

Vol. 8 Núm. 9 (2022-2): Número especial:
Selección de artículos del coloquio
"Innovación y medios alternativos para la
filosofía en el siglo XXI realizado en la
Facultad de Humanidades UAEM Toluca"

UAEM
La Facultad de Humanidades
invita al

II COLOQUIO
La divulgación filosófica
Innovación y medios alternativos
para la filosofía en el siglo XXI
11 Y 12 DE MAYO DE 2022

PRESENTACIÓN
Para comprender la esencia de lo humano y los diversos retos que el ciudadano y filósofo (concretamente mexicano) tendrá que afrontar en lo que resta del siglo XXI, hoy más que nunca es conveniente reflexionar sobre el papel del saber filosófico en la sociedad; así, el propósito de la segunda edición del coloquio La divulgación filosófica, innovación y medios alternativos para la filosofía en el siglo XXI, además de consolidar espacios para la discusión, busca reunir y compartir reflexiones y proyectos sobre la divulgación filosófica.

EJES TEMÁTICOS
Filosofía pública y su incidencia en la formación del ciudadano mexicano del siglo XXI
• Teoría de la divulgación o comunicación pública de la filosofía
• Reflexión sobre la divulgación o comunicación pública de la filosofía
• Diseño y desarrollo de proyectos de divulgación pública de la filosofía
• Muestra de proyectos de divulgación de la filosofía

MODALIDADES DE PARTICIPACIÓN
• Ponencia
• Debate
• Conferencia
• Presentación de diseño y desarrollo de proyectos
• Muestra audiovisual
• Presentación de libro
• Cartel filosófico

BASES
El coloquio está dirigido a **estudiantes, profesores, divulgadores, educadores interesados en la divulgación de la filosofía y público en general.**
Los interesados deberán enviar un resumen de su presentación / ponencia / muestra / proyecto de 300 a 200 palabras e incluir el formato de participación, ya sea presencial o en línea, al correo coloquiodivulgacionfh@gmail.com.
Fecha límite de recepción: 31 de marzo de 2022.
Publicación de programa: 20 de abril de 2022.
Las intervenciones tendrán un tiempo límite de 20 minutos.

Para el caso de los carteles:
• Podrán participar trabajos digitales o analógicos. En el caso de los segundos, estos deberán digitalizarse o fotografiarse y enviarse en formato JPG. El cartel filosófico deberá: a) exponer la relación entre filosofía o filósofos y la sociedad mexicana actual; b) contar con un diseño original; c) usar lenguaje sencillo y claro; d) incitar a la reflexión filosófica.
• Los trabajos recibidos serán difundidos a través de las redes sociales oficiales del coloquio y los tres que cuenten con mayor número de reacciones obtendrán un reconocimiento.

Para el caso de la modalidad diseño y desarrollo de proyecto de divulgación:
• Se deberá exponer el diseño del proyecto de divulgación, si ha sido transmitido en alguna plataforma o espacio público, la recepción que ha recibido, los integrantes del equipo, etcétera.

Para las muestras audiovisuales:
• Se podrá hacer uso de cañón y bocinas; para las muestras musicales será necesario contar con equipo de audio propio y se deberá comunicar con antelación a la comisión organizadora si se requiere de un espacio en particular.

INFORMES
A través del correo:
coloquiodivulgacionfh@gmail.com

ADMINISTRACIÓN
UNIVERSITARIA
2021 - 2025

Editor Invitado

Dr. Luis Aarón Patiño PalafoxFFyL UNAM,
Facultad de Humanidades UAEMéx

lapp1979@gmail.com

<https://orcid.org/0000-0001-9398-1423>

Correo: elvirros3@gmail.com

URL:<http://www.filos.unam.mx/>

4. Daniel Álvarez Fernandez

Correo: aafd900817@gmail.com

URL:<http://www.cienciayfilosofia.org>

Editor Fundador

José Luis Aguilar Martínez

Correo: agenciadecomunicacionpublica@gmail.com

URL:<http://www.cienciayfilosofia.org>

<https://orcid.org/0000-0003-1074-1569>

Comité Científico

1. Adolfo Israel Flores Ramírez

[0000-0003-4152-7872](https://orcid.org/0000-0003-4152-7872)

Correo: polemospater@hotmail.com

URL:<http://www.filosoficas.unam.mx/>

2. Juan Pablo Ramírez Hernández

Correo: pablopistaches@gmail.com

URL: <http://www.inegi.org.mx/>

3. Alfonso Vázquez Salazar

Correo: alfonsovazquezsalazar@gmail.com

URL: <http://www.filos.unam.mx/>

<https://www.uacm.edu.mx/>

Consejo Editorial

1. Óscar Luna Luna

[0000-0003-1524-2611](https://orcid.org/0000-0003-1524-2611)

Correo: lunamestre@yahoo.com.mx

URL: <http://www.filos.unam.mx/>

ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-1524-2611>

2. Alejandra Ramírez Hernández

Correo: alessandraramh@hotmail.com

URL:<http://www.cienciayfilosofia.org>

3. Elvia Rosas Rivera

INTERNACIONAL

1. Mario Alberto Alvarado Guerra

[0000-0003-4032-9188](https://orcid.org/0000-0003-4032-9188)

Correo: malvarad@ed.ac.uk

URL: www.ed.ac.uk

http://www.sociology.ed.ac.uk/people/research_students2/mario_alvarado

2. Alejandro Orozco Hidalgo

Correo: alexor21@hotmail.com

URL: <http://www.sorbonne.fr/>

Comité Técnico/Editorial

1. Eliud Ely Ruiz Colmenares

[0000-0001-9732-5060](tel:0000-0001-9732-5060)

Correo: profesoreliudruiz@gmail.com

URL: <http://seduc.edomex.gob.mx/>

2. Misael Pérez De la Cruz

[0000-0002-1476-3012](tel:0000-0002-1476-3012)

Correo: misaelpc@gmail.com

URL: <http://www.ipn.mx/Paginas/inicio.aspx>

Diseñador.

1. Erick Fernando Juanico Sánchez

[0000-0003-4178-1600](tel:0000-0003-4178-1600)

Correo: ejuanicosanchez@gmail.com

URL: <http://www.tecmilenio.mx/es>

Editor.

La divulgación de la filosofía se presenta como una innovación que consiste en el desarrollo de una práctica no académica. La innovación consiste en reconocer y crear otras formas del discurso filosófico. Este discurso está presente en la historia de la filosofía a través de la obra de diversos autores, textos, medios y modalidades de comunicación. El coloquio “La divulgación de la filosofía” representa un espacio para problematizar, debatir y aprender sobre esta actividad, compartiendo experiencias sobre cómo mejorar, qué comunicar, sobre la profesionalización, los temas a divulgar, sobre el público de la divulgación etc. dada la importancia de la divulgación para la formación de los ciudadanos mexicanos del siglo XXI.

En este número especial la revista Ciencia y Filosofía ISSN: 2594-2204 tiene el honor de publicar las memorias del coloquio sobre divulgación de la filosofía realizado el pasado mayo del 2022 a la Facultad de Humanidades de la Universidad Autónoma del Estado de México.

El Comité de la revista se enorgullece por la confianza de los organizadores Dr. Luis Patiño y doctorante Adolfo Flores quienes fungirán en los roles de editor invitado y coeditor respectivamente, su aportación será de gran valor para comprender y seguir aprendiendo sobre el tema de la divulgación en México.

Índice.

Artículos académicos

[Dos tesis sobre la divulgación de la filosofía](#)

José Ignacio Bazan Estrada, Ernesto Priani Saisó, págs. 03-21

[La difusión y divulgación de la filosofía mexicana](#)

Joel Ochoa Pérez, págs. 22-37

[El discurso de la divulgación de la filosofía](#)

Adolfo Israel Flores Ramírez, págs. 38-52

[¿Es posible una teoría filosófica para la divulgación de la filosofía?](#)

OLGA LILIA Plata Hernández, Luis Aarón Jesús Patilño Palafox, págs. 53-68.

Memorias de congreso

[Presentación del proyecto de difusión y divulgación “I-Filos” en Coloquio: “Innovación y medios alternativos para la filosofía en el siglo XXI realizado en la Facultad de Humanidades UAEM Toluca”](#)

i-filos, págs. 69-77

[Los retos de la filosofía mexicana en el contexto cultural contemporánea poscovid-19](#)

Nureddin Oscar Gomez Castillo, págs. 78-94

Artículo académico

Dos tesis sobre la divulgación de la filosofía

Two theses on philosophy dissemination

Ignacio Bazán Estrada & Ernesto Priani Saisó

UNAM

Resumen: En este artículo buscamos contextualizar la situación actual de la divulgación de la filosofía en México e identificar problemas que consideramos más importantes de atender en la actualidad. Para enfrentarlos sostenemos dos tesis. La primera, que no toda reflexión filosófica es divulgable. Segunda, que hay que ser estratégicos en el uso de la palabra filosofía. Como corolario a estas tesis, sostendremos que favorece la comunicación de la filosofía su adecuación a los referentes culturales en el que se mueven las diferentes audiencias, así como el reconocimiento de los prejuicios que estas puedan tener en relación con la reflexión filosófica.

Palabras claves: filosofía pública, divulgación de la filosofía, estrategia, prejuicios

Abstract: In this article, we contextualize the current situation of the dissemination of philosophy in Mexico and identify problems that we consider more important to address today. To face them, we hold two theses. The first is that not all philosophical reflection is disseminatable. Second, we must be strategic in the use of the word philosophy. As a result of these theses, we will argue that it favors the communication of philosophy, its adaptation to the cultural references in which the different audiences move, and the recognition of the prejudices they may have concerning philosophical reflection.

Keywords: public philosophy, philosophy dissemination, strategy, prejudices

Enviado: septiembre 20, 2022

Aprobado: octubre 16, 2022

Publicado: noviembre 30, 2022

Ignacio Bazán Estrada, alumno del doctorado de Filosofía de la Ciencia de la UNAM, en el mismo programa obtuvo su maestría, tiene licenciatura en Filosofía por la Universidad Nacional Autónoma de México. Desde 2004 colabora con Radio UNAM, donde produce la serie de cápsulas de filosofía *Ráfagas de Pensamiento* junto al Dr. Ernesto Priani Saisó; así como múltiples podcast de filosofía, entre los que destaca *Cadena Aurea*, un podcast de filosofía y magia del Renacimiento para *Pijama Surf*. Ha explorado distintos medios para la comunicación y la divulgación de la filosofía como cómics, documentales y fotografía con resultados variables.
ignaciobazan@gmail.com

Ernesto Priani Saisó es filósofo y humanista digital. Profesor de tiempo completo en la Facultad de Filosofía y Letras de la

UNAM. Su trabajo actual conjuga el estudio de la filosofía del renacimiento, particularmente el renacimiento florentino, con la exploración de la utilización de dispositivos tecnológicos para la investigación en humanidades. Es director del proyecto de edición y laboratorio de investigación digital Biblioteca Digital del Pensamiento Novohispano. Ha sido profesor visitante en la Universidad de Brown, en Estados Unidos, la Universidad Javeriana de Colombia y la Universidad de Roma Tres en Italia. De manera reciente ha coordinado la traducción de las 900 tesis de Pico della Mirandola (primera traducción al castellano) y publicado *Una Mirada al Libro electrónico*, escrito junto con Isabel Galina, además de artículos sobre filosofía y humanidades digitales en los que destaca la entrada sobre Ramón Llull en la Stanford Encyclopedia of Philosophy. Es presidente de la Red de Humanidades Digitales, miembro de la Alianza de

Introducción.

En este artículo nos proponemos sostener dos tesis sobre la divulgación de la filosofía y la filosofía pública. La primera, que no toda reflexión filosófica es divulgable. Es decir, que hay grados en la comunicabilidad de la reflexión filosófica. Segunda, que hay que ser estratégicos en el uso de la palabra filosofía. No siempre enmarcar lo que se quiere comunicar bajo el rótulo de filosofía contribuye a su transmisión. Como corolario a estas tesis, sostendremos que favorece la comunicación de la filosofía su adecuación a los referentes culturales en el que se mueven las diferentes audiencias, así como el reconocimiento de los prejuicios que estas puedan tener en relación con la reflexión filosófica.

Pero antes de presentar nuestros argumentos a favor de estas tesis, nos parece necesario contextualizar en qué momento nos encontramos en el desarrollo de la divulgación de la filosofía en México y por qué consideramos que estas tesis son relevantes para el debate actual sobre cómo comunicar la filosofía fuera de los institutos y las aulas universitarias.

Aunque la difusión del conocimiento es una actividad sustantiva de las universidades públicas en México desde su aparición en el siglo XX, los esfuerzos y debates sobre la divulgación de la filosofía no tienen más de tres décadas. Esto se debe, en parte, a que hay un cambio en la concepción de la comunicación en las universidades. Por ejemplo, hacia mediados de los años 70 del siglo pasado se crea en la UNAM el Programa Experimental de Comunicación de la Ciencia. El programa modificó las ideas extensionistas que habían prevalecido en la Universidad como modelo comunicativo y cuyas raíces las encontramos en una concepción ilustrada de la cultura, y se comienza a pensar en otras formas de comunicación del conocimiento fuera de las aulas universitarias. Esto significó pasar de una idea en la que se concebía la radio y la televisión como una extensión del aula universitaria y se transitó hacia un programa cuyo objetivo era la de hacer accesible la ciencia a grupos amplios de la población utilizando los medios de comunicación a su alcance.^[1]

Sin embargo, no es únicamente el cambio de paradigma comunicacional el que despierta en México (y quizás en buena parte del mundo) la preocupación por la divulgación de la filosofía. El ascenso al poder de los grupos neoliberales en los años 80 trajo consigo, no sólo en México sino en América Latina y otras partes del mundo, un esfuerzo sostenido por desprestigiar a la universidad pública, pero muy en particular, por desacreditar las humanidades (García, 2021; Vargas Lozano, 2016). Una respuesta, pero, sobre todo, una forma de resistencia

a estas políticas públicas han sido los esfuerzos de divulgación de la filosofía que durante décadas pequeños grupos, no necesariamente articulados entre sí, y la mayor parte al margen de las universidades, han llevado a cabo.

Para Gabriel Vargas Lozano y Luis A. Patiño Palafox, coordinadores de la obra *La difusión de la Filosofía ¿es necesaria?*, en 2016 los problemas que enfrentaba la divulgación de la filosofía eran dos: el desinterés de las instituciones universitarias y el temor a una posible degradación de la filosofía. El primero se hacía evidente en la práctica. El último, sin embargo, es un tópico que ha acompañado la reflexión sobre la divulgación de la filosofía desde hace tiempo. En 1998 la revista francesa *Horizons philosophiques* publicó un número dedicado a la definición y en algunos casos a la defensa de la divulgación de la filosofía (“Défense et illustration de la vulgarisation philosophique”). En él daba cuenta, en sus palabras laminadas, que “La vuelta a la filosofía tal como lo observamos en casi todas partes de Europa es parte del espíritu de los tiempos (...) Los cafés filosóficos, los encuentros filosóficos, y todos estos otros nuevos lugares de discusión se multiplican” (Guertin & Gagnon, 1998, 1)^[2], y se preguntan si la filosofía puede ser efectivamente divulgada:

“¿Es un conocimiento o una práctica? Aprender filosofía y aprender a filosofar son ciertamente actividades distintas pero complementarias. ¿Son ambas accesibles al público en general? ¿Podemos suponer que la divulgación es un medio eficaz para comprender mejor lo que es propio de este saber y de la práctica que presupone? En otras palabras, ¿puede haber una divulgación de la filosofía?” (Guertin & Gagnon, 1998, 1).

Al momento de escribir estas líneas, las preocupaciones expresadas por Vargas Lozano y Patiño Palafox hace seis años, han dejado de ser centrales para la divulgación. Por una parte, las universidades han comenzado a involucrarse más activamente en la divulgación. En el caso de la Universidad Nacional Autónoma de México, se creó la Dirección de Divulgación de las Humanidades, pero también la Universidad Autónoma del Estado de México ha albergado encuentros académicos en torno a la divulgación de la filosofía y el congreso de la Asociación Filosófica de México ha incorporado la divulgación entre sus temas. Por otra parte, asumimos que hoy la divulgación de la filosofía es una actividad de la cual no deben quedar dudas sobre su posibilidad o su legitimidad, problemas que señalaba Arianne Poulantzas como los más apremiantes en su artículo para *Horizons philosophiques* (Poulantzas, 1998). Afirmamos esto no sólo por el esfuerzo sostenido de quienes han continuado con proyectos de divulgación, sino

por la progresiva organización de esos esfuerzos y su reconocimiento por parte de la academia de su necesidad y relevancia.

Si estos no son ya los problemas que aquejan actualmente a la divulgación, ¿cuáles son los que sí lo hacen? Nuestra intención no es hacer una lista exhaustiva de estos problemas, sino centrarnos en los tres que en este momento consideramos más relevantes: el obstáculo que hoy constituye la imagen pública de la filosofía para su divulgación; la identificación de la divulgación con la enseñanza, y la tensión entre académicos y divulgadores respecto a lo que se transmite en a través de la divulgación de la filosofía.

La imagen pública de la filosofía.

Es necesario admitir que existe un problema con la imagen pública de la filosofía. Como señalan Massimo Pigliucci y Leonard Finkelman “Es indudable que la filosofía sufre en estos días de un problema serio de imagen pública. Políticos y administradores de las universidades comúnmente se refieren a la filosofía como algo ‘ridículo’ o, en el mejor de los casos, una tarea inútil” (Pigliucci & Finkelman, 2014, 88). Un ejemplo es, para nuestro caso, la participación del Alejandro Velázquez Montes, biólogo y director de la Sede UNAM- Alemania en la Universidad Libre de Berlín, en el noticiero matutino de Radio UNAM *Primer Movimiento*. Al hablar sobre la sociedad del futuro, a raíz de la pandemia de la Covid-19, señala el deseo de ver más reconocido el valor del conocimiento de la ciencia que “las creencias de la religión, filosofía e identidades y límites políticos (sic)”^[3]. Otro caso es el del periodista Carlos Mota que es recurrente en sus críticas contra la filosofía, siendo una columna publicada en el periódico Milenio una de sus opiniones más controversiales^[4].

Los prejuicios anti-filosóficos, sin embargo, se han extendido entre la población. Timothy Williamson señala que: “la filosofía es más vulnerable que las ciencias naturales al *prejuicio populista de que cualquier persona está tan calificada como un filósofo profesional*”^[5] (Williamson, 2022) para hacer filosofía. Es probable que Williamson esté respondiendo al contexto de la academia estadounidense en este momento, pero hay ejemplos de esto en nuestro entorno. Por ejemplo, el periodista mexicano radicado en España Mauricio-José Schwarz ha repetido en múltiples ocasiones que la filosofía es una actividad que cualquier puede hacer y a la filosofía profesional es una pérdida de tiempo, en diversas entradas de su video blog *El Rey va desnudo*^[6].

Al llamarlo prejuicio populista (*laypeople are just as qualified as professionals*) no solo implica reconocer que hay quien piensa que cualquiera puede hacer filosofía sin más requerimiento que sus propias reflexiones, sino que ahora con la emergencia del fenómeno conocido como postverdad, se han vuelto difusos los límites entre la mera opinión o la pura demagogia, y la formulación de reflexiones con distintos niveles de rigor. La percepción negativa del quehacer filosófico en su conjunto es uno de los mayores obstáculos para su transmisión, pues hoy ante la dificultad de legitimar el discurso filosófico se suma la dificultad de legitimar cualquier discurso.

La identificación de la divulgación con la enseñanza.

El segundo de los problemas se origina por el hecho de que la divulgación de la filosofía continúa estando sujeta al programa de enseñanza de la filosofía, sobre todo a la historia de la filosofía. Este comienza a ser un mayor obstáculo conforme la divulgación de la filosofía se ha vuelto un fenómeno más complejo, tanto por la multiplicación de estrategias de comunicación, como porque éstas han dado pie a pensar la divulgación no sólo como un acto comunicacional, sino como una acción pública.

De la filosofía no se divulgan solo ideas, argumentos o concepciones de los filósofos, pues en muchos casos se trata también de representar el diálogo filosófico, como ocurre en los cafés filosóficos y experiencias semejantes. En este sentido, distinguimos la divulgación de la filosofía de lo que hoy se llama, sobre todo en el mundo anglosajón, filosofía pública.

No hay una definición precisa de filosofía pública, pero podemos acudir momentáneamente a la definición que da Jack Russell Weinstein en la introducción del número dedicado a la Filosofía Pública de la revista *Essays in Philosophy* define “La filosofía pública como *hacer filosofía con* el público en general en un contexto que no es académico^[7]” (Weinstein, 2014a, 1). Es importante aquí remarcar la diferencia con la divulgación de la filosofía, que también implica una “salida” del contexto académico a la plaza pública, pero la divulgación no busca necesariamente una reflexión en conjunto con los no formados académicamente como él mismo señala (Weinstein, 2014b, 38). Mientras los productos de divulgación de la filosofía, que encontramos en su mayoría en los medios masivos y/o digitales de comunicación, pueden alcanzar a un público no formado en la filosofía y atraer su interés, en la filosofía pública, dada su presencialidad característica, supone que los asistentes a un café

filosófico son personas que ya tienen algún interés por la filosofía, si no es que cierto acercamiento a ésta y que buscan una experiencia más cercana al quehacer filosófico.

El segundo rasgo que las distingue es el siguiente: en la divulgación en general se parte de la idea de un déficit de conocimiento como condición de posibilidad de esta forma de comunicación. Es decir, en la divulgación es casi inevitable caer en alguna forma de transmisión vertical, que va del experto al no iniciado. En cambio, la filosofía pública es una forma de desplegar el ejercicio mismo de la filosofía junto a otros a través del diálogo de una manera más horizontal. En este caso, el déficit no es un supuesto necesario pues los asistentes pueden tener diversos grados de formación filosófica, y el énfasis está puesto no en la comunicación sino en la performatividad de la filosofía, que está presente desde el origen de la filosofía en el método socrático, y que caracteriza a muchas de las actividades profesionales de la filosofía como los seminarios o los congresos.

La aparición y desarrollo de lo que llamamos filosofía pública da señales sobre el problema de la dependencia de la divulgación del programa educativo, porque obliga a pensar en qué es lo que se quiere divulgar. Muchos de los ejercicios de divulgación parte de que la filosofía es un conjunto de conocimientos que se transmite como un corpus cerrado, con referencias específicas a ciertos autores y a ciertas obras; pero la filosofía pública posibilita divulgar filosofía como un ejercicio que presupone estudio y análisis, pero también diálogo y reflexión activa, de modo que ésta se puede presentar a partir de sus líneas generales, sus tópicos y sus reflexiones, y un conjunto de acciones que le den cauce.

Hasta ahora la divulgación de la filosofía ha favorecido la primera de estas aproximaciones, teniendo como eje, casi siempre, la enseñanza de la historia de la filosofía. Un proyecto tan notable como *Philosophy without gaps*^[8], tiene esa premisa; otro ejemplo es *The Partially Examined Life Philosophy*^[9], un podcast que analiza textos filosóficos clásicos para ponerlos al alcance del público. En México encontramos dos proyectos de divulgación que giran alrededor de la historia de la filosofía: el canal YouTube de Darin MacNabb filósofo de la Universidad Veracruzana^[10], y el de *Estamos filosofando*^[11], que son series de videos que tienen como finalidad explicar la filosofía que se encuentran en un punto medio entre divulgar y enseñar. Sin embargo, la filosofía pública abre la puerta para pensar en que la filosofía puede ser divulgada en función no de esos contenidos históricos con intenciones educativas, sino de lo que la filosofía hace. Es decir, las formas como se reflexiona, a partir de qué problemas, con

qué propósitos, con qué instrumentos. En otras palabras, una dinámica que invita a pensar filosóficamente y no solo a comunicar contenidos filosóficos.

La transmisión de la filosofía.

El último de los problemas para la divulgación de la filosofía que abordaremos aquí es el de la transmisibilidad de la filosofía. La cuestión no es en realidad nueva. La controversia entre profesionales y divulgadores alrededor de qué es lo que se transmite cuando se divulga tiene ya mucho tiempo y puede sintetizarse así: lo que se divulga nunca corresponde realmente a aquello que busca ser divulgado. Una explicación de la teoría de la relatividad no hará que alguien entienda en realidad qué es la teoría de la relatividad.

Esto, por supuesto, se extiende a la divulgación de la filosofía. Poulantzas observa, por ejemplo, que una acusación frecuente que se hace respecto de los cafés filosóficos, es que los asistentes acaban escuchando posiciones dogmáticas y no filosóficas (Poulantzas, 1998). Agnes Callard, por su parte, piensa que hay una diferencia entre acercarse a la filosofía por placer o por negocio. Están quienes no siendo filósofos se aproximan a la filosofía por gusto en busca de estimulación intelectual, mientras que a los filósofos no los guían ninguno de esos dos intereses porque la filosofía “no te hace sentir más listo, te hace sentir más estúpido: al hacer filosofía te das cuenta que ni siquiera sabes las cosas más básicas” (Callard, 2019).

