejuicio, así continúa, consiste en representarse a la naturaleza como no sometida a leyes naturales. Y es precisamente en

6 Véase Blesenkemper (16 y ss.), en particular p. 26.

este contexto de la *Crítica del juicio* donde aparece la definición kantiana de “superstición”, y la “liberación de la superstición es ilustración” (*ibíd.*). Ahora bien, con ello solo se ha mencionado el aspecto negativo: el de la superación de prejuicios, de la liberación *de* supersticiones irracionales. Pero para Kant se trata preferencialmente de la libertad *para...*, y ante todo de la libertad “para hacer uso público de su razón en todos los terrenos” (WA, Ak. VIII 36),⁷ sirviéndose de la máxima de su “auto conservación”, la que según Kant es, al mismo tiempo, máxima de la ilustración: “pensar siempre por sí mismo”. Lo anterior ha sido claramente descrito en el bien conocido pie de página acerca de la ilustración en *¿Qué significa orientarse en el pensamiento?*⁸ Pero buscar la “piedra de toque de la verdad en sí mismo” es apenas el primer paso hacia la ilustración. Kant tiene un concepto que excede con mucho este límite cuando observa que solo el uso público de la razón puede llevar a cabo la ilustración, sobre todo porque es más factible que “un público se ilustre a sí mismo” (WA, Ak. VIII 37) a que cada individuo logre desarrollar su disposición natural con adecuación a la razón, y llegue así a ser pensador (filosófico) por sí mismo. “Público” –la esfera pública, o el espacio público– es la pareja empírica de la idea de la publicidad, que Kant concibe como la condición de posibilidad de la ilustración, y particularmente de la ilustración del pueblo. La publicidad es el único camino para expresar la voluntad del pueblo, y de manera particular cuando hay que exigir del Estado derechos naturales, o cuando “un pueblo entero quiere exponer sus quejas”, tal como Kant lo ha formulado en el *Conflicto de las facultades*. Una prohibición de la publicidad no retrasaría simplemente el desarrollo político de un pueblo, sino que “impediría su progreso hacia lo mejor” (SF, Ak. VII 89).

Pero es ante todo en el escrito *Hacia la paz perpetua* donde resulta completamente claro que Kant entiende la publicidad como un instrumento de la razón enormemente significativo, hasta el punto de que solo la publicidad constituye una “*res publica*”, una cosa pública o

7 Se puede prescindir de citas y aclaraciones correspondientes. Véase en particular *Respuesta a la pregunta: ¿qué es ilustración?* (WA, Ak. VIII 36 y ss.)

8 “Pensar por sí mismo significa buscar en sí mismo (es decir, en la propia razón) la piedra de toque superior de la verdad; y la máxima de pensar siempre por sí mismo es la *ilustración*. [...] Servirse de la propia razón no quiere decir más que preguntarse a sí mismo, a propósito de todo lo que se debe admitir, si se encuentra factible convertir el motivo por el cual se admite algo, o también la regla que se sigue de aquello que se admite, en un principio general de su uso de la razón. Esta prueba puede ensayarla cualquiera consigo mismo. Y mediante esa prueba verá que muy pronto desaparecen la superstición y la exaltación, incluso aunque diste mucho de tener los conocimientos para refutarlas con fundamentos objetivos. Porque él se sirve simplemente de la máxima de la auto conservación de la razón” (WDO, Ak. VIII 147 y ss.).

una república. En otras palabras: la publicidad hace posible establecer en una constitución la manera republicana de gobierno (independientemente de las formas monárquicas, aristocráticas o democráticas de dominación), por cuanto consigna la voluntad general y la reconfigura en una constitución estatal y en una legislación universalmente válida. Así pues, la publicidad, en el sentido concreto de consumación pública de la razón dentro de una comunidad de ciudadanos, llega a ser el concepto central en los principios trascendentales del derecho público propuestos por Kant.⁹ El pensar por sí mismo público, aplicado a los principios y leyes posibles para acciones referidas a otros hombres, es garante de su legitimidad, porque enjuicia si tales principios pueden ser pensados como válidos universalmente y si son susceptibles de aceptación por parte de cualquier ser racional. La publicidad muestra al mismo tiempo que el derecho (la teoría) y la política (la praxis) son conciliables, y cómo lo son. Kant es aquí muy pretencioso; supone que en los ejemplares individuales del género humano la razón práctica domina de hecho. En otras palabras: para Kant, gracias a su capacidad racional el individuo puede, “por libre decisión”, subordinar su voluntad individual a la voluntad general, es decir, entenderse a sí mismo como un ser que se sabe obligado por la ley moral. Esta perspectiva del progreso mediante la ilustración, en el sentido mencionado, es para Kant tan mínimamente una “idea vacía” como lo es la idea de la paz perpetua; al respecto señala que “existe un deber y al mismo tiempo una esperanza fundada de hacer realidad el estado del derecho público”, si bien se trata de un “infinito y progresivo acercamiento” a lo que debe ser (*cf.* *EF*, Ak. VIII 386).

