

## JORNALISMO CULTURAL E PRESENÇA INTELLECTUAL NA ESFERA PÚBLICA CULTURAL JOURNALISM AND INTELLECTUAL PRESENCE IN THE PUBLIC SPHERE

---

*José Salvador Faro*<sup>1</sup>

### **Resumo**

O artigo pretende analisar as relações entre o Jornalismo Cultural e a discussão pública da atividade intelectual que o gênero permite nas abordagens que faz de temas relativos à produção estético-expressiva e ético-política presentes em suas diversas formas de manifestação. A hipótese central é a de que a avaliação dessa produção encontra correspondência nos padrões de gosto e de consumo construídos a partir de novas demandas de distinção cultural do público.

### **Palavras-chave**

Cultura; intelectuais; jornalismo cultural; padrões culturais de consumo.

### **Abstract**

The article analyzes the relationship between the cultural journalism and the public discussion of intellectual activity that the genre allows in approaches that makes themes concerning the aesthetic-ethical and ethical-political expressive production present in the various forms of manifestation. The central hypothesis is that the evaluation of this production finds correspondence in patterns of taste and consumption built from new demands of cultural distinction.

### **Keywords**

Culture; intellectuals; cultural journalism; cultural patterns of consumption.

Submetido em 09/08/2013

Aceito em 11/09/2013

### **O contorno e a complexidade do tema**

---

<sup>1</sup> Professor do curso de Jornalismo da Metodista e da PUC-SP e docente do PPGCOM da Umesp. Presidiu a Intercom no período 1997-1998 e coordenou a comissão que elaborou as diretrizes curriculares dos cursos de Comunicação a partir de 2001. Consultor da Capes, do CNPq e da Fapesp, é autor do livro *Revista Realidade, 1966-1968. Tempo da Reportagem na Imprensa Brasileira* (Porto Alegre, Ulbra/AGE, 1999). E-mail: [jsfaro@jsfaro.net](mailto:jsfaro@jsfaro.net).

As variáveis conceituais que dizem respeito ao tema proposto neste artigo, além de inúmeras, são bastante complexas. Trabalha-se aqui com a hipótese de que o Jornalismo Cultural, em veículos da mídia impressa que desfrutam de reconhecimento e de credibilidade junto à sua audiência no desenvolvimento das pautas sobre temas relacionados à crítica da cultura<sup>2</sup>, por força de mudanças sociais que abarcam os padrões de consumo de seus leitores, têm ampliado os espaços da atividade intelectual no âmbito da esfera pública. Em linhas gerais, o que se pretende demonstrar é um sintoma de vitalidade do gênero – que confronta o cenário de empobrecimento editorial do jornalismo em geral – e a inserção que os intelectuais têm nesse processo.

Os aspectos em discussão procedem de três universos: 1) o das condições de *existência* e de *qualificação* do público consumidor da crítica cultural, vista aqui como o resultado de uma operação noticiosa especializada; 2) o da atualidade dessa crítica na abordagem de temáticas de natureza estético-expressiva e ético-política presentes tanto na vida intelectual quanto no cenário das demandas do mercado de bens simbólicos; 3) a presença do campo intelectual – através de personalidades públicas e reconhecidas em seus diversos campos de atuação – como legitimadora dessa convergência entre o produto do Jornalismo Cultural e a sua audiência.

O objetivo da reflexão é permitir a superação, pela abrangência teórica sugerida nos elementos em análise, das corriqueiras afirmações sentenciosas que decretam não apenas a morte do Jornalismo Cultural, mas também o fenecimento de suas práticas e de seus personagens<sup>3</sup>, como se o fenômeno da Cultura pudesse ser dimensionado apenas por sua inescapável lateralidade como produto de consumo e não na sua complexidade antropológica e político-social.