En resumen, para muchos profesionales de la filosofía, la divulgación de la filosofía o es una forma degradada de pensamiento o simplemente no se aproxima, ni remotamente, a lo que el filósofo profesional hace. Esta actitud parece no identificar grados de comunicabilidad en la filosofía, o es toda, o no es nada, además de refugiarse en ese principio de autoridad que ha contribuido tanto a la actitud negativa hacia la filosofía.

De hecho, parte del problema proviene de no distinguir la divulgación y la filosofía pública, de la enseñanza de la filosofía. Para Barris “en el contexto actual de nuestro sistema educativo y profesional, la línea que trazamos entre filosofía pública y filosofía profesional es una enorme tergiversación de la realidad. En gran medida, la filosofía en los salones de clase es en realidad filosofía pública” (Barris, 2014, 16).

La divulgación no es enseñanza. No lo es su objetivo, en sus intenciones, en la forma de ejercerse. Cuando la divulgación y la filosofía pública se identifican con la enseñanza se pierde por completo la noción de los requisitos que uno y otra tienen. No es realmente

equivalente el nivel de profundidad que se puede alcanzar entre estudiantes y aficionados a la filosofía, aunque al principio los estudiantes sean sólo aficionados. Si no vemos esa diferencia, tampoco veremos qué diferencia de profundidad hay en la transmisión de la filosofía entre profesionales, estudiantes y aficionados. ¿Realmente se pueden pensar alguna vez como equivalentes?

Las tesis.

Durante la realización de un taller sobre la Práctica de la comunicación de la filosofía, organizado dentro del II coloquio *La divulgación filosófica: Innovación y medios alternativos para la filosofía en el siglo XXI*, organizado por la Universidad Autónoma del Estado de México, nos propusimos un experimento. Invitamos a los participantes a discutir cómo comunicar distintos contenidos filosóficos: el mito de la caverna de Platón, los silogismos aristotélicos y la paradoja del barbero en la versión de Bertrand Russell.

Como era de esperarse, todos se sintieron más cómodos comunicando el mito de la caverna. Esto nos llevó a interrogarnos por qué esa preferencia y cuáles eran las dificultades que encerraban los silogismos y la paradoja del barbero para ser comunicados. Al reflexionar junto con los participantes en el taller, identificamos dos cosas. Primero, hay ciertos argumentos filosóficos que, como el mito de la caverna, son muy fáciles de transformar en una pieza comunicativa -un poster, una cápsula radial, un video-, ya sea porque hace uso de imágenes o simplemente porque se pueden ejemplificar con cierta facilidad. Segundo, porque no involucran términos o ideas que deben ser conocidos previamente por el público, como es el caso de las otras dos. Conforme avanzamos en el diálogo fue quedando claro que a diferencia de la educación, la divulgación tiene requerimientos de comunicabilidad y establecer límites en cuanto a los contenidos filosóficos que pueden ser objetos de divulgación o de representación en la filosofía pública.

Tesis 1: Hay reflexiones de la filosofía que no se pueden divulgar.

Con esta tesis asumimos que la reflexión filosófica tiene distintos niveles de profundidad, complejidad o abstracción, que exigen distintas estrategias comunicativas. En su sentido más llano significa que hay un límite a lo que la divulgación puede transmitir de la filosofía. Este se establece como una negociación entre los medios, las estrategias y los objetivos de la divulgación y de la filosofía pública, y el nivel de profundidad de la reflexión filosófica que se pretende comunicar.

Pero reconocer que no toda la filosofía puede ser objeto de divulgación o de ejercitarse como filosofía pública, implica también reconocer la diferencia entre las diferentes estrategias comunicativas de la filosofía. Sobre todo, reconocer, que ni la divulgación ni la filosofía pública son procesos formativos y, por lo mismo, no deben asimilarse a la educación. Sus objetivos, métodos, medios y contenidos, por lo mismo, deben concebirse con independencia de la currícula académica.

El que haya reflexiones, conceptos y problemas de la filosofía que no son comunicables en la divulgación o la filosofía pública, implica también reconocer que hay elementos de la filosofía que no pueden conectarse fácilmente con el mundo cotidiano. Un argumento a favor de esta dificultad es la paradoja que señalan Pigliucci y Finkelman sobre los sentidos contrarios en los que se desarrolla la filosofía profesional, que tiende a la especialización y a la fragmentación del campo de conocimiento, al tiempo que se aleja de las discusiones más relevantes socialmente hablando. Como señalan Pigliucci y Finkelman la consideración sobre la utilidad social de la filosofía se puede ilustrar con un argumento en dos partes del filósofo de la ciencia Philip Kitcher que, según ellos, señala que "la filosofía no parece producir los mismos efectos tangibles que atribuimos (digamos) a la investigación científica" (Pigliucci & Finkelman, 2014, 88). Más adelante señalan, glosando a Kitcher, que el problema es tanto al interior de la disciplina como con su relación con el mundo externo: "dado que el progreso disciplinar implica fragmentación y especialización, el tipo de preguntas que muchos filósofos calificarían como de importancia 'central' son esotéricas y poco interesantes para el público en general; en contraste, las preguntas filosóficas que le interesan al público en general son consideradas 'periféricas' por los filósofos profesionales" (Pigliucci & Finkelman, 2014, 89).

Esta paradoja nos lleva a preguntarnos si la filosofía tiene, fuera de las aulas el mismo valor que le otorgan filósofos, académicos, entusiastas y aficionados.

Como se ha argumentado antes, la respuesta es que no todos los grupos sociales le otorgan valor a la filosofía. En la divulgación, como en la filosofía pública, sobre todo si se quiere alcanzar algún significado social, es necesario cuestionarse, al momento de definir qué va a comunicarse, "para qué me sirve esto" en nuestra vida cotidiana. Es decir, cuál puede ser su relevancia para una persona cualquiera fuera de la academia.

Decir que hay reflexiones que no pueden divulgarse, significa, finalmente, que no todos los problemas filosóficos son relevantes socialmente. La divulgación, en este sentido, debe

comprender que su función es establecer un vínculo entre la filosofía y personas que no necesariamente piensan que la filosofía es valiosa y necesaria. Y que para ello es necesario vincular la filosofía con el contexto social al que queremos llegar.

Tesis 2: ser estratégicos en el uso de la palabra filosofía.

Una costumbre muy arraigada del ejercicio filosófico en contextos académicos y formales, pero también se puede observar en la mayoría de los productos de divulgación de la filosofía como de la filosofía pública, es la recurrencia a afirmar que es un trabajo filosófico recurriendo a la palabra filosofía para caracterizarlo. Ejemplos abundan: Filosofía y futuro, Filosofía para disconformes, Filosofía de la longevidad, Filosofía positiva, La filosofía de *Deadpool*. Además, cada vez que se insinúa la desaparición de la palabra filosofía de los planes de estudio de la educación media superior se sale en su defensa, lo mismo durante Reforma Integral de la Educación Media Superior de 2009 (Vargas Lozano, 2012, 79-104), que en estos días con el nuevo Marco Curricular Común que presentó la SEP para la educación media superior, donde se sustituye la palabra filosofía por la más genérica de humanidades. ¿Por qué tenemos la necesidad de poner la palabra filosofía en (casi) todo lo que hacemos y de defenderla a rajatabla?

Una explicación posible, aunque por supuesto no la única, es que la palabra filosofía sirve para delimitar la disciplina a la que se adscribe la obra en cuestión. Para un campo académico cuyo objeto está en constante cuestión, como en el caso de la filosofía, recurrir al término sirve para definir con (cierta) claridad la identidad de la obra, del texto, de la actividad que se desarrolla. Además, es claro que sirve también porque la palabra filosofía tiene un enorme valor para la mayoría de los filósofos, y adscribir un pensamiento al campo filosófico, le otorga un valor específico, y marca una diferencia con reflexiones que no se pueden acreditar como filosóficas.

Para el caso concreto de los productos de divulgación de la filosofía y de algunas experiencias de filosofía pública, pensamos que hay dos malas razones para el abuso de la palabra filosofía. La primera la identificamos como el acto de *charolear* a quienes no son filósofos, se da en un contexto academicista o rigorista dentro de la divulgación; es cuando dirigimos nuestro esfuerzo a *impresionar* o apocar a los demás diciendo: “Aquí están mis credenciales y estoy autorizado para hablar de esto”. La segunda es lo que podemos llamar *tirar rostro*, y se da también en el contexto de la divulgación de la filosofía apoyados en un

contexto de cultura pop, lo que hace algunos años se llamaba filosofía sexy y puede ser un pariente lejano del *infoteiment* o del *eduteiment*; es decir, intentar enseñar una materia de un modo entretenido, de modo que la información debe ser expuesta de manera atractiva. Lo que llamamos *tirar rostro* es el esfuerzo de mostrar que somos intelectual e inteligentes, pero que nuestra materia de estudio puede involucrarse con la cultura pop y ello basta para que nos amen y amen nuestra materia de estudio.^[12]

Sobre estas dos distintas maneras de abordar la comunicación de la filosofía, podríamos señalar que la comunicación de la filosofía que tiende al rigorismo y al academicismo sería cercano con lo que John Huss en su artículo “Popular Culture and Philosophy: Rules of Engagement” (Huss, 2014, 21) identifica como un modelo pedagógico (pedagogical model), en el que según Huss, el uso de la cultura popular sirve como un pretexto o puente para enseñar filosofía, su historia y sus problemas y temas fundamentales, su finalidad es enseñar algo de filosofía, lo que llamamos *charolear* es precisamente esto, un despliegue de conocimientos filosóficos que buscan enseñar y demarcar la diferencia entre el filósofo profesional y el aficionado.^[13]

En cambio, la manera de hacer accesible la filosofía mediante la cultura pop, es lo que hemos llamado *tirar rostro*, se acercará a lo que Huss llama un modelo de filosofía aplicada (applied philosophy model), en el que se usa la filosofía para abrir posibilidades de reflexión filosófica sobre la cultura popular, este modelo, o la forma de “tirar rostro” busca acercar la filosofía al público en general como un medio para pensar en los distintos productos y expresiones de cultura pop.^[14]

En ambos casos, el uso de la palabra filosofía antecede cualquiera de estos esfuerzos como un modo de validarlo dentro del campo y darle un estatus específico frente al público: “esto es filosofía”. ¿Pero es esta realmente una buena estrategia? Consideramos que no por dos razones.

Primero, porque mantienen un modelo vertical y escolar respecto de la filosofía. Huss señala que la diferencia entre los dos modelos –el pedagógico y el de filosofía aplicada–, no es que uno enseña y el otro no, sino que “está en las presuposiciones de *qué* debe ser enseñado y *cómo*” (Huss, 2014, 21). Pero principalmente, porque ambos modelos utilizan la filosofía como un ariete de autoridad. ¿Pero esto sirve en un contexto en que existen fuertes prejuicios contra la filosofía?

Durante el taller que impartimos en el coloquio sobre divulgación que mencionamos antes, algunos de los asistentes señalaron el reto que enfrentaba al tratar de divulgar filosofía entre grupos empresariales. La mayoría de ellos rechazaba de entrada cualquier curso que se presenta como filosofía. En la reflexión conjunta que hicimos, llegamos a la conclusión que utilizar o no el nombre de filosofía para nombrar las actividades a desarrollar debe ser estratégico. Es decir, y aunque suene paradójico, no en todos los casos recurrir a la filosofía es una buena estrategia para la filosofía. En muchos casos, al ejercitarla junto con otros, sin nombrarla, puede ser una idea más fructífera, que *charolear* y *tirar rostro*. En este sentido coincidimos con Huss: “Mientras el modelo pedagógico *asume* que la filosofía es importante y usa la cultura popular para hacerla más agradable al público en general, las piezas de filosofía aplicada no asumen tal cosa. El valor de la filosofía es algo que se debe demostrar en la práctica” (Huss, 2014, 24-5).

Corolario.

Nuestra propuesta con estas dos tesis es liberar a la divulgación de la filosofía y a la filosofía pública de la responsabilidad de comunicar *toda* la filosofía, siguiendo el patrón de la enseñanza de la filosofía. Pero también liberarla de la necesidad de enunciarse como filosófica para ser efectiva.

Para ambas prácticas pensamos que es fundamental buscar estrategias que permitan adecuar el contenido o ejercicio filosófico a los referentes culturales que utiliza la audiencia a la que va dirigido, y sin llamarlo filosófico. En este sentido, comunicar con una audiencia de empresarios, médicos, adolescentes implica un trabajo distinto de adecuación. Esto nos permitirá superar los prejuicios anti-filosofía que estos públicos diversos puedan tener y, por el otro lado, nos permite darle un sentido de familiaridad y aterrizar las ideas y nociones filosóficas que queremos comunicar, sin tener que atacar de frente el prejuicio inicial anti-filosofía y mantenernos dentro de un contexto significativo para los demás.

Acudamos a un ejemplo que pone Barris sobre la prueba de la existencia que ofrece Leibniz en su *Teodicea* (Barris, 2014). El argumento principal es que la existencia de Dios es necesaria no sólo por su perfección, que implica la completa posesión de todas las características imaginables, sino que es una manera de romper una explicación que puede caer en un regreso al infinito de causas. Jeff McLaughlin (McLaughlin, 2005, 7) explica el argumento de Leibniz utilizando la historieta *Crisis on Infinite Earths* publicada por DC

Comics en 1985, en la que los escritores de cómics intentaron dar una explicación más o menos coherente a la existencia del multiverso de DC Comics (cómo es posible que el *Flash* de los 50 puede compartir aventuras con los Flash de los 70 u 80, y que además tiene una identidad secreta diferente al original, o que Batman y Superman no hayan envejecido pero el mundo a su alrededor sí haya cambiado con el paso del tiempo). McLaughlin nos muestra cómo un mundo que existe es mejor que uno que no existe, y que, aun ofreciéndonos un mundo más equilibrado y satisfactorio, por el simple hecho de no existir, es menos perfecto.

Barris nos señala que McLaughlin explica el argumento metafísico diciendo lo mínimo necesario del concepto de perfección como para hacer convincente su argumento, y lo hace de una forma intuitiva con conceptos cotidianos. Y lo logra sin meterse en las dificultades filosóficas que el problema requiere al respecto a los distintos tipos de existencia o a los grados de las realidades, ni se refiere a las múltiples referencias cruzadas de la tradición filosófica (Aristóteles, San Anselmo, Descartes), pues como dice Barris “Ese nivel de discusión nos sacaría por completo del rango de los conceptos familiares a un reino de significados que es necesario aprender por completo en su propio contexto” (Barris, 2014, 13), elementos teóricos y discusiones que son motivo de investigación de personas altamente especializadas en estos temas y que fuera de su contexto específico pueden incluso resultar un sin sentido.

Es con estrategias como estas que podríamos explicar distintos conceptos o problemas filosóficos contextualizándonos según sea necesario y lograr con ello que el público al que nos dirigimos no rechace estas ideas por prejuicios y en cambio obtenga una idea clara y aproximada de cuál es el asunto del que nos ocupamos en la discusión. Mostrar pues, por qué es importante una reflexión más o menos profunda sobre un tema, porque una finalidad deseable de la divulgación y la filosofía pública es provocar la reflexión conjunta entre un filósofo y su público, pues en ello estriba el valor último de la filosofía: despertar el deseo de saber.

A nuestro juicio, la divulgación y la filosofía popular, como ejercicios filosóficos, son extraordinarias medios para la defensa de la filosofía, muy superiores, si son bien ejecutadas y dirigidas, que las vehementes defensas públicas por el abstracto valor intrínseco de lo filosofía que como señala Félix Duque, a veces no pasan de ser un lugar común o un discurso vacío (Duque, 2009). La cuestión estriba, como lo hemos sostenido a lo largo de este artículo, en que hoy la divulgación y la filosofía popular deben distanciarse del modelo educativo,

identificar los lenguajes en que tienen que expresarse y no escudarse en la (cuestionada) autoridad de la filosofía.

Bibliografía

- Barris, J. (2014). The Nature and Possibility of Public Philosophy. *Essays in Philosophy*, 15(1), 5–18. <https://doi.org/10.7710/1526-0569.1486>
- Callard, A. (2019, febrero 13). Is Public Philosophy Good. *The Pint*. <https://thepointmag.com/examined-life/agnes-callard-is-public-philosophy-good/>
- Duque, F. (2009). *Contra el humanismo* (2a edición). Abada editores.
- García, M. A. (2021). Cómo pensar e investigar cuando el Estado se retira. *El oído pensante*, 9(1). <https://doi.org/10.34096/oidopensante.v9n1.9849>
- Guertin, G., & Gagnon, C. (1998). Liminaire. *Horizons philosophiques*, 8(2), I. <https://doi.org/10.7202/801071ar>
- Huss, J. (2014). Popular Culture and Philosophy: Rules of Engagement. *Essays in Philosophy*, 15(1), 19–32. <https://doi.org/10.7710/1526-0569.1487>
- McLaughlin, J. (Ed.). (2005). *Comics as philosophy* (1. ed.). Univ. Press of Mississippi.
- Poulantzas, A. (1998). La vulgarisation philosophique: Pour ou contre? *Horizons philosophiques*, 8(2), 41. <https://doi.org/10.7202/801073ar>
- Pigliucci, M., & Finkelman, L. (2014). The Value of Public Philosophy to Philosophers. *Essays in Philosophy*, 15(1), 86–102. <https://doi.org/10.7710/1526-0569.1491>
- Vargas Lozano, G. (2016). El papel de la filosofía y de las humanidades en la crisis actual. En *La difusión de la filosofía ¿es necesaria?* (pp. 119–152). Torres Asociados.
- Vargas Lozano, G., & Vargas Lozano, G. (2012). *Filosofía ¿para qué? Desafíos de la filosofía para el siglo XXI* (Primera edición). Itaca : Universidad Autónoma Metropolitana, Unidad Iztapalapa.
- Weinstein, J. R. (2014a). Public Philosophy: Introduction. *Essays in Philosophy*, 15(1), 1–4. <https://doi.org/10.7710/1526-0569.1485>

Weinstein, J. R. (2014b). *What Does Public Philosophy Do? (Hint: It Does Not Make Better Citizens)*. *Essays in Philosophy*, 15(1), 33–57.
<https://doi.org/10.7710/1526-0569.1488>

Williamson, T. (2022, julio 8). Popular Philosophy and Populist Philosophy. *Daily Nous*. <https://dailynous.com/2020/06/08/popular-philosophy-populist-philosophy-guest-post-timothy-williamson/>

[1] Un punto muy discutido es si la divulgación de la ciencia influyó en la divulgación de la filosofía, pensamos que probablemente en la teoría no pues ambas pueden apelar de manera independiente a la visión ilustrada. Pero en la práctica sí podemos apreciar una influencia clara al menos en la concepción de los medios y los fines de ambos tipos de divulgación, pues esas mismas prácticas han adoptado un enfoque pedagógico, en cuyo centro encontramos el concepto de déficit: hay que hacer accesibles los conocimientos que consideramos le hace falta tener a las personas y el resultado será que estas mismas personas puedan apreciar y valorar el campo de conocimiento que divulgamos.

[2] Las traducciones son nuestras, a menos que en la bibliografía aparezcan citadas las versiones traducidas al español.

[3] *Primer Movimiento*, 15 de octubre de 2021, disponible en:
<https://www.radiopodcast.unam.mx/podcast/audio/26876>, minuto 38:43

[4] Carlos Mota, “¿Quién quiere estudiar filosofía en la UNAM?” *Milenio*, México 20 marzo 2008. El diario *Milenio* retiró la versión en línea.

[5] Las itálicas son nuestras.

[6] <https://www.youtube.com/c/MauricioSchwarz>. Al respecto pueden verse las siguientes entradas de su *video blog*: <https://www.youtube.com/watch?v=MS8q-FxrHDM>; <https://www.youtube.com/watch?v=KIFzJiffQCc>; <https://www.youtube.com/watch?v=JW1APfii-pw>; <https://www.youtube.com/watch?v=GvHtIg4dqyM>

[7] Las itálicas son nuestras.

[8] <https://historyofphilosophy.net/>

[9] <https://partiallyexaminedlife.com/>

[10] <https://www.youtube.com/user/darinmex>

[11] <https://www.youtube.com/c/Estamosfilosofando>

[12] Estas dos expresiones son típicamente mexicanas, y en su contexto original la primera se refiere al acto de portar y desplegar una *charola* para amedrentar a otros, esta *charola* es una identificación que portaban personajes del aparato político, legislativo, judicial o cualquier “influyente”, estaban grabada en una lámina de latón, estas láminas podían ser utilizadas no sólo por los titulares sino también por sus allegados, socios o familiares. La segunda se refiere al acto de tener los gestos bien estudiados, para que, siendo o no atractivas las personas, puedan hacerse los interesantes o llamar la atención.

[13] Debemos aclarar, junto con Huss, que estos dos modelos los deriva el propio Huss de las especificaciones editoriales de *Open Court* y de *Backwell*, ambas editoriales son de las más prolíficas en la publicación de textos del género Popular Culture and Philosophy, del tipo *Los Simpson y la filosofía*, etc. Aunque son dos modelos útiles no significa que sean fórmulas aprobadas o utilizadas por todos los divulgadores de la filosofía. Huss señala que es importante pensar en estos y en otros modelos pues ello nos trae la oportunidad de reflexionar más ampliamente en lo que es, o por qué y cómo los filósofos deberíamos dirigirnos al público en general (Huss, 2014, 22).

[14] Usamos el neologismo *pop* para definir el tipo de elementos culturales de la industria del entretenimiento, pues en español la cultura popular estaría más relacionada con las expresiones folclóricas que con las de los grandes medios o del entretenimiento.

Artículo académico

La difusión y divulgación de la filosofía mexicana

The dissemination and dissemination of Mexican philosophy

Joel Ochoa Pérez

Uaemex

Resumen: El presente texto, pretende colocar a discusión los conceptos de “difusión” y “divulgación” con la intención de entender su función con la filosofía mexicana. De esta manera, la crítica a estos conceptos pasará por algunas observaciones de algunos filósofos de nuestro momento y de nuestro pasado, como lo fue el filósofo de lo mexicano Emilio Uranga. En un primer momento, expongo los conceptos de difusión y divulgación con el objetivo de demostrar que estos términos no se deben entender como sinónimos. En un segundo plano, teniendo en cuenta la legibilidad o función de la difusión y divulgación filosófica, recorro a la historia de la filosofía mexicana con la intención de exponer el desarrollo de la filosofía mexicana desde los ámbitos divulgativos de mediados del siglo XX. Finalmente, con la filosofía uranguiana, expondré el ¿por qué la filosofía mexicana esta Nepantla?

Palabras clave: Difusión, Divulgación, Emilio Uranga, Rigor, Filosofía Mexicana, Nepantla.

Abstract: This text intends to discuss the concepts of "diffusion" and "divulgation" with the intention to understand their function with Mexican philosophy. In this way, the criticism of these concepts will go through some observations of some philosophers of our time and of our past, as was the Mexican philosopher Emilio Uranga. At first, I expose the concepts of diffusion and divulgation with the aim of demonstrating that these terms should not be understood as synonyms. Secondly, considering the legibility or function of philosophical diffusion and divulgation, I turn to the history of Mexican philosophy with the intention of exposing the development of Mexican philosophy from the area divulgative half of the mid-twentieth century. Finally, with the uranguiana philosophy, I will expose why the Mexican philosophy is Nepantla?

Keywords: Diffusion, Divulgation, Emilio Uranga, Rigor, Mexican Philosophy, Nepantla.

Enviado: septiembre 20. 2022

Aprobado: octubre 16. 2022

Publicado: noviembre 30. 2022

Profesión: Profesor de Filosofía de la Preparatoria Regional de Tejupilco A.C. Incorporada a la Universidad Autónoma del Estado de México con clave No. 130. Títulos académicos: Licenciado en Filosofía por la Facultad de Humanidades de la Universidad

Autónoma del Estado de México Filiación académica actual: UAEMex.

Dirección de correo electrónico: joelochoaperez94@gmail.com

A LUIS AARÓN PATIÑO PALAFOX y COFIMEL

Sin rigurosidad, la filosofía no pasa de ser una buena charla, pero sin su imprescindible divulgación en un lenguaje a muchos accesibles no deja de ser un virtuosismo sin mayor significación. Los grandes filósofos contemporáneos han comprendido tal antinomia y la han afrontado con toda resolución. En nuestro siglo la filosofía ha renunciado a las piadosas ataduras de la ciencia.

Emilio Uranga

Introducción.

Este ensayo se compone por siete observaciones que parten de la experiencia acerca del quehacer filosófico, Aquí se recogen apreciaciones personales colectivas académicas e investigativas que conforman una visión de unidad para la divulgación de la filosofía en México, se concluye que la divulgación en el centro del país constituye el laboratorio divulgativo que tiene como tarea extender la divulgación filosófica al resto de México sin que ello signifique una imposición a un tipo de modelo hegemónico para el resto de las universidades que imparten filosofía al interior del país.

