
LA ESTÉTICA DE MAIMÓNIDES: UNA ÉTICA DE LA IMAGEN PERSONAL

Maimonides' aesthetics: a personal image ethics

*Isaac Nahón**

Universidad de Ottawa, Canadá
ORCID: 0000-0002-2666-3641

Resumen

En este artículo se propone discutir la relevancia de una breve prescripción de la Ética de los Padres, un corto tratado del Talmud, que se pregunta sobre cuál debe ser la senda correcta que la persona debe recorrer, y que, según la traducción que se haga del texto original en hebreo, está relacionada con su autoimagen y la imagen que proyecta hacia los demás. Desde una hermenéutica de la “estética de la espiritualidad”, se analizan aquí las implicaciones de un hedonismo utilitario para fundamentar una ética de la comunicación en el ecosistema de medios digitales actual, dominado por la proyección de la imagen personal.

Palabras clave: ética, estética, Maimónides, filosofía judía, comunicación.

Abstract

We discuss the relevance of a brief prescription of the Ethics of the Fathers, a short Talmud treatise, which asks what should be the correct path that the person must take. This path is – depending on the translation of the original text in Hebrew-, related to the person’s self-image and the image projected towards others. From the perspective of a hermeneutic of a “spiritual aesthetics,” we analyze the implications of a utilitarian hedonism to support an ethic of communication in today’s digital media ecosystem dominated by the projection of people’s personal image.

Keywords: ethics, aesthetics, Maimonides, Jewish philosophy, communication.

* Doctor en Ciencias de la Comunicación y maestro en Ciencias (M. Sc.), Universidad de Montreal, Canadá. Licenciado en Comunicación Social, Universidad Católica Andrés Bello, Venezuela. Actualmente es *associate professor* en el Departamento de Comunicación de la Universidad de Ottawa, Canadá. inahonse@uottawa.ca

Introducción

Unas cuantas palabras en la primera sección del segundo capítulo del *Pirké Avot*, un breve compendio de literatura rabínica que se conoce en castellano como “Tratado de los Padres” o *Ética de los Padres*, tienen una especial significación actual en el contexto de la cultura de la imagen personal centrada en el ego que prevalece en las redes sociales y en la comunicación digital (Lordon, 2013; Martin-Juchat, 2014). En este ensayo analizaremos este brevísimo texto desde varias perspectivas. Consideraremos sus posibles traducciones, su semántica, y sus implicaciones filosóficas, místicas e incluso comunicacionales. Nuestro objetivo, como lo veremos hacia el final del texto, es destacar la vigencia de esta antigua prescripción de la ética judía en la ecología mediática, dominada por la difusión y reproducción de representaciones visuales egocéntricas y narcisistas de los seres humanos.

La *Ética de los Padres* es parte de la *Mishná*, tratado que junto a la *Guemará* – comentarios sobre la *Mishná*– conforman el *Talmud* (Steinzaltz, 2006). *Avot* recoge aforismos y enseñanzas de los fundadores del judaísmo rabínico, dichos que pasaron de generación en generación por vía oral en las academias de estudio de la Tierra de Israel hasta que fueron recogidos y editados por Rabí Yehudá HaNasi, a quien se denomina en el tratado simplemente como *Rabí*.

Antes de iniciar el análisis de esta breve prescripción de la *Ética de los Padres*, es importante hacer una precisión metodológica. El texto original está en hebreo. El análisis que se propone aquí apuntará a una dificultad observada en la traducción de la máxima rabínica en diferentes idiomas (castellano, francés e inglés). Las distintas traducciones de la prescripción tienden a variar desde el punto de vista de las palabras usadas e incluso de la semántica del texto. Eco (1994) observa que

a pesar de que exista un “genio” de cada lengua y a pesar de que cada lengua constituya un modo bastante rígido de ver, organizar e interpretar el mundo, se admite que, a pesar de todo esto siempre es posible de traducir de lengua a lengua. (p. 288).

Pero como veremos en el texto que nos ocupa, este supuesto no se cumple de forma clara y unívoca. Confrontamos un problema que ya describiera Steiner (1975, p. 64) siguiendo el pensamiento de Walter Benjamin sobre la dificultad de traducir en un mundo post-Babel (es decir, después de la diferenciación de las lenguas al caer la Torre de Babel), en el que hay una fragmentación de los idiomas y de los significados. En nuestro texto, la variedad en las traducciones indica más un problema de interpretación que de traspaso de la lengua de origen a la lengua de destino.

Proponemos entonces en nuestro análisis una hermenéutica de la breve prescripción de *Rabí*, un ejercicio de interpretación que tiene en cuenta tanto el contexto cultural en el que el texto se produjo y se interpretó (especialmente según el filósofo Maimónides), y las condiciones de su vigencia actual (Greimas y Courtés, 1979). En este sentido, seguiremos el método que propone Ricoeur (1984) para ir de la obra original al sentido que adquiere según las condiciones de la comunicación en que ella es leída e interpretada hoy en día. Además, lo abordaremos desde una perspectiva que podríamos denominar una “estética de la espiritualidad”, que ha orientado recientes estudios sobre religión, cultura y sociedad (Ceriani y Puglisi, 2022; Granados, 2020).

El contexto del estudio

Este estudio, si se quiere al mismo tiempo filológico y hermenéutico, se plantea en un contexto de explosión de las comunicaciones digitales y de la difusión de millones de imágenes de personas, especialmente las más jóvenes, quienes viven obsesionadas por su apariencia y por la apariencia de quienes consideran “influenciadores” y “celebridades”.

Este contexto comunicacional plantea diversos retos. El primero es que se centra sobre una cultura y un culto de la imagen. En esta ecología comunicacional, cuanto más proyecta su imagen, la persona tiene la impresión de que llega más a los otros y que obtiene más reconocimiento. La fijación por la imagen que difunde a través de las redes digitales expresa también un deseo de autenticidad. Al mostrarse “tal como es”, confirma su búsqueda de una “verdad” visible. Su intención de parecer (para ser percibidos de una manera), su necesidad de aparecer (para impactar a otros) y su motivación se combinan para promover una forma de narcisismo cibernético (centrado en la propia imagen). La estética es de gran importancia para esta persona inmersa en los patrones de consumo de la economía digital que mercantiliza las emociones y la apariencia de autenticidad (Illouz, 2017). Esto explica su gusto por los tatuajes, los *piercings*, así como su preocupación por la moda, aunque a veces sea bohemia, punk o incluso antimoda.