## 1. A produção do público

Vem de Pierre Bourdieu a ponderação segundo a qual a economia dos bens culturais é uma espécie de antídoto contra o “economicismo” com que são avaliados: ela permite

---

<sup>2</sup> Usamos neste texto os conceitos de *Jornalismo Cultural* e de *Crítica da Cultura* como equivalentes a um mesmo gênero de produção jornalística – aquela voltada para matérias que dizem respeito aos processos informativos e analíticos que envolvem a atividade artístico-intelectual em todas as suas versões e configurações narrativas. Trata-se de formulação conceitual já exposta em texto anterior (Faro, 2012) e que encontra correspondência em (Coelho, 2006).

<sup>3</sup> Circunscrevemos nossa análise aos produtos considerados “clássicos” do Jornalismo Cultural: suplementos e 2<sup>os</sup> cadernos de jornais impressos, revistas especializadas ou publicações de informação geral que pautem temas culturais em seções específicas, ainda que seu conteúdo se localize também em versões digitais. Para uma diferenciação que leva em conta as mudanças de natureza editorial que a explosão das novas mídias provoca no gênero ver (Viana, 2011).

estabelecer a separação entre a complexidade de sua produção e a sua elementaridade como produto de mercado. A identificação dessa característica, que visualiza num mesmo processo duas condições simultâneas de sua existência, é a chave que assegura a compreensão das formas diversas com que os bens culturais são apropriados na sociedade. Diz o autor:

[...] deve-se trabalhar, antes de tudo, para estabelecer as condições em que são produzidos os consumidores desses bens e seus gostos; e, ao mesmo tempo, para descrever, por um lado, as diferentes maneiras de apropriação de alguns desses bens considerados, em determinado momento, obras de arte e, por outro lado, as condições sociais da constituição do modo de apropriação, reputado como legítimo (Bourdieu, 2011 p. 9).

A referência é feita aqui a propósito de um critério de observação também apontado por Bourdieu e que acreditamos deva ser levado em conta no estudo do comportamento que o público apresenta em relação ao Jornalismo Cultural: as “necessidades culturais são o produto da educação: a pesquisa estabelece que todas as práticas culturais (...) e as preferências em matéria de literatura, pintura ou música estão estreitamente associadas ao nível de instrução (...) e, secundariamente, à origem social” (Bourdieu, 2011, p.9).

Trata-se de uma afirmação (aparentemente) heterodoxa, pois vai ao sentido contrário à percepção muitas vezes repetida nas análises das práticas culturais e das especulações sobre sua audiência: seria o critério da classe social o crivo primeiro e fundamental que cerca e instrui todo o aparato de seu estudo e apreciação, formulação da qual resulta uma literatura de inspiração frankfurtiana e marxista que vê na crítica cultural manifesta nesse gênero do Jornalismo uma identidade que a distingue junto a um público majoritariamente formado pelos vários estratos da burguesia (Rivera, 2003; León, 1996; Wiggershaus, 2002).

Bourdieu, no entanto, está nos assegurando que não é bem assim e que os padrões de gosto se formam também no universo do sistema educacional e não exclusiva e determinantemente em razão da origem social do público. Significa dizer que a apreciação das artes (como aquelas às quais ele se refere na citação feita acima), e seu acompanhamento através da audiência à crítica cultural, são procedimentos suportados e desenvolvidos pela informação (como um dos ingredientes daquele sistema) mais do que pela condição de classe, ainda que esta atue “secundariamente” nesse processo, como o próprio Bourdieu admite.

Em torno desse mesmo assunto, em duas outras oportunidades, pudemos expor a margem de autonomia que os produtos do Jornalismo Cultural têm, afirmando então, em linhas

gerais, que o confinamento do entendimento da Cultura à órbita das regras do mercado pode ocultar “a complexa natureza da produção cultural e a não menos complexa relação que essa produção estabelece com o Jornalismo” (Faro, 2006, p. 149)<sup>4</sup>, constatação que nos leva a acreditar que também no âmbito do consumo dessa produção jornalística é possível identificar que seus padrões não são propriamente determinados, mas antes fortemente influenciados por indícios constitutivos de um gosto que se faz mais no terreno do capital simbólico e cultural do público do que na sua figuração econômica, ainda que ambos os territórios estejam sistematicamente em intensa relação dialética (Miceli, 2004).