1. Contexto sobre el artículo Tercero de la Constitución Mexicana

En México la filosofía vive actualmente avatares de suma importancia, en el año del 2018 el presidente Andrés Manuel López Obrador aprobó ante la cámara de diputados una reforma al artículo tercero de la Constitución Mexicana que incorporaba: el arte, las humanidades y específicamente a la filosofía como un derecho de los/as mexicanos/as.

Este hecho fue algo insólito en México y en el mundo, hasta la fecha de publicación de este artículo, ningún país ha logrado esta proeza tan urgente. Muy particularmente, en nuestro país, representa una posición opuesta a la educación tecnocrática y mercantilista por la que había propugnado (y propugna) el neoliberalismo, contrastando la política del antiguo presidente Felipe Calderón, quien trato de eliminar, en un acto de salvajismo, las disciplinas filosóficas de la educación media superior.

En nuestros días, el derecho a la filosofía no sólo se ha convertido en un escudo para el sistema educativo, sino que, gracias a ello, ahora podemos cubrir otros espacios, en este sentido podríamos ir hablando en que la filosofía puede divulgarse libremente en nuestro país sin que sea un delito o

se quiera abolir las materias de filosofía del sistema educativo. No obstante, a pesar de que la filosofía sea un derecho, como todo derecho lo debemos hacer valer.

Ahora, si observamos con atención y conectamos un poco el logro de que la filosofía sea un derecho en nuestro país, nos percataremos que la mayoría de los que estuvieron involucrados con esta hazaña, son filósofos y filósofas que han dedicado su pensamiento a la filosofía mexicana, como lo es Gabriel Vargas Lozano con un pensamiento Marxista en nuestro país aunado con una postura latinoamericana y a Guillermo Hurtado con una obra compilativa en torno a la filosofía mexicana del siglo XX.

La conexión que quiero que se refleje no es forzada y mucho menos lejana entre la relación del derecho de la filosofía en nuestro país y la filosofía mexicana. El contexto actual permite visualizar la responsabilidad de los/as filósofos/as mexicanos/as, que en constante crisis hemos tenido que justificar nuestro quehacer filosófico ante la sociedad. Concluiremos, por ahora, que la filosofía es un derecho en nuestro país y que no podemos evadir su influencia filosófica mexicana.

2. ¿Qué entender por difusión y divulgación filosófica en México?

En el año del 2016, Luis Aarón Patiño Palafox y Gabriel Vargas Lozano tuvieron a bien de publicar el texto *La difusión de la filosofía ¿es necesaria?* en la cual, tanto los coordinadores como los escritores, ven el problema clave para que la filosofía en nuestro país pueda tener un impacto más allá de las aulas de clase y, ante todo, que es una responsabilidad en parte por la filosofía mexicana, tal como lo mencionan al final de su presentación:

La filosofía mexicana y la universal tienen los recursos teóricos para analizar estas problemáticas; pero deben hacer valer sus resultados a través de una buena y efectiva labor de enseñanza y difusión. No tenemos duda de que esto será beneficioso para nuestro país. (Patiño y Vargas, 2016, p. 10)

Es innegable, como afirma Patiño y Vargas, que la filosofía en nuestro país tiene un compromiso con la sociedad mexicana, siendo así la difusión y la divulgación el motor clave para una buena recepción hacia el público en general, en virtud de eliminar la ignorancia o la mala fama que ha tenido la filosofía en nuestro país.

Podríamos entender, en un primer momento, que los conceptos de difusión y divulgación se entenderían por sinónimos, pero esto no es así y en el texto de Patiño y Vargas podemos notar sus cualidades por separadas, tal como lo ordena uno de los colaboradores, el filósofo Ernesto Priani:

La difusión transmite información superficial sobre todo tipo de actividades y quehaceres mediante mensajes accesibles al público en general. Cae dentro del concepto amplio de cultura y por lo mismo se reduce a ser informativa, es una forma de vinculación muy básica entre las instituciones y el público en general. (Priani, 2016, p.241).

Por otro lado, la divulgación filosófica tendría otro objetivo, citando nuevamente a Ernesto Priani, veríamos entonces lo siguiente:

La divulgación consiste en distribuir información de un área de conocimiento específica – ciencias o humanidades– a una parte del público en general, la que está interesada en dicha información, y sin que este público sea estudioso o profesional de alguna de estas áreas de conocimiento que se divulga. (P. 241).

Seguido de esto, no debemos olvidar que también se encuentra el concepto de Difusión y Divulgación científica, en la cual el primero tiene otras pretensiones. Lo que se considera como difusión científica es aquella que tiene un público muy selecto, en cambio la divulgación sería un canal accesible para cualquier persona interesada por algún tema. La difusión trabaja con sus propios medios, uno de ellos son los artículos científicos, que como describe Núria Vallmitjana:

Tanto la difusión como la divulgación científica son actividades de comunicación. Los artículos científicos constituyen actualmente un tipo de discurso escrito con una forma determinada y unas condiciones de contenido que permiten cumplir con el propósito final de comunicar y difundir los resultados de un proyecto científico a la comunidad científica. Por su parte, las acciones de divulgación optan por diversos tipos de medios de comunicación y se orientan a un público más general, con la finalidad de hacer accesible el conocimiento científico a la sociedad, al ciudadano. (Vallmitjana, 2021)

Respecta, entonces, que la difusión queda acotada por la institución y la especialización, es decir, en el caso de los difusores de la filosofía probablemente sean especialistas con un lenguaje en común y ajeno para un público general, ¿podríamos decir qué esto sea malo? No del todo, ya que se necesita de un estudio riguroso, empero, también ser muy académicos ha sido un enemigo de la filosofía, tropezamos con el lenguaje al no podernos expresar con toda legibilidad hacia el público en general y por ende obtenemos una mala impresión e interpretación de lo qué es un filósofo y una filósofa.

He aquí lo importante de esclarecer estas definiciones, para delimitar con claridad lo que se entiende por difusión o divulgación, y distinguirla de otros dos fenómenos comunicativos que, por supuesto, están presentes en nuestro entorno, pero que no tienen ni la intención, ni el alcance que se propone para la divulgación pues el propósito es llegar a las personas que no saben lo que es la filosofía, siendo igual de importante, que sepan que tiene una filosofía propiamente mexicana.

Tener la diferencia de estas dos concepciones puede ser útil para la propagación de la filosofía y en estos términos podemos ir aclarando un poco lo que podríamos entender por difusión y divulgación de la filosofía mexicana.

3. Difusión de la filosofía mexicana

Como anteriormente señalamos, la difusión pertenece a la especialización, por ello es un punto clave para la propia investigación. A pesar de que la difusión sea una selección de ciertos estudiosos enfocados en una institución o círculo de estudio; no quiere decir que sea de todo negativo, por lo mismo, no se pretende a tacar a la institución o la especialización.

Como alumnos y alumnas seguimos un protocolo de titulación y para ello una de las encomiendas es la entrega de una tesis. He aquí el primer valor de la difusión, si se ha elegido el tema en este caso de filosofía mexicana nos acercáramos a los/as especialistas del área a trabajar, lo que nos llevaría a colocarnos en un grupo especializado de filosofía mexicana, debemos recordar, que, para hablar de filosofía mexicana es menester analizar una época concisa, esto es un atributo muy importante de la difusión, identificar a los especialistas de ciertas épocas históricas.

Por lo que nos llevaría a un segundo momento. La filosofía mexicana a diferencia de otras filosofías se encuentra escrita en revistas, folletos, periódicos, artículos o incluso diarios y fotografías, gran parte de nuestra investigación filosófica mexicana va encaminada hacia una investigación documental.

Un referente importante de la filosofía mexicana es sin duda la *Revista de la Facultad de Filosofía y Letras*, fundada en 1941 por Eduardo García Máynez (1908-1993). La propuesta de Máynez inicio como una difusión de la propia Facultad, en la cual se hacía presente en la vida académica y cultural de la Ciudad de México. El tiraje era trimestral, cubría áreas de conocimiento como: filosofía, letras, historia y antropología, aunado una sección de reseñas de libros e importante señalar, un espacio de noticias, en la que hoy en día es de suma importancia para tener en cuenta

el contexto de aquella mitad del siglo XX. Finalmente, su formato rústico más cercano al de un libro fue espacio invaluable para plumas destacadas durante 17 años y 69 números; produciéndose en la Ribera de San Cosme, en el legendario edificio Mascarones donde en aquellos años era la FFyL.

En un inicio, se proyectaba con las cualidades de una revista científica, en la que demostraba los logros y resultados de la propia facultad, podríamos considerar, entonces, que la revista se formuló como una propuesta de difusión ya que su público era muy selecto, esto cambiaría en 1947 cuando Juan Hernández Luna (1913-1995) es nombrado secretario y Samuel Ramos (1897-1959) en su director, dándole una importancia mayor a la sección “Noticias de la Facultad de Filosofía y Letras” donde abrieron el panorama hacia los países hermanos de Latinoamérica, esto le daría el giro a una revista de divulgación, ya que se invitaba a un público más amplio que se encontraba dentro y fuera de la Facultad de Filosofía a participar en los seminarios, congresos, cursos y debates de las aulas de Mascarones.

Por lo pronto, podemos ver que la *Revista de la Facultad de Filosofía y Letras* inicia como una propuesta de difusión y concluye como un proyecto divulgativo. Para que yo pudiera llegar a esta tesis, fue gracias a la investigación que realice de la filosofía de lo mexicano de mediados del siglo XX, con el propósito de cumplir las condiciones de titulación, estas son las virtudes a la que refería anteriormente sobre involucrarse con la difusión, en este caso, de la difusión filosófica de mediados del siglo XX mexicano.

4. Divulgación de la filosofía mexicana

A finales de los años cuarenta y principios de los años cincuenta, un grupo selecto de filósofos que estudiaban en la histórica Casa de los Mascarones se presentan con el titánico nombre de Grupo Hiperión ante los medios de comunicación. Su nombre no era nada exagerado y presuntuoso, ya que solo un titán era capaz de cargar en hombros los problemas de México.

Sus miembros: Salvador Reyes Nevares (1922-1993), Jorge Portilla (1918-1963), Luis Villoro (1922-2014), Ricardo Guerra (1927-2007), Joaquín Sánchez McGregor (1925-2008), Fausto Vega (1922-2015) y Leopoldo Zea (1912-2004) y la pléyade de este grupo, Emilio Uranga (1921-1988) tuvieron el acierto de crear un círculo filosófico con la intención de diseccionar el ser del mexicano, estos “Caballeros del existencialismo” —bautizados así por Juan David García Bacca (1901-1992)

— son una excelente brújula para posicionarnos en lo que sería un antes y un después en el siglo XX mexicano. Principalmente por Emilio Uranga, el genio que crearía un andamio filosófico para pensar el ser del mexicano. Sus reflexiones sobre lo mexicano de aquella mitad de los cincuenta eran criaturas vivas, urgentes, punzantes, toros graneados que nacían en medio de estremecimientos ulcerantes, entre temblores y apagones que hoy en día siguen latentes.

De esta manera, arrastrando la línea histórica hacia 1952 en donde Leopoldo Zea ya era un filósofo y profesor reconocido, logra obtener los derechos de autor por parte de la casa editorial Porrúa y Obregón para publicar la colección *México y lo Mexicano*, colección encargada para divulgar a los hiperiones.

La primera publicación salió a la luz el 12 de mayo de 1952 con el título *La X en la frente* bajo la pluma de Alfonso Reyes, el ex ateneísta. En este mismo número, Zea nos da una pequeña advertencia de lo que será la colección *México y lo Mexicano*.

MEXICO Y LO MEXICANO aspira a ser en el futuro una Colección Clásica, que simbolice el mejor de los esfuerzos que puede realizar un grupo de hombres, un pueblo o una Nación por conocerse y hacerse conocer para que, a partir de este “autoconocimiento”, pueda incorporarse, con todas las responsabilidades que esto implica, en el seno de la comunidad de todos los hombres con un alto espíritu de comprensión, que es éste el mejor de los signos pacifistas. (Zea, 1952, pp. 8-9)

La colección *México y lo Mexicano* fue para el Hiperión el mejor canal divulgativo que tuvo para darse a conocer y trabajar más allá del gremio filosófico, invitaba abiertamente a sostener un diálogo con otras áreas del conocimiento, las gestiones de Zea fueron idóneas y ejemplares para romper con la jerga filosófica académica, escribía, con toda seguridad, que la colección *México y lo Mexicano* podía ser el mejor de los bienes comunes de México:

Filósofos, psicólogos, antropólogos, historiadores, sociólogos, economistas, literatos y críticos de arte han sido invitados a formar parte de esta Colección, a colaborar en este esfuerzo. También se incluirán aquellos trabajos de extranjeros, viajeros, ocasionales pero agudos, que tanto ahora como en el pasado se hayan interesado por hacer patentes formas de nuestra realidad. Sus aciertos nos ayudarán a conocernos mejor y sus errores a valorar nuestra realidad. (Zea, 1952, p.9)

Podríamos llegar al criterio en que el Hiperión inicio como un grupo de estudio en el cual, daba difusión a los resultados de su pensamiento por medio de conferencias en el aula José Martí,

empero, su objeto de estudio no era ese mexicano del aula de Mascarones, sino ese mexicano de la calle y para que eso fuera posible, no alcanzaba la difusión y el rigor de la academia, era necesario una divulgación masiva por todos los medios de comunicación. Por lo tanto, sería acertado al decir que el Grupo Hiperión fue un grupo de divulgación filosófica, donde hasta ahora ha sido el más grande que ha tenido la historia de la filosofía mexicana.

5. Los cenáculos intelectuales

Anteriormente mencionamos que la filosofía mexicana compromete un estudio documental muy arduo, pero también es innegable que por lo menos los estudios de filosofía mexicana del siglo XX fueron protagonizados por grupos y colectivos que dieron un aporte tanto de difusión como de divulgación.

Entre estos grupos intelectuales encontrábamos al Ateneo de la Juventud, Los Contemporáneos y El Grupo Hiperión, por decir algunos. Cada uno de estos colectivos sabían perfectamente que tenían que hacerse escuchar, un caso muy recordado fue el Ateneo de la Juventud, que iniciaban como una tertulia literaria y filosófica para poder respirar del asfixiante positivismo académico, poco después, en memoria de Manuel Gutiérrez Nájera se crea la revista *Savia Moderna*, cuya intención era divulgar el arte y las humanidades en nuestro país. Esto ayudo en gran parte a que el Ateneo de la Juventud se hiciera más sólida, y que uno de sus integrantes —José Vasconcelos— tuviera siempre en mente la difusión y divulgación de la filosofía y las artes en nuestro país; tal como sucedió en 1921 cuando obtuvo el nombramiento como Primer Secretario de Educación Pública bajo el mandato de Álvaro Obregón.

En el caso del Grupo Hiperión, tomaron como herencia las preocupaciones ateneístas, sus desvelos eran provocados por esta rigurosidad heideggeriana por parte de su maestro, el transterrado José Gaos, sin embargo, los hiperiones tenían sus propios intereses, de la mano del existencialismo francés los jóvenes hiperiones vieron una anatomía de conceptos para poder trabajar el ser del mexicano.

Recordemos, que a pesar de que trabajaran un lenguaje existencialista francés o una fenomenología alemana, su estudio era ese mexicano que cruzaba el candado de Mascarones, su divulgación a través de la colección *México y lo Mexicano*, los periódicos, revistas y canales de radio cristalizaron

su estudio e incluso quebrantando su mala reputación de seguir modas existencialistas, tal como lo sentenciaba Emilio Uranga en 1952.

Todo sucede como si nuestros investigadores se sumaran a una moda puesta en circulación por el grupo “Hiperión”. Y así como hace tres años se dijo, falsamente, que el Hiperión se adhería a una moda cuando se dio a la temática del existencialismo, ahora parece que los demás se dan a la moda que ha impuesto el Hiperión. Pero, así como entonces estudiar el existencialismo se demostró que no era una moda, así también ahora, quizás, podría demostrarse que los mexicanistas no se dejan arrastrar por un asunto de actualidad, sino que sus orientaciones están motivadas por móviles más hondos. (Uranga, 1952, p.9)

El Hiperión no pretendía ser una tertulia más, su proyecto de divulgación cruzó las fronteras con otros países como Cuba, Perú y Estados Unidos, organizando cursos y congresos sobre existencialismo francés y filosofía contemporánea, dirigidos en su mayoría por: Emilio Uranga, Leopoldo Zea y Juan Hernández Luna.

Bajo estas observaciones, notaremos que en la filosofía mexicana tiene un expediente arduo sobre la difusión y divulgación filosófica. Las interrogantes, salen por sí mismas ¿por qué la difusión y la divulgación filosófica se han tratado en nuestros días como algo superficial? Se entiende su importancia, es fácil de justificar de manera inmediata la importancia de la filosofía, pero queda en eso, en algo inmediato, sin mucha profundidad. Sí es una urgencia latente ¿Por qué no darle una importancia profunda y específica?

6. Emilio Uranga, rigor y divulgación de la filosofía

Una de las inquietudes de Emilio Uranga en el año de 1950, eran los pecados imperdonables de la especialización de una filosofía, o en sus palabras “El exceso de rigurosidad hace imposible toda divulgación.” (Uranga, 2013, p. 190) El genio de mal genio — a podado así por José Gaos — entendía que el filósofo/a no era esa persona que se quedaba sentada en la cátedra de filosofía, a esto, la generación del Ateneo con Antonio Caso y José Vasconcelos eran para Uranga y siguen siendo ejemplares.

Su público nunca fue de especialistas y su enseñanza trascendía y trasciende con mucho el angosto círculo de los enterados. Esta confrontación de la rigurosidad académica por un lado y de la necesidad en que está el filósofo de atender a las exigencias de la conciencia moral llamado “hombre de la calle” plantea una antinomia que, quiérase que no, tiene que resolver, porque de lo contrario orilla a dificultades sin término. (Uranga, 2013, p. 191)

Abramos la interrogante ¿Fue el Ateneo de la Juventud un colectivo divulgativo o de difusión? Revisando la historia de los ateneístas, podríamos considerar la respuesta de manera inmediata

como a medias, ya que la revista *Savia Moderna* no tenía un público especialista, por otro lado, las celebraciones del centenario de la Independencia de México — evento donde se presentó el Ateneo de la Juventud— fueron escuchadas por un público selecto, pero con las gestiones de Pedro Henríquez Ureña (1884 - 1946) al compilar las conferencias de los ateneístas y publicarlas, vemos que pasan de la difusión a la divulgación. Observemos, que algunos cenáculos intelectuales en México no solo fueron grupos especializados en un estudio riguroso, sino que a la par, propusieron una divulgación de sus ideas.

Podríamos hacer hincapié en que la filosofía mexicana de inicios del siglo XX ha tenido un recorrido solido sobre la difusión y la divulgación en México. No obstante, para mediados del siglo anterior, Uranga notaba que la filosofía se mantenía en estos dos extremos, en la rigurosidad y la divulgación, en la cual, no se daba una respuesta satisfactoria para relacionar los dos bandos. El problema ante estas fallas tenía que ver precisamente en la imagen que se tenía de la filosofía mexicana de mediados del siglo XX.

Antes de que apareciera la *Historia de la Filosofía en México* (1943) de Samuel Ramos, la filosofía mexicana tenía mala fama de ser poco ortodoxa, sin rigor o sin sentido. Con la apropiación del libro de Ramos, — que, a propósito, inicia como una materia en la FFyL de la UNAM en 1941— cambiaría esta perspectiva negativa, donde a su vez, el Hiperión haría resistencia ante los malos comentarios. Uranga, sería quien diera respuesta a estas replicas en 1950, donde celebraba con esa sonrisa de malicia las críticas a su grupo de ser una moda afrancesada, la filosofía de lo mexicano en el año de 1950 era tema de conversación en los salones de Mascarones, en la radio, los cafés y bares de Bucareli.

De ahí que nuestros días celebre la filosofía dos triunfos igualmente notables: Primero haber alcanzado un rigor que los anteriores filósofos ni barruntaban, y segundo, meterse entre las gentes con la fuerza de convencimiento que no hay popularidad que hoy le dispute terreno. (Uranga, 2013, p. 192)

Emilio Uranga supo en su momento que las corrientes filosóficas no podían recaer meramente en cuatro paredes, sus ataques contra neokantianos y heideggerianos quienes comulgaban con el rigor académico, pretendían tener la mayor especialización, sin embargo, la pregunta retoña polémica ¿se necesita rigurosidad para poder transmitir la filosofía a otros sitios que no sean los académicos? Para ser interpretados de una manera legible, se necesita un método indicado para ejecutarlo, el rigor de ello tiene que verse clara en la transmisión de los conocimientos filosóficos.

Como anteriormente mencionaba, tener un lenguaje meramente filosófico, puede recaer en palabrerías sin sentido para algunos receptores, en este caso, consideraría —al igual que Uranga— que, al no ser tan exigentes, esto es, sin ser tan rigurosos, puede ser una virtud de nuestra filosofía, ya que sin dificultades podemos ser partícipes de cualquier sitio público, de lo contrario, si vamos balbucear conceptos irreconocibles, sería un intento de gritos a oídos sordos.

Por ello, es invaluable que la filosofía de lo mexicano haya llegado a los medios de comunicación, es de suma importancia ver estos aspectos de la historia de la filosofía mexicana, para obtener herramientas de cómo hacer filosofía en nuestro país.

Para concluir con este apartado, en el caso concreto de los estudios de la filosofía de Emilio Uranga, hasta la fecha de esta publicación, seguimos en un estado de acopio, recaudando gran parte de su obra. Actualmente, con las gestiones de Guillermo Hurtado al poder compilar la obra filosófica de Uranga entre los años de 1948 a 1952 y sin duda alguna, la gran divulgación que ha dado José Manuel Cuéllar Moreno por distintos medios de comunicación al manifestar la imagen y la filosofía uranguiana, los esfuerzos de ambos colegas, junto a otro enlistado de amigos/as y compañeros/as han conseguido que los filósofos/as del otro lado de la frontera pudieran acceder a la filosofía mexicana, eh incluso, aportar traducciones al inglés, como lo fue el *Análisis del ser del mexicano* de Emilio Uranga por Robert Sánchez.

Estimo que Emilio Uranga no sólo fue el exponente máximo de la filosofía de lo mexicano, la sombra de los presidentes, el crítico literario, el poliglota traductor o el columnista de *Novedades*, sino que también deberíamos reconocerlo como el divulgador riguroso, ya que Uranga fue de las pocas personas que pudo hacer de su filosofía algo brillante sin dejar su rigurosidad.

7. La difusión y la divulgación de la filosofía mexicana en Nepantla

Este ímpetu de crear círculos de estudio, grupos y colectivos ha ayudado a que la filosofía mexicana continúe viva. Desde los legendarios grupos hasta los actuales, el objetivo es el mismo, dialogar y crear pensamiento propio. No debemos olvidar que nada se puede lograr por mano propia, toda difusión y divulgación se habla en plural y en tercera persona. Todo proyecto filosófico llegará a buen puerto si las mociones se comparten.

El trabajo en equipo es lo que ha logrado que la filosofía pueda llegar a diferentes medios de comunicación, tanto formales como informales, desde el cine, la música, la lucha libre, la danza,

el teatro o la propia comida, sean la materia prima del filósofo/a mexicano/a para entender su cultura y crear así un pensamiento oportuno ante las urgencias del país.

Nuestra filosofía demostró que no es necesario seguir los mismos lineamientos de otras filosofías de otros países, haciendo que la filosofía mexicana sea mucho más ecléctica y sí, podríamos decir que más divertida e interesante, aquí lo más valioso de la filosofía mexicana es que no debe tener un compromiso formal para poder ser un estudio serio.

Por lo tanto, la filosofía mexicana no se encasilla rigurosamente en la difusión o la divulgación, ya que no es un estudio totalmente riguroso, pero tampoco se debe mal entender que su totalidad sea divulgativa con tentativas a dejarse en un estudio sencillo y voluble, para nada, la filosofía mexicana tiene su nivel de exigencia y dificultad. Solo por mencionar, y haciendo un poco de justicia al periodo novohispano de nuestro país, que es sin dudas para muchos el menos estudiado o importante.

Para que se pueda ser un investigador/a riguroso/a de la filosofía novohispana mexicana se debe tener a condición el aprendizaje del náhuatl, la pregunta es ¿cuál de las variantes? Aunado con un conocimiento del latín con el español, si usted ya habla el español perfectamente, le recuerdo que no es el español contemporáneo. La exigencia de ser un investigador/a de la filosofía mexicana es enorme, sin el apadrinamiento de la Historia posiblemente caeríamos incesantemente en un sin sentido, por lo tanto, es menester conocer nuestra historia para saber la rigurosidad que nos condiciona el periodo.