La primacía de la imagen en esta ecología de la comunicación nos lleva a esta pregunta: ¿cómo accede al conocimiento esta persona? Una primera respuesta es que el conocimiento pasa por el impacto que lo visual tiene sobre ella. Ver es un primer momento para “saber”, más que leer o hablar. Sabe primero por los sentidos más que por el habla, lo que significa que a veces aprende más a través de las emociones provocadas por lo que ha visto u oído. Y esto tiene consecuencias directas sobre sus juicios morales. A menudo sus conclusiones éticas tienen poco que ver con los hechos y se basan, en cambio, en su percepción de una situación, a veces de forma superficial.

Nahón, I. (2022). La estética de Maimónides: una ética de la imagen personal. *Revista Cultura y Religión*, 16(2), 171-190.

Esto representa una gran paradoja, pues esta persona, generalmente joven, creció en la llamada "sociedad del conocimiento". El hecho de que haya más información y contenidos disponibles en el ciberespacio no garantiza un mejor conocimiento o comprensión de la historia o del presente. Podemos suponer que la gran cantidad de datos, información, contenidos, teorías de conspiración, imágenes y narraciones, finalmente producen lo contrario de una comprensión más completa y racional de los problemas que enfrenta la humanidad. Ante la gran fragmentación, la contradicción de puntos de vista, los intereses en juego, las manipulaciones, las medias verdades, las mentiras, las *fake news*, algunas personas son más rápidas en hacer juicios valorativos y emotivos. En otras palabras, su razonamiento a menudo se basa en juicios emocionales con una carga moral.

Conocer a través de la emoción es un tema cada vez más estudiado por las ciencias cognitivas, la psicología, la comunicación y la neurobiología (Damasio, 2019). La distinción cartesiana entre mente y cuerpo ya no es válida para analizar este problema. Hemos llegado a comprender mejor desde hace algún tiempo que la biología de nuestras emociones juega un papel central en la forma en que aprendemos y aprehendemos el mundo. Podríamos decir con Spinoza que el conocimiento a través de los afectos (las emociones que nos afectan y que afectan a los demás) es en la mayoría de los casos incompleto y produce ideas “confusas” y “mutiladas” (Spinoza, [1677] 1977).

Esto ocurre en plena transformación del paradigma de la comunicación mediática y la sofisticación de las formas de manipular la opinión pública a través de la inteligencia artificial, los algoritmos, el acceso y procesamiento de grandes cantidades de datos. Se han constituido unas redes que permiten la difusión libre de la información y de opinión, pero que también funcionan como sistemas de control social y formación de representaciones colectivas.

Estas grandes redes conforman una economía digital que, gracias al “trabajo” constante de las personas que comparten sus datos, imágenes, informaciones, opiniones y emociones impulsan la gran máquina algorítmica que genera valor financiero para empresas como Google, Facebook, Apple, Microsoft y Amazon (Mazzucato, 2018). Los seres humanos somos los “trabajadores” de la economía virtual, sin que muchas veces nos demos cuenta de ello.

Esta economía digital está muy asociada con lo que Goldhaber (1997, s. p.) denominó la “economía de la atención en la red”, siendo la atención un “recurso intrínsecamente escaso”. El aumento exponencial del número de usuarios de la red y las capacidades multimedia de estas plataformas están haciendo de “la Web [n.d.a: hoy podemos decir lo mismo de todas las plataformas de comunicación digital] un medio cada vez mejor para transmitir y hacer circular la atención, una

circulación que es esencial para que surja una economía de pleno derecho...” (Goldhaber, 1997, s. p.) Si consideramos la competencia entre actores corporativos, actores sociales, individuos y gobiernos para captar la atención del público en un entorno mediático altamente fragmentado, puede decirse que la apelación a las emociones es uno de los factores estructurantes de la economía de la atención, que es por extensión una economía de los afectos. Esto corresponde al interés relativamente reciente en estudiar sobre cómo la subjetividad, incluida nuestra capacidad para relatar y procesar historias, está configurando nuestros comportamientos económicos y de consumo en la era de la comunicación digital (Shiller, 2019). También está vinculado a la agenda de investigación de la psicología evolutiva aplicada a explicar el aprendizaje, la motivación, la toma de decisiones, las percepciones, las actitudes y las emociones en el mercado desde un punto de vista neodarwiniano (Saad, 2007, 2020).

Para resumir, vale la pena citar al filósofo Han (2015, p. 41): “La hiperinformación y la hipercomunicación no traen luz a la oscuridad”. O en palabras de Lash (2002, p. 2), estamos ante las consecuencias de “[...] la increíble irracionalidad de las sobrecargas de información [...] la desinformación y la información fuera de control”. Esta situación puede asimilarse a la paradoja de la “tiranía de la luz” (Tsoukas, 1997), el efecto cegador del exceso de datos, imágenes y contenidos.

El texto y sus traducciones

Ahora pasemos a nuestro texto. El primer reto que el analista encuentra en esas pocas palabras originalmente expresadas en hebreo es cómo traducirlas correctamente al castellano, e incluso a cualquier otro idioma. En hebreo la enseñanza dice:

רַבִּי אֹמֵר, אֵיזוֹהִי דֶרֶךְ יִשְׂרָאֵל שֶׁיִּבְרַח לּוֹ הָאָדָם, כֹּל שֶׁהִיא תִּפְאָרַת

לְעוֹשֵׂיהָ וְתִפְאָרַת לּוֹ מִן הָאָדָם (Avot 2:1)¹

Rabí ômer, êzô hi derek yěšârâ šeyabôr lô hâ'âdâm. Kol šehî tifēret lē'ôseyhâ wētifēret lô min hâ'âdâm.

El lector notará que, en la transliteración del hebreo, se ha destacado en negritas la palabra *tifēret*, vocablo que es traducido de distintas maneras en varias versiones que hemos consultado, tanto en castellano, en inglés y en francés.

Una primera traducción que presentamos en castellano dice así:

¹ Texto original en hebreo según el portal de textos de la tradición judía Sefaria (consultado el 25 de octubre de 2022), disponible en: https://www.sefaria.org/Pirkei_Avot.2.1?lang=bi

Rabí decía: ¿Cuál es la senda correcta que ha de elegir el hombre? Aquella que lo **dignifica** frente a sí mismo y ante los demás. (Brener, 1998, p. 691. Negritas mías).

La palabra *tifēret* pasa a ser en este caso el equivalente de “dignidad”, pues es lo que dignifica a la persona y lo dignifica ante los demás. Además, el traductor al castellano prefirió eliminar la repetición de la palabra en el texto en hebreo y transformó los dos *tifēret* en el verbo “dignifica”.