O cenário contemporâneo, do ponto de vista da incidência dessas duas variáveis, parece-nos permitir a compreensão das condições de existência e de ampliação da crítica cultural que se produz no Jornalismo. A julgar pelas mudanças que temos assistido no perfil sócio-cultural dos diversos estratos do público, é possível afirmar que a “nova” realidade material das classes intermediárias da sociedade capitalista resulta, a rigor, de um processo histórico de longa-duração onde a precedência do capital simbólico, traduzido em termos de valores culturais atribuídos à miríade dos bens que mostram essa perspectiva no plano ideológico, em diversos momentos se sobrepôs às condições de renda desses estratos. Na leitura de Franco Moretti (2009), tudo se passa como se o processo de integração dos grupos intermediários na economia se desenvolvesse em duas etapas quase simétricas: a da configuração de seus parâmetros de comportamento e de distinção significantes e que se evidenciam na sua aproximação com as referências simbólicas de sua condição material; e o da concretude dessa condição material exibida na posse de bens e na condição da renda.

A propósito, tem sido justamente a imprensa, de maneira eventualmente circunstancial, o espaço de maior presença de análises de matrizes epistêmicas diversas sobre o tema das mudanças sociais, invariavelmente acompanhadas de interpretações bastante consequentes sobre os desdobramentos de natureza cultural que as oscilações dos estratos da pirâmide social no mundo capitalista têm experimentado. O que esses estudos trazem em comum (em grandes reportagens, entrevistas e cadernos especiais) tanto é a fundamentação estatística de natureza socioeconômica, quanto à abordagem comportamental que abarca posturas no terreno dos padrões estéticos e educacionais.

---

<sup>4</sup> A análise empírica sobre esse processo de “autonomia” da produção e do consumo da crítica cultural foi feita no livro *Revista Realidade, 1966-1968. Tempo da reportagem na imprensa brasileira*. Porto Alegre: Ulbra/AGE, 1999.

Recentemente, por exemplo, ao abordar o tema da emergência das classes médias na sociedade brasileira em consequência do processo de crescimento da sua participação na renda nacional, o jornal *O Globo* publicou entrevista com Marcelo Neri, da Fundação Getúlio Vargas, na qual o pesquisador sintetiza esses dois valores convergentes - “trabalho formal e educação” - como atributos necessários rumo ao que ele próprio designa como “novo salto social” (Neri, 2012): uma síntese do instrumental de que se valem os grupos emergentes para consolidar o espaço que passaram a ocupar em decorrência da aceleração da economia. A constatação, no entanto, não diz respeito apenas à conjuntura brasileira contemporânea, mas a uma dinâmica que parece ter caracterizado toda a história do capitalismo - na modernização das áreas periféricas (Mello e Novais, 1998) e nas economias centrais do sistema - e as próprias formulações doutrinárias sobre o peso da *classe média* na sustentação das virtudes dos regimes liberais<sup>5</sup>.

O cenário da “produção do público”, portanto, tal como foi referido na citação de Bourdieu, introduz no Jornalismo Cultural uma pauta de temas que dizem respeito às demandas dos grupos sociais que chegam à feira de bens simbólicos dispostos a incorporar às suas formas de existência padrões culturais que legitimem e consagrem sua correspondência com o estatuto da sua ambientação integral e plena ao mercado. Decorre dessa afirmação a possibilidade de que a posse da verdadeira pletora de bens duráveis que se tornaram acessíveis em razão do crescimento da renda nos estratos sociais intermediários ocorridos nos últimos anos no Brasil e essa definição geral do capitalismo global como uma “sociedade das classes médias”, tencionou a demanda por bens culturais que chamamos aqui de “associados”, isto é, estão vinculados por sua natureza simbólica aos equipamentos que fizeram explodir o mercado consumidor, explosão essa que nem mesmo a depressão pós-2008 conseguiu estancar.

