



AUSENCIA DEL PENSAMIENTO EN EL ARTE: APORTES DE JEAN LUC MARION

ABSENCE OF THOUGHT IN ART: CONTRIBUTIONS OF JEAN LUC MARION

Francisco Novoa Rojas

Universidad Alberto Hurtado, Santiago, Chile

fnovoa@uahurtado.cl

<https://orcid.org/0000-0002-0451-0599>

Enviado 03/06/2021

Aceptado 07/08/2021

Resumen

En este artículo se quiere ahondar en la propuesta que Jean Luc Marion ofrece sobre el ídolo en relación con el icono y cómo esta puede aportar al pensamiento artístico. Para esto, abordaremos la relación del ídolo con los distintos rostros que pretenden mostrarse como tal y luego el pensamiento sobre el icono cristiano. En este sentido, nos adentraremos en la propuesta estética cristiana y la posibilidad de pensar un arte *a posteriori*, es decir, que surge desde un acontecimiento, extendiéndolo y haciéndolo más visible.

Palabras claves: Jean Luc Marion, ídolo, icono, acontecimiento, arte.

Abstract

This article wants to deepen into the proposal that Jean Luc Marion offers about the idol in relation to the icon and how it can contribute to artistic thought. For this, we will deepen into the relationship of the idol with the different faces that will try to show themselves as such and then the thought about the Christian icon. In this sense, we will deepen into the Christian aesthetic proposal and the possibility of thinking an art in *posteriori*, that is, that this surges from an event, extending it and making it more visible.

Keywords: Jean Luc Marion, idol, icon, event, art.

1. INTRODUCCIÓN

Enfrentamos una crisis de lo visible seria y en aumento. Con la aparición del arte conceptual se ha abierto el paso a distintos matices de una misma dinámica: abandonar, poco a poco, lo visible. A tal punto que se han vendido obras de arte invisible. Es frente a esta problemática que hemos querido adentrarnos en el pensamiento de Jean Luc Marion para, desde su pensamiento sobre el ídolo en relación con el icono, ofrecer una respuesta. Es por esto por lo que, a lo largo de las diversas palabras que expresaremos, intentaremos definir qué entiende Jean Luc Marion por ídolo en su relación con el ícono -este último en cuanto generado por el cristianismo. Esto con el fin de analizar el aporte estético que puede darnos el pensamiento iconógrafo.

Esta propuesta artística, que muchos llaman 'arte conceptual', generalmente basada en artefactos, colores y formas sin formas, impregna los museos de arte contemporáneo y ha estado constantemente expuesta a la crítica. Jean Luc Marion se vuelve en contra de todo tipo de arte conceptual o, como lo llama él, academicismo. El primer argumento que utiliza para criticar este arte es la no-visibilización de los *invistos*, ya que no nos dice nada y expone el 'concepto' como tal. Siguiendo esto, podríamos decir que el arte conceptual es pre-visto. La producción por parte del artista no es según lo que mira –en ningún momento se pierde en los *invistos*– sino solamente según los conceptos preexistentes en su propia imaginación.

El concepto está previo a la realización de la obra, por eso no visibiliza ningún *invisto* –o, incluso, podríamos decir que no visibiliza nada– y no entrega más que una definición del propio pintor. Si nos volcamos a la definición de *invisto* podrá aclararse aún más su crítica. El *invisto* no es propiamente lo invisible, es lo que aún no ha sido visibilizado. El pintor, por medio de su trabajo, expone lo que se le ha aparecido como *invisto*, es decir, el pintor y su trabajo tiene un nombre: visibilización de los *invistos*. El arte conceptual, al no aparecer ningún *invisto*, sino que solo plasmar una idea previa en la imaginación del pintor, no sería un arte propiamente tal. No hay trabajo de por medio. Trabajo entendido como síntesis pasiva: resistir al don, como las resistencias eléctricas lo hacen al sobrecargarse de energía (Marion, 2006).

A partir del pensamiento de Jean Luc Marion, podemos acercarnos a pensar en la mirada. Sobre el ídolo, tendremos que fundamentar que solamente es mirado, mientras que en el icono se genera un encuentro de miradas: el icono mira al que lo mira. A pesar de esto, hay algo más: el icono surge y se visibiliza como una mirada invisible porque esa mirada pudo mirar y ser mirada conjuntamente. Hay un encuentro que se genera del poder mirar la

mirada que nos mira en el icono. Es por esto por lo que icono encuentra su origen y fundamento en la encarnación y, por medio de esta, se puede encarar en un icono. Sobre esto trabajaremos y diremos que el aporte que le puede hacer el arte y la crítica al arte conceptual reside en que el icono trabaja lo visible, lo vuelve un visible más rico y expresa un acontecimiento de encuentro. No es un retrato ni un *acta* de algo visto, sino un *testimonio*: encarna, por medio de pigmentos, una ex-periencia.

El icono será, por lo tanto, nuestro objeto de estudio; aunque, debemos precisar: nos acercaremos, por medio del pensamiento cristiano, a una reflexión filosófica sobre la visibilización. En ningún momento, aunque sean temáticas que se cruzan y se dan en conjunto, nuestro objetivo será teológico; al contrario, queremos acercarnos a un pensamiento filosófico. Posiblemente, para salir de esta acusación recurrente, Marion también ocupa la palabra *rostro*. Con el mismo fin, nosotros alternaremos la palabra, es decir, asumiremos como sinónimo tanto el icono como el rostro.

2. EL ÍDOLO

La imagen conceptual no es más que una producción originada en un concepto pre-existente, cargada de la trascendentalidad del *artista*. Lo visible que intenta plasmar no conduce a ningún invisible porque no ha surgido desde ningún invisto, es decir, el pintor no ha tenido que perderse en nada visible para rescatar lo no visibilizado aún. La imagen industrializada, siguiendo el pensamiento marioniano, no es más que una producción de lo *a priori*. La televisión, emperadora de la imagen prevista, ha convertido toda imagen que presenta en una constante producción que, al menos, pretende mostrar la realidad. El que mira esta imagen se ve cautivado por su propio ídolo: catatónico ante lo que desea y, deseándolo, se le aparece.

Tal fenómeno podemos verlo, claramente, en la posibilidad de cambiar el contenido televisivo por medio de lo que hemos denominado *el control*. Lo que ha sido producido para el goce lo encarcela en su propia *egoidad*. La reivindicación de la llamada se da en su máxima potencia: la imagen ha sido pensada y fabricada para el que la recibe. La trascendentalidad vuelve a la escena y aparece con más fuerza por la mutua necesidad. Se presenta el comercio existente de la imagen con su mirón. El ídolo, entendido clásicamente como el que hace surgir la idea (εἶδος que genera εἶδωλον), atrapa a su mirón, lo define y lo refleja. A pesar de esto, debemos hacer una detención importante. La imagen, sobre todo

la imagen televisiva, nos presenta *rostros*. Son los famosos, o cualquier personaje televisivo, los que reciben comúnmente el nombre de rostros.