Otra opción, traducida a su vez de una versión en inglés del mismo texto (a su vez traducida del alemán), dice:

Rabí (Yehudá HaNasí) dijo: ¿Cuál es el sendero correcto que una persona debe elegir? Cualquiera que le dé **crédito** por adoptarlo y que le dé **honor** ante los otros hombres. (Hirsch, 2014, p. 29. Negritas mías).²

En este caso, la palabra *tifēret* tiene dos acepciones: “crédito” y “honor”.

Una versión distinta, que viene de una traducción al francés, expresa lo siguiente:

Rabí (Yehuda HaNasí) dice: ¿Cuál es la vía de rectitud que el hombre debe adoptar? Todo aquello que lo **honre** a sus ojos y que lo **honre** a los ojos de los otros. (Chabad, s. f. Negritas mías).³

Aquí la palabra es de nuevo asociada con las nociones de “honor” y de “honra”.

Una última opción que consideraremos (hay muchísimas más que no tomaremos en cuenta aquí), es la siguiente, que viene de una traducción al inglés:

Rabí (Yehudá HaNasí) diría: ¿Cuál es el camino correcto que un hombre debe elegir? Cualquiera que sea **armonioso** para el que lo hace y sea **armonioso** para las otras personas. (Daf Yomi Review, s. f. Negritas mías).⁴

La palabra *tifēret* en este caso adquiere un sentido totalmente distinto a las versiones anteriores. Se la relaciona con “armonía”, es decir, con lo que resulta “armonioso”.

² “Rabbi [Yehuda Ha-Nasi] said: Which is the right course that a person should choose? Any that in itself does credit to him who adopts it and that also brings him honor from men...” (Hirsch, 2014, p. 29). Esta es la traducción de S. R. Hirsch del *Piké Avot* al alemán, traducida al inglés por Hirschler (Hirsch, 2014).

³ “Rabbi [Yehoudah HaNassi] dit : « Quelle est la voie de rectitude que l’homme doit adopter ? Tout ce qui l’honore à ses propres yeux et l’honore aux yeux d’autrui”. (Chabad, s. f.). Traducción al francés del sitio web de Jabad.

⁴ “Rebbi says: what is the proper (straight) path that a person should choose? Whatever is harmonious for the one who does it, and harmonious to other people” (Daf Yomi Review, s. f.).

¿Qué quiere decir *tifēret*?

La palabra *tifēret* tiene varias traducciones posibles dependiendo del contexto en el que aparece en la Biblia hebrea, y en la literatura rabínica y mística (conocida como *Kabalá*). Por ejemplo, en la Torá escrita (los cinco libros de Moisés), la palabra aparece de esta forma: “Y harás vestiduras de santidad para Aarón tu hermano, para honra y **hermosura**” (*tifēret*) [...] (Éxodo 28:2. Negritas mías)

Y también de esta otra forma: “Para darte supremacía sobre todas las naciones que Él ha hecho, en alabanzas, en nombre, en **esplendor** (*tifēret*), para ser un pueblo consagrado a YHVH, tu *Elohim*, como Él habló”. (Deuteronomio 26:19. Negritas mías).⁵

En el libro de Isaías, la palabra también aparece de esta forma: “Despiértate, despiértate, vístete con tu fortaleza, ¡Oh Sion! Viste las ropas de tu **hermosura** (*tifē'artek*), Jerusalén, ciudad santa” [...] (Isaías 52:1. Negritas mías).

En la tradición mística de la *Kabalá* (sobre la que volveremos más adelante), *Tiferet* corresponde a una de las emanaciones (*Sefirot*) del Ser Infinito (*Ein Sof*) y se la traduce normalmente como “gloria” o “belleza”. Es también asociada con la idea de equilibrio o armonía (como lo vimos más arriba), una síntesis balanceada de las emanaciones de *Jésed* (benevolencia) y *Guevurá* (fortaleza o rigor) (ver más adelante las implicaciones psicológicas de esta síntesis). Por eso a la emanación *Tiferet* también se la conoce como misericordia o juicio justo, o la justicia atemperada por la misericordia (Breslov.org, 23 de abril de 2009).

Por ahora, podemos concluir que las traducciones de las palabras de la Ética de los Padres apuntan a dos tipos de cualidades que el hombre debe poseer y proyectar hacia los demás: unas morales (crédito, honor, dignidad) y otras estéticas (implícitas en la noción de armonía o incluso de belleza, según el sentido que la palabra *tifēret* tiene en los versículos bíblicos). Pero, ¿son conciliables ambos tipos de cualidades? E incluso podríamos preguntarnos: ¿por qué tanta dificultad en traducir de una forma más o menos consistente la palabra *tifēret* en el contexto de esta máxima ética de Rabí Yehudá HaNasí?

¿Cuál es el camino correcto?

La primera dificultad que esta máxima presenta desde el punto de vista doctrinario es que no responde directamente, al menos no en su formulación inicial, a que el camino correcto es el de la Ley o la Torá tal como fue prescrita por Dios en el Monte Sinaí. Como lo afirma Tauber (s. f.), uno no esperaría de

⁵ Según la traducción al francés de Chouraqui (1989).

Rabí, el maestro de maestros rabínicos, que prescribiera como el “camino correcto” lo que le resulte más armonioso a la persona y a quienes lo vean. La Torá es, por el contrario, un compendio de normas que busca regular la conducta individual y colectiva, justamente para impedir que los seres humanos se dejen llevar por sus impulsos, incluso si ellos creen que son “armoniosos” o “equilibrados”.

En la tradición rabínica la interpretación es siempre el recurso para salir de la ambigüedad, o incluso para hacer la ambigüedad más compleja aún. Maimónides (*Rambam*) en su comentario de la *Ética de los Padres* dice sobre esta máxima de *Rabí*:

Es claro que el camino recto son las buenas acciones que hemos dilucidado en el cuarto capítulo [n. d. a: Maimónides se refiere aquí a la introducción a sus comentarios sobre la *Ética de los Padres*, conocida como Ocho capítulos, de la que hablaremos más adelante], y ellas son las virtudes de la moderación. Porque a través de ellas la persona adquiere una correcta disposición y tendrá unas buenas maneras con la gente. (Rambam, s. f. Traducción mía del inglés).

La palabra clave en la interpretación de Maimónides es “moderación”, término que está mucho más cerca de la noción de “armonía”, y no tanto de las connotaciones más morales como honor o dignidad. El filósofo apunta en su comentario al sentido original de la máxima de *Rabí*: el camino a escoger tiene que ver con la autoimagen (autoestima) y con la imagen proyectada, la que verán los otros. Entienden pues *Rabí* y *Rambam* que la escogencia del “camino recto” implica un problema de comunicación. Cómo se percibe la persona a sí misma y cómo será percibida por la gente son fundamentales para la vida social en armonía. ¿Pero qué implica “moderación” para Maimónides?

