LITORALPRESS

Fecha: 17-03-2024
Medio: Diario Financiero
Supl. : Diario Financiero - DF Mas
Tipo: Noticia general
Título: **FILOSOFÍA POP**

Pág. : 28
Cm2: 655,1
VPE: $ 5.805.184

Tiraje: 16.150
Lectoría: 48.450
Favorabilidad: No Definida

FILOSOFÍA POP

¿Tienen esencia los animales? ¿Qué significa tener la razón? ¿En qué se parecen los sueños a la imaginación? Estas son algunas de las preguntas que Carla Davico Giannini y Giovanni Longo Muñoz plantean en "Philo Sophia" edición ilustrada de filosofía para niños.

Un día Carla iba en la micro leyendo un libro de filosofía y pensó que le sería útil tener una pizarra a mano para poder dibujar un concepto que le estaba costando entender. En ese preciso momento, cuenta, le surgió la idea de hacer un libro ilustrado de filosofía para niños. Tomó *Breve Historia de la filosofía*, título escrito por su abuelo, el destacado filósofo Humberto Giannini, que es una cronología que abarca desde los presocráticos hasta filósofos contemporáneos. "Agarré el libro y marqué como 120 conceptos que luego fui despejando según los que me parecían menos complejos y los más ilustrables", dice. También le interesó que los contenidos pertenecieran a distintas áreas de la filosofía: "El libro contiene conceptos metafísicos como el de esencia, otros que tienen más que ver con lo social o político como utopía, o el inconsciente que viene de la psicología. Quise que hubiera un popurrí para mostrar que la filosofía tiene ramas por todos lados".

Estudió Literatura en la UDP, realizó un Diplomado en Estética y Filosofía en la PUC y otro en Nuevas prácticas lectoras en la UAHC. Se ha dedicado al fomento lector, trabajando en instituciones como el Centro Lector de Lo Barnechea, Fundación La Fuente, y actualmente está en la productora de contenidos culturales Productora Sur. Entonces trabajaba en Lo Barnechea y tenía contacto con distintas editoriales e ilustradores. Su idea original fue trabajar con varios de ellos para dibujar los distintos conceptos. Pero luego concluyó que no tenía mucho sentido, que implicaría mucho trabajo extra y que posiblemente éstas no alcanzarían a tener la misma profundidad. "El que mucho abarca, poco aprieta", cita el refrán.

Se decidió a trabajar con Giovanni Longo, compañero suyo en la Scuola Italiana. Longo es cineasta, guionista, publicista e ilustrador. Su amistad, definen, se caracteriza por el gusto por la tertulia, las conversaciones eternas y los diálogos profundos. "Siempre he dibujado, pero nunca lo vi como algo profesional. La idea del libro me reconectó con eso y en paralelo estaba creando una empresa de mazos de cartas ilustradas para el trabajo emocional. Am-

LITORALPRESS

Fecha: 17-03-2024
Medio: Diario Financiero
Supl. : Diario Financiero - DF Mas
Tipo: Noticia general
Título: **FILOSOFÍA POP**

Pág. : 29
Cm2: 689,5
VPE: $ 6.109.587

Tiraje: 16.150
Lectoría: 48.450
Favorabilidad: No Definida

"LO LINDO DE LA FILOSOFÍA ES QUE LAS PREGUNTAS QUE SE HACEN LOS NIÑOS SON LAS MISMAS QUE SE HICIERON LOS GRANDES FILÓSOFOS. TRATAMOS DE APROVECHAR JUSTAMENTE ESA CURIOSIDAD INNATA", DICE CARLA DAVICO.

diariofinanciero#eliseo@simbiu.cl

bas cosas se dan juntas", cuenta Giovanni. Comenzaron a trabajar en 2019, vino la pandemia, el encierro y se reunían por Zoom, siempre con largas conversaciones.

El encanto de pensar

"Lo último que queríamos era adoctrinar, todo lo contrario. Lo lindo de la filosofía es que las preguntas que se hacen los niños son las mismas que se hicieron los grandes filósofos. Tratamos de aprovechar justamente esa curiosidad innata. Porque a medida que uno va creciendo se va poniendo más cuadrado, quedándose sólo con respuestas, olvidándose de la plasticidad del pensamiento y de lo entretenido que es pensar. Este es un libro que no está enseñando filosofía, no está dando respuestas; son preguntas abiertas para ampliar el pensamiento", define Carla.

Su coautor agrega: "También mantener esta idea de los niños que preguntan por qué. Llega un punto en que los adultos responden 'porque sí'. A mí me parece muy interesante que a través de las preguntas de los niños uno mismo entre en un diálogo que permita repensarse. Eso te desestructura. Si uno está abierto a que pase eso es muy positivo. Cuando uno quiere mantenerse como dueño de la verdad es muy doloroso".