Nesse sentido, a existência material disposta em novos padrões de conforto técnico-operacional da vida do cotidiano (do mundo *smart* - do *smart kid* ao *smart* veículo - ao maxi ou ao minimalismo dos *displays* e ao conjunto disperso, mas de homogeneidade perceptiva dos *notebooks*, *tablets*, e quinquilharias assemelhadas de todo tipo) vem de braços dados com uma

---

5 Para uma compreensão ampliada dos processos brevemente apontados aqui, ver o suplemento especial do jornal catalão *La Vanguardia*, *El mundo de la clase media* (Disponível em <<http://www.lavanguardia.com/internacional/20130313/54369245846/el-mundo-de-la-clase-media.html>>. Acesso 13 mar. 2003). Para uma observação de perfil jornalístico-informativo mais acentuado, sugerem-se ainda as seguintes leituras: Revista *Veja* (16/11/2011 e 14/12/2011), jornal *O Globo* (26/08/2012), suplemento “Aliás” do jornal *O Estado de S. Paulo* (19/08/2012) e jornal *Valor Econômico* (15/02/2013).

espécie de certificação superestrutural e ideológica através da qual se processa na sociedade hipermoderna a consagração final da afluência. Não é uma casualidade o *boom* editorial ocorrido no mercado das publicações especializadas (revistas, cadernos, suplementos periodizados dentre outros) de todo tipo que visam conferir aos consumidores um conhecimento fascicular – a exemplo do que já tinha ocorrido com a segmentação de publicações nos anos 70 – sobre esse conjunto de objetos ou sobre itens correlatos que não deixam dúvidas sobre o adestramento de pessoas mais do que a sua instrução, emancipação e autonomia em torno do *know-how soft* que sustenta os aparelhos: por exemplo, as revistas ou os suplementos de gastronomia que oferecem sentido à utilização plena dos aparelhos micro-ondas; ou a fartura de publicações que falam dos sistemas operacionais dos computadores, mas que só enfatizam o uso das mensagens eletrônicas ou *games* e assemelhados. Vistas as coisas com cautela e com o menor deslumbramento possível, o processo cultural que encima a posse dos bens assegura a existência de sub-usuários que, nem por isso, sentem-se menos constrangidos quando percebem a pouca aptidão que têm para entender o que está acontecendo ao seu redor.

Lee Siegel chamou de “epidemia oculta” a “síndrome de Asperger, um quadro altamente funcional caracterizado pela obsessão por objetos como trens e aspiradores de pó, pela dificuldade na interação social e pela incapacidade de ler as emoções dos demais”, anomalias intensamente observadas em crianças, mas possivelmente percebidas também em faixas etárias da idade adulta e da maturidade tardia (SIEGEL, 2012). Para Jaron Lanier, citado por Oscar Pilagallo em artigo do jornal *Valor Econômico*,

Quando os desenvolvedores de tecnologias digitais projetam um programa que requer que você interaja com um computador como se ele fosse uma pessoa, eles pedem que você aceite, em algum canto do seu cérebro, que você também pode ser visto como se fosse um programa (PILAGALLO, disponível em: <<http://www.valor.com.br/cultura/3021578/e-como-se-fossemos-aplicativos-iguais-aos-que-usamos>>. Acesso em: 26 fev. 2013).

Em que pese o tom irônico das descrições feitas acima, parece-nos que o dado concreto é o de uma mudança radical nos padrões de contato com a realidade já que ele (o contato com a realidade) passa a ser mediado por demandas culturais que promovem o *aggiornamento* do consumidor - sempre preparado para o penúltimo *upgrade* e quase envergonhado da angústia de se perceber marginal em relação à complexidade que intui de tudo isso.

