

En la actualidad, las revistas académicas universitarias no sólo están sujetas a las exigencias propiamente académicas de autenticidad, de rigor formal e investigativo y de respeto a los diversos puntos de vista, en el interés de aportar al desarrollo de un campo de saber específico, sino que también están sujetas, cada día más, a exigencias de carácter estrictamente publicitario, tales como la de ampliar siempre en lo posible el número de sus usuarios, la de posicionar su nombre en relación con otras revistas de la misma índole, y la de mejorar sus procedimientos de divulgación y de consulta. Estas exigencias publicitarias son los efectos, en el campo editorial, de un diagrama de mercado que se extiende al funcionamiento de todas las instituciones partícipes en la reproducción del mundo capitalista, a tal punto que cada una debe orientar el empleo de sus recursos ante todo al crecimiento de la demanda de sus servicios, considerando que esta última condiciona la disposición de esos recursos.

Consolidada como la estrategia de poder dominante en el régimen de las sociedades civilizadas, la lógica de mercado, que es tanto económica como política, afecta negativamente la producción del pensamiento filosófico, de las ciencias humanas y de las prácticas artísticas, presentándola como poco funcional para la optimización de los procesos de acumulación de riqueza material. La lógica de mercado soslaya el sentido crítico de tales campos de saber, en tanto que fuerza a creer que así como éstos son poco rentables, con la misma necesidad deben resultar poco interesantes para la mayor parte de las personas. Y la filosofía es la disciplina más perjudicada con esta valoración social, la menos apreciada a la luz de la lógica de mercado, puesto que es la más difícil de integrar a los circuitos de la producción capitalista; al fin y al cabo, el régimen ha sabido incorporar a su funcionamiento, de una u otra manera, el trabajo de los científicos sociales en tareas de análisis poblacional, así como también el de los artistas en tareas de publicidad y entretenimiento, pero no sabe muy bien qué lugar social asignar a la filosofía, ni siquiera al interior de las instituciones educativas, donde el estudio del pensamiento filosófico también ha sido marginado al quehacer de agentes académicos con muy baja participación en los procesos formativos.

De aquí que, desde hace décadas, las políticas educativas de los gobiernos neoliberales tiendan a eliminar, en muchos países del mundo, los cursos de filosofía como parte indispensable del currículo escolar. De aquí también que el gobierno actual de Brasil, por dar el ejemplo más extremo, haya propuesto cerrar los programas de filosofía y de ciencias sociales que las universidades públicas ofrecen como opciones de formación profesional, a fin de acelerar el crecimiento económico de la nación brasilera. Lo cual hace patente que la racionalidad neoliberal llega a ver en la filosofía no solamente una actividad accesoria y suntuaria, sino también un conocimiento que obstaculiza el desarrollo de las sociedades, una práctica enemiga del progreso.

Resistiendo a tal enfoque de gobierno, quienes nos dedicamos al estudio de la filosofía nos hemos visto en la obligación de justificar su inclusión en la formación escolar y universitaria, recalcando su importancia en la construcción del tejido social. Aun más, algunos profesores de filosofía han estimado necesario dar a la disciplina un nuevo enfoque, que haga explícito el valor de la misma para el desarrollo de una población determinada: así han nacido, por un lado, el proyecto cultural de una filosofía latinoamericana y, por el otro, el proyecto educativo de una filosofía para niños. Otros profesores han buscado adaptar el cultivo de la filosofía a la lógica de mercado, elaborando materiales de carácter extra-académico, o no académico, para promover el acceso al pensamiento filosófico de un público general, no especializado; incluso han propuesto el uso académico de tales materiales en la educación preuniversitaria. Impresas o digitales, publicaciones tan diversas como las que pretenden relacionar estrechamente la filosofía con el cómic, con el cine o con la autoayuda, manifiestan la búsqueda de medios y formas de expresión más atractivos que los medios académicos para iniciar a la gente, especialmente a niños y jóvenes, en el ejercicio del pensamiento filosófico.

En este panorama, el presente número de *Cuestiones de filosofía* encara el doble reto de justificar el estudio del pensamiento filosófico en los procesos educativos, y de generar interés por la filosofía en un público no especializado, procurando mostrar cómo el ejercicio de nuestra disciplina puede aportar a la comprensión y a la transformación de las sociedades, especialmente en el ámbito latinoamericano, sin que la revista deje de responder a las exigencias académicas que debe cumplir una publicación universitaria especializada. Para ello hemos adelantado una estrategia compuesta por dos tácticas, una relativa al contenido del ejemplar y otra a su imagen. Por un lado, los profesores Óscar Pulido Cortés y Juan Guillermo Díaz Bernal han editado una colección de textos concernientes a la problematización de la enseñanza de la filosofía, que remiten, directa o indirectamente, al trabajo en las comunidades educativas de América Latina. Por otro lado, hemos hecho de este ejemplar un material académico más agradable a la lectura del formato digital, recurriendo al trabajo gráfico y publicitario de la Corporación Artística y Cultural Margen Visual, y apelando al gusto que tenemos muchos lectores por el diseño de las publicaciones.

Finalmente, cabe resaltar el valiosísimo trabajo del profesor César Augusto Mora en la corrección de estilo de los textos; el del profesor Juan Guillermo Díaz Bernal en la traducción de los resúmenes al inglés, al francés, al portugués y al español; y el de la profesora Lola María Morales como Asistente Editorial.

Camilo Diagama, 30 de octubre de 2019