En este progreso compete un papel especial a los filósofos –hoy se hablaría, de un modo más general, de los intelectuales–, en cuanto que expertos en el pensar por sí mismo. A ello se refiere Kant en un pequeño apartado, el segundo agregado, que contiene un “artículo secreto” con visos irónicos. Reza así: “Las máximas de los filósofos sobre las condiciones de posibilidad de la paz pública deben ser tomadas en cuenta por los Estados que se preparan para la guerra” (*EF*, Ak. VIII 368). Se dice con ello que a quienes piensan por sí mismos el Estado debe “dejarlos hablar libre y públicamente sobre las máximas generales de la conducción de la guerra y del establecimiento de la paz” (*id.* 369), cosa que de todas maneras harán, si no se les prohíbe u obstaculiza. Así, los filósofos hacen las veces de consejeros

9 En una formulación negativa, reza así: “Todas las acciones relacionadas con el derecho de otros hombres cuya máxima no se avenga con la publicidad son injustas” (*EF*, Ak. VIII 381). Formulado positivamente, dice así: “Todas las máximas que tienen necesidad de la publicidad (para no malograr su fin) concuerdan con el derecho y la política unidos” (*EF*, Ak. VIII 386).

del gobernante, si bien indirectamente a través del discurso público. Pero también tienen la tarea de la “ilustración del pueblo”, que, en el *Conflicto de las Facultades*, Kant define como “instrucción pública del pueblo acerca de los deberes y derechos que tiene frente al Estado” (*ibíd.*) Y continúa:

Dado que aquí se trata tan solo de derechos naturales que tienen su origen en el entendimiento humano común, quienes los anuncien y expliquen al pueblo no han de ser empleados estatales encargados para ello, sino profesores libres de derecho, esto es, filósofos [...]. (Ak. VII 89)

Se trata pues de “ilustrados” en el sentido propio: pregoneros y expositores de los derechos naturales de los ciudadanos, pero también de sus deberes.

En la autodeterminación política se juntan de nuevo las doctrinas del derecho y de la virtud. En palabras de Volker Gerhardt, esta

[...] involucra la voluntad de transformación de todo aquello que todavía no satisfaga la auto-exigencia del hombre. [...] En la política, moral y derecho están íntimamente unidos, lo que significa por encima de la auto-comprensión del hombre políticamente activo. (Gerhardt 185)

Casi resulta superfluo mencionar que el concepto de publicidad que se deriva de los principios del pensar por sí mismo, en su acepción kantiana, es algo muy distinto que la llamada “opinión pública” influida masivamente en nuestras democracias por los políticos y la política, y, por lo mismo, permanentemente expuesta a una manipulación más o menos profesional. Podría afirmarse con certeza que tal desarrollo, fuertemente vinculado con los medios de comunicación, no era ni previsible ni deseable para Kant. Con todo, es preciso reconocer que desde el siglo XVIII, en lo que se refiere a la realización de los juicios públicos de la razón, hubo un enorme progreso en el sentido kantiano, en el que estuvieron comprometidos los “filósofos”, y en el que ciertamente tendrían que seguir trabajando, pensando por sí mismos, ilustrando y yendo críticamente al fondo de las propias evidencias. Esa fue y sigue siendo la praxis del teórico, del idealismo. La apreciación de Kant, en el sentido de que lenta pero permanentemente la humanidad “progresaba hacia lo mejor”, solo tiene hoy, como lo tenía en aquel entonces, el carácter de una esperanza o de una convicción subjetiva. Pero, tanto entonces como hoy, esta resulta convincente como actitud frente a la práctica y es capaz de suscitar adhesión, ya sea como facultad del pensar por sí mismo concerniente a cada hombre individual o como discurso “racional” público en la comunidad.

Bibliografía

- Blesenkemper, K. “*Publice age*,” *Studien zum Öffentlichkeitsbegriff bei Kant*. Frankfurt: Haag + Herchen, 1987.
- Gerhardt, V. “Die Logik der Öffentlichkeit”. *Immanuel Kants Entwurf “Zum ewigen Frieden”*. Darmstadt : Wissenschaftliche Buchgesellschaft, 1995. 186-211.
- Höffe, O. “Selbstdenken. Immanuel Kants ‘Beantwortung der Frage: Was ist Aufklärung?’”, *Merkur* 64 (2010): 784-791.
- Ruffing, M. “Selbstdenken” und “Wahrhaftigkeit” – Überlegungen zu Kants *zetetischer Methode*. Studi Italo-Tedeschi/ Deutsch-Italienische Studien: xxv Int. Symposium “Immanuel Kant (1724-1804) nel 200° anniversario della morte/ zur 200. Wiederkehr des Todestages”. Hrsg. von der Accademia di Studi Italo-Tedeschi/ Akademie Deutsch-Italienischer Studien in Zusammenarbeit mit der Phil. Fakultät der Univ. Trient. Trento/Trient 2005, 391-403.