Un enfoque psicológico

Maimónides desarrolla en sus Ocho capítulos toda una teoría de la autoestima basada en un estudio de las inclinaciones (*midot*) del alma humana. Allí escribe lo siguiente:

[...] Un hombre es llamado magnífico cuando toda su intención es hacer bien a los otros a través del servicio personal, por medio de dinero o de consejos, con todo su poder, evitando, sin embargo, traer sufrimiento o desgracias sobre sí mismo [...] La gentileza es el punto medio entre la irascibilidad y la insensibilidad, ante la vergüenza y la deshonra; y la modestia [es el punto medio] entre la impudicia y la timidez [...] (Maimónides, 1912, p. 56. Traducción mía al español de la traducción al inglés de Gorfinkel).

La propuesta ética de *Rambam* tiene dos dimensiones: los afectos de la persona (o sus sentimientos) y la proyección pública de su imagen. El punto de equilibrio (o de armonía) pasa por la moderación de las pasiones entre la respuesta emocional desenfrenada (irascibilidad) y la indiferencia o apatía (insensibilidad), o las respuestas sentimentales extremas (la humillación derivada de la vergüenza o de la deshonra). Y tan importante como el efecto interior (en el alma o psique de la persona) es la comunicación de esa pasión que debe lograr un punto medio entre el exhibicionismo (impudicia) y el retiro total de la escena pública (timidez).

En su comentario, Maimónides vuelve al sentido original de la enseñanza de Rabí Yehudá HaNasí en *Avot*. Sin la armonía interna (lo que es “armonioso para él”), la persona no podrá proyectar la armonía en el ámbito público (lo que es “armonioso para los otros”). Ahora debemos profundizar en algunos aspectos que podemos llamar “arquetipos” (tipos o modelos fundamentales) de las inclinaciones de la psique humana.

Una visión cósmica

Si bien *Rambam* propuso una interpretación racional de las escrituras, también es cierto que su Guía de los descarriados está dedicada, como lo afirmó el filósofo Leo Strauss ([1952] 2003, p. 79), a la “explicación de la enseñanza secreta de la Biblia”. Siguiendo esta línea de pensamiento más cósmica, podemos profundizar en el sentido de la emanación *Tiferet* como esplendor, belleza, armonía, también conocida en hebreo como *Rahamim*, misericordia.

Tiferet representa una emanación divina en el árbol de las *Sefirot* de la tradición cabalística que sintetiza de forma dialéctica dos otras emanaciones: *Jésed* (benevolencia) y *Guevurá* (fuerza, rigor). La literatura cabalística considera que estas tres emanaciones (*Sefirot*) son arquetipos de los tres patriarcas: Abraham (*Jésed*), Isaac (*Guevurá*) y Jacob (*Tiferet*).⁶

Jésed representa el Dios del amor y por eso se asocia con la figura de Abraham, padre de la fe (el amante de Dios, según Isaías 41:8). *Guevurá* se asocia con el rigor de la justicia y se le conoce como “el miedo de Isaac”, el hijo que Abraham estuvo dispuesto a sacrificar por solicitud de Dios (sacrificio que un ángel impide en el relato bíblico).⁷ La *Guevurá*, dice Green (2004), es el rostro divino que Isaac

⁶ Para esta sección sigo las observaciones sobre el sistema de las *Sefirot* de Green (2004) en su introducción a la traducción al inglés del *Zóhar* (El libro del esplendor) de Matt (2004).

⁷ Una versión que se desprende de ciertos *midrashim* (exégesis o relatos complementarios sobre las historias bíblicas) e incluso de un comentario de Rashí dice que Isaac sí murió durante la “atadura” (*akedá*). Ver aquí: <http://curiousjew.blogspot.com/2007/01/isaac-died-alternative->

vio cuando estuvo a punto de ser degollado. El patriarca Isaac es alegóricamente quien representa la “obediencia del que tiembla” (Kierkegaard, [1941] 2013) ante el que es llamado en el *Zóhar*, libro fundamental de la *Kabalá*, el “Dios del terror”. El balance justo entre *Jésed* y *Guevurá* (amor y rigor) es la emanación *Tiferet*, que sintetiza las tensiones entre los dos otros arquetipos, y está representada en el patriarca Jacob. Es la emanación del Dios personal al que se dirigen las plegarias y que es asociado con las nociones de belleza, esplendor (la palabra *tifēret* en su sentido bíblico), compasión (*Rahamim*), juicio atemperado o balanceado (*Mishpat*) y verdad (*Emet*). Jacob es la figura que busca la armonía entre la benevolencia y la fuerza, reflejo de una tensión cósmica, y de un equilibrio que comunica el rostro radiante (esplendoroso) del patriarca que extiende su bendición por el mundo.

Bajando nuestro análisis sobre los patriarcas al plano más terrenal, podemos también identificar estos arquetipos con sus comportamientos tal como se relatan en el Génesis. Abraham es el personaje que se abre a la exploración y al encuentro con los otros: deja el país de sus padres en Ur de Caldea y se desplaza a la tierra de Canaán, negocia con Dios para que no destruya Sodoma y Gomorra, y recibe a sus huéspedes de forma diligente y hospitalaria. Isaac nunca abandona la tierra de Canaán. Seguramente la experiencia de la “atadura” (como se conoce al sacrificio, *akedá*, en hebreo) marcó el resto de su vida, más reservada que la de su padre, bajo la impronta del rigor o la fuerza de aquel episodio radical (que se manifiesta en uno de sus hijos, Esaú, cazador y dado a la violencia física). Jacob, el otro hijo de Isaac, es la síntesis de los atributos de su padre y de su abuelo, en una continuidad en la que la justicia de *Guevurá* (la fuerza o el rigor de Isaac) se manifiesta con *Jésed* (la benevolencia de Abraham). Como padre de las doce tribus de Israel (nombre que adopta después de haber luchado toda la noche con el ángel de Dios), Jacob es fuente de bendiciones para su pueblo y para el mundo, a pesar de las muchas tribulaciones que vivió (trabajó duramente para su suegro para poder casarse con la mujer que amaba y creyó haber perdido a su querido hijo José, por lo que descendió a Egipto en plena hambruna en su tierra). Él es la combinación de una forma de ser (su armonía interna) como una forma de presentarse al mundo (la armonía que produce en los otros).