La persona, sea cual sea su circunstancia, jamás puede ser considerada objeto, por eso, el cruce de dos amantes es siempre un darse auténtico: sin objeto de por medio (Marion, 2005b). La televisión –o cualquier imagen industrial– nos presenta precisamente a alguien, nos presenta su *rostro*. Pensémoslo bien. Si la aparición de una imagen no nos muestra mundo, sino que nos hace ver una producción, ¿podrá salir de los márgenes metafísicos –*ser es percibir*– para entregarse como don? La respuesta es, claramente, no. La imagen, al ser pre-vista en su totalidad, no pertenece a la entrega de un ídolo que satura, sino a un ídolo propio del deseo. El mirón solo se prostituye ante la imagen.

Prostitución, entendiéndola en sentido estricto: un rostro (de hecho, toda otra cosa) sólo llega a ser, según el régimen de la imagen televisiva, si acepta no solo reducirse a sí-mismo-como-imagen [*soi-comme-image*], sino sobre todo ajustar esa imagen a las normas draconianas de otra imagen –el ídolo (del deseo) del mirón. De ahí, la ilusión de esperar que surja, entre las nuevas imágenes, una absoluta realidad, un nuevo original, adaptado finalmente al régimen televisivo de lo visible: las imágenes no pueden librar ningún otro original distinto del que ellas mismas conocen; la imagen más bella del mundo no puede dar más que lo que tiene –un original-en-imagen, un contra-mundo donde el original es siempre una imagen. En tal caso, ser nunca será más que ser visto. Y ser visto nunca será más que prostituirse, imitando el ídolo del mirón. La gran prostituta –Babilonia– designa nada menos que un mundo, el nuestro, una modalidad de la presencia, la imagen televisiva. Para ser, hay que ser visto, así pues hay que exhibirse como imagen de un ídolo –el original resulta inmediatamente inaccesible, puesto que se manifiesta como aparición de sí mismo. El original desaparece, a menos que se haga imagen –*ser es ser percibido*. (Marion, 2006, p. 101)

La producción de imágenes, presentada por la paradoja del régimen televisivo, nos presenta una realidad que no responde a un original, porque el original se adapta a lo que se pretende mostrar. La prostitución, por lo tanto, deviene del mirón que se entrega y se atrapa por una imagen que nunca surgirá a partir de sí misma, sino que solo en cuanto responde al placer egoísta. Placer egoísta, aislado, no junto a otras carnes. Él causa el don, lo reduce y lo recibe. Es la paradoja del reinado del *ego*, del objeto, de lo que *es*.

En segundo lugar, se prostituye la imagen, siendo trasladada de original a original, con tal de que la producción siempre presente una imagen de este. Esto responde a una cuestión clásica de la metafísica: la concepción de que todo lo que aparece y existe se

entiende por medio de categorías. Esto ha llevado a pensar que ser es ser visto –*ser es percibir*. En la propuesta fenomenológica de Jean Luc Marion, existe la contrapuesta al postulado metafísico. Todo don, para ser visto, debe darse, pero esto no indica que todo don sea propiamente visible. Los casos como la muerte o el nacimiento, o incluso el amor, nos presentan un don que no se hace visible como tal, sino solo por medio de lo que evocan, es decir, son un don sin ser: un don por venir en su acontecer.

Es así como podemos llegar a decir que la difusión de imágenes no tiene como finalidad presentar el mundo, sino que presentar en la pantalla lo que se ha producido a partir de él, siempre a partir de la trascendentalidad del 'ego'. "La imagen televisiva, estructuralmente idolátrica, obedece al mirón y no produce más que imágenes prostituidas" (Marion, 2006, p. 102). La dinámica del ídolo no pretende ser en sentido negativo, solo se utiliza negativamente cuando refiere al *éidos*. La idea, lo pre-visto, genera la prostitución de la imagen y, por ende, atrapa al mirón en un espejo que solo lo remite a sí mismo, lo remite a sus propios deseos de mirar. La mirada, por lo tanto, se ve en una encrucijada al encerrarse a sí misma. El rostro del que se aparece nunca será un rostro real, es solamente una imagen propia, surgida a partir de los deseos ególatras.

Inevitablemente, inspirados por la crítica a la imagen prostituida, nos podemos preguntar por el rostro que, supuestamente, comparece ante nosotros. Las imágenes que, supuestamente, nos presentan un rostro pueden ser, en general, tres tipos: los rostros televisivos, los (auto)retratos o los iconos. Sobre la primera, Marion clarifica de inmediato la imposibilidad que tiene la televisión de presentar un rostro. Esta imposibilidad es porque el rostro, propiamente tal, nunca es visible y la televisión visibiliza, supuestamente, un rostro-famoso.

Respecto al retrato, o el auto-retrato, nuestro autor nos indica que, a pesar de que muestra un rostro, este rostro pierde su cualidad esencial: mirar. El rostro, sea cual sea y se dé como se dé, mira. Para revisar la cuestión del retrato, o incluso del autorretrato, nos podemos centrar en Durero. En el autorretrato que está en Múnich, a diferencia de los otros que están en Louvre o en el Prado, la mirada del pintor se realza. En el cuadro "la mirada del pintor no se intercambia, en este caso, con ningún otro invisible, sino que se detiene en la visibilidad para convertirse en su propio espectáculo" (Marion, 2006, p. 49). Espectáculo de sí mismo, aunque trabajado y pensado, nunca plasma ni expresa el advenimiento de ningún invisible. Lo invisible de la mirada del pintor ha sido visibilizada, el invisto ha cumplido su propia existencia. El cruce de lo visible y lo invisible se realizó y, a partir del momento en que se termina la obra, se convierte en un ídolo –aunque lejos del sentido negativo. La mirada, por lo tanto, no aparece en la televisión ni en el (auto)retrato.