Por otro lado, la divulgación de la misma filosofía novohispana es más amable, la mayoría de los platillos que posan en nuestras mesas salen a raíz del periodo novohispano, sin olvidar su música, la pintura o el teatro. Recuérdese, la filosofía y sobre todo la filosofía mexicana no se encuentran estrictamente en los libros, las aulas de las facultades filosóficas o en un cubículo de 3.5 metros.

La filosofía mexicana puede aflorar desde los seminarios de investigación como desde la feria del pueblo, puede incurrir en ambos extremos, ser partícipe de los dos mundos, tanto rigurosos como informales, la filosofía mexicana se encuentra Nepantla, ese vocablo náhuatl que Fray Diego Duran escucho al aprehender a un indio y este le respondió: “-Padre, no te espantes, pues todavía estamos Nepantla- ; y como entendiésemos lo que quería decir con aquel vocablo y metáfora que quiere decir estar en medio.” (Duran, 1942, p.115)

Es bien sabido que Emilio Uranga recogió estas instancias de Fray Diego Duran para explicar filosóficamente el ser del mexicano, con ello, la tesis demostraría que el mexicano está Nepantla, es decir, en medio, siendo participes en dos mundos, por lo tanto, el ser del mexicano es insuficiente e inacabado, y así como el ser del mexicano esta Nepantla, la filosofía mexicana también, en este caso entre la difusión y la divulgación o entre la rigurosidad y la informalidad.

Como buen investigador/a de la filosofía mexicana, es condicional conocer la mal llamada “Filosofía Universal”, por ejemplo, si queremos conocer la filosofía positivista de Gabino Barreda (1818-1881), debemos relacionarnos de manera rigurosa con Hebert Spencer (1820-1903), Auguste Comte (1798-1857) y Charles Darwin (1809-1882); lo mismo sucede con Sor Juana sin sus réplicas hacia Aristóteles, a los ateneístas sin Henri Bergson (1859-1941) o a los hiperiones sin Jean-Paul Sartre (1905-1980), Martín Heidegger (1889-1976) o Edmund Husserl (1859-1938). Tampoco debemos dar por hecho de que, si se es una persona rigurosa, solo se dedique a repetir las palabras de los pensadores/ras que se estudia, si recae en esto, deja de ser un pensamiento propio y original.

Sí afirmamos que la filosofía mexicana esta Nepantla, afirmaríamos que en ello radicaría su originalidad. Original en el sentido de no pretender complacer a las corrientes filosóficas tradicionales, esto es, así como podemos usar el pensamiento de Aristóteles, Kant o Sartre, podemos atribuirle eh equipararle un Huracán Ramírez, un taquito de carnitas, una Remedios Varo, un Alfonso Reyes o un José Alfredo Jiménez. Para filosofar sobre México, se necesita de la cultura, no basta el lenguaje filosófico.

No esta demás recordar, que el filósofo Jorge Portilla dio pie una investigación fenomenológica sobre el relajo. Su *Fenomenología del relajo* (1966) era la explicación moral del comportamiento mexicano, para Portilla “La significación o sentido del relajo es suspender la seriedad. Es decir, suspender o aniquilar la adhesión del sujeto a un valor propuesto a su libertad” (Portilla, 1984, p.18) y no podríamos dejar pasar, que uno de los ejemplos que utiliza Portilla para esclarecer el concepto de relajo; fue utilizar al personaje de Cantinflas para exponer con mayor éxito el sentido fenomenológico del relajo mexicano. Con esta misma tesis de Jorge Portilla, podemos hacer la siguiente analogía, la divulgación tendría esta característica del relajo, al suspender la seriedad del rigor académico, y el rigor es la descripción de ese filósofo/a “apretado” que se encierra en su estudio arduo y selectivo.

Balanceando un poco el tema. La filosofía mexicana vive del sincretismo, zigzaguea como un péndulo entre diferentes campos de estudio. El concepto de Nepantla nos ayuda a descubrir el sentido de nuestro pensamiento, entender que la insuficiencia es también una forma original de filosofar. La difusión y la divulgación filosófica que este Nepantla es una ventaja metódica, divulgativa y acertada para hacer filosofía en México.

Conclusiones.

¿Dónde encontrar círculos de estudio de filosofía mexicana en nuestros días? Desde mi experiencia, afirmaré que la casa de la filosofía mexicana es un foro, con cuatro sillas, una mesa rectangular larga, un micrófono y veinte sillas para sus visitas, no obstante, la filosofía mexicana es inquieta, le gusta salir a la calle, pasearse por librerías de primera y segunda mano, sentarse en los cafés del centro histórico de la Ciudad de México, pero también, le fascina los museos de arte, donde quiera que este, sea en el centro del país, el norte o en el sur, siempre le va bien una mesa con mucha comida, bebida y buena compañía.

La filosofía mexicana estrecha amistades, rompe las barreras del compañerismo para hacerse de buenos amigos y amigas, motiva la creación de nuevos grupos o colectivos para enfrentar las urgencias de nuestro pueblo.

De manera personal, debo mi formación filosófica al grupo de COFIMEL en Toluca. El Colectivo de Filosofía Mexicana y Latinoamericana ha sido sostenido por un grupo de compañeras y compañeros que unieron sus intereses por la filosofía mexicana y latinoamericana con el objetivo de darle divulgación dentro y fuera de la facultad de Humanidades de la UAEMex por medio de: Seminarios, círculos de estudio, talleres y coloquios a lo largo de ocho años.

En COFIMEL conocí a grandes personalidades, uno de ellos fue Luis Aarón Patiño Palafox, quien cada final de semestre organiza en la Facultad de Filosofía y Letras de la UNAM el coloquio estudiantil por parte de la materia “Filosofía en México”, sin duda, Luis Patiño es uno de los más grandes divulgadores de la filosofía mexicana en nuestro país.

Un referente que no se puede ignorar, es el quehacer filosófico de Carmen Rovira (1923-2021) dirigiendo el Seminario Permanente de Filosofía Mexicana en la UNAM, fundado en el año del 2008 donde hasta la fecha siguen trabajando arduamente, para muchos colectivos, Carmen Rovira es un estandarte de la filosofía mexicana.

No dejaría de mencionar al Seminario de Pensamiento en Español fundado en la UNAM por Rogelio Laguna, quienes en este año del 2022 están de fiesta, ya que celebran diez años de trabajo continuo con sus semanarios de los jueves.

Dejo también la mención de uno de los filósofos más admirables en el país, Raúl Trejo Villalobos quien ha sido responsable de fundar la licenciatura en filosofía en la UNACH con una curricula obligatoria de filosofía mexicana, junto a sus cafés filosóficos.

Como se observará, muchos de estos colectivos se encuentran en el centro del país, el reto, me parece, es dejar de centralizarnos y esto solo será posible si hacemos un plan divulgativo. La filosofía mexicana no se encuentra solamente en Ciudad de México, no sólo está dirigida para los habitantes del centro del país, de aquí la importancia de tener un compromiso filosófico con la divulgación, tal como diría Emilio Uranga:

Es fácil de comprender que quien busca divulgar una doctrina no puede limitarse a “divulgarla” entre los asistentes a una clase, ni siquiera entre los lectores presuntos de un libro. Por necesidad el filósofo que busca hacerse oír tiene que romper con los causes académicos, desbordar los conductos que le traza de antemano una facultad, ponerse en contacto con amplios círculos de lectores por medio de los dos instrumentos característicos del hombre contemporáneo: el periódico y la radio. (Uranga, 2013, p. 192)

Finalmente, con estas palabras de Uranga, sean entonces los causes de uno de los compromisos de la filosofía mexicana, el poder proyectar por todos los medios de comunicación la importancia de nuestra filosofía.

Bibliografía

- Dura, D. (1942). *Mitos indígenas*. (Primera Edición). México: Biblioteca del Estudiante Universitario. Estudio preliminar, selección y notas de Agustín Yáñez.
- Portilla, J. (1984). *Fenomenología del relajo y otros ensayos*. (2ª ed.). México: Fondo de Cultura Económica/Biblioteca Joven.
- Priani, E. (2016). Cap. “Divulgación de la filosofía” en *La difusión de la filosofía ¿es necesaria?* (Primera Edición). (pp. 217-262). México: Torres Asociados. Coordinadores Gabriel Vargas Lozano y Luis Aarón Patiño Palafox.
- Uranga, E. (1952) *Análisis del ser del mexicano*. (Primera Edición). México: Porrúa y Obregón.
- _____, (2013) Cap. “Rigor y divulgación de la filosofía” en *Análisis del ser del mexicano y otros escritos sobre la filosofía de lo mexicano (1949 - 1952)*. (Primera Edición). (pp. 189-192). México: Bonilla Artigas Editores. Selección, prólogo y notas de Guillermo Hurtado.
- Vargas Lozano, G y Patiño Palafox, L.A. (2016). *La difusión de la filosofía ¿es necesaria?* (Primera Edición). México: Torres Asociados.
- Vallmitjana, P.N. (2021) “Difusión y divulgación científica” en *IQS TECH TRANSFER*, disponible en: <https://techtransfer.iqs.edu/difusion-y-divulgacion-cientifica/> [Consultado el 8 de agosto de 2022].
- Zea, L. (1952). Cap. “ADVERTENCIA” en *La X en la frente*. (Primera Edición). (pp. 7-9). México: Porrúa y Obregón.

Artículo académico

El discurso de la divulgación de la filosofía
The discourse of the dissemination of philosophy

Adolfo Israel Flores Ramírez

Instituto de Investigaciones Filosóficas UNAM

polemospater@hotmail.com

Resumen.

Se reconstruye el discurso de la divulgación de la filosofía a través de un enfoque diacrónico que recoge las manifestaciones escritas, orales, audiovisuales y corporales dirigidas tanto a un público especializado como segmentos de población no especializado resaltando los valores que conformarían la comunicación pública de la filosofía en México así como sus líneas investigativas.

Palabras clave: divulgación, filosofía, discurso divulgativo, producción de discurso.

Abstract.

The discourse of the dissemination of philosophy is reconstructed through a diachronic approach that includes written, oral, audiovisual and corporal manifestations aimed at both a specialized public and non-specialized segments of the population, highlighting the values that would make up the public communication of philosophy. in Mexico as well as its investigative lines.

Keywords: dissemination, philosophy, informative discourse, discourse production.

Enviado: septiembre 20. 2022

Aprobado: octubre 16. 2022

Publicado: noviembre 30. 2022

Introducción

El presente trabajo está dividido en tres secciones. La primera sección reflexiona sobre las aproximaciones teóricas al tema de la divulgación de la filosofía. Reflexionar en tales aproximaciones en su conjunto revelan que la divulgación de la filosofía se expresa como un discurso que se puede comunicar por diversos medios. También como una práctica que genera experiencias de comunicación de la filosofía y que además la han llevado a cabo filósofos clásicos como Sócrates o Kant. La segunda sección de este documento presenta cómo se ha abordado el tema del discurso divulgativo en la literatura sobre el tema: el discurso de la divulgación de la filosofía como práctica corpórea, como discurso que se genera en la interacción entre filósofos y legos y como un discurso que emplea recursos como retóricos para expresarse. En las conclusiones se presenta de manera indicativa cómo la teoría del discurso concibe a y la conveniente y enriquecedor que puede ser emplear sus herramientas de estudio para analizar la producción del discurso de la divulgación de la filosofía.

1. Aproximaciones teóricas al tema de la divulgación de la filosofía

Considerando los trabajos publicados sobre la divulgación de la filosofía en su conjunto, se revela el proceder teórico de los estudiosos que se han acercado al tema. En primer lugar, refieren que la divulgación de la filosofía es una actividad diferente a las actividades académicas. Una forma de aproximación teórica es la descripción de la experiencia que se adquiere al participar en proyectos de divulgación. Los ejemplos son muy variados, tanto si se trata de un programa radiofónico de filosofía para legos, un programa televisivo, un café filosófico, o una reunión anual de una semana para practicar el estoicismo. La divulgación de la filosofía como una actividad no académica, no es una práctica docente ni de investigación. En las siguientes líneas se busca mostrar; que describir la experiencia de esa práctica revela un importante aspecto de la filosofía.

En la literatura sobre el tema no queda claramente delimitada la diferencia entre la práctica de la divulgación de la filosofía y la teoría sobre dicha práctica. En esta investigación se define a la teoría de la divulgación de la filosofía como los conocimientos, los problemas relativos a la práctica de la divulgación de la filosofía, así como el estudio de los discursos generados en dicha práctica.

Por su parte, la práctica de la divulgación de la filosofía se define aquí como el acto de divulgar la filosofía al público no experto por cualquiera de las múltiples modalidades en que ésta se presenta (café filosófico, radio, teatro, cine, revista, festival, caminata filosófica etc.) Por ejemplo, el filósofo Alain de Botton, divulga filosofía por medio de libros y programas de televisión, pero no hace teoría de la divulgación de la filosofía.

Entre las diversas estrategias para aproximarse al tema, se pueden encontrar algunos elementos comunes que se presentan a continuación:

1. Proponer que la divulgación de la filosofía existe en la historia de la filosofía por lo menos desde Sócrates. También se reconoce la presencia de la divulgación en autores clásicos. La lista de filósofos que han llevado a cabo esta práctica no siempre coincide (las propuestas abarcan autores tan diversos como San Agustín, Leibniz, Hume, Kierkegaard, Kant).¹
2. Otra estrategia de aproximación consiste en caracterizar a la divulgación de la filosofía como una práctica que se desarrolla en espacios no académicos. Tales espacios son, por ejemplo, librerías, cafeterías en donde se desarrollan cafés filosóficos, pero también cabinas de radio, espacios públicos en los que llevar a cabo la divulgación filosófica. Aparentemente existe una tensión respecto de la forma de hacer filosofía académica y divulgar la filosofía, tensión que se resuelve buscando otras formas de expresión en espacios no académicos o medios académicamente no convencionales como son, comics, teatro, etc.
3. Descripción de la experiencia de esta práctica. Por ejemplo, el libro *Sócrates café* compila diversas experiencias que su autor, Christopher Phillips, ha adquirido como resultado de organizar durante varios años cafés filosóficos en diversos lugares de los Estados Unidos. También es posible encontrar el testimonio de quienes han participado y adquirido experiencia al hacer divulgación de la filosofía en radio, podcast, redes sociales, YouTube. Etc.
4. Otra forma de acercamiento al tema ha sido mediante la presentación de compilaciones (Compilaciones de listados de diversos medios empleados para divulgar filosofía, por ejemplo la revista *philosophy now*, es referida en diversas

¹ Un ejemplo de este listado se puede encontrar en el libro *La difusión de la filosofía ¿es necesaria?* en la introducción escrita por Luis Patiño y Gabriel Vargas. Por otro lado, otro ejemplo de un listado de filósofos que han hecho filosofía pública y menciona a Sócrates como el primero en hacer esta actividad, se puede encontrar en el artículo *the value of public philosophy to philosophers* de Massimo Pigliucci y Leonard Finkelman.

publicaciones sobre el tema, como uno de los múltiples medios y modalidades de divulgación). Es frecuente encontrar compilaciones o listados de revistas, cafés filosóficos, redes sociales, programas de filosofía en radio, comics, teatro filosófico etc. Generalmente, presentar en conjunto estos medios y modalidades de divulgación sirve para reforzar la idea de la existencia de esta práctica no académica.²

5. También es posible encontrar frecuentemente referencias a la teoría de la divulgación de la ciencia, por ejemplo, tomando como orientación la manera en que se ha problematizado sobre la cultura científica, el público meta, modalidades de la divulgación científica etc. o bien para guardar distancia o señalar las semejanzas de la divulgación de la ciencia y la divulgación de la filosofía.³

Reflexionar sobre las aproximaciones teóricas al tema de la divulgación de la filosofía considerándolas en conjunto contribuye a comprender el fenómeno de la divulgación. Entre otras razones porque en estas aproximaciones no siempre se diferencia entre la práctica de divulgar la filosofía, de una teoría o reflexión sistemática sobre dicha práctica. Pero, considerando en su conjunto estas aproximaciones, se revela la existencia de posicionamientos teóricos, reflexiones y propuestas que versan sobre cómo se realiza la práctica más que con la práctica en sí misma. Por ejemplo, existen posicionamientos sobre los objetivos que deberían buscarse, sobre el público al que se dirige la divulgación, etc.

Por otro lado, existen publicaciones que abordan desde una perspectiva teórica la divulgación de la filosofía. Por ejemplo, el libro publicado en México *La difusión de la filosofía ¿es necesaria?* editado por Gabriel Vargas y Luis Patiño, en ese libro se presentan trabajos en los que se reflexiona sobre la divulgación de la filosofía, por ejemplo, se presenta un trabajo de José Ezcurdia, quien ha escrito libros de filosofía para niños y Ernesto Priani e Ignacio Bazán, productores de las cápsulas de divulgación de la filosofía *Ráfagas de pensamiento*. Además de las tesis que se han escrito sobre el tema

² En las investigaciones de Flores (2010), Bazán (2015), Rangel (2021) es posible encontrar enlistados y comentados diversas modalidades y proyectos de divulgación. En la introducción del libro *La difusión de la filosofía ¿es necesaria?* Así como en el artículo *the value of public philosophy to philosophers* de Pigliucci y Finkelman, es posible encontrar referencias a la existencia de diversos medios y modalidades de divulgación

³ El texto de Bruce Lewenstein *Models of public communication of science*, ha sido muy influyente para pensar en los posibles modelos de divulgación de la ciencia y en el tema del modelo de déficit. También ha influido en las investigaciones sobre divulgación de la filosofía. Por ejemplos en la investigación de Bazán (2015) se problematiza sobre los modelos de divulgación de la filosofía.

(siete en la UNAM hasta el año 2022) que son claramente reflexiones en torno a la práctica de la divulgación de la filosofía.

También existen casos en los que se estudia específicamente una práctica divulgativa. Por ejemplo, el texto de Tamara Chaplin *La filosofía en televisión: ¿un sueño imposible?*⁴ que versa sobre la aparición de filósofos en la televisión francesa y su papel en la formación de la identidad nacional francesa.

El conjunto de reflexiones, propuestas o posicionamientos teóricos sobre la práctica de divulgar en su conjunto conforman los elementos que pueden servir de base para construir una teoría de la divulgación de la filosofía.

Si bien, todavía está en proceso la elaboración sistemática de una teoría de la divulgación de la filosofía, la reflexión en torno a la divulgación ya ha generado conocimientos específicos, por ejemplo, sobre filósofos que han llevado a cabo la práctica de la divulgación como Sócrates, Kant o Fernando Savater. Y con ello, también es posible identificar textos que pueden ser considerados inequívocamente como textos divulgativos, por ejemplo, el texto de Kant *¿Qué es la ilustración?* También se identificaron medios en los que se proyecta esta práctica (radio, teatro, podcast, libro etc.) La reflexión sobre la divulgación, también ha llevado a considerar un conjunto de problemas. Por ejemplo; ¿Cuáles son los temas que deberían divulgarse públicamente? ¿Cuál es el modelo que debería emplearse para divulgar? ¿Qué objetivos busca la divulgación de la filosofía? ¿Es posible la profesionalización de esta actividad? Al reflexionar sobre estas aproximaciones a la divulgación de la filosofía, es posible hacer una valoración y preguntar ¿Por qué en los acercamientos teóricos al tema se han presentado casi invariablemente compilaciones de los medios que se han empleado para hacer divulgación de la filosofía? La respuesta pareciera ser, que quienes han abordado el tema buscan legitimar o robustecer la idea de que la presencia de la filosofía en medios de comunicación fuera garante de la existencia de la divulgación. Como si esto fuera una forma de evidenciar la existencia de la divulgación de la filosofía. En principio, esta respuesta sugiere que esa es la razón principal por la que se presentan compilados, listados y registros de la multiplicidad de modalidades y medios de comunicación empleadas para divulgar la filosofía.

⁴ El artículo mencionado es una síntesis de una investigación de Tamara Chaplin, publicada con el nombre de *Turning On the Mind: french philosophers on televisión*.

Pero se puede plantear la pregunta en otra dirección, es decir, en lugar de preguntar ¿Por qué mostrar estas compilaciones? ¿Por qué aproximarse teóricamente al fenómeno de la divulgación con el afán de enumerar, inventariar, comenzado por enlistar estos medios como si ello garantizara la existencia de la divulgación? Como si fuera el caso que si no existieran los elementos que forman el conjunto de esas compilaciones entonces no existiera la divulgación de la filosofía. Se puede explorar otra ruta, porque no siempre queda claro cuál es la intención de hacer esos listados, no queda claro la manera en que la teoría de la divulgación de la filosofía se robustece haciendo estos inventarios. Se revela entonces que no queda completamente develado el fenómeno de la divulgación sólo por ser enlistado. Al parecer, esas compilaciones, esas listas son manifestación de un fenómeno más complejo.

Si se plantea la pregunta desde otra perspectiva se puede enunciar así ¿Qué significa la existencia de estos medios y modalidades por los que se comunica públicamente la filosofía? ¿Qué significa que durante la pandemia de Covid 19, hayan surgido en muchos países cientos, tal vez miles de podcast, canales de YouTube, y blogs donde se realiza el ejercicio de llevar la filosofía fuera de las aulas? ¿Qué puede significar la existencia de esas compilaciones? ¿Acaso son el indicador de un fenómeno más complejo?

La existencia de textos divulgativos y de diversos medios de divulgación, la existencia de filósofos divulgadores y comunicadores, las diversas modalidades de la divulgación, revela que hay otras formas del discurso filosófico que buscan su propio espacio de expresión, que evidentemente no es el espacio académico, significa que hay actividades que no se desarrollan exclusivamente en la academia, significa que el discurso filosófico tiene capacidad de adaptación a los medios. Significa que existe desde hace mucho tiempo la divulgación de la filosofía. Significa también que existe un público no académico receptivo a ese discurso, porque hay casos en los que la filosofía no académica ha sido recibida de manera muy exitosa, por ejemplo, el libro de Fernando Savater *Ética para Amador*, que se ha traducido a más de veinte idiomas. La divulgación de la filosofía es un fenómeno que no necesita legitimarse ni siquiera es necesario preguntarse si es posible su existencia.

La existencia de múltiples medios y modalidades de comunicación pública de la filosofía revela que no es necesario preguntar si es posible o no hacer divulgación de la filosofía, ni robustecer ni legitimar ni buscar garantizar su existencia. Pero, principalmente revela que hacer pública a la filosofía no va en una dirección contraria a su naturaleza, por el

contrario, parece ser que es parte de la filosofía la existencia de medios, modalidades y filósofos que la hacen pública. Se revela un aspecto importante de la filosofía, su aspecto público.

La existencia de estas compilaciones revela un aspecto importante de la filosofía, que es su carácter divulgativo, que se materializa en un discurso que no requiere de las reglas académicas para expresarse.

Se revela una forma del discurso filosófico que no admite las normas académicas para expresarse. La filosofía en tanto que forma de pensamiento, creación, actividad humana busca espacios para su expresión. No reconocer esas manifestaciones de la filosofía es tanto como censurar parte de ella. También revela que los estudiosos del tema han desarrollado la capacidad de identificar -y en muchos casos, producir- medios y modalidades de divulgación de la filosofía. Entrenamiento para el cual no existe formación en los planes de estudio de las carreras de filosofía. Si bien existe el caso de Angie Hobbs, formada en la Universidad de Warwick, reconocida como la primera Phd en *Public Understanding of Philosophy*. Esto denota que se requiere sistematizar la información para formar divulgadores de la filosofía.

El fenómeno de la divulgación de la filosofía no sólo se hace presente en los diversos medios y modalidades de comunicación, los textos y los divulgadores de la filosofía. También está presente en los manifiestos y documentos que han aparecido en diversos momentos y en diversas latitudes, en los que se propone divulgar y comunicar públicamente la filosofía. Por ejemplo, *el Manifiesto de París en favor de la filosofía*, las *Recomendaciones de la UNESCO sobre la filosofía*, el acta de fundación de la *Universidad Popular Mexicana*. Esto no se limita a una sola tradición filosófica como puede ser la filosofía continental, también es perceptible en el acta de fundación de *el Circulo de Viena*.

En las conferencias del Ateneo de la Juventud, se puede leer la siguiente idea sobre La Universidad Popular Mexicana

Se propone fomentar y desarrollar la cultura del pueblo, y muy especialmente de los gremios obreros (...) sus conferencias serán dadas en las fábricas, centros obreros, etc. (Urbina, 1912)

Por su parte, la propuesta de El Circulo de Viena, en el documento fundador propone lo siguiente

Tenemos que dar forma a herramientas intelectuales para la vida diaria, para la vida diaria del académico, pero también para la vida diaria de todos aquellos que de alguna manera colaboran con la estructuración consiente de la vida. (Mach, E. A. 1929)

Es el propósito de la presente investigación comprender la producción de este discurso, el discurso de la divulgación de la filosofía.

2. Aproximaciones teóricas al discurso de la divulgación de la Filosofía

Uno de los elementos de la teoría de la divulgación de la filosofía es la reflexión sobre el discurso divulgativo. En la presente investigación se ha identificado que hay al menos tres estudiosos del tema que se han aproximado teóricamente al discurso divulgativo.