Mediación entre ética y estética

Si volvemos por un momento al significado de la palabra *tifēret*, definida como el camino que conduce a lo armonioso en uno mismo y en los otros, descubriremos que esta emanación es lo que Bloom (1978, p. 29) considera “[...]”

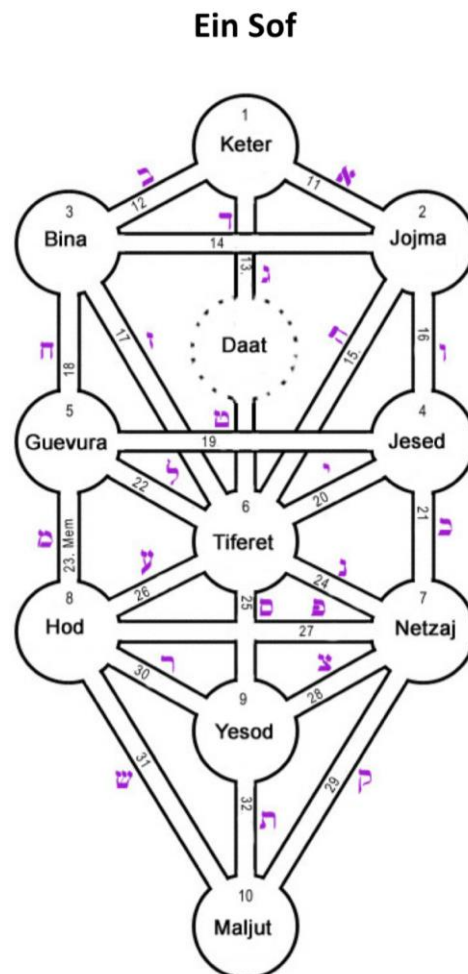
version-of.html Ver también aquí: <https://www.timesofisrael.com/when-abraham-murdered-isaac/>

Nahón, I. (2022). La estética de Maimónides: una ética de la imagen personal. *Revista Cultura y Religión*, 16(2), 171-190.

el principio de mediación que reconcilia en el *Árbol* el ‘arriba’ con el ‘abajo’ [es decir lo Infinito con la Creación, n. d. a.], uniendo igualmente los lados derecho e izquierdo [del *Árbol* de las *Sefirot*, n. d. a.], lo masculino y lo femenino [...]”.

Bloom apunta en su comentario a una idea seminal de la *Kabalá* que trata de reconciliar la conexión entre lo absolutamente infinito (*Ein Sof*), que encabeza el *Árbol* de las *Sefirot* y que origina la emanación de la Corona (*Kéter*) en el tope, con la Creación representada por la emanación que está en la punta inferior, es decir el Reino (*Maljut*). Y para que esta Presencia divina (*Shejiná*, en hebreo, como atributo femenino de Dios) pueda residir en el mundo de la Creación debe atemperar su benevolencia y su rigor absolutos por la mediación de la justicia misericordiosa de *Tiferet* (ver ilustración del *Árbol* de las *Sefirot*).

Figura 1. El *Árbol* de las *Sefirot*



Fuente: elaboración propia basada en *The Zohar* (2004)

En términos de un discurso moderno, la moral absoluta, aquella que pretende hacer el bien a como dé lugar, o a hacer justicia como sea, puede tener resultados desastrosos (pensemos en los totalitarismos y fanatismos de todo tipo). Pero el otro extremo, el de la ausencia del bien o la falta de justicia, también puede llevar al conflicto y al caos. Por eso la armoniosa síntesis de la justicia benevolente es la que puede facilitar la convivencia social en paz. Desde una posición ética, como la que prescribe *Rabí* en *Avot*, una personalidad que sepa combinar en un justo equilibrio la benevolencia con el rigor podrá entonces presentarse ante los otros.

La emanación *Tiferet* es, además, como ya lo vimos, una categoría estética. Su relación con la belleza de las vestimentas del Sumo Sacerdote, o con las descripciones metafóricas para hablar del esplendor del pueblo de Israel o de las ropas de una Jerusalén reconstruida, dejan claro que la armonía no solo pasa por la conducta moralmente moderada (según *Rambam*), sino por la proyección de una imagen agradable, hermosa. En el sistema de las emanaciones de la *Kabalá*, *Tiferet* corresponde a los colores amarillo y morado (Kaplan, 1985), se vincula con el torso del cuerpo humano, y es la belleza divina que se proyecta desde el “Corazón de Dios” (Bloom, 1978, p. 29).

La prescripción de *Rabí* en *Avot* 2:1 considera en su brevedad enunciativa el problema de la recepción, es decir, del efecto que produce la imagen proyectada en quien la ve. En la traducción que favorecimos para nuestro análisis se habla de una resonancia armónica entre la persona y los otros. En términos psicológicos podemos hablar de empatía, sentimiento que se produce por la combinación dialéctica entre la misericordia y el esplendor. Sin embargo, esto nos pone en un dilema ético: ¿es necesaria la belleza para que haya misericordia? ¿De qué belleza estamos hablando?

La belleza útil

La respuesta, de nuevo, la encontraremos en los Ocho capítulos de Maimónides. Como lo señala Bland (1993), *Rambam* expone en su introducción a la *Ética de los Padres* un hedonismo utilitario que justifica el disfrute de la belleza como una vía para mejorar las tareas del intelecto y el estado afectivo de la persona. Una cita de los Ocho capítulos resulta muy ilustrativa:

[...] el que sufre de melancolía puede superarla escuchando cantos y todo tipo de música instrumental, paseando por hermosos jardines y edificios espléndidos, viendo bellas imágenes, u otras cosas que elevan la mente, y que disipan ánimos tristes. El propósito de todo esto es restaurar la condición saludable del cuerpo, pero el objetivo verdadero de mantener el

cuerpo saludable es la adquisición de la sabiduría [...] (Maimónides, 1912, p. 70).

Y más adelante, *Rambam* escribe:

[...] nuestros Rabinos de bendita memoria dicen: ‘Se considera que un sabio debe tener una vivienda placentera, una bella esposa, y confort doméstico’ (TB. Shabat 25b); porque uno se cansa, y la mente se agota por la concentración mental continua en problemas difíciles. Por eso, así como el cuerpo se cansa debido al trabajo duro, y con reposo y refrescamiento se recupera, es también necesario que la mente se relaje viendo imágenes y objetos hermosos, para superar su agotamiento. En este sentido, se cuenta que cuando los Rabinos estaban agotados por el estudio, acostumbraban a sostener conversaciones entretenidas [para refrescarse] (TB. Shabat 30b). Desde este punto de vista, el uso de imágenes y de bordados para adornar la casa, los muebles y las ropas no debe considerarse inmoral o innecesario. (Maimónides, 1912, p. 73).