Ambos coinciden en que muchas veces en los colegios se enseña filosofía desde la memoria: qué año nació tal filósofo, qué concepto utilizó otro. "*Philo Sophia* (Catalonia) no busca dar esa información, sino que encantar a los niños con el pensamiento, que se sientan libres para jugar, tirar respuestas, compartirlas, elucubrar. Creemos que el encanto con la filosofía o el pensamiento es mucho más importante que aprenderse fechas. Y si luego surge mayor interés, muy bienvenido", señala la autora. Lo piensan como un libro para niños y niñas de 7 u 8 años en adelante, aunque con mediación de padres, abuelos o de un profesor, podría funcionar también para menores de esa edad.

Giovanni comenta que no deja de sorprenderse por las interpretaciones que los niños hacen de sus dibujos. "Me encanta cuando me dicen las cosas que ellos ven y que a mí nunca se me hubiesen ocurrido. Pasa con los mazos de cartas que hago, y espero sea igual con el libro. Se llama imagen proyectiva: tú lo que ves es lo que estás proyectando que está dentro tuyo. Hay elementos que no necesariamente están en la imagen, pero tú lo estás viendo".

Otro concepto presente en *Philo Sophia* es el subjetivismo, cuenta, y para abordarlo utilizan una parábola india: Cinco personas ciegas escuchan que un animal llamado elefante ha llegado a su pueblo. No saben cómo es y sienten curiosidad. Uno de ellos toca su trompa: "es como una serpiente". Otra palpa una pierna: "es como el tronco de un árbol". El siguiente toma la cola: "parece una cuerda", y así. "Todos tienen la razón a la vez que están todos equivocados porque sólo perciben una parte de la realidad. Cuando dejamos de cuestionarnos, nos quedamos con ese pedacito en vez de adentrarnos en todas las otras partes que son mucho más enriquecedoras", plantea Longo.

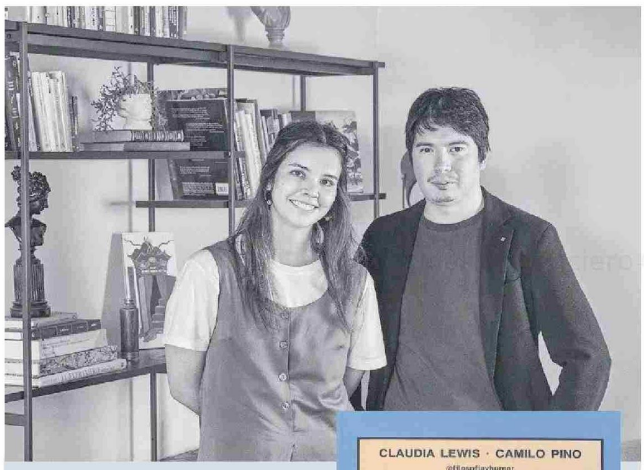
La herencia Giannini

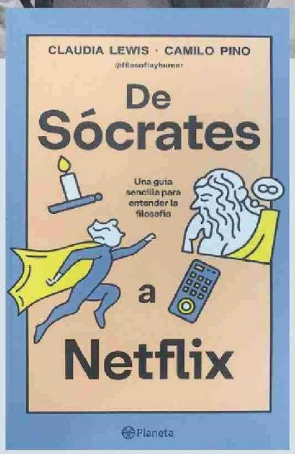
En una era donde los niños y jóvenes tienen cada vez mayor acceso a las pantallas y plataformas como TikTok, YouTube o Instagram, creen que abrir espacios más pausados es importante. "Creo que este libro tiene un ritmo también opuesto al de TikTok, que es el scroll, el video rápido. Estas ilustraciones están hechas para quedarse mirando, para contemplar, darles tiempo a las preguntas. Es un ritmo filosófico", apunta Carla.

Giovanni se explaya al respecto: "Hoy en día las ideas se expresan como un jingle publicitario o un eslogan. Pareciera que lo importante es tener una buena frase cortita que pegue, que sirva para las marchas o para poner en tus redes sociales. Los videos cada vez son más cortos, ya después va a ser como un video de un segundo, cosa que en un minuto uno pueda ver 60 videos. Eso ya es un ataque al pensamiento, a la reflexión, que requiere también un tiempo más dilatado, más pausado, más tranquilo. El ocio todavía está mal visto. Pero me gusta la ilusión de que eso puede cambiar. Me cuesta creerlo, pero si uno puede aportar a algo de eso, está bien. Queremos que la filosofía sea pop, accesible y cotidiana".

Así lo aprendió de su abuelo, dice la nieta de Humberto Giannini. "Él me enseñó esto de bajar la filosofía de la academia y llevarla a lo cotidiano, a la conversación, al juego. Si pienso en él, una sobremesa bien conversada es el paisaje que me imagino. Jugaba con sus nietos, inventando lenguajes o con actividades que conectaban con las palabras y el pensamiento. Le gustaba la discusión cotidiana, siempre con una sonrisa y escuchando a todo el mundo con sentido del humor. Mucho humor, mucho vino", recuerda Carla, riendo.