Queda una opción: el icono. La mirada que mira la pantalla o el (auto)retrato nunca es mirada, en el icono la mirada del que mira no solo es mirada, sino que es encarada. "En el icono, la mirada camina a lo largo de sí misma hacia una mirada invisible que la encara desde la gloria" (Marion, 2006, p. 139). El icono, donde se (re)presenta una figura humana, está cargado de un cruce de miradas. El orante, al mirar (o, mejor dicho, venerar) un icono, es mirado por la mirada invisible que reside en él. La paradoja del icono reside en *quién* es pintado. Jesucristo, ciertamente, no corresponde a una imagen de Dios, sino más bien a un rostro. Es el rostro de Cristo el que presenta, invisiblemente, el rostro del Padre. Entender el icono, por lo tanto, exigirá arrancarlo de la lógica de la imagen.

Al menos históricamente, un modelo de imagen se ha opuesto a la iconoclasia y, al menos en la Iglesia, ha triunfado. Se trata del icono. *Icono* no designa un género pictórico particular, por ejemplo, 'los iconos' en madera (puesto que los frescos romanos y mosaicos bizantinos o ciertas estatuas góticas no son menos iconos que 'los iconos', quizás incluso lo son más que alguno de éstos, tardíos y anecdóticos). *Icono* designa aquí una doctrina de la visibilidad de la imagen, más exactamente, el uso de esa visibilidad. (Marion, 2006, p. 110)

El icono ha permanecido en la Iglesia. Esta lo ha compuesto, resguardado y promovido como una forma de oración, de encuentro del fiel con el Santo. Ciertamente, el orante no se ocupa de la imagen, sino de la visibilización invisible que provoca. El orante se experimenta mirado: mirando es mirado. Frente a esto, genera la paradoja: en el icono, se cruzan las miradas, una se pierde en la gloria de la Otra.

La Iglesia, en Nicea, ha propuesto un fuerte planteamiento filosófico y teológico sobre la visibilización de las imágenes. En la cuestión del tipo y el prototipo, en el encuentro de las miradas, en la encarnación y en aspectos críticos a los demás conceptos de imagen. A pesar de eso, lo que nos interesa resaltar en cuanto la mirada es su contraposición. El cuadro de arte, por su parte, presenta, evidentemente, el cruce de lo visible con lo invisible surgido por medio de los invistos. En el icono, por su parte, no existe una intención de hacerse ver, sino que permite el ver. El cruce de las miradas invisibles debilita la imagen, se pierde en su propia visibilidad y conduce así a la otra mirada.

3. EL ICONO

Lo primero que vemos en otro es el rostro. Este nos abre a su historia, a su pensamiento y a pensar en una realidad ajena –pero componible– con la nuestra. El rostro, como ventana de la carne, nos presenta al otro. Es inmirable, porque escapa del espacio-tiempo y, por ende, no alcanza a ser abarcado por esta categoría. Aunque no solamente satura según la modalidad, sino también con las categorías de los fenómenos anteriores: satura la cantidad, la cualidad y la relación. El icono es el fenómeno saturado que satura las cuatro categorías kantianas (Marion, 2008), precisamente por ser el rostro de otra carne que lleva visiblemente, remitiendo a lo invisible de su rostro.

Si pensamos en el rostro, de inmediato surge la concepción de cara. En la cara, podemos ver rasgos biológicos que logran identificar a la persona. El color de sus ojos, la forma de su nariz o el grosor de sus cejas nos presentan, en primera instancia, frente a quién estamos. A pesar de lo que vemos, el rostro permanece oculto. Su cara no alcanza a significar la realidad de su rostro. Es por esto que quedarse atrapado y maravillado por la tez de su piel solo nos mantiene catatónicos ante un ídolo, anclados como ente según su ser. Para conocer la cara basta con ver; como para al ente solo le basta permanecer. Para acercarnos al rostro, debemos mirar lo inmirable. La palabra mirar, en el francés, *regarder*, no está relacionada solamente con los sentidos, sino con lo que se da y se guarda, *garder*. Nos podríamos preguntar qué es, precisamente, eso que se puede guardar. Diremos, junto a Marion, que lo que podemos *guardares* la mirada que ponemos sobre los objetos. La nariz, el pelo o sus pestañas, nunca serán más que un objeto, precisamente porque se miran –y porque ellas no miran.

El rostro tiene una mirada que se cruza con la de otro rostro, amplificando así la relación que se está componiendo. Una persona, cuando ve a otra, se maravilla con la cara del otro, pero mantenerse ahí es volver al otro un objeto de la satisfacción propia. El rostro, invisiblemente, nos mira. Mirada que convoca y que invita a una respuesta. A esto Levinas lo llama una mirada ética, el mandamiento de no matar al otro rostro (2016). A pesar de esto, Marion busca no remitirse solamente al mandamiento de no matar, sino a pensar en la posibilidad de que el otro rostro convoque a amarlo o a identificar la existencia de manera conjunta¹. En la fenomenología del rostro, el llamado no es solamente a cumplir un mandamiento, sino que también a actuar. La mirada del otro invita a mirarla invisiblemente. Mirarnos juntos, descubrirnos juntos. Hemos descubierto, junto a Levinas: la mirada del

¹ Sobre esto, muy bien dice Vinolo: "En la fenomenología del rostro, Marion quiere insistir sobre todo lo que éste me impulsa a hacer, sin limitarse al llamado ético" (2019, p. 137).

rostro es epifanía (2016). Marion lo amplifica: es epifanía, pero que no convoca solamente a la responsabilidad *a priori*, sino también al amor que se compone entre los rostros.

3.1. Icono e ídolo

El estudio del icono-rostro implica abordarlo desde su relación con otro fenómeno saturado: el ídolo. Ya hemos dicho que, cuando nos acercamos al estudio de qué es un icono, surge la necesidad de referirnos a lo visible. El ídolo es aquello que se ve, que muestra una realidad antes oculta. El pintor que se pierde en los invistos los saca a la luz y los presenta: el ídolo es propiamente lo visible que surge del rescate de los invistos. En el icono-rostro, ocurre la contraparte. El rostro, aunque encarado, nunca se puede mirar. "El ídolo no merece ser denunciado como ilusorio, puesto que, por definición, se ve –*eidôlon*, lo que se ve (*eidô, video*). Incluso no consiste más que en esto: en que se puede ver, en que solo puede verse" (Marion, 2010, p. 27).

El ídolo solo necesita ser visto para conocerlo, su ser es ser-visible. Esto nos presenta la manifestación de una idea (*eidos*). El conocimiento que se puede tener sobre un ídolo, por lo tanto, es abarcable por lo que presenta; de ahí que el ídolo no debe entenderse en sentido negativo. La diferencia que tiene con el icono no radica más que en la forma de darse en su aparición: "El icono no resulta de una visión, sino que la provoca" (Marion, 2010, p. 36). Mientras que el ídolo surge de la satisfacción que provoca en la mirada, el icono la convoca. Como hemos dicho, el icono es una mirada que mira, de ahí que también se le asigne como rostro. La mirada convoca al que mira la invisibilidad de la otra mirada.