En primer lugar, se puede nombrar a Tamara Chaplin, que ha revisado los programas de televisión en Francia en los que han aparecido filósofos. ella reflexiona sobre cómo han incidido los programas de contenidos filosóficos en la formación de la identidad de los ciudadanos franceses, en su artículo titulado *La filosofía en televisión ¿un sueño imposible?* explica que el formato de los programas televisivos ha cambiado y han pasado de ser programas de treinta minutos de duración a ser programas de apenas cinco minutos de duración. Con ello, el tiempo de exposición de los filósofos en la televisión ha disminuido, además de tener que adaptar el mensaje a lapsos más breves de tiempo en televisión. Tamara Chaplin investigaba si se puede enseñar filosofía por medio de la televisión, como parte de sus investigaciones entrevistó a diversos filósofos que han aparecido en la televisión francesa, a la pregunta ¿Tiene la filosofía una dimensión visual? El filósofo Alain Badiou le respondió lo siguiente.

La filosofía existe como discurso y como práctica corpórea. (...) la filosofía es una actividad profundamente encarnada y, como tal, de carácter visual (...) podemos decir lo que queramos, pero la filosofía, esencialmente porque no es un *savoir* (un cuerpo de conocimientos), necesita una figura de transmisión que no sea simplemente un libro y que no sea meramente discurso abstracto... Sócrates tenía presencia corpórea (Chaplin, 2010, p. 113)

Si bien, la aparición de la idea de discurso divulgativo de la filosofía no está presente, Badiou, opina que la filosofía existe como discurso y como práctica. En la sección anterior, se ha expuesto que la divulgación es descrita como una práctica que no se

expresa en formato académico y que no se expone en los medios convencionales. Considerando el trabajo de Tamara Chaplin, la adaptación de la filosofía a los medios de comunicación, específicamente a la televisión y con ello a los formatos televisivos que también han cambiado, sugiere que el contexto en el que se crea el discurso ha cambiado.

Otros estudiosos del tema son Massimo Pigliucci y Finkelman; quienes, en el artículo *The Value of Public Philosophy to Philosophers*, reflexionan sobre el rechazo a la filosofía pública de parte de los filósofos profesionales. Los autores señalan que la comunicación pública de la filosofía puede beneficiar más que perjudicar al gremio de filósofos.

Presentan una taxonomía en donde ordenan la interacción que tienen los filósofos por un lado y el nivel de discurso que se genera en dichas interacciones. Según estos autores, existen cuatro formas de interacción social y tres niveles de discurso filosófico como lo muestra la siguiente tabla.

Tabla 1

Niveles de interacción

Diversidad de interacciones entre filósofos
Del filósofo profesional al lego, Del profesor al estudiante de pregrado, Del profesor a estudiante de posgrado y Del filósofo profesional al académico profesional.

Fuente: propia

En estas interacciones surgen diferentes niveles de discurso, que son: nivel introductorio, intermedio y avanzado.

A partir de esta taxonomía de la interacción social de los filósofos profesionales y los niveles del discurso, los autores se preguntan en qué nivel se puede encontrar la filosofía pública. Exponen que la experiencia adquirida por medio de la interacción con no filósofos, por ejemplo, interactuando mediante blogs, así como la organización de encuentros entre filósofos y legos y la comunicación por medio de las redes sociales, les ha permitido conocer personas no profesionales de la filosofía que conocen literatura filosófica básica y pueden argumentar y debatir con un buen nivel con los filósofos profesionales. Lo que pondría a la interacción con el lego en un nivel intermedio del discurso.

Pigliucci y Finkelman señalan que el filósofo profesional puede dirigirse al público lego en un nivel de discurso introductorio, pero también puede dirigirse a ese mismo público

en un nivel intermedio e incluso en un nivel avanzado y de este modo someter a crítica sus propias ideas. Como dato se puede agregar que Pigliucci es autor del libro *Cómo ser un estoico* y ha sido organizador de la *Stoic week* (una reunión anual para tomar cursos sobre estoicismo y llevar a la práctica el estoicismo contemporáneo). Por lo que se puede afirmar que tiene experiencia en comunicar públicamente la filosofía. La nota que se quiere tomar sobre este acercamiento al discurso es la siguiente: El reconocimiento del discurso de la filosofía pública como resultado de la interacción entre el filósofo y el lego.

Otro acercamiento al discurso de la divulgación se puede encontrar en la tesis de Ignacio Bazán. Su trabajo sobre la distinción entre la difusión y la divulgación de la filosofía de la ciencia contiene el análisis de dos series radiofónicas. Bazán realiza un análisis del discurso institucional en el que surgen los proyectos radiofónicos de los filósofos mexicanos Ricardo Guerra y Alberto Ezcurdia. Los programas son *Filosofía de la ciencia* y *Filosofía contemporánea*. Ambos programas producidos por Radiounam.

Bazán analiza el discurso de las dos series centrándose en los guiones radiofónicos escritos para las mismas, como textos adaptados o reformulados para el medio radiofónico. En su análisis de los programas radiofónicos estudió diversos elementos, como son: La intención de los programas, el uso de tropos y recursos explicativos, la idea o imagen de la ciencia que se comunican en los mensajes radiofónicos (y otros elementos como críticas a la idea de la ciencia, el reduccionismo de las ciencias, la historia de la ciencia, ciencia y metafísica). Bazán señala que, en estos programas radiofónicos, se hace uso de tropos y recursos explicativos. A continuación, se presentan los datos al respecto:

El filósofo, Ricardo Guerra, en el programa *Filosofía contemporánea*, usa la imagen del “árbol del conocimiento” para explicar cómo la metafísica es la raíz de todas las demás ciencias.

Por su parte, el filósofo de la ciencia, Alberto Ezcurdia en el programa radiofónico *Filosofía de la ciencia*, usa metáforas, para explicar ideas, por ejemplo, usa un símil entre el proceso de crecimiento de una persona y el desarrollo de la ciencia moderna. (Bazán Estrada, 2020, 103-04)

La nota que se quiere destacar de este acercamiento teórico al discurso de la divulgación es la siguiente: Este trabajo representa un acercamiento teórico al discurso de la divulgación analizando lo expresado en el discurso mismo. Además de considerar el

contexto en el que se creó el discurso (Producciones de Radiounam originadas entre 1964 y 1965).

Hasta este punto ha surgido la siguiente información sobre el discurso de la divulgación de la filosofía:

De la entrevista de Tamara Chaplin a Alain Badiou, es destacable el reconocimiento del emisor del discurso. La existencia de un sujeto discursivo (como una figura de transmisión del discurso) también será objeto de estudio de este trabajo.

Del texto de Pigliucci y Finkelman, quienes se enfocaron en señalar que el discurso es el resultado de la interacción entre el filósofo profesional y el público lego.

De la investigación de Bazán, que encontró en los programas radiofónicos el uso de metáforas y otros recursos de la lengua para construir discursos divulgativos.

El siguiente paso es estudiar el discurso de la divulgación de la filosofía empleando las herramientas que las teorías sobre el discurso pueden proveer.

3. Una propuesta de estudio para el discurso de la comunicación pública de la filosofía

Bien que se trate de divulgación de la filosofía por medio de comic, películas, libros, conferencias videos u otros medios, invariablemente la divulgación se materializa en discurso. La sección anterior presenta los acercamientos teóricos al discurso divulgativo. Este trabajo tiene el objetivo de identificar y estudiar esos discursos.

El objetivo es comprender la producción de los discursos divulgativos. Sirva este trabajo como entrenamiento para identificar esta forma de expresión filosófica desde su producción.

La exposición de la sección anterior también revela un aspecto importante para el proceder metodológico de la presente investigación. El estudio del discurso requiere acudir al discurso mismo -en palabras de Heidegger- acudir al discurso como un *acontecer creador de sentido*. Al parecer, cualquier tipo de teorización que se desarrolle sobre el tema, sin tener presente en todo momento el discurso divulgativo se alejará del propósito inicial.

Los estudios del discurso abren la posibilidad de investigar el campo poco estudiado del discurso de la divulgación de la filosofía. Además de estudiarlo desde enfoques provenientes de la lingüística y otros campos que aumentan la comprensión de la naturaleza de dicho discurso.

Las consideraciones sobre el discurso expuestas en las secciones anteriores, revelan cuáles son las fuentes de estudio: La filosofía clásica, los textos divulgativos, pero también otros medios que se han empleado para materializar este discurso: podcast, cartel, programa radiofónico, comic etc. Dado que no es un discurso académico, las fuentes son esos espacios académicamente poco convencionales. Se buscarán discursos filosóficos en los testimonios de las reuniones de estoicos o cafés filosóficos, pero también en conversaciones informales, en entrevistas, cartas, y cualquier otro lugar en el que pueda aparecer el discurso divulgativo de la filosofía.

Para finalizar esta sección se presentan propuestas pertenecientes a los estudios del discurso, que es la fuente principal de donde se tomarán las herramientas para comprender el discurso divulgativo.

El lingüista Teun van Dijk. Propone que existen tres dimensiones básicas del discurso. En primer lugar, el discurso como uso del lenguaje, en segundo lugar, como comunicación de creencias, y finalmente como interacción. (van Dijk, 2001, p. 23)

Las dimensiones que propone van Dijk, coinciden con las notas recabadas en la sección anterior y que sirven para tener una primera caracterización del discurso divulgativo como producto de la interacción social de los filósofos con el lego, como una práctica que se produce en la interacción, como discurso encarnado por un sujeto que lo expone, y que en su producción se emplean recursos de la lengua, como pueden ser las metáforas.

Otra aportación para comprender el discurso es posible encontrarla en el texto de Amparo Tusón y Elena Calsamiglia, llamado *Las cosas del decir*, las autoras escriben lo siguiente sobre el discurso:

Hablar de discurso es, ante todo, hablar de una práctica social, de una forma de acción entre las personas que se articulan a partir del uso lingüístico contextualizado, ya sea oral o escrito. El discurso es parte de la vida social y a la vez un instrumento que crea la vida social. (Calsamiglia Blancafort & Tusón Vals, 2001)

Esta explicación del discurso contribuye a comprender las características del aspecto público de la filosofía, como práctica social y como forma de acción entre las personas,

así como un instrumento creador de vida social. Por ejemplo, en el café filosófico, en la reunión entre personas que practican el estoicismo (Stoic week), o bien cuando el guionista radiofónico escribe con la finalidad de explicar conceptos filosóficos al público lego y emplea recursos retóricos. Parece haber indicios de un discurso filosófico capaz de crear vida social. La labor de la presente investigación es buscar dichos discursos.

Tusón y Calsamiglia añaden algunas notas relevantes a la explicación del discurso

Desde el punto de vista discursivo, hablar o escribir no es otra cosa que construir piezas textuales orientadas a unos fines y que se dan en interdependencia con el contexto (lingüístico, local, cognitivo y sociocultural). Nos referimos, pues, a cómo las formas lingüísticas se ponen en funcionamiento para construir formas de comunicación y de representación del mundo -real o imaginario-. (Casamiglia Blancafort & Tusón Vals, p. 15)

Aparece aquí la idea de los diversos contextos en los que se produce el discurso. También aparece una función importante: la construcción de formas de comunicación y representación del mundo. No queda duda que los discursos filosóficos aportan formas de representación del mundo. Sin embargo, para los fines de esta investigación, la reflexión se centrará específicamente en el discurso divulgativo o discurso público. La labor pendiente es pues, identificarlos y estudiarlos.

Calsamiglia y Tusón amplían su explicación señalando un aspecto importante sobre la lengua como materia prima del discurso:

Ahora bien, los usos lingüísticos son variados. Las personas tienen a su disposición un repertorio comunicativo, que puede estar formado por una o más lenguas, por diferentes variedades lingüísticas y por instrumentos de comunicación. La lengua como materia primera del discurso, ofrece a quienes la usan una serie de opciones (fónicas, gráficas, morfosintácticas y léxicas) de entre las cuales hay que elegir en el momento de (inter)actuar discursivamente. Esta elección, sujeta o no a un control consciente, se realiza de acuerdo con parámetros contextuales que incluyen la situación, los propósitos de quién la realiza y las características de los destinatarios, entre otros. Estos parámetros son de tipo cognitivo y sociocultural, son dinámicos y pueden estar sujetos a revisión, negociación y cambio. (Calsamiglia Blancafort & Tusón Vals, 2001)

La lengua como materia prima del discurso ofrece opciones fónicas, gráficas, morfosintácticas y léxicas. Todas esas opciones fortalecen al discurso. Esto anuncia la dirección en la que habrá que apuntar en la presente investigación para comprender la

producción del discurso divulgativo. Emplear las herramientas de análisis de los estudios del

discurso para ampliar el conocimiento sobre el fenómeno del discurso divulgativo.

Conclusión.

Esta sección presentó de manera general las aproximaciones teóricas al tema de la divulgación de la filosofía o filosofía pública. Con ello se manifestó con mayor claridad el aspecto público de la filosofía. En la segunda sección se presentó cómo ha sido abordado el tema del discurso divulgativo. Finalmente, en la última sección se plantea el uso de las herramientas de la teoría del discurso para comprender el fenómeno de la divulgación. Queda pendiente para la reflexión, considerar si toda la filosofía académica puede considerarse divulgación de la filosofía lo que implicaría a la inversa, que la divulgación abarca el amplio espectro de la filosofía no académica, lo cual es inadmisibles. Este trabajo representa los primeros pasos en la búsqueda de caracterizar el discurso de la divulgación de la filosofía.

Bibliografía.

Bazán Estrada, I. (2020). *La distinción entre la difusión y la divulgación de la Filosofía de la Ciencia*. México: UNAM.

Bazán, I. (2015). *Hacia un modelo de divulgación de la filosofía a partir de un modelo de divulgación de la ciencia de la UNAM y de las Cápsulas radiofónicas Ráfagas de Pensamiento*. México: UNAM.

Calsamiglia Blancafort, H., & Tusón Vals, A. (2001). *Las cosas del decir Manual de análisis del discurso*. Barcelona: Ariel.

Caso, A., Reyes, A., & Henríquez, P. (2000). *CONFERENCIAS DEL ATENEO DE LA JUVENTUD*. México: Universidad Nacional Autónoma de México.

Chaplin, T. (2010). *¿Estáis listos para la televisión?* Barcelona: MACBA.

Flores, A. (2010). *El proyecto cápsulas radiofónicas del Dr. Sócrates como medio para difundir la filosofía*. México: UNAM.

Mach, E. A. (1929). *La concepción científica del mundo: el Círculo de Viena*.

Patiño, L., & Vargas, C. (2016). *La difusión de la filosofía ¿Es necesaria?* México: Torres Asociados.

Phillips, C. (2002). *Sócrates Café*. Madrid: Ediciones temas de hoy.

Pigliucci, M., & Finkelman, L. (2014). The Value of PublicPhilosophy to Philosophers. *Essays Philos*, 86-102.

van Djik, T. (2001). *El discurso como estructura y proceso*. Barcelona: Gedisa.

Artículo académico

¿Es posible una teoría filosófica para la divulgación de la filosofía?

Is a philosophical theory possible for the popularization of philosophy?

Dr. Luis Aarón Patiño Palafox

FFyL UNAM, Facultad de Humanidades UAEMéx

lapp1979@gmail.com

Lic. Olga Lilia Plata Hernández

Posgrado en Filosofía, UNAM

liliaplata@gmail.com

Resumen: El siguiente artículo presenta un análisis de algunas investigaciones sobre la divulgación filosófica, sus métodos y desarrollo, principalmente en tesis de estudiosos de la divulgación. A partir de esto, se propone el desarrollo de una teoría de divulgación filosófica construida desde la propia filosofía, su historia, métodos autores y temas. Para ello se presenta también el trabajo del autor en la inserción del tema como parte del curso de Didáctica de la filosofía, integrando elementos varios para una propuesta de teoría filosófica de la divulgación.

Palabras clave: filosofía, divulgación, profesionalización, teoría de la divulgación.

Abstract: The following article presents an analysis of some research on philosophical disclosure, its methods and development, mainly in thesis of scholars of disclosure. From this, the development of a theory of philosophical disclosure built from philosophy itself, its history, methods, authors and themes is proposed. To this end, the author's work is also presented in the insertion of the theme as part of the Didactics of Philosophy course, integrating various elements for a proposal for a philosophical theory of disclosure.

Keywords: philosophy, disclosure, professionalization, disclosure theory.

Enviado: septiembre 30. 2022

Aprobado: noviembre 26. 2022

Publicado: noviembre 30. 2022

Introducción

La divulgación filosófica ha comenzado a ser un tema de discusión cada vez más serio y presente dentro de filosofía académica y no académica. Es cada vez más común ver una creciente lista de proyectos de este tipo, con mayor o menor duración, mostrando una diversidad de temas y formatos filosóficos enlazados con las nuevas posibilidades creadas por medios técnicos como las redes sociales o las diversas plataformas virtuales.

Ello ha llevado a plantearse la necesidad de analizar estas nuevas propuestas, de valorar su papel dentro de la formación dentro de los planes de estudio e incluso ya de la necesidad de una teoría de la divulgación filosófica propia. En este trabajo se analizará de manera breve parte de esta discusión.

1. Análisis sobre la divulgación filosófica.

Primeros casos

Uno de los balances más importantes sobre esto lo encontramos en el libro publicado por la UNESCO con el título de *La filosofía. Una escuela para la libertad*, integra dentro de sus capítulos uno titulado “La filosofía en la Polis”, en que se analizan la divulgación y las prácticas filosóficas dentro del balance internacional que se hace sobre esta disciplina. Resulta por demás interesante, pues, a partir de una investigación rigurosa, se localizan diversas prácticas y proyectos a lo largo del mundo (aunque se prioriza a Europa y Estados Unidos, debe decirse), mostrando una diversidad importante en ellas respecto sus medios y objetivos.

Este trabajo es un referente obligado para la discusión, pues, en él se recogen datos relevantes e incluso un tipo de cronología y diagrama de algunos de los principales representantes de esta corriente, así como una ubicación geográfica y ordenamiento temático para el estudio de quienes se acercan por primera vez a esta corriente filosófica en consolidación.

Para mostrar parte de la diversidad de proyectos y divulgadores, los siguientes son sólo parte de esto:

Divulgadores:

- Alain de Botton, con el proyecto *A Guide To Happiness (from The Consolations of Philosophy)*.
- Darío Sztajnszrajber, con proyectos como *Mentira la verdad*, *Salir de la caverna* o *Filosofía y Rock*.

- Michel Onfray, con la *Universidad Popular de Caen (L'Université populaire de Caen)*.

Festivales:

- Festival Internacional de Filosofía, Phil.COLOGNE, Alemania.
- Festival de Filosofía Philosophy Now Festival, Inglaterra.

Filosofía en medios de comunicación:

- “El árbol de las ideas”, Programa de radio, Radio UNAM, conducido por Paulina Rivero Weber, México.
- “Das Philosophische Quartett”, programa de televisión, conducido por Peter Sloterdijk y Rüdiger Safranski, Alemania.
- “Filosofía Aquí y Ahora”, programa de televisión e internet, conducido por Juan Pablo Feinmann, Argentina.

Pensemos también en otros ejemplos como los siguientes:

- La Colección *Popular Culture and Philosophy*, en la que se contienen textos como Los Simpson y la Filosofía, Futurama y la Filosofía o Pink Floyd y la Filosofía, entre otros muchos volúmenes de la exitosa colección,
- Libros como *Filosofía para principiantes*, de Alberto del Río, alias Rius.
- Comics como *Filósofos de acción* o los *Mangas filosóficos*.

Es importante señalar que debemos dividir entre una parte práctica y una teórica alrededor de la divulgación, que no se oponen pero hasta ahora no se han implicado necesariamente, pues, en general la divulgación filosófica se ha desarrollado más desde la práctica que desde un enfoque teórico definido, tomando parte de sus presupuestos de la divulgación de la ciencia, como se puede ver en el trabajo de autores que han avanzado ya en esta línea aunque principalmente desde investigaciones presentadas en el formato artículos de revista y de tesis. Ahondaremos en algunos de estos trabajos.

Ante el hecho de que se puede considerar que hay, de facto, un consenso sobre la necesidad de promover la divulgación de la filosofía o al menos discutirla, parece ser que la pregunta más importante se encamina hacia la necesidad de una teoría para esta actividad. Esto lleva a una pregunta más ambiciosa: *¿es posible desarrollar desde la filosofía una teoría de la divulgación?*

Responder a esto implica varias cuestiones, que se desarrollarán de manera mínima en este trabajo:

- ¿Esta teoría divulgativa debe surgir de la propia práctica filosófica?
- ¿Puede desarrollarse de manera completamente autónoma?
- ¿Hay elementos en la propia tradición filosófica para su desarrollo?

Debemos resaltar algo importante, ya adelantado antes y es la aparición ya no sólo de una amplia lista de proyectos divulgativos (algunos ya se han mencionado) sino también de estudios dedicados al estudio de la divulgación como problema de estudio filosófico. Como se ha señalado antes, ya se han realizado tesis sobre teoría de la divulgación filosófica, lo que muestra que esto ha alcanzado ya interés dentro de los trabajos de obtención de título, lo que implica que, en mayor o menor medida, esto se ha insertado ya a la discusión académica y la formación estudiantil y también que ya se ha considerado como un tema de investigación serio al punto de insertarse dentro de una amplia lista de líneas de investigación que se llevan a las tesis. Esto parece menor, pero representa un avance serio, pues, supone el reconocimiento académico como un tema serio de estudio, quedando por evaluarse estos trabajos y sus aportaciones a la teoría que queremos postular.

Partiendo de que los estudiosos, a quienes podemos llamar *teóricos de la divulgación filosófica*, han basado en lo general su trabajo en una analogía con la divulgación de la ciencia, esto nos llevado a postular dependencia teórica en varios de estos estudiosos.

2. Estudiosos de la divulgación filosófica

Algunos de los estudiosos de la divulgación filosófica son los siguiente:

- Adolfo Israel Flores Ramírez:

Este autor ha realizado las siguientes tesis analizando la divulgación filosófica:

- Informe académico por elaboración comentada de material didáctico para apoyar la docencia: El proyecto Cápsulas radiofónicas del Doctor Sócrates como medio para difusión de la filosofía, UNAM, 2010.
- Bases para la divulgación de la filosofía, UNAM, 2020.
- Cultura filosófica y público lego: estudio del concepto de cultura filosófica y de su materialización en proyectos de divulgación, Universidad del País Vasco, UNAM, 2014.

Junto a esto, el autor ha publicado varios artículos en esta línea, por ejemplo, *Agenda para el Fomento de una cultura filosófica en el siglo XXI* (2019) y *El discurso de la divulgación y la vocación científica y filosófica* (2020).

Se puede notar una clara evolución en el trabajo del autor, que ha llevado una continuidad en las investigaciones, que se han ido especializando y decantando más hacia la propuesta de una cultura filosófica y hacia un modelo de divulgación. Afirma Flores Ramírez:

La divulgación de la filosofía es una actividad de comunicación que implica una forma de expresión que tiene sus propios estándares y valores y estos son diferentes de la filosofía académica o de la investigación filosófica. Proponer las bases de la teoría de la divulgación de la filosofía permitiría a quien se dedique profesionalmente a esta actividad contar con herramientas teóricas que le orienten sobre el tema, el medio y la modalidad más adecuada que debe seguir considerando el público al que dirige su mensaje. (Flores, R.A.I. 2020, p. 4)

➤ Ignacio Bazán Estrada

Este autor ha desarrollado su investigación en los trabajos “Hacia un modelo de divulgación de la filosofía a partir del modelo de divulgación de la ciencia de la UNAM y las cápsulas radiofónicas Ráfagas de Pensamiento” (2015) y “La distinción entre la difusión y la divulgación de la filosofía de la ciencia (análisis de dos series radiofónicas de radio UNAM 1964-1965) (2020), investigaciones para la obtención de grado de licenciatura y maestría, respectivamente. El primero se centra en el análisis de uno de los proyectos de la UNAM (Ráfagas de Pensamiento), que se documenta y analiza, ahora sí, con una fuerte tendencia a la comparación con la divulgación de la ciencia, que es vista como un modelo importante a seguir. Por su parte, el segundo trabajo, claramente se acerca más a la divulgación de la ciencia, en una línea que ha predominado en este autor. Sin embargo, debe señalarse algo importante y es que Bazán Estrada ha colaborado directamente no sólo como estudioso de la divulgación sino también como parte del equipo de producción del programa estudiado, conducido por Ernesto Priano Saisó. Afirma Bazán Estrada:

Distinguir a la filosofía como su historia, biografías de autores, obras cumbre, etcétera, de la filosofía como vocación, disposición o actitud filosófica, me sirve para establecer el motivo central de la divulgación de la filosofía. La meta final de la divulgación de la ciencia es la integración de la cultura científica a la cultura y conocimientos generales del gran público. Esta cultura científica incluye la misma disposición de investigación y el escepticismo que puede tener la actitud filosófica; el método científico es su principal distinción, de modo que la divulgación de la filosofía debería ponerse como primera meta dar a conocer qué es esa actitud filosófica, que irremediamente lleva a la

actividad filosófica, más que dar a conocer, de nuevo, grandes biografías, obras cumbres y citas famosas. (Bazán, E.I., 2015, p. 124)

➤ Liliana Almeida Minjares

Esta autora ha sido tanto divulgadora como estudiosa de la divulgación, lo primero en vía la conducción del programa *El ser se ve mejor en bicicleta*, producido por la Universidad Panamericana, de México, lo segundo, por el artículo *Bases para un modelo de comunicación pública de la filosofía* (2016), en el que se mezcla por igual filosofía antigua y moderna, con un enfoque desde la filosofía de la ciencia y una postura clara respecto a la necesidad de un modelo de comunicación de la filosofía. Según la autora resulta paradójico que en el ámbito de la filosofía no exista un grado de profesionalización que se concentre en la comunicación de este mismo saber: si es esencialmente dialógica y, como tal, le es inherente la comunicación, es necesario poner más atención en los medios y formas que hacen posible el diálogo, no solamente entre los profesionales de la filosofía, sino también con un público general.