## 2. Os intelectuais na produção do Jornalismo Cultural

Não é o caso, nos limites deste artigo, de inventariar todas as experiências que marcam a presença dos intelectuais na produção do Jornalismo Cultural. A rigor, parece-nos suficiente aqui uma formulação “em tese” sobre o assunto para que encontremos os elementos que nos ajudem a compreender como essa relação se dá no tempo presente, isto é, nas condições do movimento social que procuramos descrever acima e no âmbito das condições de existência do próprio gênero. Sob esses aspectos, entendemos que é preciso abordar de maneira preliminar a relação que a atividade do profissional de imprensa estabelece com o campo dos intelectuais. Trata-se de uma relação marcada pelo sentido de complementaridade que advém de um déficit de representação da realidade inerente à atividade de cobertura noticiosa que busca, na autoria (e no campo) intelectual, a mediação com o público (Faro, 2012), ainda que essa autoria possa vir do próprio nível de especialização que se localiza no interior do campo do Jornalismo.

Isso quer dizer que a mediação buscada pelo Jornalismo Cultural nas coberturas que envolvem os bens que sustentam suas pautas só é possível se o jornalista ou transcender os limites das suas práticas profissionais através da sua própria especialização ou recorrer à autoridade externa ao seu trabalho para dar conta da complexidade que a matéria possa ter. Bourdieu (1997) fala em “intelectuais-jornalistas” para explicar esse processo e oferece uma pista interessante para mostrar a simbiose entre os dois campos de atividade: “o campo jornalístico impõe sobre os diferentes campos de produção cultural um conjunto de efeitos que estão ligados, na sua forma e eficácia, à sua estrutura própria” (p. 102). E se apressa em ponderar:

Como o campo literário ou o campo artístico, o campo jornalístico é então o lugar de uma lógica específica, propriamente cultural, que se impõe aos jornalistas através das restrições e dos controles cruzados que eles impõem uns aos outros e cujo respeito (por vezes designado como deontologia) funda as reputações de honorabilidade profissional (Bourdieu, 1997, p. 105).

Dessa relação advém uma característica pouco explorada nos estudos sobre o tema: o território de autoria híbrida em que a crítica da cultura se transformou, mais do que em outras editorias, pois que nela ou o profissional da imprensa salta sobre os limites factuais da informação em busca da epistemologia da crítica em terreno externo (mas não estranho) ao seu, ou traz para a produção da matéria discursos de autoridade legitimada por seu campo de

origem. Aqui, certamente, ocorre o inverso daquilo que Bourdieu (1997) aponta como “o comercial em detrimento do puro”, já que sugerimos a interpretação segundo a qual a hibridez apontada acima visa justamente o oposto: o “puro” (o núcleo intelectual da matéria cultural) em detrimento do “comercial” (os aspectos massivos das matérias do Jornalismo Cultural).

Para Nadja Miranda:

Os cadernos diários de cultura assumem a dimensão de um espaço especializado de conhecimento, inclusive no contexto de mudanças operadas na estrutura das próprias redações e na articulação das editorias de texto e arte. Enquanto expressão do jornalismo diário, eles tanto sumarizam o conjunto de manifestações culturais que se amplificam na própria indústria cultural da qual são parte integrante, quanto são subordinados à rotinização produtiva das empresas. *Como área especializada, esses cadernos representam a possibilidade de reflexão das manifestações artístico-culturais e, embora sintonizados com a atualidade, operam com critérios de noticiabilidade próprios, distintos daqueles utilizados pelas páginas do jornalismo cotidiano. Todos esses aspectos repercutem na prática jornalística de produção de notícias culturais, determinando assim suas características mais notórias* (Miranda, 2005, p. 83, grifos nossos).