El cuadro debe educarnos a verlo. La distancia entre el ídolo y el icono se define en este punto. El ídolo permanece aún de una manera u otra, a la medida de las expectativas del deseo, cuya previsión colma (quizás hasta un grado inesperado). El icono sobrepasa definitivamente las expectativas, enloquece el deseo, anula la previsión: el icono nunca podrá ni intentará corregir esta separación; la invertirá sustituyendo nuestra mención dirigida hacia él por la suya –de él hacia nosotros. Aunque, no nos equivoquemos: para el cuadro, empero, es ya un gran logro llegar al rango de ídolo, ya que el ídolo, lo visible infranqueable para la mirada, la detiene y la colma. El ídolo fija un espejo invisible: la mirada se mide con él y de él aprende, como por el eco que reenvía un radar para situarnos en el espacio, qué magnitud permite colmarla. (Marion, 2006, p. 67)

Entre el ídolo y el icono, hay una distancia que no puede recorrerse. El ídolo se mantiene en el deseo, en lo visible. El icono, por su parte, no se mantiene en nada terminado

y listo², sino solamente acontece en cuanto convoca. El cuadro de arte no es sino en cuanto alguien lo ve, no convoca a nada más que verlo. El icono, lejos de ser un cuadro de arte, convoca a ser responsable y a amar. Es por esto por lo que son diferentes, generan y se generan distintos acontecimientos. Esto no quiere decir que el icono sea superior al ídolo: para el artista, generar un ídolo es una gran labor: el ídolo entra en juego como un espejo invisible: no se ve propiamente el pintor, pero sí mienta lo que el pintor ha revelado. Frente a esto, podemos decir que el icono-rostro, a pesar de entrar en lo visible, no pertenece a lo estético. “El icono no concierne a ninguna estética, ya que, en cuanto no objetivable, su presentarse no obedece al poder de aprehensión de la sensación” (Restrepo, 2009, p. 283). El ídolo, de este modo, pertenece a lo estético, a lo visible. El icono, lejos de los sentidos – precisamente porque es in-mirable– se aleja de toda posibilidad estética. Esto nos puede llevar a preguntar sobre la belleza que nos da un rostro.

Sabemos que un rostro puede atraerme (y con gran fuerza) por un rasgo insignificante (para cualquier otra persona) y que, inversamente, puedo no fijarme nunca en un rasgo evidente de la persona amada (el color de sus ojos, etc.). ¿Se trata de un despiste? De ningún modo, puesto que mi mirada, eventualmente enamorada, se dirige intensamente a ese rostro del que quiere verlo todo, puesto que de él lo espera todo. (Marion, 2006, p. 105)

Frente al rostro del amado, la cara no cumple un rol preponderante. El caso propuesto por Marion es común, puede ocurrir en todos los casos. Muchas veces, hay críticas a las parejas por no notar algún cambio ‘estético’ que se han realizado o por no conocer algunos detalles: lunares, color de ojos, forma de la nariz, etc. Esto, aunque nos puede parecer burdo, está lejos de serlo, es más real de lo que pensamos. El amante que no se ocupa de los detalles de la cara de su amante no lo hace por indiferencia, sino por preponderancia. El amante no espera más que solo ver el rostro del otro, para lo contrario solo podría ver una fotografía. Espera todo, espera, incluso, encontrar su propio rostro. El rostro que lo convoca, lo evoca a su existencia. Esperar ver el rostro plasmado en la cara, en lo visible, equivale a simplemente querer ver. Es caer en el reduccionismo de la pornografía. Prostituirse ante la imagen des-encarnada.

No veo el rostro visible del otro, objeto reductible aún a una imagen (como el juego social y su maquillaje lo exigen), sino la mirada invisible que surge de las oscuras pupilas del otro rostro; en resumen, veo lo otro del rostro visible. Encarar seriamente (apasionadamente, pues) el rostro del otro equivale a mentar en él lo

² El icono, evidentemente, no es algo *positivo*. No está terminado y puesto ahí a la mano para ser útil. Para una mayor profundidad de lo *positivo* y su relación con la filosofía, es conveniente ver Heidegger, M., (2014). Conceptos fundamentales de la filosofía antigua. Buenos Aires: Waldhuter.

invisible mismo –a saber, su mirada invisible puesta sobre mí. La intencionalidad del amor se exceptúa así del poder de la imagen, puesto que mi mirada, por definición invisible, pretende cruzar la otra mirada, invisible por definición. El amor se sustrae de la imagen y, por ello, cuando la imagen quiere apoderarse del amor representándolo visiblemente, ésta cae en la pornografía, la insignificancia o en su mezcla. (Marion, 2006, pp. 106-107)

El 'rostro' que se puede ver provoca la desaparición real del rostro. Lo invisible solo puede mirarse invisiblemente en la profundidad de sus pupilas –que nada dan a ver, solo el vacío negro (Marion, 1993). Es por esto por lo que encarar al rostro equivale a mentar lo invisible. Así, el rostro no se da según lo que el otro rostro quiera ver, alejándose de toda intencionalidad. El amor se sustrae de la trascendentalidad, ya que no genera él al otro rostro. Pretender ver, equivalente al ídolo que se genera por el deseo como espejo invisible, equivale a eliminar el rostro y reducirlo a la pornografía. Es en la pornografía donde podemos encontrar un ejemplo de este auto-engaño.

Cuando una persona ve pornografía, esta remonta a un cuerpo sexualizado. El encuentro sexual presentado por la pornografía no presenta nada más que cuerpo: la genitalidad, a pesar de su rol preponderante en la intimidad sexual, no alcanza nunca a abarcar la totalidad de la carne –en el encuentro sexual de los amantes no solo hay genitalidad, sino encuentro de amor que excita a la carne en totalidad: cada amante sigue su propia lógica, erotizando por medio de la voz, la respiración, el sentirse; lejos de solo estimular los genitales. La pornografía, por lo tanto, presenta nada más que cuerpo y ni siquiera presenta al cuerpo como tal, sino solo una imagen de él. Podríamos decir que la pornografía, al igual que la virtualidad en general, intenta remontar a la carne, pero en su mismo intento, se desarma: pretende presentar carne, pero está lejos de ella porque no es más que una imagen, imagen que surge y anuncia la necesidad de carne. Existe, en la virtualidad y la imagen, una contradicción que se pone fin a sí misma: intentando suplir la necesidad de la carne, se presenta simplemente como un sucedáneo que evoca el encuentro carnal –mejor dicho, que pone de manifiesto la necesidad.