Quizá por esta razón, los pocos productos de divulgación de la filosofía que existen han tomado como modelo a sus homólogos científicos, o bien, se han hecho ignorando los medios necesarios para lograr una efectiva comprensión pública de la filosofía. (Almeida, M.L.G., 2016, p. 11)

➤ Verónica Arody Rangel Gómez

Esta estudiosa ha realizado la investigación titulada *La divulgación de la filosofía como ejercicio profesional. Necesidad, retos, posibilidades* (2021), en la que se hace un trabajo de documentación de trabajos previos y una defensa de la necesidad de la divulgación filosófica, ejemplificada a partir del trabajo de la autora como creadora de contenidos escritos y visuales para programación del Canal 22. Señala la autora:

Los medios digitales no sólo son los nuevos medios de comunicación, sino que tienen un alcance potencialmente global; además, gracias a su interfaz es posible interactuar en tiempo real con las audiencias y sus herramientas permiten analizar estadísticamente el éxito de los contenidos y los parámetros para crearlos y pautarlos. Una práctica como la divulgación puede encontrar en los medios digitales un espacio propicio, pero debido a las características propias de estos medios, este ejercicio tendría que crear una estrategia de comunicación y creación de contenidos, lo cual implica un cambio de narrativas y de formatos para los modos propios en los que se enseña y produce la filosofía. (Rangel, G.V.A., 2021, p. 3)

➤ Moisés Anaya

Este autor presenta el artículo *La divulgación de la filosofía en México: ¿para qué?* (2020), en el que hace un balance general sobre el tema y documenta discusiones relativas al mismo,

enfaticando la relación entre la divulgación y la filosofía académica, planteando algunos problemas relativos a fines, métodos y objetivos de algunos de los defensores de la divulgación filosófica, sin dejar de mostrar su postura personal a favor de la misma. La aportación central del texto es mostrar la discusión de manera concreta en México, con una documentación amplia sobre el tema y no sólo como una discusión general. El autor señala lo siguiente:

Es menester que la filosofía salga a las calles y no quede como un contenido más de la red al que paradójicamente, solamente unos cuantos tienen acceso y de entre ellos, una minoría es la que buscaría consultar material de ese tipo y tal vez haría falta evaluar si solo es por motivaciones escolares o por interés personal. Es deber de los proyectos filosóficos expliciten clara y reiteradamente desde qué noción filosófica parten, cual piensan que son sus finalidades, añadiendo que existen otras vertientes distintas a la expuesta. Así como hay quienes postulan el saber filosófico como una forma de vida, hay quienes lo ven como herramienta política, como un conocimiento elevado, o la posibilidad de inquirir en el fundamento último de las cosas. (Anaya, M., 2020, p. 126)

➤ Silvia Ramírez Gelbes

Esta autora, de origen argentino, en el artículo *¿Clase o programa? ¿Academia o divulgación? El ethos y el discurso de la filosofía por televisión* (2010), hace un análisis del programa de televisión *Filosofía aquí y ahora*, conducido por Juan Pablo Feinmann (Q.E.P.D.), quien por años dirigió este programa consolidado y reconocido como uno de los más importantes y famosos recursos en medios masivos, en este caso, la televisión.

A partir de algunas categorías expuestas por Aristóteles en su *Retórica*, principalmente, el de persuasión, la autora analiza los elementos persuasivos (verbales, didácticos y de producción) del programa de Feinmann, tratando de diagnosticar si esta producción es un tipo de clase televisada o más plenamente un programa divulgativo, encontrando parte de ambos, principalmente por el manejo que de los temas mostraba Feinman, cuya imagen como profesor se mostraba plenamente cuidada para tener un plus sobre el profesor promedio de filosofía. De este artículo es destacable que se insertase al análisis algún tipo de material divulgativo, apuntando hacia la necesidad de insertar estos temas dentro de la discusión académica:

El ethos discursivo que manifiesta el discurso de Feinman en *Filosofía aquí y ahora* se asocia con el propio de un profesor universitario, es decir, se corresponde con la segunda opción. Sin embargo, se enviste de algunas características del hombre de los medios: no es un profesor universitario convencional; es moderno, es divertido, es popular. En definitiva, a quien ha sido profesor universitario durante muchos años y tiene cierto reconocimiento en el ambiente académico, los medios le dan un reconocimiento que excede ese ambiente y, por eso mismo, debe añadir a su condición algunos rasgos que les son propios a los sujetos mediáticos. (Gelbes, S.R., 2010, p. 46)

➤ Walter Martín Arellano Torres

Este autor presentó, también como tesis, el trabajo titulado *Reflexiones teórico-prácticas en torno a la divulgación y la difusión de la filosofía* (2020), en la UNAM, que integra una parte práctica, que es la documentación de la experiencia del autor como divulgador, para avanzar a una parte teórica, en la que postula algunas cuestiones, a modo de manual, que podrían servir a quienes se comienzan a adentrar en la divulgación filosófica. Arellano Torres afirma:

La divulgación es la actividad ideal en la que encontramos un justo medio entre la investigación abstracta e ilegible para la gente no especializada y la ausencia de discusiones filosóficas en la agenda social. La divulgación presupone el acercamiento del filósofo con el pueblo, hace que la filosofía sea humana y familiar a las personas que permanecen alejadas de ella, pero sobre todo le da un *live motive* y desmantela esos aires de falsa erudición y la actitud pretenciosa con la que desafortunadamente tienden a señalar a quienes se dedican al estudio de la filosofía. (Arellano, T.W.M., 2020, p. 27)

➤ Gabriel Vargas Lozano y Luis Aarón Patiño Palafox

Estos autores compilaron bajo el título de *La difusión de la filosofía, ¿es necesaria?* (2016) ensayos de algunos investigadores que han dedicado parte de su obra, ya sea a la práctica divulgativa, ya sea al análisis de la misma; se trata, además, de un libro, quizás el primero de este tipo en lengua española, cuyo origen está a su vez en los trabajos presentados en la primera edición del simposio de Divulgación de la filosofía que formó parte del Congreso Internacional de Filosofía organizado por la Asociación Filosófica de México, en 2015, en Morelia, Michoacán. Esto es relevante, pues, con ello se integró en texto el primer intento serio por parte de la Asociación Filosófica de México de insertar dentro de las actividades del congreso más grande y reconocido a esta línea filosófica en México, trabajo que se ha mantenido en congresos posteriores, específicamente, en Chiapas y la Ciudad de México, integrando a estas actividades a varios especialistas y divulgadores, entre ellos, el Dr. George Reisch, que ha sido coordinador de la colección *Popular Culture and Philosophy*, conocida principalmente por la edición del libro *Los Simpson y la filosofía*, uno de los más vendidos y conocidos de la colección. A él se han integrado otros especialistas como Héctor Zagal o Ernesto Priani, junto a otros investigadores e investigadoras.

4. Hacia una teoría filosófica de la divulgación

Lo analizado nos regresa a la pregunta por la necesidad de una teoría filosófica de la divulgación filosófica. A dicha pregunta, nuestra respuesta es afirmativa e incluso se considera imperativo que se haga esta fundamentación teórica desde la filosofía y no desde la ciencia. Cabe señalar

que no se trata de una negación del valor e importancia de la ciencia, rama del saber que sin duda ocupa uno un lugar clave dentro de nuestros saberes e incluso existe la Filosofía de la ciencia, rama filosófica que enfoca su reflexión esta otra disciplina, sin embargo, parto de la idea de que la filosofía debería la capacidad teórica para crear su propio modelo de divulgación filosófica.

Esto tiene además otros argumentos, el principal de ellos, la independencia entre cada estos saberes, que ya desde el siglo XIX con el surgimiento del concepto de ciencias de espíritu permitió a la filosofía separarse de las pretensiones sistemáticas y metodológicas del positivismo, que en México fue una corriente de gran importancia aunque, a principios del siglo XX, encontraría respuesta vía el Ateneo de la Juventud, que buscó recuperar las humanidades para la vida intelectual mexicana, y posteriormente, miembros de este grupo, como Antonio Caso o José Vasconcelos, fueron determinantes para inserción de las humanidades tanto en Universidad Nacional de México como en la Secretaría de Educación Pública, respectivamente, contribuyendo ambos (y otros intelectuales) para la consolidación de una cultura humanística ajena al positivismo, dando cómo resultado algunos de los mejores años de la cultura filosófica mexicana del siglo pasado.

En otras palabras, la distinción entre un saber de tinte científicista y uno humanístico, es una de las marcas más importantes de la filosofía mexicana del siglo XX, por lo que, sería lo más natural que para la creación de un modelo de divulgación filosófica, la base sea una humanística y filosófica más que una mera adaptación del modelo presentado por los científicos.

Así, el modelo científico no puede ser un modelo que absorba a todos los campos del saber y la construcción de una teoría de la divulgación filosófica no puede ser la excepción, pues, si partimos de una diferencia sustantiva entre ambas disciplinas, esto debe llevarnos a una especificidad de métodos y objetivos, que debe alcanzar a sus respectivas propuestas de divulgación. Esto lo intentaré mostrar desde el análisis que he hecho tanto en clase como en textos que he desarrollado previamente.

Durante mi ejercicio docente, este trabajo lo he llevado a cabo en el curso de “Didáctica de la filosofía”, de la Licenciatura en Filosofía del Sistema de Universidad Abierta y Educación a Distancia (SUAYED) de la FFyL de la UNAM.

La asignatura, con clave 1610, se cursa en el sexto semestre del actual plan de estudios de dicha licenciatura, en el que se plantean los siguientes objetivos y temas:

Clave de la asignatura 1610

Introducción.

La filosofía, como muchas otras áreas de conocimiento, tiene sus temas y problemas específicos, lo mismo que otros afines a otras disciplinas. A esto debemos agregar que también se cursa en muchos de los sistemas de Educación Media Superior, el paso previo a ser la carrera de muchos profesionistas.

Sin embargo, la filosofía no sólo se aprende, sino que también se enseña, esto es importante si consideramos que la docencia en distintos sistemas educativos es uno de los principales, si no el principal, trabajo de quienes se dedican a la filosofía.

Esto nos lleva a la necesidad de plantear métodos y técnicas de enseñanza y didáctica filosófica, que a su vez se fundamentan en conceptos claros o mínimos de qué se va a entender por filosofía, qué de ella y cómo se enseñará.

Objetivos

En el curso se analizarán diversas propuestas sobre la naturaleza de la filosofía, su función y diversas propuestas, académicas y no académicas sobre cómo enseñarla y transmitirla a través de diversos tipos de publicaciones, tanto físicas como digitales.

Temario

Unidad 1. El estado actual de la filosofía y sus concepciones.

1.1. La filosofía académica.

1.2. La filosofía y su papel en la sociedad. La filosofía práctica.

Unidad 2. La divulgación filosófica

2.1. Propuestas de divulgación filosófica. Filosofía de la cultura popular.

2.2. Mangas y Comic's.

2.3. Filosofía para niños (FpN)

Unidad 3. Recursos digitales para la enseñanza y la divulgación

3.1. Revistas virtuales

3.2. La filosofía en el ciberespacio

3.3. La filosofía en los medios de comunicación

Unidad 4. Elaboración de temarios y cursos

4.1. Cursos y programas

4.2. Proyecto de investigación

Fuente: propia.

Como se muestra, en dicho curso se ha analizado a la divulgación de la filosofía como parte de una serie de discusiones en torno diversas formas de transmisión de la filosofía, que integran la filosofía académica, las prácticas filosóficas o la divulgación, entre otras opciones, además de un análisis de las cuestiones básicas de la enseñanza y la didáctica de la filosofía.

La recepción de estos temas ha sido sobresaliente, principalmente considerando que la evaluación se basa en la presentación de un proyecto didáctico a elección libre de los estudiantes, que elaboran una propuesta propia de para la transmisión de la filosofía. Los

ejemplos de esto son variados, yendo desde propuestas de cursos, talleres de filosofía, filosofía para niños, aplicaciones tecnológicas con contenidos filosóficos, clubes de lectura, cuentos filosóficos y demás.

La primera conclusión a que nos lleva esto es que la inserción de estas propuestas dentro de la formación de los estudiantes de filosofía tiene buena recepción y ha enriquecido al curso, pues, esto conecta con cuestiones actuales como el papel de la redes sociales y otros medios como recurso didáctico, la necesidad de desarrollar una formación filosófica que contemple opciones de ejercicio filosófico más allá de la enseñanza y la investigación, que hasta ahora han sido la prioridad formativa y profesional, sin embargo, la época actual apunta a que una nueva cultura laboral y de comunicación pública abierta a la innovación tecnológica y de contenidos filosóficos.

Es importante considerar que en los cursos ha habido una aceptación general de la premisa fundamental de la divulgación filosófica: hacer llegar la filosofía al público no académico, lo que se estudia desde propuestas como las señaladas, utilizando estos materiales como material de estudio, además del informe de la UNESCO, que se utiliza primero para tener un balance general del estado de la filosofía a nivel internacional y luego en la sección dedicada a la filosofía en la polis, en la que se presenta tanto la problemática básica de la filosofía pública como una lista bien documentada de algunos de estos proyectos a lo largo del mundo, presentada y analizada por una figura tan reconocida como Oscar Brenifier, resultando en una excelente introducción al problema de la filosofía pública.

Cabe preguntarse ahora: ¿ha llevado esto a una teoría de la divulgación filosófica? Hay textos que de alguna manera han adelantado ya el problema, de los cuales hemos mencionado ya algunos, aunque hemos dejado fuera textos como “The Pop Culture Manifesto”, de William Irwin, publicado en la revista *Philosophy Now* en 2007, bajo la premisa de priorizar trabajos dentro de la producción en español y en México, pues, es en ese grupo en el que se ha buscado dar sitio a la discusión sobre la divulgación como parte del debate académico y como investigación formal, tratando de alcanzar fines teóricos y no sólo prácticos, como ha sido el caso de los divulgadores, que sin duda utilizan elementos teóricos pero priorizan los prácticos.

En el caso de los estudiosos, hablamos de un tipo de investigación construida a partir de la documentación del trabajo de quienes hacen la práctica. Así, ante el hecho de que la divulgación filosófica ha ido cobrando forma principalmente desde la práctica, aunque no necesariamente de manera improvisada, es claro que es desde la propia historia y documentación sobre el cómo

se ha hecho divulgación que podemos dar algunas que podríamos encontrar las bases de una teoría.

Una dificultad para ello es que, encontrarse con el problema de que cada proyecto tiene sus propias características y una generalización es arriesgada. Casi podría decirse que cada proyecto tiene sus propias reglas y características específicas, sin embargo, parece posible plantear principios generales, aunque sean mínimos.

Siguiendo esta lógica, para nuestro trabajo de análisis, partiríamos de un modo inductivo a partir de varios ejemplos de divulgación, desde los cuales se podrían ir definiendo rasgos generales a ellos, desde los cuales podrían definirse las fortalezas y debilidades de varios de esos proyectos.

Esto apunta a lo que referiré como una teoría múltiple de la divulgación, es decir, una serie de conceptos básicos que debería seguir la divulgación filosófica sin la pretensión de un modelo único que rigiera a los otros, pero que sí podría ser útil como planteamiento general sobre el tema y principalmente, como algo construido desde la filosofía misma y los trabajos que analizan la divulgación.

Podemos ver que regularmente aparece como uno de los ejes claves de las propuestas divulgativas elementos como los siguientes, que se cree que deben ser parte de todo proyecto semejante:

a) Uso de un lenguaje abierto y claro:

Esto toca un tema determinante, pues, uno de los aspectos más complejos de la filosofía es precisamente el lenguaje con el que suele hacerse, acorde a distintas áreas y nivel de especialización. El manejo de tecnicismos es algo muy importante, dejan al reto de llevarlos a una claridad para una comprensión por no especialistas es uno de sus retos iniciales.

Sin embargo, en la propia historia de la filosofía hay muestras de un tipo de ejercicio reflexivo que buscaba claridad en el lenguaje e incluso formatos de escritura como el aforismo (Nietzsche), la poesía (sor Juana Inés de la Cruz), la prensa (Antonio Caso), el diccionario (Diderot) y demás.

b) Problematizando sobre temas comunes a la sociedad:

Tema de gran importancia, pues, lleva a la distinción entre una filosofía hecha para filósofos por filósofos, que a veces puede llevar a un trabajo exclusivamente monográfico, ya sea en clases, libros, artículos o actos públicos como las conferencias, casi siempre en temáticas para

especialistas. La necesidad de enfocar problemas comunes se basa en la presuposición de que los filósofos están capacitados para analizar esos problemas dada su formación, como sucede con otros campos de estudio como la Ciencia Políticas o la Economía, que tienen representantes en programas de análisis y debate público.

c) Divulgar sin las pretensiones de una cátedra universitaria:

La diferenciación entre públicos es algo básico para pensar en la divulgación filosófica, pues, a partir de esto se deben diseñar enfoques y estrategias comunicativas distintas. A esto han apuntado ya varios de los autores citados, pues, la divulgación puede tener similitudes con la enseñanza de la filosofía, pero no confundirse con ella. El espacio público no es una extensión del aula, aunque de la segunda se saquen los conocimientos que después se reformularán con las características del espacio público. Esto lleva a considerar la adquisición de técnicas y habilidades de este tipo de comunicación como posible objeto de aprendizaje de los egresados de las licenciaturas en filosofía, de la misma forma en que aprenden herramientas para la enseñanza y la investigación.

d) Recurrir a medios alternativos a los libros y revistas, agregando medios más amplios como la televisión, el radio, el podcast, comics y demás:

Un factor clave está en la elección de los recursos en que se transmitirá la filosofía, tomando al libro y el artículo tan sólo como una entre otras fuentes para la transmisión de los contenidos, habiendo ya múltiples ejemplos de la utilización de estos recursos, algunos muy exitosos. La idea importante detrás de esto está en que, si nos centramos en las ideas filosóficas más que en formato, éstas son susceptibles de ser transmitidas en más de una manera, por lo que lo relevante estará realmente en los argumentos y temas en cuestión, siendo esto posible con las estrategias adecuadas, que se pueden desarrollar y aprender de la misma manera en que se aprende a impartir una clase o una conferencia.

3. Elementos para una teoría

Tenemos ya algunos lineamientos claros de lo que sería esta labor y una serie amplia de ejemplos que cumplen casi con su totalidad. Si el primer requisito para desarrollar una teoría filosófica de la divulgación es tener el acceso a fuentes, eso ya está pasando con la divulgación filosófica, que ha generado sus productos e incluso sus primeros análisis teóricos, que en la práctica son mucho más importantes de lo que parecerían a primera vista.

Es importante profundizar en esto, pues, cuando se llega a que un tema cualquiera era parte de las investigaciones de tesis, entonces dichos temas forman parte ya sea de las discusiones académicas ya sea de los intereses de los alumnos; en el primer caso, se atestiguaría su inserción al debate académico y la formación de los estudiantes, en el segundo, de un giro en preocupaciones por parte de los estudiantes, que deben empezar a ser vistos con seriedad, por lo que los profesores y directores de tesis deben también empezar a conocer estos temas para poder dirigirlos adecuadamente.

Esto lleva a la parte más fuerte del análisis, pues, así como hay diversas especialidades dentro de la filosofía, por ejemplo, ética, estética, teoría del conocimiento y demás que se consideran importantes dentro de los planes de estudio, en el caso de la divulgación vemos que comienza a presentarse cada vez más como una necesidad y actualización dentro de la formación, de manera que así como se titula a especialistas en algunas de las líneas de investigación mencionadas, todo apunta a que en algún momento se debe ver la profesionalización de la divulgación filosófica como parte de la formación filosófica, tanto en la formación básica como en la especialización.

La cuestión parece obvia y casi una mera adaptación a una realidad, sin embargo, tiene aspectos mucho más de fondo que podemos entender sólo en la medida en que la aplicamos las preguntas correctas a los planes de estudio y a la manera en que se enseña filosofía, así como a sus objetivos y salidas de desarrollo profesional. Surgen así cuestiones como las siguientes:

- ¿Cómo se entiende el ejercicio filosófico dentro de los planes de estudio?
- ¿Qué lugar se da al papel público de la filosofía dentro de los mismos?
- ¿Qué aporta la divulgación a la filosofía?
- ¿Debería formar parte de la formación filosófica?

La respuesta a estas cuestiones apuntaría a una posible formalización de la divulgación, por un lado, por el otro, a mantenerla como una opción alterna pero aún externa a formación académica, centrada en la docencia y la investigación. ¿Cómo se daría esta formalización? Su inserción en los planes de estudio es un paso fundamental, pero sus contenidos vendrían del estudio de las experiencias divulgativas a la par otros textos clásicos y formativos de la historia de la filosofía, además de la reflexión y análisis de las formas en que se ha hecho históricamente la filosofía, es decir, desde la propia filosofía, su historia, métodos, estrategias y posibilidades ante el mundo actual, como lo han señalado ya autores como Ernesto Priani, que “el filósofo ha sido, a lo largo de la historia, también un divulgador. La divulgación, en este sentido, no es sino

otro aspecto de la obra filosófica, al punto de que cumplido el ciclo de comunicar en una época la filosofía a un entorno más amplio que el de los filósofos, las obras de divulgación tienden a tornarse filosóficas. En el fondo, donde hay testimonio del pensamiento, hay valor para la comprensión de estos.” (Lozano, G. V., & Palafox, L. A. P., 2016, p. 260).

Conclusiones.

Tenemos ya algunos adelantos para este objetivo, como se ha mostrado ya. La aparición trabajos como los que hemos referido, de eventos especializados dentro de congresos como el organizado por la Asociación Filosófica de México o como parte de las actividades académicas de instituciones como la Facultad de Humanidades de la Universidad Autónoma del Estado de México (sede de las dos ediciones del coloquio “La divulgación de la filosofía: innovación y medios alternativos para la filosofía en el siglo XXI”), hablan de una presencia cada vez mayor de la divulgación y lleva a un llamado a la comunidad filosófica a entender la relevancia de esto para el desarrollo contemporáneo de su propia labor.

La labor de los divulgadores y estudiosos de la divulgación nos ha proveído incluso de materiales de estudio para adentrarse en el cada vez más variado universo de la divulgación filosófica, dejando la comunidad filosófica la inserción y conocimiento de estas fuentes que han aportado de manera determinante a la creación de lo que bien podría ser una nueva y rica línea de investigación filosófica, cada vez más necesaria en nuestra época.