El Premio Nacional de Humanidades y Ciencias Sociales 1999, miembro de la Academia de la Lengua chilena y autor de libros como *El mito de la autenticidad* (1968), *Desde las palabras* (1981) y *La experiencia moral* (1992), entre otros títulos, fue profesor toda su vida. "Enseñó en colegios y en la Universidad de Chile hasta muy viejo, entonces son muchas generaciones. Cuando íbamos en la calle con él siempre se acercaba gente a saludarlo: Usted fue mi profesor.. Yo orgullosa total. Soy una fan suya", dice la nieta. Este libro, agrega, es una suerte de tributo a su memoria. +





"DE SÓCRATES A NETFLIX", EL LIBRO DE LOS CREADORES DE @FILOSOFIAYHUMOR

En el mismo espíritu de acercar la filosofía a las personas, los académicos Camilo Pino y Claudia Lewis mantienen la cuenta de Instagram @filosofiayhumor, que hoy cuenta con más de 420 mil seguidores, y acaban de lanzar *De Sócrates a Netflix* (Planeta): "un viaje filosófico con ejemplos cotidianos y personajes de la cultura pop". Los autores, Claudia Lewis, magíster en Filosofía y profesora universitaria, y Camilo Pino, licenciado en Filosofía y estudiante de doctorado, contestaron algunas preguntas sobre esta nueva aventura literaria.

- ¿Cómo se explican que su cuenta de Instagram sume tantos seguidores y tenga tanto arrastre entre los jóvenes?

- Camilo Pino: Creemos que las redes sociales han evolucionado bastante en el último tiempo. Quizás muchos se quedaron con la versión tóxica de ellas de hace 10 años, pero en la actualidad se han diversificado mucho en contenido y propuestas. Estamos muy felices de que cada vez sean más las personas que destinen sus ratos de ocio a aprender algo nuevo. No es excluyente consumir virales de internet con contenido educativo o más denso; lo viral es la forma, pero la filosofía es el fondo; es un contenido robusto con ropajes ligeros. Es importante crear contenido significativo que añada valor o proporcione algo a quien lo recibe. Es como cuando nos quedamos a ver un video de cocina o de cómo quitar una mancha de la ropa: se le entrega un conocimiento a las personas que antes no tenían. Nosotros lo hacemos con filosofía. En eso nos enfocamos día a día. En este sentido, nuestro contenido va desde citas filosóficas y sus respectivas reflexiones, hasta memes con contenido filosófico que acercan a las personas al conocimiento, así como videos breves donde se explica algún concepto. Nuestros podcast y videos son gratuitos pero nuestros seguidores nos pagan con algo más importante: reputación, confianza y credibilidad. Otro elemento importante es la constancia; nos hemos dado cuenta de que es vital para construir una audiencia sólida, pues el algoritmo no perdona y, si no se es constante, las plataformas dejan de mostrarte. Tampoco se trata de publicar todo el día, sino de encontrar un ritmo cómodo entre calidad y cantidad. Como dice Aristóteles, una golondrina no hace verano, así como un solo video -por más viral que sea- no será garantía de que una cuenta se consolide en la comunidad.

- ¿Se puede ser intelectual sin ser denso?

- Claudia Lewis: Nuestro enfoque en Instagram y en el podcast es precisamente hacer que la filosofía sea más accesible y relevante para las personas, utilizando un lenguaje sencillo y ejemplos contemporáneos que resuenen con sus experiencias de vida. Creemos firmemente que ser intelectual no significa perderse en la jerga académica o en la complejidad en la que puede caer, sino comunicar ideas filosóficas de manera que cualquiera pueda entender y relacionarse con ellas. Desde la Antigüedad, la labor del filósofo iba de la mano con la del pedagogo. La idea que muchos tienen del intelectual denso aparece en los últimos siglos. El hecho de que nuestra cuenta tenga éxito demuestra que hay un deseo genuino de las personas -en especial de los más jóvenes- de explorar ideas filosóficas de una manera que sea estimulante pero no abrumadora. Es señal de que es posible ser intelectual sin ser denso, siempre y cuando se adopte un enfoque comunicativo que priorice la claridad y relevancia de los contenidos.

- ¿Por qué pasarse al contenido en formato papel? ¿Qué significancia tiene para ustedes lanzar un libro?

- Camilo Pino: Redactar un libro nos dio la posibilidad de crear una introducción a la filosofía como a nosotros nos hubiera gustado leer. Hay varios libros para introducirse a la filosofía que, curiosamente, sólo son leídos por aquellos que ya están en esta disciplina. Nosotros nos preguntamos cómo nos explicaríamos la filosofía a nosotros mismos si hubiéramos estudiado otra cosa. No queríamos ni infantilizar ni ser innecesariamente densos. Básicamente es como conversar con un amigo de toda la vida. El verdadero desafío ha sido llevar las ideas complejas a los memes y videos de un minuto, así como preparar decenas de podcast de temas muy diversos de la filosofía. Si bien el libro es nuestro proyecto más novedoso, de cierto modo es volver a nuestra zona de confort donde podemos dedicarle varias páginas a lo que en redes sociales estamos limitados a unos pocos segundos.