Esta es la dinámica de la pornografía: presentar nada más que imagen visible y provocada por el deseo de ver. El que ve pornografía crea su propio ídolo, que lo refleja y lo detiene. Es así como surge la auto-excitación –si es que fuese posible llamar excitación sin otro. "Auto-excitación: siempre, aunque sea sólo por la fantasía y la imaginación, es preciso que otro me dé mi propia carne que sin embargo no tiene, y que yo, que me convierto en ella, sin embargo, no puedo darle" (Marion, 2005b, p. 144). Esto invoca sin convocar otra carne, sin ningún rostro que mirando sea mirado. La pornografía, vacía de carnalidad, presenta solo imagen, solo espíritu y, por lo tanto, desemboca en un clamar desesperado

de carne. El rostro, lejos de la dinámica de la imagen, no puede producirse como la imagen. Los distintos 'rostros televisivos' que tenemos en la actualidad no son más que imagen, imagen que clama por carne. El rostro, por lo tanto, no puede reducirse a la imagen.

Que no pueda pre-verse indica precisamente la distancia con la trascendencia, de la incógnita del donante y el adonado. La ausencia del rostro como tal, ya que en su imprevisibilidad no puede abarcarse, indica la ausencia del don. La triple reducción fenomenológica continúa su propia lógica. "El icono no pretende hacerse ver, sino que permite ver y dejarse ver a través de él. Imagen deshecha, debilitada, en resumen, atravesada, el icono deja surgir a través de él la otra mirada, dando así a ver" (Marion, 2006, p. 112). Podemos decir, luego de comparar el icono con el ídolo, que la diferencia radica en la mirada. El ídolo, por su lado, existente en cuanto visible. El icono, en su acontecer, surge por invocar una mirada que nada puede mirar, *regarde qui ne garde rien*³.

3.2. El icono cristiano

Como anunciábamos anteriormente, la Iglesia ha generado y explotado, como herencia, una visibilización que se aleja del rango de imagen. Este es el icono. Vamos a ver qué entendemos realmente por la visibilización del Santo, o más bien, la visibilización de lo invisible. Lejos de ser una pantalla del ser divino, es una mirada que acontece mirando. Esto es precisamente porque, en el icono, la mirada surge siempre como (ad)oración⁴.

La mirada mira al que, orando, eleva su mirada hacia el icono: la mirada pintada contesta invisiblemente la invisible mirada del orante y transfigura su propia visibilidad incluyéndola en el comercio de dos miradas invisibles –la mirada del hombre rezando, a través del icono pintado, a la mirada santa invisible, y la mirada santa invisible recubriendo con benevolencia, a través del icono visiblemente pintado, la mirada del orante. Lo invisible transita a través de lo visible, de modo que el icono pintado soporta los pigmentos en menor medida gracias a la madera de la tabla que al intercambio litúrgico y oratorio de las miradas que ahí se encuentran. Lo visible, que el pintor mismo, rezando, coloca sobre la madera, se despliega saturado por lo invisible de las miradas intercambiadas. Lo invisible ya

³ Mirada que no guarda nada.

⁴ Para profundizar en el paréntesis, es recomendable acercarse a otro filósofo francés: Jean Luc Nancy. Este entiende la ad-oratio según su significado más literal: palabra dirigida a, respuesta a una con-vocación. Es por medio de este recurso de la fe, que Nancy busca elaborar una propuesta política pues es la fe la que permite la con-fianza. Sin poder profundizarlo, lo recomendamos para comprender la cualidad política de la (ad)oración. Esto se encuentra en Nancy, J.L. (2013). *Adoration*. New York: Fordham University.

no se consagra ni se pierde sirviendo a lo visible, como en perspectiva. Al contrario, es más bien lo visible quien sirve a lo invisible, cuyo juego real, fuera de todo cuadro, se ejerce al fin libremente: el intercambio de miradas cruzadas entre el orante y Cristo (o su lugarteniente) pasa por lo visible, conforme a la sana economía de la Creación y de la Encarnación, pero no se reduce a ello. (Marion, 2006, p. 46)

La visibilidad del icono es evidente. Basta con ver la tabla pintada para ver los pigmentos que pretenden (re)presentar al Santo –en este caso sea Cristo o algún cristiano, su lugarteniente. Pero la mirada no surge desde la pintura, sino desde lo invisible de la pintura. La (re)presentación del Santo no alcanza a abarcar al santo mismo, ya que este permanece siempre invisiblemente mirando. El orante frente al icono no solo mira, sino que es mirado. En el encuentro de miradas invisibles acontece la (ad)oración. El orante, por lo tanto, recorre lo visible para encontrarse por lo invisible; recorriendo lo visible, lo invisible sale a su encuentro; lo invisible sirviendo a lo visible. Es por esto que el icono es un recorrido de lo visible que presenta la invisibilidad de Dios. Así, el icono lejos de presentarse como imagen se presenta como encuentro. El icono no es posible por su visibilización, sino por su posibilidad de oración.

Diremos, por lo tanto, que el icono es en cuanto acontece algo ahí: un encuentro, una amistad, una liturgia. La forma lingüística de referirnos al ser del icono solo recorre la existencia, ya que existe, pero no existe como algo estático y permanente, sino como un acontecimiento, es decir, como encuentro compuesto entre miradas. Es por esto que, frente al icono, liberado de toda la dinámica de la imagen, poco importan los pigmentos y las formas, sino que se realza el cruce de las miradas. El icono, para ser entendido en su real objetivo, debe ser estudiado en la dinámica del amor.

Para seguir nuestra investigación sobre el icono cristiano, debemos, pues, remontarnos al verdadero icono, es decir, a Cristo. Para esto, diremos que, con el nacimiento de Cristo, la economía de la salvación se acerca a su plenitud: la encarnación de Cristo nos permite componer una amistad con la Trinidad. Precisamente, por su encarnación es que podemos ver el 'rostro de Dios', es decir, la encarnación nos presenta el icono visible del Padre invisible. Por lo tanto, el icono es posible en cuanto Dios se encarna. Es así como lo describe el Segundo Concilio de Nicea, frente a la cuestión iconoclasta. La presentación del tipo nos remonta a un prototipo: el tipo es el icono que representa el prototipo, a saber, el Santo.