Bibliografía

- Anaya, M. (2020). La divulgación de la filosofía en México: ¿para qué?. *Diseminaciones*, 3(5), 111-127.
- Bazán Estrada, J. I. (2020). La distinción entre la difusión y la divulgación de la Filosofía de la ciencia (análisis de dos series radiofónicas de radio UNAM 1964-1965).
- López, P. L. (2013). La comunicación filosófica y su divulgación: Filosofía de la comunicación y comunicación de la filosofía: investigación, educación, formación e información filosóficas. *Estudio agustiniano*, 48(2), 299-323.
- Lozano, G. V., & Palafox, L. A. P. (2016). *La difusión de la filosofía ¿es necesaria?*, México: Torres Asociados.
- Mascareñas, M. G. (2013). La estandarización de la escritura: La asfixia del pensamiento filosófico en la academia actual. *Athenea Digital: revista de pensamiento e investigación social*, 13(1), 29-41.
- Minjares, M. L. A. (2016). Bases para un modelo de comunicación pública de la filosofía. *Revista de Filosofía*, 140, 11-27.
- Ramírez, A. I. F. (2019). AGENDA PARA EL FOMENTO DE UNA CULTURA FILOSÓFICA EN EL SIGLO XXI. *Ciencia y Filosofía ISSN: 2594-2204*, 2(2), 2-18.
- Ramírez, A. I. F. (2020). Bases para la divulgación de la Filosofía.
- Ramírez, A. I. F. (2020). El discurso de la divulgación y la vocación científica y filosófica. *Ciencia y Filosofía ISSN: 2594-2204*, 4(4), 57-61.
- Ramírez, A. I. F. (2021). El estudio del discurso de la divulgación de la ciencia. *Ciencia y Filosofía ISSN: 2594-2204*, 6(6), 68-75.
- Sitios web:
- Gelbes, S. R. ¿Clase o programa? ¿Academia o divulgación? El ethos y el discurso de la filosofía por televisión.
- Ramírez G. M. P. (2022). *La consultoría filosófica y el pensamiento autónomo*, recuperado de <https://consultoresfilosoficos.org/que-es-la-consultoria-filosofica/>

Ponencia

Presentación del proyecto de difusión y divulgación “I-Filos” en Coloquio: “Innovación y medios alternativos para la filosofía en el siglo XXI realizado en la Facultad de Humanidades UAEM Toluca”

Presentation of the dissemination and dissemination project "I-Filos" in Colloquium: "Innovation and alternative media for philosophy in the 21st century held at the Faculty of Humanities UAEM Toluca"

Resumen: A partir de la recabación de testimonios profesionales y de pregrado, se describe la elaboración de un proyecto de divulgación de la filosofía en la Universidad Autónoma del Estado de México, se exponen diferentes enfoques que parten de las necesidades académicas, escolares y se extiende a la oralidad vivencial, virtual y de interconexión en diferentes plataformas tecnológicas que cubren diversos segmentos de población con el propósito de divulgar a la filosofía a partir de nuevas estrategias de comunicación filosófica, así como descubrir nuevos enfoques didácticos de transmisión del conocimiento y la cultura filosófica en el centro de México.

Palabras clave: I-Filos, difusión, divulgación, cultura filosófica

Abstract: Based on the collection of professional and undergraduate testimonies, the elaboration of a project for the dissemination of philosophy at the Autonomous University of the State of Mexico is described, different approaches are exposed that start from the academic and school needs and extends to the experiential, virtual and interconnected orality on different technological platforms that cover various segments of the population with the purpose of disseminating philosophy based on new strategies of philosophical communication, as well as discovering new didactic approaches for the transmission of knowledge and philosophical culture in the center of Mexico.

Keywords: I-Filos, diffusion, dissemination, philosophical culture

Enviado: septiembre 30. 2022

Aprobado: noviembre 26. 2022

Publicado: noviembre 30. 2022

Dr. en Humanidades Francisco González Jiménez

Fotografía a cargo de Jared Cortéz Ramírez, Universidad Autónoma del Estado de México, Facultad de Humanidades
ifilosxperience@gmail.com

Introducción.

La presentación del proyecto I-Filos en el Coloquio: “Innovación y medios alternativos para la filosofía en el siglo XXI realizado en la Facultad de Humanidades UAEM Toluca” se documenta en esta memoria. En primera instancia se escribe la necesidad de difundir la filosofía filosofando como un ejercicio pertinente y sensato para el contexto actual. Después se desglosa el origen del proyecto, sus objetivos, las actividades que se realizan y, por último, una breve presentación de los miembros del equipo y su función. Para finalizar, se anexan fotografías que documentan la imagen de los integrantes y la participación de I-Filos en el evento.

Difusión de la Filosofía filosofando.

Llevar o devolver la Filosofía a las calles requiere muchas tareas previas, como tener claros los objetivos e identificar el perfil socioeconómico y cultural del auditorio hacia el que se dirigen las distintas actividades. Pero además implica justificar la idea de Filosofía que se quiere dar a conocer y argumentar sobre la pertinencia de la difusión misma. Estos asuntos ineludibles podrían ocupar más de una vida en la cual la discusión podría convertirse en un diálogo académico interminable de especialistas enclaustrados en los recintos universitarios. Por nuestra parte hemos decidido asumir el riesgo de discutir estas cuestiones al mismo tiempo que realizamos las diligencias de difusión. La planeación y elección de estrategias se fundamenta en una serie de lecturas que nos dan luz sobre los métodos que podrían resultar favorables para el logro de nuestros objetivos, pero la puesta en escena nos permite corroborar su efectividad.

Nuestra intención es la de exponer el rostro vivo del pensamiento filosófico, es decir, mostrar el ejercicio mismo del amante del saber. La estrategia que nos ha resultado exitosa consiste elegir una problemática de interés para el público, llevar a cabo un análisis crítico de la misma a través de la elección de la propuesta filosófica que nos ofrezca los elementos teóricos necesarios, incitar al diálogo y, planteando interrogantes, provocar al pensamiento del otro. Se cuida sembrar dudas antes que certezas.

Dr. en Humanidades Francisco González Jiménez, director y fundador de I-Filos

Origen de I-Filos

La labor de la difusión y la difusión filosófica es un trayecto que a menudo se transita desde el anonimato, desde la periferia; el rostro del divulgador se dibuja y se desdibuja

constantemente en su obra, ya no se trata de una disyunción entre el divulgador y su labor filosófica existe, antes bien, una relación de conjunción y de implicación necesaria.

Nuestro camino en la difusión de la cultura filosófica inició como muchos otros proyectos: con una idea. Idea que luego hubo que nombrar para hacerla asequible, una idea que surgió como otras tantas en medio salón de clases, que si bien no se dicen, se viven. Eligiendo así: “I-Filos” como el nombre para denominar nuestra labor y nuestra vocación.

Luego hubo que ponerle un rostro, pues el corazón ya había sido puesto en cada paso, en cada charla filosófica, en cada plática profesiográfica, en cada entrevista, en cada conversatorio, donde abandonando la máscara, se desvelaba nuestra propia cara.

Nuestra imagen se hizo patente cuando en el marco del II Coloquio La Divulgación Filosófica Innovación y Medios Alternativos para la Filosofía en el Siglo XXI se presentó nuestro proyecto a cargo del Dr. Francisco González, cómo director del proyecto y de nuestro compañero Erwin Aldair García García cómo coordinador del mismo y por conducto del cual recibimos la invitación a participar de la revista.

Anahí Alarcón Velázquez

¿Cuáles son los objetivos de I-Filos?

El objetivo de este proyecto i-filos es difundir la filosofía dentro y fuera de la facultad de humanidades, aunque en especial fuera de ella ya que es importante para nosotros que los ciudadanos que no están tan cerca o interesados en la filosofía tengan un acercamiento a ella y puedan reconocer la importancia de esta misma en nuestra vida. A demás de difundir, también se pretende ser un espacio en el que los alumnos de las distintas licenciaturas de la Facultad de Humanidades tengan la posibilidad de realizar su servicio social, realizando actividades de divulgación.

En un principio a causa de la pandemia nuestro objetivo era hacer esta difusión de forma virtual; la idea de que la filosofía ingrese al espacio virtual obliga a pensar en estrategias para que tenga una mayor presencia en ámbitos no académicos, por tanto, sin perder el rigor y la profundidad que la distingue, puede llegar a ser apreciada y nutrida en el sector social más amplio.

Ahora que las actividades de manera presencial están volviendo a su normalidad se ha hecho parte de nuestro objetivo salir a las escuelas y a las calles a dar charlas sobre temas que podrían ser interesantes desde la filosofía para las

personas de distintos sectores; y de esta manera difundir la filosofía desde varias estrategias.

Luz García Bernal

¿A qué nos dedicamos?

En I-Filos nos enfocamos en difundir la filosofía, no solo dentro de la facultad de humanidades, sino también en otros espacios como escuelas preparatorias. Así mismo estamos buscando llevar a cabo la difusión en otros sitios; calles, centros culturales, negocios, cafeterías, plazas, etc.

Las actividades que realizamos se dividen en dos: Espacios virtuales (Facebook, Instagram y Tik Tok) y Charlas Profesiográficas (Preparatoria).

Para la difusión en redes sociales todo el equipo que conforma I-Filos se dedica a investigar, sin embargo, cada uno elige en que red social quiere trabajar. En Facebook por ejemplo se realizan publicaciones textuales, en formato .jpg, memes, y recientemente charlas en live, en Instagram se graba contenido tanto para historias como para reels, se publican infografías, algunos memes, etc., Tik Tok únicamente funciona para publicar videos, aun así, tratamos que estos sean dinámicos. En general, buscamos que el contenido que se publica en los espacios virtuales sea de interés, es por ello por lo que también implementamos el uso de diferentes formatos para captar la atención de los espectadores.

Por su parte las charlas profesiográficas también han dado excelentes resultados.

Gracias a que tenemos contacto directo con los estudiantes hemos logrado transmitirles información sobre diversos temas, despertando su curiosidad y haciendo que ellos mismos investiguen o pregunten acerca de los temas que se les imparten dentro de las escuelas, de esta forma, la curiosidad y el pensamiento crítico de los alumnos se ha desarrollado de una manera favorable y benéfica para ellos, lo más importante es que todos los alumnos que han recibido estas charlas piensen de manera reflexiva acerca de los diversos temas y decidan realizar un desarrollo personal gracias a la investigación.

Andrea Lizbeth de la Luz Martínez

¿Quiénes somos?

Cómo todo proyecto se necesita de una buena organización y una base firme para poder crecer. En ese sentido, procedemos a presentar el equipo correspondiente:

El director del proyecto es el Dr. En Humanidades Francisco González Jiménez, quien, a lo largo de su labor docente y de investigación ha resaltado la necesidad de la difusión y divulgación de la labor filosófica. Como un filósofo preocupado por la divulgación de la cultura filosófica inició invitando a un grupo de alumnos a salir de la academia y recuperar el lugar en el que surge la filosofía: las calles. Además, bajo su instrucción, dirección y gestiones, se comenzaron a idear las charlas profesiográficas, las cuales se llevaron a cabo en escuelas preparatorias dando alguna clase de filosofía.

La labor de coordinar el proyecto queda a cargo del estudiante en la licenciatura en filosofía, próximo a la titulación, Erwin Aldair García García. Su trabajo consiste en planear las actividades de cada mes, para ello realiza un cronograma tanto para las actividades y temas trabajados en las redes sociales y eventos virtuales como en los presenciales. Gestionar espacios de difusión presenciales y virtuales. Evaluar y darles seguimiento a las actividades realizadas por cada uno de los miembros para tener un control y seguimiento de su servicio social.

Podríamos decir que al momento de crear el proyecto junto con los primeros miembros compartíamos una molestia por la manera tan petrificada de enseñar la Filosofía: escribir y leer para escribirnos y releernos. Fue por eso que conformamos un equipo tan aventurado dispuesto a reinterpretar el pensamiento e identificar las necesidades del entorno. Eso es I Filos: nuevas maneras de hacer Filosofía.

Erwin Aldair García García

Sucediendo a Erwin, la actual coordinadora es la alumna María Guadalupe Ortiz Hidalgo, estudiante de la licenciatura en filosofía cursante del noveno semestre, a quien le corresponden las mismas tareas.

Difundir y, sobre todo, divulgar la filosofía requiere de vocación por la profesión y un compromiso con la sociedad para llevar el pensamiento filosófico fuera de la academia. La injerencia del filósofo en la divulgación es necesaria para hacer del pensamiento algo cotidiano, unos nuevos lentes para analizar la realidad.

María Guadalupe Ortiz Hidalgo

Todas y todos participan de las charlas profesiográficas, sin embargo, existe una estructura para la difusión en redes sociales. Contamos con un equipo de investigación filosófica para que la información difundida tenga un fundamento teórico, liderado por Anahí Alarcón Velázquez, estudiante de la licenciatura en filosofía.

La editora de Facebook es Andrea Lizbeth de la Luz Martínez, el editor de Instagram es Pedro Estéfano Garcés Vega y la editora de Tik tok es Luz Esmirna García Bernal. Los tres son estudiantes de la licenciatura en filosofía; tienen la tarea de publicar el contenido digital creado por sus demás compañeros y compañeras, subir historias, compartir otros proyectos hermanos de la facultad o independientes que tienen que ver con la difusión y divulgación.

Por su parte Brian Edgar Minor Rivera, Saúl Montellano Mancilla, María Fernanda Tadeo Pichardo, Karen Yaret Sánchez Velásquez, estudiantes de la licenciatura en filosofía; Griselda Jiménez Vásquez, Isabel Gómez Espiridión, estudiantes de la licenciatura en Lengua y Literatura Hispánicas; e Israel Caballero Beltrán, estudiante de la licenciatura en Historia. Son los encargados y encargadas de crear el contenido digital en diferentes formatos: transmisiones en vivo, reels, videos, infografías, biografías, poemas, reseñas, publicaciones de texto, imágenes y fotografía, entre otras.

María Guadalupe Ortiz Hidalgo

A continuación, se comparte el trabajo de fotografía realizado por el alumno Jared Cortéz Ramírez para documentar la presentación y participación del proyecto I-Filos en el II Coloquio La Divulgación Filosófica Innovación y Medios Alternativos para la Filosofía en el Siglo XXI.

I-Filos te invita a participar en este proyecto de difusión y divulgación de la cultura filosófica para seguir construyendo y compartiendo conocimiento juntos.

Anexos







Ponencia

Los retos de la filosofía mexicana en el contexto cultural contemporánea poscovid-19.

The challenges of Mexican philosophy in the contemporary post-covid-19 cultural context.

Nureddin Oscar Gómez Castillo

UAEMEX

Resumen.

Se reconstruye la cultura filosófica a partir de autores y tradiciones filosóficas que han alfabetizado a las generaciones tanto modernas como posmodernas asumiendo los retos de la era digital, la adaptación virtual a nivel generacional, así como las posibilidades de identidad y permanencia en la cultura mexicana ante los procesos sociales que conllevan a nuevos planteamientos divulgativos ante una pluralidad de plataformas tecnológicas.

Palabras clave: divulgación, cultura filosófica, artefacto, tradición.

Abstract.

Philosophical culture is reconstructed from authors and philosophical traditions that have literate both modern and postmodern generations, assuming the challenges of the digital age, virtual adaptation at the generational level, as well as the possibilities of identity and permanence in Mexican culture before the social processes that lead to new informative approaches before a plurality of technological platforms.

Keywords: dissemination, philosophical culture, artifact, tradition.

Enviado: septiembre 30. 2022

Aprobado: noviembre 26. 2022

Publicado: noviembre 30. 2022

1. La alfabetización de la sociedad a través de los aportes de la cultura filosófica en México.

Sabemos que existen algunas problemáticas sociales, políticas y culturales en nuestro país, que, en consecuencia, estamos siendo afectados individual y colectivamente. Ante estas problemáticas llegamos a cuestionar la labor del filósofo (a) dentro de estos contextos, a saber, cuál sería su aportación ante las problemáticas que se nos presentan; pues se sabe que el trabajo intelectual es parte de la encomienda de esta disciplina, la cual da las bases científicas en el desarrollo teórico y epistemológico, con ello estriba la comprensión de nuestra realidad. La cuestión aquí es la practicidad de la misma, que a pesar tener mayor alcance se trata de acotarlas para establecer encomiendas que sean reconocidas ante nuestra sociedad y propicien un desarrollo en beneficio de las mismas.

Existen muchas teorías filosóficas y científicas que son complejas a entender, esto se debe a la misma naturalidad del planteamiento, y muchas veces nos lleva a enrevesadas conclusiones. De aquí surja la pregunta, ¿cómo llevar a praxis los planteamientos teóricos, las cuáles estas cumplan con su propósito, ya sea de persuadir y/o dilucidar aquellas inquietudes o necesidades que se nos presentan en nuestro entorno?

Para este planteamiento ambivalente quiero enfocarme al “conector” que se da en la labor de investigación, que es meramente teórica y abstracta, con la labor práctica, que va acompañada con la gestión institucional.

Respecto a la investigación, esta trata de poner a prueba con el método científico que, sin lugar a dudas en las áreas de las humanidades no habría algún laboratorio para comprobar dichas hipótesis, por estas razones se dicen que son problemáticas *a priori*. Pues muchas de estas teorías van encaminadas a las teorías lógicas y matemática hasta el estudio de las conductas humanas (ética, psicología y neurociencia).

Respecto a la labor práctica, podemos ir elucidando que gran parte de los planteamientos a resolver desde la *humanística* van enfocados a los problemas que se suscitan con los temas sociales, económicos y políticos; pues estas labores se pueden reflejar en: trabajos institucionales, programas sociales y/o trabajos comunitarios con asociaciones civiles y/o fundaciones. Cuando se desarrolla la labor de campo, para el caso de los humanistas,

estriba en el diseño metodológico y se llevan los elementos clave para analizar y evaluar las facticidades del mismo programa o proyecto que se realiza.

Por otro lado, debemos reconocer que existen muchas personalidades en el ámbito humanístico y de las ciencias sociales que tratan de enfocar estas teorías, de estos temas, a las prácticas institucionales, ya sea en los mecanismos jurídicos, económicos, políticos y educativos, entre otros. Uno de las actividades que hoy en día puede haber mayor aportación filosófica es en la Secretaría de Cultura, ya sea de orden federal o local de nuestro país. Pues aquí se requiere mayor capacidad de análisis tanto en los contextos sociales, y en el desarrollo de identidad en las comunidades, ya sea en ciudades o regiones provinciales, pues al día de hoy se está cuestionando la definición de cultura como planteamiento al desarrollo social mediante las tesis éticos, epistémicos y estéticos.

Un claro ejemplo de llevar la teoría filosófica a la práctica fue en el caso de José Vasconcelos cuando fungió como secretario en la Secretaría de Educación Pública, pues recién que se había fundado esta institución, su fin era fortalecer la identidad del pueblo indígena, mediante su programa de alfabetización.

El contexto político que se vivía en la época posrevolucionaria, el sector educativo se concentró en la reestructuración de la nación. José Vasconcelos fue un personaje importante como precursor de la cultura y la educación pública. Fue miembro del grupo “El Ateneo de la Juventud”¹, crítico del positivismo² en México, señalando las deficiencias que había para el gobierno de Díaz. Hay que mencionar que también existieron personajes ilustres que plantearon la idea de nación, como Antonio Caso, Andrés Molina Enríquez, Manuel Gamio, pensaron al indígena como el núcleo del proceso de mestizaje en el acontecer histórico. (Gómez Castillo, 2020)

Vasconcelos tuvo esa visión letrada en la cual se conjuga el papel del filósofo con la sociedad; enfatizando que para entender nuestro entorno hay que mirar hacia nuestro pasado, esto nos permitirá entender ciertos tratamientos respecto a las problemáticas que se nos presentan.

Por otra parte, hay que reconocer que el movimiento muralista coadyuvó al proyecto de alfabetización para fortalecer la identidad nacional; recordemos que para esa época había división entre los distintos poblados del país. Es por eso que las obras de arte, que surgieron en este movimiento, expresan la idea de nación, donde “el pueblo”³ es el protagonista de su propia historia, dentro del contexto social y político. Sin embargo, este término – pueblo-

aglutina la generalidad de la población mexicana, en la cual se adopta una postura ideológica neutra, como sujeto nacional, respecto al reconocimiento del “otro”; mediante la cual, implica un nexo entre las equivalencias jurídicas, que bien se reconocen hoy en día como los derechos humanos universales. Así mismo, estos planteamientos ideológicos estriban sobre las teorías ilustrativas como las de Immanuel Kant, Jean-Jacques Rousseau, John Locke, Voltaire, David Hume, entre otros; de tal modo que se reconoce al otro con las mismas oportunidades de Ser, pues esa era la visión política que distingue las bases intelectuales del movimiento posrevolucionario de nuestro país.

A través de esas manifestaciones artísticas, literaria y educativas se coloca en un lugar eminente otra de las premisas conceptuales del pensamiento y el discurso de la revolución: *El Pueblo*. El pueblo mexicano, sin distinciones de raza, condición o clase. En el plano ideológico porque en el ideario revolucionario aparece como sujeto nacional único y como encarnación de todas las manifestaciones históricas y culturales en las que se percibe lo “auténticamente mexicano” (Revueltas, 2014, p. 16)

Es necesario discernir del arte mexicano como algo meramente ornamental y un movimiento artístico-educativo, pues esta no solo se plasmó para decorar los edificios con renombre de las escuelas públicas. Es decir, el arte *muralístico* es trascendental, pues las obras permiten visualizar el discurso sobre la reconstrucción de nación, y en ese sentido se convierte en sí en un arte didáctico mostrando a la población una faceta del pasado, del presente y del porvenir.

En la gestión de Vasconcelos se mandaron hacer murales en distintos edificios públicos, como las oficinas de la SEP, de la Universidad Nacional, el palacio de Bellas Artes, entre otros; los autores y encargados de este proyecto fueron: David Alfaro Siqueiros, José Clemente Orozco, Diego Rivera, Pablo O’Higgins, Fermín Revueltas, Rufino Tamayo, entre otros. El movimiento muralista, a pesar de ser parte del proyecto *vasconcelista*, tuvo otra finalidad, ya que, resultó ser un movimiento político, social en pro a la cultura populista de resistencia e identidad. Cabe mencionar que varias obras fueron plasmadas en México como el mural de Orozco “La trinchera” realizado en la Escuela Nacional Preparatoria; Diego Rivera, “El mercado de Tlatelolco”, Palacio Nacional; David Alfaro Siqueiros “Retrato de la burguesía, Sindicato Mexicano de Electricistas; en lado internacional podemos ver en EUA como “the making of a fresco showing the building of

a city” en San Francisco Art Institute, elaborado por Diego Rivera; “El retrato actual de México”, de David Alfaro Siqueiros, ubicado en Cine Dudley, Santa Bárbara California; y en otras partes de Latinoamérica, como en Chile, se encuentra “Muerte al invasor”, elaborado por Siqueiros, ubicado en la biblioteca escuela México.

Por esta razón se da la dicotomía del proyecto de nación junto con el proyecto educativo-cultural. Pues es aquí donde fijamos el papel importante que tiene el filósofo para hacer distinciones conceptuales en la cual propicia un mejor entendimiento de nuestro entorno.

Otros de los retos que perfilan los estudiantes y egresados de filosofía es saber divulgar y/o difundir tratamientos teóricos de esta disciplina – es cierto que para esto se debe tener mucho cuidado con los matices de las interpretaciones que se les puede dar a las teorías que son sumamente complejas. Un reto importante en la cual nos estamos enfrentando y que, poco a poco, ha venido despertando el interés de muchas personas jóvenes, sobre todo de las nuevas generaciones (ya sean estudiantes o egresados de filosofía y/o de humanidades) es divulgar y difundir esta disciplina; a pesar de que existen muchos esfuerzos para la divulgación de la misma, se necesita aterrizar los mecanismos que den sustento y al mismo tiempo incida a las problemáticas de la sociedad. Es decir, la utilidad de la filosofía genera una necesidad en la cual eleva su valor. Esto sin traducirlo en que la reproducción del conocimiento filosófico solo sea reducida como un producto de consumo, sino más bien, sea la retribución que beneficia al ser humano, al valorar sus metodologías, análisis y técnicas argumentativas (considerando a las distintas lógicas de estudio), entre otras cualidades que destacan al estudio de esta disciplina.

La filosofía es una disciplina que interesa a muchos alumnos en Bachillerato. Sus enseñanzas ayudan a los alumnos a entender mejor un mundo, el de los adultos, en el que acaba de adentrarse. Ese atractivo, además se ha visto reforzado en los últimos años por la incertidumbre en la que se ha visto inmersa nuestra sociedad con la pandemia del coronavirus, que se ha disparado la preocupación por la salud mental y ha hecho que muchos busquen en los filósofos un sentido para sus vidas [...] (Rodríguez, Pablo. 2022)

También vemos ejemplos a nivel internacional, con este ambiente globalizado, las empresas transnacionales han decidido contratar personal con la licenciatura en filosofía, muchas de estas empresas son reconocidas por el desarrollo tecnológico digital como: Google, IBM, Microsoft, Apple Inc, contratan a estos profesionistas no solo por estar dotados en el pensamiento crítico sino porque tienen la capacidad para plantear los

problemas morales y éticos los cuales están enfrentados por el desarrollo de la inteligencia artificial (IA).

Hay que reconocer que dichas intervenciones filosóficas pueden manifestarse en distintas actividades, para este ejercicio podemos plantearnos en los recursos didácticos y pedagógicos que pueda estar al alcance de quienes quieran involucrarse a la participación divulgativa. Aquí algunos ejemplos estas se pueden llevar a cabo en: cafés filosóficos o taberna filosófica, investigaciones y artículos para blogs (revista digital), podcast, coloquios, galería fotográfica, cine clubes, entre otros., ya sea que estas sean acogidas por las instituciones y/o sean realizadas en trabajo colectivo o de manera independiente; a menudo, estos recintos que dan cabida a las actividades culturales y educativas se vuelven en espacios de charla, reflexión y manifestación artística. Por este motivo, es importante reconocer los esfuerzos que conllevan a la actividad interactiva filosófica, de modo que nos permiten tener contacto con la sociedad. En segunda instancia, nos permite generar propuestas en las cuales estas mismas, enriquecen al individuo que no tiene alguna formación ni el bagaje filosófico, pero sí tiene mucha inquietud por encontrar respuestas y sobre todo se permite reflexionar sobre su entorno.