Esse arrazoado visa contextualizar, no cenário mais amplo das práticas profissionais adotadas na imprensa, o núcleo a partir do qual desenvolvemos a argumentação que justifica nossa hipótese: a ampliação das demandas de natureza simbólica que mudanças na estrutura de renda das classes intermediárias fizeram emergir na produção do Jornalismo Cultural teria alargado não apenas a “prestação de serviços” de toda ordem nos terrenos do consumo da Cultura (música, filmes, séries de televisão, literatura de autoajuda, revistas especializadas diversas dentre outros); alargou também a demanda da autoria intelectual sobre esse conjunto na expectativa da deliberação de uma esfera pública em processo de mudança no interior de sua estratificação.

Em outras palavras e para que fique especificado o quadro em que o Jornalismo Cultural se movimenta, afirmamos que ele constrói e amplia parte de sua presença junto ao público em razão das respostas que oferece, via interseção com o campo intelectual, às demandas de natureza simbólica que o novo estatuto dos padrões de consumo permite entre eles os que legitimam a ascensão social. Uma observação preliminar que tenha como foco o cenário das publicações que preservam a pauta cultural (ou a introduzem como inovações de projetos editoriais) poderia eventualmente constatar uma razoável variedade e diversidade de títulos voltados a um público unificado por sua disposição em incorporar esses produtos aos seus



equipamentos cotidianos de referência. Mas esse é um desafio destinado a compor uma pesquisa empírica a ser desenvolvida no futuro.

O que se pode sugerir aqui como um indicativo dessa dinâmica é a explosão de demandas educacionais (sem qualquer pretensão de avaliar sua qualidade pedagógica) como um suporte através do qual nos parece ter se constituído um “novo público” que, por caminhos diversos e com expectativas também diversas e heterogêneas, continua buscando no movimento editorial que povoa as bancas de jornal dos principais centros urbanos do país a legitimação “intelectual” dessa sua saída à superfície na sociedade de classes, os atributos procurados para a distinção da qual se apropriaram. Pode-se também apontar, na hipótese da sobreposição de novas formas de comportamento sobre os estratos de renda, os difusos e variados movimentos de afirmação identitária de natureza étnica, religiosa, de gênero, cuja presença no movimento social caracteriza-se por demandas culturais nucleares, sempre estimuladas pela midiaticização (mercantil, mas também cultural) de sua forte presença tanto no cenário estético-expressivo quanto no ético-político. E certamente nesses dois casos referidos acima a título de exemplo – o educacional e o identitário – essa onipresença das redes sociais como elemento que pode ter se constituído em instrumento de articulação de sua lógica.

## Conclusões

Três observações precisam ser destacadas. A primeira delas é de natureza genérica e diz respeito não propriamente à superação das teses gramscianas a respeito do papel do intelectual na sociedade e na atividade política, mas à sua compreensão nos termos do presente. As novas condições em que se dão as práticas culturais indicam que o conceito do “orgânico” atribuído ao intelectual vinculado no plano ideológico à luta de classes pode ser acrescido da perspectiva dos movimentos sociais que se articulam no nível das suas construções e demandas simbólicas por reconhecimento e espaços de Direito, mais do que em função da ocupação pelos espaços formais do Poder. Trata-se de um processo que nada tem a ver com a suposta “desideologização” dessas práticas, mas que é arremetido à frente das caracterizações clássicas do pensamento marxista. O “orgânico”, portanto, pode ser visto em outra amplitude – como de fato tem ocorrido em diversas conjunturas no Brasil e no exterior em que a articulação discursiva dos intelectuais tem enriquecido as pautas culturais da mídia. Fóruns internacionais, movimentos de ocupação, demandas de natureza sócio-econômico-

nacionais, espaços identitários étnicos, de gênero e religiosos são episódios para os quais o contributo dos intelectuais tem estado sistematicamente presente. É possível pensar no “orgânico despartidarizado”, mas não “dessocializado”? Pensamos que sim, e nossa primeira conclusão diz respeito a isto: a midiaticização da variedade de movimentos que ocupam a esfera pública no presente não prescinde da narrativa do intelectual em todos os campos onde ela é decorrência de formulações estéticas ou políticas.