La declaración conciliar establece así el primer punto del estatuto del icono: este tiene rango de τύπος, pero este τύπος debe entenderse como aproximación al

primer τύπος, el de la Cruz donde murió Cristo, tal y como el crucifijo y todos los otros iconos de la cruz nos lo hacen accesible. (Marion, 2006, p. 128)

El icono tiene como posibilidad darse a nosotros en el acontecimiento de un πρωτότυπον (prototipo). El orante que ora frente al icono lo hace conociendo que el icono lo remonta al prototipo. Es el πρωτότυπον lo invisible que pretende visibilizar el τύπος (tipo). Es por esto que Nicea II concluye diciendo que la visibilización del Santo es posible por su propia visibilización, aunque visibilización siempre invisible –como mirada de rostro, como sentir de carne. Frente a esto, nos podemos cuestionar sobre qué tan visible hace Jesucristo a la Trinidad.

Debemos comprender pues de qué manera Jesucristo ofrece no una imagen solo visible del Padre que permanece invisible, sino un rostro (visible) de lo invisible mismo (el Padre), una imagen visible de lo invisible *en tanto que invisible*. Si ignoramos esta paradoja, sólo podremos interpretarlo a partir de la lógica de la imagen: si toda imagen de Dios invisible ofreciera sólo una usurpación caricatural, habría que condenar a Jesucristo a muerte, por blasfemia; que es lo que se hizo (*Mateo 26, 66*). Sólo la paradoja de una mostración icónica de lo invisible en lo visible permitiría recibir a Cristo, sin crucificarlo por blasfemia. Sin embargo, esta paradoja solo resulta inteligible si podemos arrancar el icono de la lógica de la imagen. Así pues, sólo si nos arrancamos nosotros mismos de la tiranía de la imagen. (Marion, 2006, p. 107)

Cristo es icono de Dios. Es por esto que la traducción griega de los setenta, la *septuaginta*, traduce a Cristo como εἰκών (icono) y no como imagen. Lejana de la concepción griega de imagen: “según la cual la imagen significa obviamente algo inferior frente al modelo que representa” (Schönborn, 1999, p. 22). La traducción como icono nos presenta que es posible ver en Cristo la visibilización invisible del Padre. El que ve a Cristo ve al Padre. Precisamente porque no hay una inferioridad entre el Hijo y el Padre, es la unidad de la Trinidad. El discípulo que ve a Cristo tiene un encuentro con la Trinidad en su plenitud y no en sus partes. El que ora al τύπος (tipo) sabe que frente a él está el πρωτότυπον (prototipo). No hay, por cierto, una posibilidad de caricaturizar, de remitir, de reflejar: está frente, dispuesto al encuentro, en ver al Padre viendo al Hijo.

La mirada, por lo tanto, no se remonta a lo visible, sino que recorre lo invisible hasta llegar a lo invisible mismo a quien nunca puede ver, sino lo mataría convirtiéndolo en ídolo. Es por esto que Cristo rompe con el paradigma de la imagen, sobre todo con la concepción griega que existe (Schöborn, 1999). Arrancar al icono de este paradigma nos ofrecerá, por lo tanto, un cruce de miradas. Entre el icono posible por la encarnación de Cristo y la

encarnación de Cristo como visibilización invisible del Padre, hay un pensamiento aun no explotado más que por los iconógrafos. Este cruce de miradas se da con realce en la liturgia. Es el *trabajo del pueblo*⁵ la que nos da la posibilidad de entender la cercanía invisible de Dios. "Cristo habla en las lecturas, se deja ver, tocar, comer y respirar en su cuerpo eucarístico. Toda liturgia hace aparecer a Cristo y proviene de él" (Marion, 2006, p. 118). La liturgia es el misterio de Cristo a través de los signos vivos de la fe. El sacramento visibiliza la venida de Cristo –y anuncia su segunda venida. Es por esto por lo que toda acción litúrgica tiene como fuente y origen la vida de Cristo mismo. Los signos vivos presentados por el hombre, ofrecidos a Dios, convertidos por la acción del Espíritu Santo, nos presentan al mismo Cristo. Toda liturgia es, por lo tanto, acción de Dios en medio del mundo (SC 7), y así rompe con la dinámica de la imagen.

La eucaristía no es representación de Cristo, sino su presencia misma. El orante no se acerca al trozo de pan, sino que se acerca a recibir el cuerpo de Cristo: él es consciente de que las miradas se cruzan, que, así como se encarnó en María, se encarna también en su vida. Lejos de experimentarlo como imagen, lo experimenta como encuentro de rostros, como un cruce de rostros. Esto es porque "también el icono se funda en una mirada, sólo que ésta, en lugar de humana, proviene del icono mismo" (Restrepo, 2009, p. 286). La posibilidad del icono es precisamente por la presencia de Cristo. La visibilización de los artesanos del icono, los iconógrafos, solo es posible en cuanto Cristo se visibilizó. Su visibilización nos otorgó la posibilidad de conocer la Trinidad y, por medio de esto, que nos cruzáramos las miradas, que compusiéramos una amistad.

El icono corriente no imita pues la Cruz más de lo que la Cruz imita la santidad invisible; el icono corriente repite la transición de lo visible a lo invisible que hace de la Cruz el signo de la gloria del Santo. Así como Tomás reconoció a su Señor en el tipo extremo que ofrece la huella de los clavos, de igual manera los fieles pueden reconocer a su Señor en los tipos visibles que trazan los obreros artesanos. En los dos casos, no hay que ver lo visible como un espectáculo, sin identificar la huella que consigna el paso de lo invisible. De igual manera, el icono solo puede contemplarse con honor mediante una mirada que lo venere como el estigma de lo invisible. Sólo la oración puede remontar así de lo visible a lo invisible (por medio de la típica), mientras que el espectador sólo puede comparar lo visible con lo visible (por medio del mimetismo). A los santos, las cosas santas: sólo la oración

⁵ Traducción literal de liturgia. λειτουργία (leitourgía): compuesto por λάος (láos), que significa pueblo, y έργον (érgon), que significa trabajo u obra. También puede entenderse como «servicio público», pero público (υργία) deriva de έργον. Probablemente esto nos pueda indicar que siempre lo «público» requiere obrar.

atraviesa el icono porque sólo ella conoce la función de tipo. (Marion, 2006, pp. 133-134)

El icono, al ser posible solo por la encarnación del rostro de Dios y alejado del rango de imagen, no es imitación; no tiene una totalidad a la cual remitir, un espectáculo que cumplir, al contrario, todo está en adviento, por venir, por componer. El icono mantiene una distancia que hay que recorrer invisiblemente. La mirada del icono mira al orante que mira al icono. El icono remite al Santo como la Cruz remite a la Santa Cruz. Así como Tomás creyó por tocar la carne de Cristo (Jn 20, 28), el cristiano puede creer en Cristo por la mirada del icono. Son los obreros del icono, unos evangelizadores, continuadores de la presencia de Cristo en medio del mundo. El orante lo vivencia cada vez que se arrodilla frente al rostro que lo mira y, de este modo, se aleja del espectáculo de lo idéntico. Cada mirada es, en su propio acontecer, una huella que se escribe en su cruce. Así, el icono destruye cada intento de idolatría; cada intento de volver a Cristo en algo idéntico, estático y predecible.