Así mismo podemos complementar con lo que el Dr. José Luis Mariscal Orozco (2016, p. 18) propone que las bases teóricas filosóficas y de las ciencias sociales coadyuvan a reestructurar las metodologías las cuales sirven como guías para trabajar en el terreno práctico. Es decir, para los proyectos educativos-culturales y sociales, principalmente se basan en teorías epistemológicas (que hemos heredado por el movimiento ilustrado); también nos encontramos con las teorías estéticas, como el que aporta Theodor W. Adorno, por mencionar a algunos intelectuales, pues él plantea que las obras de arte son parte del desarrollo intelectual, con ello el artista genera crítica al compartirla con la misma sociedad, que a su vez se asume como espectador.

Las obras de arte son imitaciones de lo empíricamente vivo, aportando a esto lo que fuera le está negando. Así lo liberan de aquello en lo que lo encierra la experiencia exterior y cosista. La línea de demarcación entre el arte y lo empírico no debe borrarse por un proceso de idealización del artista. Aunque esto sea así, las obras de arte poseen una vida *sui generis*. No se trata solamente de su destino externo. Las que tienen sentido hacen siempre salir a la luz nuevos estratos, envejecen, se enfrían, mueren. Es una tautología decir que ellas, como artefactos y realizadores humanos que son, no tienen la inmediatez vital de los hombres. Pero la acentuación del aspecto de artefacto propio del

arte cuadra menos con su carácter de realización que con su propia estructura, con independencia de la manera que no poseen ni los objetos naturales ni los sujetos que las hicieron. (Adorno, 2004, p.25)

Hay que agregar que, el arte forma parte del “conector”, que se mencionó con anterioridad, pues esta se puede entender como el camino metodológico que conecta con la sociedad, en la cual genera diálogo con el autor y con los individuos que no tienen formación humanística. Si damos por entendido esta analogía nos percataremos la intencionalidad que existen en las obras artísticas que se encuentran en las calles o recintos públicos, como son los museos, y es por esa razón que se necesita de la orientación académica para interpretar adecuadamente lo que el autor propone.

Ahora, nos enfrentamos que, al considerar el arte como medio educativo, esto propiciaría el replantear un esquema de formación ciudadana dotando a la sensibilización de la misma pues su fin último sería el generar empatía hacia el otro y enriquecerse espiritualmente; Ya que, al hablar de educación la podemos definir como el proceso cognitivo en la cual moldea las *formas*, como lo explica Bolívar (2019, p. 28), en ella intermediaría la esencia de la cultura. Si estamos entendiendo que educación proviene del latín *educatio-onis*, que significa: instrucción por medio de la acción docente. En ello damos por hecho que fortalece el modelado de las *formas*, ya sea individual y colectivamente, dado que propicia a la construcción de identidad comunitaria. De modo que, si definimos al arte como medio, coincidiremos con la premisa de Mario Bunge.

A menudo se sostiene que la medicina y otras ciencias aplicadas son artes antes que ciencias en el sentido de que no pueden ser reducidas a la simple aplicación de un conjunto de reglas que pueden formularse todas explícitamente y que pueden elegirse sin que medie el juicio personal. Sin embargo, en este sentido la física y la matemática también son artes: ¿quién conoce las recetas hechas y seguras para encontrar las leyes de la naturaleza o para adivinar teoremas? Si el “arte” significa una feliz conjunción de experiencia, destreza, imaginación, visión, y habilidad para realizar inferencias del tipo no analítico, entonces no sólo son artes la medicina, la pesquisa criminal, la estrategia militar, la política, sino también toda otra disciplina. Por consiguiente, no se trata de si un campo dado de la actividad humana es un arte, sino que, además, es científico. (Bunge, 2018, 65)

Si entendemos el arte como la conjunción de la experiencia, destreza, imaginación, visión y habilidad, así como lo explica Mario Bunge, entonces el diseño metodológico filosófico se

ejecutará en la enseñanza y promoción cultural, pues estos mecanismos metodológicos servirán como “conectores” para trabajarlo en el campo comunitario. Pues con esto se muestra esta capacidad de poder retomar el proyecto *vasconcelista* y seguir trabajando con nuestro legado adaptándose a las necesidades de hoy.

Mientras que, si nos enfocamos al diseño metodológico que coadyuvará al desarrollo epistémico en las instituciones educativas y culturales, se podrá cubrir con la necesidad social que estamos enfrentando actualmente; muchos de los problemas que estamos viviendo a diario son: aumento de la violencia intrafamiliar, los feminicidios, trata de personas y el narcotráfico, etc. He aquí la magnitud de trabajo intelectual y de campo, pues como vemos, hoy en día debemos esforzarnos más para lograr el cometido, la cual sería reflejada en mejorar nuestras condiciones de vida, y para ello hay que saber distinguir en dónde estamos posicionados y hacia dónde queremos llegar; empero, el análisis, como la crítica son necesarias para las pesquisas sociales. Sin embargo, hay que meter las manos en el terreno social y comunitario; pues la descomposición social que hemos sido víctimas se ha generado por el sistema económico global: el neoliberalismo y por las deficiencias políticas que se han trabajado ellos últimos 30 años.

En pocas palabras, este sistema ha fomentado la producción individual para acumular riquezas desmedidas, esto manifestado en todas las esferas sociales e individuales, tanto en lo educativo, económico, social y en lo político. Es decir, en lo educativo abarca desde el nivel básico hasta el posgrado universitario, se educa al alumno por competencias pues su fin es alcanzar el éxito económico sin importar la afectación egoísta que esta deviene y que afecta desmedidamente al entorno comunitario. Lo peor de todo es que no determinan qué se entiende por “éxito” ya sea individual y colectivamente, pues esto nos abriría a un margen de entendimiento para darle sentido a nuestro desarrollo esencial; y esto los podemos notar en los distintos sectores de nuestra sociedad. En el sector privado se fomenta la competencia desleal que existe con los mismos trabajadores cuando ellos deberían enfocarse a mejorar de sus condiciones laborales y económicos para distribuir las riquezas equitativamente y emprender un mejor entorno laboral; en el sector social y político se evidencian las desigualdades que viven las distintas clases sociales, y por ende se condicionan a través de sobornos, pues es ahí el inicio de toda descomposición, ya que se

corrompen ellos mismos generando un *modus vivendi*, pues muchas veces – los funcionarios– deberían hacer su trabajo conforme a una moral establecida que de orden y estabilidad a la sociedad pues se contradicen a toda operación, ya que, muchas veces, han robado a manos llenas del erario público y no ha habido sanción ni castigo para que repongan los daños causados a la sociedad, es decir a la nación, pues las leyes parecen de ornamento cuando no debería ser así.

Es aquí donde se reconoce y se que establece que la incidencia filosófica (humanística, ciencias sociales y ciencias exactas), “los conectores” serán aquellas creatividades del imaginario en la cual tendrán los componentes metodológicos, que como primer eje será enfocado para las personas que viven en lugares vulnerables. Como podrán observar, estamos hablando de tomar riendas al proyecto educativo-cultural, que hemos venido heredando por grandes intelectuales de nuestra historia y conjuntarlos con las distintas propuestas ya mencionadas, esto a desde el quehacer metodológico institucional, en la cual va el desarrollo sistematizado sustentado desde la teoría.

Ahora, es momento de generar otras propuestas más básicas pero no por estas menos importantes, estas son: charlas filosóficas, contenidos en línea (estilo podcast para la app *tik-tok*, en el caso del podcast tenemos a Diego Ruzzarin⁴), aunque éstas podrían llevarse a cabo en los espacios como son los Puntos de Innovación Libertard, Artes Educación y Saberes de la CMDX, son centros educativos no “formales” pero que incentivan parte de este quehacer multidisciplinario científico, artístico y humanístico. Ahora, si su fin es que exista una interacción entre profesionistas de las distintas asignaturas que van desde lo tecnológico hasta las artes y literatura, podrán transmitir conocimientos e interacción social la cual permita la apropiación de los valores sociales que estriba nuestra moral. Es ahí donde se pueden aprovechar estas propuestas y replicarlo en otras partes del país. Es decir, mediante las distintas manifestaciones pedagógicas y culturales puedan incentivar al pensamiento crítico, pues esto permitirá que las mismas comunidades refuercen su organización.

Si bien hemos retomado lo que aportó José Vasconcelos quizás sea momento de estudiar el contexto por el cual atravesaba nuestro país en el que se negó reformar el legado para mejorar nuestras condiciones de vida.

Es por eso por lo que exhorto a las academias de filosofía o de las humanidades a sumarse para colaborar generando innovaciones en una red de la comunidad filosófica para redoblar los esfuerzos generados. La filosofía ya no puede ser vista como algo ornamental, o como una etapa de la historia que ya fue superada. Como egresado de filosofía he visto las dificultades que hay para generar proyectos porque existen prejuicios que vienen de la misma academia. Recordemos la enseñanza de la alegoría de la caverna de Platón, no podemos ser partícipes de los engaños de una narrativa individualista que nos hace daño como sociedad, y no querer tomar responsabilidad de nuestras acciones para cambiar los defectos. Las investigaciones y críticas son importantes, pero de poco sirven si eso no se lleva a la práctica. Además, no es lo mismo criticar estando fuera de las intuiciones donde muchas cosas pueden parecer fáciles, sino primero hay que adentrarse en las mismas, entender la complejidad de sus tiempos y procesos, porque solo viéndonos desde adentro es como podemos generar cambios, ya que, desde afuera, estaremos a la expectativa de que alguien más lo resuelva.

2. Los desafíos globales con las vertientes filosóficas para las nuevas generaciones (*los millennials*)

Últimamente hemos estado percibiendo muchos cambios a nivel global, esto van desde los temas políticos, financieros, medio ambientales (desastres naturales), culturales hasta el sector salud. Pues en estos tiempos notamos una transición que marca ya un nuevo estrato para el siglo XXI, la revolución se da desde el desarrollo tecnológico y la adaptación de la misma era, en la cual las redes sociales emergen sobre interacción que va desde lo educativo hasta los servicios de negocios, pues no solo son *gadgets* los que determinan el desarrollo tecnológico sino las interacciones digitales en las cuales se hacen presentes con el entretenimiento (el caso de los videojuegos, el cine y las aplicaciones que conllevan su desarrollo interactivo: el metaverso). Pues esto está revolucionando en muchos aspectos nuestra vida cotidiana. Ya que estamos generando un mundo que se había predicho por varios intelectuales en la década de los 70's, pues se veían venir una era cambiante por el desarrollo tecnológico y a su vez por las distintas crisis (hambruna y escasez de recursos);

inclusive varias películas ochenteras se habían anticipado con las películas futuristas, pero que al día de hoy ha superado a la ciencia ficción.

Ahora, para este tema que quiero abordar a la interacción sociocultural que a su vez estriban en las formas de pensar, a tal grado que lo podemos observar en los fenómenos sociales, económicos y políticos en la era digital que atravesamos hoy en día; esto de algún modo influye mucho nuestra dinámica de organización, socialización y permanencia.

Si bien las generaciones jóvenes como las que nacimos en los años 1985 al 2000 nos clasifican como *millennials*, “la generación poco preparada perezosa y sin aspiraciones”—así es como nos distinguen de las otras generaciones más antañanas, a los retos de hoy —se puede decir que *nos* hemos enfrentado a las complejidades sobre las problemáticas globales, que tienen que ver con la revolución comunicativa en la era digital y su interacción con la misma. Aquí el *boom* de las redes sociales y las aplicaciones que ofrecen distintos servicios como el caso de *Uber*, estas dotan los cambios y marcan una nueva época, pues muestra de ello se puede apreciar en la nueva adaptabilidad para autoemplearse con los nuevos mecanismos capitalistas. Por desgracia estas empresas transnacionales pierden responsabilidades con sus trabajadores, ya que ellos no son reconocidos como tal; esta situación no es lo misma contribución respecto a los *influencers* pues ellos se han caracterizado por ser personajes que influyen en la vida pública a través de las distintas aplicaciones, pero, una vez posicionados, pueden ganar millones de dólares.

No todo está perdido, pues por un lado vemos todo el desarrollo tecnológico y comunicativo y por el otro, nos enfrentamos a las crisis políticas-económicas, de salud pública y desastres naturales, ya que todas estas problemáticas nos orillan a replantearnos a nosotros mismos como para tomar conciencias en todo lo que estamos viviendo y que, a su vez, se ha vuelto complicado. Muchas veces al replantearnos este tipo de conflictos siempre vienen en conjunto y no sabemos por dónde empezar a elucidar dichos planteamientos.

Respecto a los problemas globales entorno a todo lo que deriva a la crisis podemos decir que de una transmite a la otra como si fuese un efecto dominó, esto lo podemos observar con el Covid-19, que hemos vivido estos dos años; pues en el hecho de estar confinados produjo una inflación, por la falta de producción en todos los niveles de las industrias de

todos los sectores, que va desde la canasta básica hasta producir chips, que de algún modo afectó directamente la industria automotriz y por ende nos ha perjudicado – no por el hecho de comprar autos sino que toda las industrias están entrelazadas y empieza a encarecerse todo. Recordemos que estamos inmersos a un sistema global y cualquier problemática que se viva en un país, casi de inmediato nos perjudica a nosotros.

Para este año, el conflicto con Ucrania y Rusia acentuó las relaciones diplomáticas entre la Unión Europea, y con los otros países de los distintos continentes. Pues al día de hoy notamos que muchos países no tienen recursos para suministrar la energía eléctrica (como el caso de Alemania, Francia, España, entre otros), eso es un golpe fuerte para la misma economía global. Ahora vemos la tensión que se está generando con Taiwán por buscar ser un país independiente de China, mientras que EUA, apoya esa postura, la cual genera otra tensión para una posible guerra. Estas tensiones bélicas y de relación comercial han generado muchas incertidumbres, más de los esperados; pues aún seguimos pagando los platos rotos que ha dejado la pandemia y los desastres naturales como los sismos.

Ahora dicho esto pasemos al tema que compete a nuestra generación como millennial. Si bien toda esta bocanada de incertidumbres no nos deja respirar ni mantener la calma, esto implica que tendremos que buscar nuestras propias respuestas, quizás no en lo inmediato, sino en la comprensión hacia el otro y en la colectividad. Se trata de entender estos procesos coyunturales que detonan estas crisis que estamos viviendo hoy en día.

Una de estas razones tiene que ver con los prejuicios morales que van desde la conducta social hasta los problemas psicológicos individuales, pues la mayor parte de las conductas sociales han estado sufriendo diversos cambios, como el caso del feminismo, como el caso de voltear hacia el cuidado ecológico al observar que los glaciares se están derritiendo y empezamos a actuar con precipitación, pues “tenemos el tiempo encima”. Empero, la inmediatas accionarias por las redes sociales cada vez han tomado fuerza cuando se viraliza alguna noticia o algún hecho que en esa misma instantaneidad se muestran inconformidades, inclusive los *haters* exageran en su voraz juicio para cuestionar la misma inquietud, que ha sido afectado por los internautas que –quizás, para las otras generaciones que son más grandes que nosotros, han tachado a la nuestra por ser la más débil

adjetivándonos que estamos hechos de “cristal” cuando en realidad se van quedando obsoletos en la falta de comprensión que nos aqueja con los problemas globales.

Pues hoy nuestra generación trata de abarcar estos temas complejos y por tal motivo, existe mucha información desde el internet que bien pueden aportarnos un amplio espectro de criterio; pues es momento de saber aprovecharlo y con esto poder elevar nuestro entendimiento y con ello tratar de mejorar nuestro entorno.

La generación millennial se caracteriza principalmente por estar muy conectada. No podemos olvidar que es el grupo de personas con el que comenzó la era de internet. Por este motivo, es natural para ellos poseer cuentas en diversas redes sociales y el uso constante de teléfonos inteligentes. Además, les gusta compartir muchas de sus vivencias en estas plataformas. A nivel laboral, suelen tener habilidades importantes como hablar varios idiomas, resolución práctica de problemas o son expertos en marketing digital, entre otros. Les encantan las aplicaciones digitales, especialmente aquellas soluciones virtuales que les resuelva parte de los problemas de su día a día. Es por ello que detestan los pagos en efectivo y la mayoría ya lo hace a través del móvil. Poseen valores sociales elevados y están dispuestos a luchar por diversas causas en pro de una vida más saludable, como por ejemplo el medioambiente. (Santaella Jesús, 2022)

Para este planteamiento hay que reconocer los siguiente. Con esta generación y las futuras que, para su momento tendrán otros nombres y otras catalogaciones, tendrán que enfrentar los retos que serán heredados por lo que estamos viviendo hoy en día. Ahora, si estamos estableciendo que hay una interacción virtual, tecnológica en la cual enfatiza el valor de dinamismo social, sitúa la apropiación del meta-dato; muestra de ello existe una nueva pertenencia virtual, y en ello podemos encontrar otro espectro a las problemáticas que vamos a estar viviendo. De entrada, la nueva concepción de identidad, para las nuevas generaciones, tendrán que ver con los video juegos, cine y entretenimiento; así como apropiamiento de los nuevos conocimientos y espacios educativos virtuales, en la cual tendremos que focalizarnos a estas nuevas creativities que van desde el desarrollo programático hasta en las interacciones de las mismas, pues con ellos se propiciará el proceso de nuevos entornos. Pues aquí se conjugaría los planteamientos basados con la utopía y las problemáticas sociales que estamos viviendo. Con ello se podría desarrollar lo siguiente: 1) lidiarse y 2) desarrollarse entre ellas, pues de este modo se tratará de establecer nuevos canones basados en la ética virtual. De este modo, buscaríamos el bienestar humano.

Pues es aquí donde se puede establecer una nueva concepción ética. Pues, muchos jóvenes tratarán de contrarrestar las distintas problemáticas que estamos viviendo hoy en día junto con el desarrollo tecnológico basado en los programas (softwares y apps) como gadgets (dispositivos: tablets, robots, drones, teléfonos inteligentes etc.) y la Inteligencia Artificial (sistemas operativos, nube, navegadores, lenguajes entre otros). Con ello se tratará de auxiliarnos con esta inteligencia artificial para articular cambios sociales sin descuidar los límites de la misma autonomía algorítmica.

Con esto quiero mencionar que quizás los problemas que vengamos arrastrando por descuidos años atrás no se resuelvan, pues puede que se potencialicen o contrarresten—al menos eso sería lo esperado. Respecto a las problemáticas sociales, insisto, tendrán que ver con los problemas psicológicas individuales, escasez de recursos, problemas culturales, problemas políticos (con eso de que aún hay países que quieren mantener su supremacía global, cuando esta concepción está siendo rebasada por los desastres naturales y con el calentamiento global, a su vez muestran su idiotez al plantearse así). Pues hay que entender que los sistemas políticos irán cambiando paulatinamente. La intromisión de la era digital en nuestras actividades cotidianas generará cambios por la cual impondrán nuevos mecanismos para adaptarnos a estas invenciones. Es por ello que habrá diversos cambios factoriales, las cuales antes se constituirán por las ideologías y corrientes políticas por medio del discurso y ahora todo será por el entañamiento virtual y algorítmico, sin mencionar que vamos a ser manipulados como robots o seres autómatas, pero sí podríamos caer en la alienación, seres sin capacidad de criterio. Pues aquí están los retos que tenemos como sociedad con la información. Recordemos que antes toda corriente o ideología emanaba por medio del discurso entre líderes y sectores organizativos y medios de comunicación.

Conclusiones.

Por esta razón la filosofía es y será indispensable porque nos dotará de las nuevas visiones basadas en las concepciones que surjan antes las distintas problemáticas. Con ello podríamos reflexionar la teoría *darwinista* en la era virtual. Si lo reflexionamos, tendríamos que adaptarnos a esta era compleja en donde se ampliarán los horizontes de conocimientos y pensamientos, al formular los mundos posibles al entorno digital. Solo los más fuertes

sobrevivirán, y esto se puede traducir a quienes estén más preparados escolarmente en conjunto con otros conocimientos podrán adaptarse con mayor facilidad. Es aquí donde entra esta etapa generacional, la cual ha propiciado a romper con prejuicios para establecer otros nuevos, enmarcando así nuevas conductas sociales que antes se veían con otra moral, pero que perjudicaba nuestros entornos. Ejemplo de ello son las estructuras patriarcales que se daban en los nichos familiares hasta las instituciones políticas. Pues al día de hoy se plantea a un tercer sexo inclusivo, sin afectar a la comunidad LGBTIQ+, que articule en nuestro lenguaje al género como tal, pues de aquí se pretenda aglutinar otra categoría conceptual respecto al género sexual y sus manifestaciones.

Como observarán, tenemos demasiado por reflexionar y estructurar a nuestras condiciones. Pues adaptarnos a los nuevos retos de las tendencias digitales que nos estamos enfrentando, sin dejar a un lado a los pensamientos clásicos como Platón cuando planteó la ideal del bien y la idea del hombre. Pues a pesar de las adversidades y de las crisis que estamos atravesando será oportuno retomar la historia de las ideas de los distintos autores que podrán incidir a nuestro presente. En este sentido, la filosofía en nuestro tiempo es una gran alternativa.

Fuentes:

Adorno. Theodor, W. *Teoría Estética*. Trad. Jorge Navarro. Edit. Akal Madrid, 2004. p.25

Echeverría, B. (2019). *Definición de la cultura*. Fondo de Cultura Económica.

Bunge, M. (2018). *La ciencia: su método y su filosofía* (Vol. 1). Laetoli.

Gomez Castillo Nureddin Oscar. *El concepto de Nепantla, hacia una investigación cultural en Emilio Uranga*. Para obtener el título de licenciatura. Facultad de Filosofía y Letras, UNAM. 2020.

Mariscal Orozco, J. L. (2016). Formación y capacitación de los gestores culturales.

Rodriguez, Pablo. (2022) “La carrera de Filosofía vive un repunte histórico: por qué cada vez más jóvenes eligen estudiarla”. Revista digital Magnet: magnet.xacata.com. Publicado 08/08/2022

Lozano, Gabriel Vargas. «El Ateneo de la Juventud y la Revolución Mexicana.» *Cfr. Enciclopedia Electrónica de la Filosofía Mexicana*. Abril de 2014|. (último acceso: 1 de Agosto de 2016).

Santaella Jesús. (2022) “¿Cuál es la generación millennial y qué les hace especiales?”. *Economía 3*. Ref, retomada de <https://economia3.com/generacion-milenial-quienes-son/>

Citas.

¹ El 28 de octubre de 1909 nació el Ateneo de la Juventud, un grupo de jóvenes ávidos de conocimiento cultural, atribuyéndoles grandes hazañas para derrumbar al positivismo, renovando así la identidad mexicana. Su fin era dar un sentido filosófico a la Revolución de 1910, aportando en la producción y divulgación del conocimiento. La conjunción de este grupo de jóvenes pensadores que apenas alcanzaban los 25 años en promedio, marcó un antes y un después en la vida cultural de México. El Ateneo de la Juventud introdujo nuevas prácticas para la producción y la difusión de las humanidades, principalmente de la literatura, la filosofía y la filología. Quienes conformaron este grupo fueron: Jesús T. Acevedo, Roberto Argüelles Bringas, Antonio Caso, José Escofet, Isidro Fabela, Nemesio García Naranjo, Ricardo Gómez Robelo, Carlos González Peña, Pedro Henríquez Ureña, Alfonso Reyes Ochoa, Mariano Silva y Aceves, Alfonso Teja Zabre, Julio Torri y José Vasconcelos Calderón.

La creación del Ateneo de la Juventud, marcó la ruptura entre la nueva generación y la tradición literaria; iba en contra de una educación oficial científica y positiva nacida de la Reforma y establecida en el Porfiriato, y que alejó de las aulas el cultivo de las humanidades.

² “En México, la filosofía de Comte, en fusión con teorías de Spencer y con ideas de Mill, es la filosofía oficial, pues impera en la enseñanza desde la reforma dirigida por Gabino Barreda, y se invoca como base ideológica de las tendencias políticas en auge.” Cfr. *Enciclopedia Electrónica de la Filosofía Mexicana*. Abril de 2014. (último acceso: 1 de Agosto de 2016).

³ Debemos considerar que esta iniciativa de retomar al “pueblo” o hablar de “nosotros” retomando al arte popular y las artesanías mexicanas es por Gerardo Murillo (Dr. Atl). Recordemos que el Dr. Atl fue pintor y escritor; nació en Guadalajara, en 1875 y Murió en la Ciudad de México en 1965. Fue profesor en la Academia de San Carlos, tuvo como alumnos: Diego Rivera, David Alfaro Siqueiros y José Clemente Orozco.

⁴ Diego Bolson Ruzzarin, nació en Brasil en el seno de una familia italiana. Ahora es *youtuber*, que gracias a su amor por la filosofía ha estado explorando temas que son de interés del público en general.