La belleza, y en general el disfrute estético, tiene para *Rambam* una triple función: es una forma de mejorar el estado afectivo de la persona, es un método para reposar la mente y, finalmente, es una vía para lograr el objetivo último, que es el conocimiento de Dios (la sabiduría), y, por lo tanto, para mejorar la calidad moral del ser humano. El hedonismo no es un fin en sí mismo, sino un medio para mantener la salud corporal y espiritual, lo que es requisito para cumplir con la misión humana de conocer y cumplir la Voluntad divina.

Lo opuesto a la belleza, lo feo, grotesco, chocante, repulsivo, tiene el efecto opuesto sobre el cuerpo, la mente y el estado afectivo: se agotan, se enferman y se entristecen o se agitan nerviosamente. Maimónides también reconoce que en el ritual puede haber elementos “no placenteros”, como en el caso de los sacrificios de animales que se hacían en el Templo de Jerusalén y que producían olores desagradables. Por ello, dice *Rambam* en su Guía de los descarriados con respecto al uso del incienso en el culto: “[...] con el fin de mejorar su olor y el olor de las vestimentas de todos los que servían allí [...], porque el alma es grandemente consolada por olores agradables y se contrae debido a la fetidez y la evita. (Cit. en Bland, 1993, p. 540).

Una traducción alternativa

Después de haber repasado varias traducciones posibles del breve enunciado de *Avot* 2:1, y de haber considerado distintas implicaciones semánticas, psicológicas y filosóficas de la palabra *tifēret*, podemos ahora proponer una traducción alternativa de lo dicho allí por Rabí Yehudá HaNasi: “Rabí dice: ¿Cuál es el

camino de rectitud que debe seguir el hombre? Todo el que le produzca belleza (*tifēret*) a sí mismo y belleza (*tifēret*) ante los demás hombres”.

En lugar de “belleza” podíamos haber usado las palabras “esplendor” o “gloria”⁸. En todos estos casos, estaríamos enfatizando el aspecto estético (al menos, aparente) de la prescripción. Debemos, sin embargo, profundizar en las implicaciones de esta escogencia más estética que ética en esta traducción alterna. Si tomamos en cuenta las recomendaciones de Maimónides sobre la necesidad de lo bello como forma de mejorar las capacidades cognitivas y emotivas de la persona, y así llegar al punto medio moral propio de quien alcanza *Tiferet* (la justicia benévola), entonces entenderemos mejor el sentido de esta traducción.

Hay también en nuestra traducción alternativa, y en el original en hebreo, un sentido de lo que se llama en filosofía del lenguaje efecto perlocutorio (Austin, 1975), que no es otra cosa que el efecto que un enunciado genera en el público al que va dirigido. Es por ello que hemos puesto el foco en la fórmula que “produzca belleza”, porque el camino de rectitud es el que tiene un doble resultado: primero interno en el desarrollo de cualidades de medida moral que son agradables para sí mismo; y segundo, externo, por la proyección de dichas cualidades hacia los otros, quienes expuestos a ese ejemplo también podrían desarrollar esa medida moral.

Implicaciones actuales

Nunca antes en la historia de la humanidad habíamos estado tan expuestos a imágenes de todo tipo. Bellas, terribles, placenteras, repugnantes. Gracias a las tecnologías de la información y de la comunicación podemos producir, compartir, ver, manipular cientos de millones de imágenes. Y esto implica también que podemos generar, adulterar y difundir imágenes de nosotros mismos en grandes cantidades y, potencialmente, con gran impacto.

Es por ello que el breve enunciado de Rabí Yehudá HaNasí es tan actual. La pregunta que él hizo hace ya dos mil años sigue resonando en nuestros oídos de usuarios compulsivos de redes sociales y teléfonos inteligentes: ¿cuál es el camino recto a seguir? Sin pretender prescribir una posición moralista, ni muchos menos integrista, vale la pena hacerse este cuestionamiento con respecto a lo que

⁸ Gloria es una categoría asociada a la reputación, que es una función directa de la exposición en el espacio público del linaje, el abolengo o de los logros de la persona. Sobre la gloria como valor moral y económico, ver Tarde ([1902] 2006).

queremos proyectar sobre nosotros mismos y lo que queremos que los otros vean de nosotros.

El enunciado ético de *Rabí* empieza por responder que la primera responsabilidad yace en la persona que debe proyectarse en el mundo. Su responsabilidad está en producir “belleza” (*Tiferet*) en sí misma, o en términos cabalísticos, lograr la síntesis interna entre la benevolencia (*Jésed*) y el rigor de la justicia (*Guevurá*), el justo medio según Maimónides. Y enseguida, porque la persona está en el mundo de manera moderada (no se deja aplastar por la timidez, pero tampoco se desborda impudicamente), tiene conscientemente que producir “belleza” en los demás, sin denigrar de los otros ni tampoco rendirse al culto de las otras personas (muy propio de la cultura de las celebridades de nuestro ecosistema de comunicación).

El problema de esta época es que, a diferencia de los tiempos de Maimónides, el “ornamento” que potencialmente mejora nuestra autoestima, pensamiento y acción, tiene una presencia casi totalizadora en nuestras vidas de seres conectados en las plataformas de comunicación digital. En vez de ser un medio para un fin moralmente mesurado, el “ornamento” es muchas veces un medio para la exposición de un ego que se infla hasta casi estallar. Esto ocurre en un sistema técnico-económico que incita y facilita la reproducción *ad infinitum* de representaciones visuales de millones de egos inflados que compiten por lograr la atención de los otros, sin que esto implique necesariamente (muy al contrario) el justo equilibrio del “esplendor” en el sentido de la emanación *Tiferet* como síntesis balanceada.

¿Cuál es, entonces, el camino de rectitud en esta cultura de la imagen ornamentada hasta los excesos de lo kitsch (lo empalagosamente estético), de lo pornográfico o de lo grotesco? Probablemente, una posición realista, e incluso medianamente “*maimonidiana*”, nos permita acercarnos a una respuesta factible y no basada en una utopía ingenua o fanática. Seguiremos la prescripción de medida que propone *Rambam*.