El antecedente histórico del ícono no es el ídolo pagano, sino la prohibición de representar a Dios en el Antiguo Testamento. Sin embargo, desde el momento en que Dios se encarna y se hace uno entre los hombres, aquella prohibición pierde su fuerza, pues hemos podido experimentar su Persona con nuestros sentidos e inteligencia. Por esto mismo, no sólo se ha entendido al ícono como una instancia de veneración, sino también como una garantía de que la encarnación efectivamente ha ocurrido. Porque la historia de Cristo es real, podemos representarla sensiblemente con los colores que conmueven nuestros ojos. (Solís, 2019, p. 158)

Insistimos: la encarnación es la posibilitante del icono. Lejos de ser una pintura, es una encarnación del pensamiento de Cristo, es la huella de su historia: si el icono cruza nuestra mirada es porque el iconógrafo fue mirado y miró. Es la posibilidad de convertir en historia la composición de una amistad entre la Trinidad y la humanidad. Aquella prohibición de no representar a Dios bajo ninguna forma la abole Dios mismo con su encarnación. Ahora, con su encarnación, puede mirar con ojos de hombre al hombre mismo. Su propio rostro comparece encarándose frente a otros hombres.

Es por esto por lo que la Iglesia entiende la encarnación dentro de la dinámica de la economía de la salvación: es Dios aconteciendo como Dios para que el hombre viva su amistad junto a Él, en comunión. El icono es encarnación de pensamiento, acontecimiento de amor: el cruce de las miradas. Lejos de pertenecer a la estética (ídolo), pertenece y provoca a una mirada. El icono es, precisamente, el testigo. Frente al encuentro de veneración del fiel, comparece ante la comunidad. El orante, el icono y el Santo –el tipo y el

prototipo. No hay una relación del yo-tú, sino un encuentro comunitario. El icono es aquél que posibilita la no confusión del 'Yo' con el 'Tú'. En su sentido más profundo –y más bello, por cierto– el icono actúa como testigo, precisamente, porque da testimonio de la encarnación de Cristo. Diremos, por lo tanto, que el icono es aquella presencia-ausente de Cristo, que mira invisiblemente convocando a una respuesta: el testimonio comparece ante la comunidad de testigos. Cruce de miradas invisibles que imposibilitan la reivindicación. Icono que presenta visiblemente lo invisible: don sin don, fiel a la fenomenología de la donación.

Para concluir tenemos que poner de manifiesto que el pensamiento de Cristo se encarna en los que él mismo se encuentra. Son estos lo que, encarnados –y encarados– con el pensamiento de Cristo, encarnan en otros el don recibido. Esto nos presenta la colaboración de lo humano con lo divino: el rostro del cristiano sirve, como medio, para conocer a Dios; la misión de Cristo es acrecentada por la misión del hombre. El pensamiento de Cristo, que se enriquece con su encarnación, enriquece el pensamiento del que se conforma con él –quizás en esto consista la con-versión: vertirse el uno en el otro, con-formar una misma carne desde la diversidad de las carnes, un mismo pensamiento en un mismo acontecer a partir del encuentro de los hombres con Dios, es decir, en *ecclesiastica communione* (LG 13).

Diríamos, entonces, que la tradición y evangelización de la Iglesia no es más que la encarnación de Cristo en las distintas carnes humanas a lo largo de la historia –así como el iconógrafo encarna el pensamiento de Cristo en los pigmentos. Lo vemos, por lo tanto, en el acontecer del pensamiento cristiano: “en esto, conocerán todos que son discípulos míos: si se tienen amor los unos a los otros” (Jn 14, 35). El amor dándose, el amor aconteciendo en las distintas carnes, manifiesta el acontecer de Dios. Es por esto que podemos ver en el otro el rostro de Dios, es decir, el rostro del tercero que adviene.

4. CONCLUSIÓN

Sin lugar a duda, la propuesta de Jean Luc Marion nos puede aportar mucho al pensamiento desde distintas perspectivas: la filosofía y la teología. Este pensamiento, aunque emerja desde distintas perspectivas, intenta comprender y acercarse a una sola misma dinámica: la donación. Es frente a esta que, a partir de los estigmas que deja su

acontecer, podemos convertirnos en adonados y donadores. Así, podemos encontrarnos *entre* la dinámica del icono y el ídolo para pensar desde la fisura que enfrentan.

Podríamos situarnos frente al ídolo y decir que todo 'arte' que emerja de conceptos *a priori* no es propiamente un arte: no visible a invistos. A pesar de esto, probablemente la defensa conceptualista del arte levante en su defensa la imposibilidad de pensar un arte *a priori*, ya que toda arte responde a una época y a una vivencia determinada, pero esto aún sería insuficiente. El ídolo, su propio aparecer, es visible. Aunque no todo lo visible es ídolo, él cumple una función distinguidamente visible pues emerge desde lo invisible. El artista, como un guardián de los límites del aparecer, rescata los invistos y los visible. En el arte conceptual, que precisamente aparece como negación de todo arte anterior (Ortega y Gasset, 2020), no hay una búsqueda de un invisto en medio del mundo, sino solamente en su imaginación.

El artista conceptual realza la trascendencia del sujeto y, a partir de sus propia egoidad, de la propia conceptualización que él realiza del mundo, plasma su idea. En el fondo, él no se lanza a la búsqueda de los distintos acontecimientos del mundo para hacerlos más visibles, sino que él intenta visible lo que quiere visible. Se convierte, de este modo, en un ídola conceptual: lo que piensa, lo que cree, lo que conceptualiza, lo plasma y pretende hacerlo visible simplemente por esa razón. Guía el pensamiento del *mirón*, del que observa la obra de arte, a la interpretación *egoísta* del artista. A pesar de esto, el icono puede aportar una mirada más artística aún.