A segunda observação vem a propósito da particularidade que esse processo adquire no Brasil, onde a produção cultural em diversas áreas caracteriza-se historicamente como vinculada, de forma hegemônica, àquilo que Antonio Cândido chamou de realismo integrador: “que define a permanência (relativa) da estrutura sob o processo que a constitui. De tal forma que o caso singular ganha certa generalidade acima do tempo que o gerou e do qual emerge. Estrutura e processo, estático e dinâmico, se unem na síntese da visão integrativa” (Cândido, 1993).

Não se trata, naturalmente, de um atributo exclusivo da estética ou da concepção da narrativa literária, mas de uma espécie de *continuum* cultural que atravessa também a produção interpretativa do país nos vários setores do conhecimento e que responde também pela constituição do campo do Jornalismo no seu imbricamento com outras áreas. Na abordagem do presente, em especial na conjuntura de impactos sociais de toda ordem que o Jornalismo atravessa, parece-nos que essa tradição do realismo integrador à qual se refere Antonio Cândido cria demandas intelectuais na própria imprensa, fato que pode explicar – é a nossa segunda conclusão - a variedade e a multiplicidade de colaboradores de especialidade diversa presentes nos suplementos, nos cadernos, nas seções e nas revistas especializadas em questões culturais.

A terceira observação - coincidente com nossa última conclusão - diz respeito à prática da institucionalização das discussões sobre os processos culturais contemporâneos que está presente na agenda social internacional e do Brasil, ainda que se trate de uma agenda pública em torno da qual se forma um complexo de interesses de ordem política, econômica, publicitária, empresarial etc., mas essa nos parece ser a heterogeneidade intrínseca ao espaço da sociedade de massas. A forma que ganha destaque nesse movimento é a do vínculo que se procura criar entre as iniciativas de promoção cultural e a imagem simbólica e virtuosa com que a ordem privada se apresenta ao escrutínio. Para a crítica radical, isso tudo pode não

passar de uma estratégia de *marketing* que se apossa e subverte o sentido primordial de seus conteúdos.

Todavia, levando em conta as contradições dos processos culturais às quais nos referimos no início deste artigo, é possível que algum tributo seja pago à construção dos simulacros promocionais, em especial a presença do campo intelectual na midiaticização que é inerente a eles (aos simulacros) com as práticas analíticas da desconstrução.

Para Jürgen Habermas – ele próprio uma referência de forte presença no cenário das interpretações do mundo contemporâneo – “os intelectuais dependem de uma esfera pública capaz de lhes servir de caixa de ressonância, alerta e informada”. E esse espaço parece ter sido incorporado à própria atividade que desenvolvem:

(...) a reorientação da comunicação, da imprensa e do jornalismo escrito para a televisão e a internet conduziu a uma ampliação insuspeitada da esfera pública midiática e a uma condensação ímpar das redes de comunicação. A esfera pública, na qual os intelectuais se moviam como peixes na água, tornou-se mais incluyente, o intercâmbio e mais intenso do que em qualquer época anterior. [Apesar disso] o intelectual deveria se distinguir do jornalista inteligente menos pela forma da apresentação e mais pelo privilégio de se ocupar apenas profissionalmente dos assuntos da coletividade. Ele só deveria intervir, mas intervir em tempo hábil – à semelhança de um sistema de alarme antecipado –, quando a vida cotidiana sai dos trilhos (Habermas, 2006, p.4-5).

Tudo indica que tem sido assim, tal como Habermas preconizou em 2006. É sugestivo que não exista hoje um único segmento da atividade cultural livre de se articular ao redor de um projeto de divulgação que tem suas raízes no Jornalismo. O observador que percorre bancas e livrarias, no Brasil e no exterior, se dá conta da proliferação que ocorre no âmbito da mídia impressa com a variedade de títulos e pautas, quase sempre associados à sua consagração através da presença do apelo a esse público que se estruturou na nova sociedade de consumo.