Mirar hacia dentro, mirar hacia fuera

Una de las características de la cultura de la imagen personal en los medios digitales es la explotación de la inclinación exhibicionista de todo ser humano. Esta inclinación se alimenta y se potencia por la tendencia natural del ego de buscar satisfacción. Por eso buscamos el “me gusta” o los “corazones” de nuestros seguidores en las redes sociales. Y cada vez que logramos que “nos quieran” (y mientras más personas, mejor) se refuerza la inclinación de búsqueda excesiva de reconocimiento. Esto ocurre especialmente entre las nuevas

generaciones de personas que han crecido bajo el influjo de la cultura de la imagen de Instagram y TikTok; por tanto, en la lógica casi compulsiva de la exhibición de sus cuerpos en las redes sociales.

En sus Ocho capítulos, Maimónides (1912, p. 58) reconoce el poder del hábito en el reforzamiento de lo que él denomina “las excelencias o defectos morales”. El filósofo no creía que el ser humano naciera con un carácter moral predeterminado (“Es imposible que el hombre sea desde su nacimiento naturalmente virtuoso o vicioso” [Maimónides, 1912, p. 85]). Afirma también, descartando el supuesto poder de los astros sobre el comportamiento humano, que:

[...] la conducta del hombre está en sus propias manos, no hay compulsión que se ejerza, y no hay influencia externa que lo obligue a ser virtuoso o vicioso, excepto, como lo hemos dicho antes, que su constitución natural haga más fácil o más difícil hacer ciertas cosas [...] (Maimónides, 1912, p. 86).

La primera conclusión que podemos formular entonces es que no somos víctimas de nuestras pulsiones y de la sofisticada manipulación que hacen de ellas las plataformas digitales a través de sus algoritmos, sino que tenemos la opción de escoger. Somos seres con una plasticidad moral y psicológica, como lo indica *Rambam*: “porque cualquiera de ellas [las inclinaciones morales] puede ser alterada para el bien o para el mal, y viceversa, y, más aún, todo en cuanto con su libre voluntad” (Maimónides, 1912, p. 92).

Alguien podría proponer un contrargumento según el cual los hallazgos más recientes de las ciencias cognitivas y la neurología indican que el libre albedrío no existe, y que los seres humanos estamos condicionados por una combinación de tendencias innatas (influenciadas por nuestra carga genética) y procesos bioquímicos que guían nuestros comportamientos.

Maimónides reconoce que hay tendencias innatas derivadas de la constitución corporal y psíquica de la persona. Pero, como en el conjunto de su análisis psicológico y ético, *Rambam* adopta un punto de vista intermedio, que nos parece razonable y que cuenta con apoyo en la evidencia sobre los estudios del comportamiento humano y sus determinantes físicas y culturales. Según Damasio (2019), una autoridad mundial en la biología del comportamiento y las ciencias cognitivas, la naturaleza humana es una compleja trama en la que se negocian los impulsos instintivos moldeados por procesos biológicos, las emociones derivadas de ellos, y los intentos de la mente consciente de producir resultados culturalmente apropiados.

Las dos palabras claves aquí son “consciente” y “culturalmente”, pues destacan dos aspectos que ya veíamos en la ética de Maimónides. El primero, es que la

libertad viene de la consciencia que los seres humanos tienen de la inclinación o el impulso a actuar de cierta forma. Cuando esa consciencia no existe (debido a un estado de demencia u otra condición psíquica o física que la anula), no existe la libertad de escoger. Segundo, la cultura es fuente justamente de ese marco normativo (la Ley o Torá en la filosofía judía de *Rambam*) al cual buscamos ajustar el comportamiento para que resulte apropiado. Claro que cultura, en su sentido más amplio, implica también una serie de referentes, valores, mitos u otras creaciones humanas que pueden ir justamente contra la síntesis entre benevolencia y justicia rigurosa que resultan en *Tiferet*. De hecho, un desbordamiento de la benevolencia (o su opuesto) o del rigor (o su opuesto) producirían horror, fealdad o caos (lo contrario a lo armonioso).

Hoy vivimos en diversos círculos políticos y sociales una cultura de la polarización en la que las emociones se desbordan. Los debates en las plataformas digitales suelen ser violentos. Las reacciones de las personas son producto de impresiones (un breve fragmento de un video, una foto, una interpretación reduccionista, la manipulación de palabras sacadas de contexto), y estas impresiones alimentan un círculo vicioso de ataques e invectivas *ad hominem*. La indignación moral (“*moral outrage*”) es la emoción dominante en estos rudos intercambios (Crockett, 2017). La comunicación basada solamente en la indignación moral es la de los malentendidos y las contradicciones, desafíos que se pueden superar con una convivencia benévola y responsable, es decir, con una comunicación más equilibrada.

La otra conclusión es que la opción que escojamos sobre cómo nos presentamos ante los otros, según nuestra consciencia, es un acto moral que tendrá repercusiones sociales. Aunque esto puede parecer obvio (no vivimos aislados en una burbuja), debe, según la prescripción de *Rabí* en *Avot*, producir armonía (una de las posibles traducciones de la palabra *tifēret*) en nuestros semejantes. En *Hiljot Deot* (Las Leyes del desarrollo personal), *Rambam* escribe:

Es natural que el carácter y las acciones de un hombre sean influenciados por sus amigos y asociados, y que él siga las normas de conducta locales. Por ello, él debe asociarse con los justos y debe estar constantemente en compañía del sabio, para aprender de sus acciones. Por el contrario, él debe mantenerse alejado de los malvados para no aprender de sus acciones. (Maimónides, s. f., VI, 1, traducido al inglés por Touger).

Es así que las breves palabras de *Rabí* en la primera parte del segundo capítulo de la *Ética* de los Padres adquieren todo su sentido actual. La inclinación humana de proyectar una imagen de sí mismo, hoy en día potenciada enormemente por los medios de comunicación digitales, debe ser atemperada por la armoniosa síntesis de la benevolencia y la justicia que podemos llamar belleza. Y como esta proyección tiene un efecto en los otros, tenemos que estar conscientes de que ella

debe también ser fuente de una respuesta equilibrada en la armónica resonancia de la emanación *Tiferet*.