Como hemos dicho anteriormente, el icono se fundamenta en la encarnación de Cristo. Es esta la garantía de su aparecer y, por este motivo, de com-parecer. Aparece y en su encarnación com-parece la divinidad; deviene en socio y amigo, pero también es juzgado a muerte. En pocas palabras, su vida entera es una vida que com-parte nuestro tiempo, que lo experimenta y vive en único sentido de este. Se hace, por lo tanto, con su encarnación, una vida histórica y, de este modo, puede extenderse. Acá es donde, en su ausencia, se hace presente (Marion, 1993). El cristiano y, en este caso, el icono, es su lugarteniente. Esto es porque, en el fondo, el icono no se presenta a sí mismo como una posibilidad de visible por el simple deseo de visible algo, sino que aparece como testimonio histórico de un acontecimiento.

Si hemos podido ver el icono es porque el iconógrafo su mirada fue encontrada, fue mirada por otra. Él aparece como la extensión de un acontecimiento. No es un alegórico, un referenciador; es un testigo que encarna el acontecimiento de la mirada. Hace, con su arte y su comunidad, "un incremento de visible o, más exactamente, un doble incremento de visible e invisible" (Nancy, 2006, p. 16). Aquello visto y vivenciado, lo visible

y permite vivenciar; lo visible lo ve y viéndolo, lo extiende en su visibilidad a aquellos que no han podido ver. Es plasmando en pigmentos y madera, permitiendo testimoniar el acontecimiento de Cristo e incrementando la visibilización de la carne de Cristo, pero él desaparece. Su testimonio se plasma, pero no plasma su propia firma. Intenta hacer una reducción de la experiencia: plasmar solo lo dado y ausentarse en su aparición.

Entre ídolo e icono, podemos decir que el arte conceptual, el new art, se pierde a sí mismo al no presentar nada más que una dictadura del pensamiento: ni un invisto ni una mirada, sino solamente una idea a priori del mundo, un concepto plasmado. Es por esto por lo que, en los distintos ejemplos del arte conceptual, el autor debe explicar en qué consiste o cómo recorrer su obra: él mismo impone la interpretación que realizan. No es una interpretación dispuesta a un tercero (Marion, 2019), sino una imposición del pensamiento. Mientras el observador se sorprende por los colores o las formas, el artista conceptual puede indicarle que frente a él no hay ni colores ni formas, sino una presentación de un pensamiento guiado y dirigido.

El pintor resiste la fuerza de la donación para plasmarla en una obra artística. El iconógrafo encara la mirada que (lo) mira. En cualquiera de los dos casos, la visibilización surge en su recorrer del mundo, surge *a posteriori*. No hay una conceptualización obligada, impuesta y dirigida, sino un *flâneur* del mundo. En este mismo sentido, podríamos decir que el arte, para aparecer como arte auténtico, puede enriquecerse con el pensamiento icónico en cuanto extiende un acontecimiento; en cuanto no solo intenta visibilizar por visibilizar, sino que rompe con lo puramente visible. Con esto, queremos decir que no es visibilizar por hacer visible, sino para manifestar algo. Diríamos, en otras palabras, que el artista también escucha los signos que se aparecen, los eventos que acontecen y, de ese modo, no es simplemente un contemplativo de lo real, sino un oyente, un testigo que rompe con lo visible (Levinas, 2016) para hacerlo más visible (Nancy, 2006) y, de este modo, presentarse como el testimonio (Marion, 2006b) de un acontecimiento. Frente a esto, no solamente el arte conceptual puede verse derrumbado entre el ídolo y el icono, sino toda propuesta artística que no surja desde un invisto o una mirada. El aporte, por lo tanto, que ofrece el pensamiento iconógrafo y su relación con el ídolo, puede ser claramente en su relación *a posteriori* y la imposibilidad de establecerla previamente a la vivencia del recorrido del mundo, extendiéndolo y manifestándolo. En pocas palabras, el arte será arte en cuanto exprese y manifieste un acontecimiento que, inter-pretado, se plasme para abrir una donación sin fin.

5. BIBLIOGRAFÍA

- Beuchot, M. (1999). *Las caras del símbolo: el ícono y el ídolo*. Caparrós.
- Denzinger, H. y Hünermann, P. (2017) *El Magisterio de la Iglesia*. Herder.
- Grassi, M. (2015). "Del Dios del que [no] se puede hablar: lo idolátrico y lo icónico en Jean Luc Marion". *Nuevo Pensamiento*, 5 (5), 27-61.
- Heidegger, M. (2014). *Conceptos fundamentales de la filosofía antigua*. Waldhuter.
- Iglesia Católica (2006) *Concilio Vaticano II*. San Pablo.
- Levinas, E. (2016). *Totalidad e infinito*. Sígueme.
- Marion, J. L. (1993). *Prolegómenos a la Caridad*. Caparrós.
- _____, (1999). *El ídolo y la distancia*. Sígueme.
- _____, (2005). *Acerca de la donación*. Jorge Baudino.
- _____, (2005b). *El fenómeno erótico. Seis meditaciones*. El cuenco de plata.
- _____, (2006). *El cruce de lo visible*. Ellago.
- _____, (2006b) "El tercero o el relevo dual". *Stromata*, 66 (1), 93-120.
- _____, (2008). *Siendo dado*. Síntesis.
- _____, (2010). *Dios sin el ser*. Ellago.
- _____, (2011). *Reducción y donación*. Prometeo.
- _____, (2016). *Givenness & revelation*. Oxford.
- _____, (2019). *Retomando lo dado*. UNSAM.
- Nancy, J. L. (2006). *Noli me tangere*. Trotta.
- _____, (2013). *Adoration*. Fordham University.
- Pommier, E. (Comp.) (2017). *La fenomenología de la donación de Jean-Luc Marion*. Prometeo.
- Restrepo, C. (2009). Visible-invisible. Notas para una interpretación icónica del rostro. *Acta fenomenológica latinoamericana*, 279-287.
- Roggero, J. L. (Ed.). (2013). *Jean Luc Marion: Límites y posibilidades de la filosofía y la teología*. SB.
- _____, (2015). Arte y concepto. La crítica de Jean Luc Marion al arte conceptual. *Eikasia*, 66, 207 - 222.



_____, (2016). La función del arte en la fenomenología de la donación de J.-L. Marion.
Investigaciones Fenomenológicas, 13, 173-192.

Schönborn, C. (1999). *El ícono de Cristo*. Encuentro.

Solís, D. (2019). El ícono y su herencia en el arte. *Veritas*, 44, 143-167.

Ortega y Gasset, J. (2020). *La deshumanización del arte*. Espasa.

Ubieta, J. A., Morla, V. (Eds.) (2009). *Biblia de Jerusalén*. Desclée De Brouwer.

Vinolo, S. (2019). *Jean Luc Marion. La fenomenología de la donación como relevo de la metafísica*. Centro de publicaciones PUCE.