Esse movimento – que tem como contraponto a repetição sistemática de que há uma crise econômica estrutural no Jornalismo – se alimenta também da explosão das informações no âmbito digital. São processos complementares (como recomenda o senso comum que se diga), mas é possível pensar que são processos transitórios, talvez caminhando em perspectiva para um impasse de natureza excludente. Ainda assim, pensamos que o campo intelectual tem aí reservado um espaço de práticas que se constituem em elementos vitais para a sua natureza.

## Referências bibliográficas

BOURDIEU, Pierre. *A Distinção. Crítica social do julgamento*. Porto Alegre: Editora Zouk, 2011.

\_\_\_\_\_. *Sobre a televisão*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editor, 1997.

CÂNDIDO, A.. *Realidade e Realismo* (via Marcel Proust). In *Recortes*. São Paulo: Companhia das Letras, 1993.

COELHO, M. *Crítica Cultural: teoria e prática*. São Paulo: Publifolha, 2006.

FARO, J. *Jornalismo e crítica da cultura: a urgência da nova identidade*. Revista *Fronteiras – estudos midiáticos*. Volume 14, n. 3. São Leopoldo (RGS): Unisinos, 2012, p. 192-198.

\_\_\_\_\_. *Nem tudo que reluz é ouro: contribuição para uma reflexão teórica sobre o Jornalismo Cultural*. Revista *Comunicação & Sociedade*. Ano 28, n. 46. São Bernardo do Campo (SP): Metodista, 2006, p. 143-163.

HABERMAS, Jürgen. *O caos da esfera pública*. Folha de São Paulo, 13 ago. 2006, Caderno Mais!, p.4-5.

LEÓN, J. B. e outros. *Periodismo cultural diário. Entre a modernidade y la posmodernidad*. Caracas: Fundación Carlos Eduardo Frias, 1996.

MELLO, J.M.C e NOVAIS, F. *Capitalismo tardio e sociabilidade moderna*. In: SCHWARCZ, L. *História da vida privada no Brasil*, volume 4. São Paulo: Companhia das Letras, 1998.

MICELI, Sergio. *A força do sentido*. In: BOURDIEU, P. *A economia das trocas simbólicas*. São Paulo: Perspectiva, 2004.

MIRANDA, Nadja. *Divulgação e jornalismo cultural*. In RUBIM, L. (org) *Organização e produção da cultura*. Salvador: Universidade Federal da Bahia, 2005.

MORETTI, Franco. *O século sério*. In MORETTI, F (org). *A cultura do romance*. São Paulo: Cosac Naify, 2009.

NERI, Marcelo. *Uma coreia na classe média*. Entrevista publicada no jornal *O Globo*, suplemento *O Brasil que queremos* (caderno Economia) Rio de Janeiro, p. 21, 2012.

PILAGALLO, Oscar. *É como se fôssemos aplicativos iguais aos que usamos*. *Jornal Valor Econômico*. Disponível em: <<http://www.valor.com.br/cultura/3021578/e-como-se-fossemos-aplicativos-iguais-aos-que-usamos>>. Acesso em: 26 fev. 2013.

RIVERA, Jorge. *El periodismo cultural*. Buenos Aires: Paidós, 2003.

SIEGEL, Lee. *Epidemia oculta*. *Jornal O Estado de S. Paulo*. Disponível em: <<http://www.estadao.com.br/noticias/impreso,epidemia-oculta,-875430,0.htm>>. Acesso em: 20 mai. 2012.

VIANA, Diego. *A crítica dos comuns*. Site Observatório da Imprensa. Disponível em <[http://www.observatoriodaimprensa.com.br/news/view/a\\_critica\\_dos\\_comuns](http://www.observatoriodaimprensa.com.br/news/view/a_critica_dos_comuns)>. Acesso em 15 fev. de 2011.

WIGGERSHAUS, Rolf. *A escola de Frankfurt*. Rio de Janeiro: DIFEL, 2002.