Referencias bibliográficas

- Austin, J. L. (1975). *How to Do Things with Words*. Cambridge, Mass.: Harvard University Press.
- Bland, K. P. (1993). Medieval jewish aesthetics: Maimonides, body, and scripture in Profiat Duran. *Journal of the History of Ideas*, 54(4), 533-559. Recuperado de <http://www.jstor.com/stable/2709823>
- Bloom, H. (1978). *La Cábala y la crítica*. Caracas: Monte Ávila Editores, C.A.
- Breslov.org. (23 de abril de 2009). Sefirah of the Week: TIFERET – The Light of Truth and Peace. [En línea]. *Breslov.org*. Recuperado de <https://breslov.org/sefirah-of-the-week-tiferet-the-light-of-truth-and-peace/> [Consultado el 18 de enero de 2022]-
- Brener, P. (1998). *Sidur Tefilat David*. Caracas: Editorial Bóker.
- Ceriani, C. y Puglisi, R. (2022). Las formas simbólicas del poder sagrado: carismas y estéticas en perspectiva. *Revista Cultura y Religión*, 16(1), 303-335. Recuperado de <https://www.revistaculturayreligion.cl/index.php/revistaculturayreligion/article/view/1051/733> [Consultado el 25 de octubre de 2022].
- Crockett, M.J. (2017). Moral outrage in the digital age. *Nature Human Behaviour*, 1, 769-771. Recuperado de <https://www.nature.com/articles/s41562-017-0213-3>
- Chabad (s. f.). Les Pirkei Avot en hébreu et en français. Ethique des Pères - Chapitre Deux. [En línea]. *Chabad.org*. Recuperado de https://fr.chabad.org/library/article_cdo/aid/1820846/jewish/Texte-franais.htm [Consultado el 18 de enero de 2022]
- Chouraqui, A. (traducida y presentada) (1989). *La Bible*. París: Desclée de Brouwer.
- Daf Yomi Review (s. f.). Pirkei Avot / Ethics of the Fathers with a select treasury of commentaries on all levels of Torah interpretation. Chapter 2 Mishna. [En línea]. *Daf Yomi Review*. Recuperado de <https://dafyomireview.com/avot.php?d=21> [Consultado el 18 de enero de 2022].
- Damasio, A. (2019). *The Strange Order of Things. Like, Feeling, and the Making of Cultures*. Nueva York: Vintage Books.

Nahón, I. (2022). La estética de Maimónides: una ética de la imagen personal. *Revista Cultura y Religión*, 16(2), 171-190.

- Eco, U. (1994). *La búsqueda de la lengua perfecta*. Barcelona: Grijaldo Mondadori.
- Goldhaber, M. H. (1997). The attention economy and the net. *First Monday*, 2(4). Recuperado de <https://firstmonday.org/ojs/index.php/fm/article/download/519/440>
- Granados, J. (2020). Estética de la alegría del sacrificio. Anacronismo de la modernidad. *Revista Cultura y Religión*, 14(1), 13-25. Recuperado de <https://www.revistaculturayreligion.cl/index.php/revistaculturayreligion/article/view/839/pdf> [Consultado el 25 de octubre de 2022].
- Green, A. (2004). Introduction. En *The Zohar* (trad. y comentarios de D. C. Matt) (pp. XXXI-LXXXI). Stanford, Cal.: Stanford University Press.
- Greimas, A. J. y Courtés, J. (1979). *Sémiotique. Dictionnaire raisonné de la théorie du langage*. París: Hachette Université.
- Han, B-C (2015). *The Transparent Society*. Redwood City, Cal: Stanford University Press.
- Hirsch, S. R. (translation and commentary by) (2014). *The Hirsch Pirkei Avos. Chapters of the Fathers*. Nueva York: Feldheim.
- Illouz, E. (ed.). (2017). *Emotions as Commodities. Capitalism, Consumption and Authenticity*. Londres: Routledge.
- Kaplan, A. (1985). *Meditation Kabbalah*. San Francisco, CA: Red Wheel/Weiser LLC.
- Kierkegaard, S. ([1941] 2013). *Fear and Trembling, and The Sickness unto Death*. Princeton, N. J.: Princeton University Press.
- Lash, S. (2002). *Critique of Information*. Londres: Sage Publications.
- Lordon, F. (2013). *La société des affects. Pour un structuralisme des passions*. París: Éditions du Seuil.
- Maimónides (s. f.). De'ot. The Laws of Personal Development (trad. por E. Touger). [En línea]. *Chabad.org*. Recuperado de https://www.chabad.org/library/article_cdo/aid/910314/jewish/Deot.htm [Consultado el 18 de enero de 2022].
- Maimónides (1912). *The Eight Chapters of Maimonides on Ethics (Shemonah Perakim). A Psychological and Ethical Treatise* (edited, annotated and translated with an introduction by Joseph I. Gorfinkle). Nueva York: Columbia University Press.
- Martin-Juchat, F. (2014). La dynamique de marchandisation de la communication affective. *Revue française des sciences de l'information*

et de la communication. [En línea], (5). Recuperado de <http://rfsic.revues.org/1012> DOI: 10.4000/rfsic.1012

- Mazzucato, M. (2018). *The Value of Everything. Making and Taking in the Global Economy*. Nueva York: Public Affairs.
- Rambam (s. f.). Rambam on Pirkei Avot. [En línea]. *Sefaria Community Translation*. Recuperado de <https://www.sefaria.org> [Consultado el 18 de enero de 2022].
- Ricoeur, P. (1984). *Les incidences théologiques des recherches actuelles concernant le langage*. París: Institut Catholique de Paris.
- Saad, G. (2007). *The Evolutionary Bases of Consumption*. Nueva Jersey: Lawrence Erlbaum Associates, Inc. Publishers.
- Saad, G. (2020). The epistemology of evolutionary psychology offers a rapprochement to cultural psychology. *Frontiers in Psychology*, 11(579578), 1-8. DOI: 10.3389/fpsyg.2020.579578
- Shiller, R.J. (2019) *Narrative Economics: How Stories Go Viral and Drive Major Economic Events*. Princeton, N.J.: Princeton University Press.
- Spinoza, B. ([1677] 1977). *Ética demostrada según el orden geométrico*. México/Buenos Aires: Fondo de Cultura Económica.
- Steiner, G. (1975). *After Babel. Aspects of Language and Translation*. Londres-Oxford-Nueva York: Oxford University Press.
- Steinzaltz, A. (2006): *The Essential Talmud*. Nueva York: Basic Books.
- Strauss, L. ([1952] 2003). *La Persécution et l'Art d'écrire*. París: Tel Gallimard.
- Tarde, G. ([1902] 2006). *Psychologie économique. Tome premier*. París: Félix Alcan, Recuperado de http://classiques.uqac.ca/classiques/tarde_gabriel/psycho_economique_t1/psycho_economique_t1.pdf
- Tauber, Y. (s. f.). On the essence of the ethics. [En línea]. *Chabad.org*. Recuperado de https://www.chabad.org/library/article_cdo/aid/4035535/jewish/Avot-24-On-The-Essence-of-the-Ethics.htm [Consultado el 18 de enero de 2022].
- Tsoukas, H. (1997). The tyranny of light. The temptations and the paradoxes of the information society. *Futures*, 29(9), 827-843. DOI: 10.1016/S0016-3287(97)00035-9